



UCAM

UNIVERSIDAD CATÓLICA
SAN ANTONIO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
Y DE LA COMUNICACIÓN
Departamento de Ciencias de la Comunicación

El Cartel de Fiestas de Murcia
(1960-2015)

Autora:

María Ascensión Miralles González-Conde

Directores:

Dra. Dña. María Socorro Arroyo Cabello
Dr. D. César San Nicolás Romera

Murcia, 21 de enero de 2016



UCAM

UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE MURCIA

AUTORIZACIÓN DEL DIRECTOR DE LA TESIS PARA SU PRESENTACIÓN

La Dra. Dña. M^a Socorro Arroyo Cabello y el Dr. D. César San Nicolás Romera como Directores de la Tesis Doctoral titulada “El Cartel de Fiestas de Murcia (1960-2015)” realizada por Dña. María Ascensión Miralles González-Conde en el Departamento de Comunicación, **autorizan su presentación a trámite** dado que reúne las condiciones necesarias para su defensa.

Lo que firmamos, para dar cumplimiento a los Reales Decretos 99/2011, 1393/2007, 56/2005 y 778/98, en Murcia a 11 de diciembre de 2015.

M^a Socorro Arroyo

César San Nicolás Romera

AGRADECIMIENTOS

Ante todo y sobre todo gracias a Dios.

Y a todas las personas que ha puesto a mi lado en estos largos años de trabajo. Todos me han ayudado, me han animado, han soportado mis nervios, mis avances y me han hecho reír en momentos difíciles.

Es difícil expresar lo importantes que han sido todos ellos en este tiempo de vida que han compartido conmigo y sin los que no habría sido posible estar hoy aquí escribiendo estas líneas.

A mis directores María Arroyo y César San Nicolás.

A la Universidad, especialmente a su presidente, José Luis Mendoza que me dio la oportunidad de formar parte de esta universidad y ha mantenido su apoyo a mi carrera universitaria.

A mis compañeros del Departamento y la Facultad, Nieves, Pepe, Jesús, Blas, Miguel-Ángel, Salva, David, Marian, Josep, Bea, Enrique, Celia, Pedro, Elena, Juan Antonio, Isabel, Félix, Maloles, Mari Carmen, Isa, Sefi, Mar, Laura, Pablo, José Manuel, Marta, Manolo, Javi, Sergio, Juanfran, Jorge y Pablo.

A mis amigos de la Biblioteca de la UCAM que me han proporcionado todo lo que he ido necesitando con gran eficacia y un trato humano maravilloso. A Carmen Ros de reprografía.

A Artes Gráficas Novograf de Murcia especialmente a Paco Rodríguez que ha permitido el acceso a los archivos de la empresa.

Al personal de la Biblioteca Regional de Murcia especialmente a Amparo Iborra que me facilitó el trabajo con los carteles que guardan en su archivo.

Al Cabildo Superior de Cofradías de Murcia que me abrió sus puertas.

Al Director del Museo Ramón Gaya y Director del Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo Manuel Fernández-Delgado.

Al personal del Archivo Municipal del Almudí.

A Pedro Manzano diseñador, coleccionista y experto en cartelismo murciano.

A Félix Galindo, M^a del Pilar De las Heras Turleque y a los Templarios de Murcia.

A María Cruz Siso y Marta Valcárcel.

A mi familia, a mis padres que me han apoyado en todos mis proyectos. A mis hermanos Miguel-Ángel&Fuensanta y Luisa&Miguel. A mis amigos especialmente a Jesús y Laura que han estado a mi lado. A mi Comunidad Neocatecumenal que ha rezado por mí.

A mis hijos Juan Antonio, Alfonso, Miguel-Ángel, Marcos, María, Fernando, Cristina, Luis y Carlos que han trabajado en casa para que yo pudiera hacer esta tesis y a los que a veces no he podido disfrutar como me hubiera gustado. Y, por supuesto, a Juan Antonio, mi marido, que me impulsó a esta aventura y que ha trabajado a mi lado hasta el último momento.

A las personas que, aunque no aparecen aquí con nombres y apellidos, han estado presentes de alguna forma durante el desarrollo de este trabajo y han hecho posible que hoy vea la luz.

A todos mi eterno agradecimiento.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	13
PARTE I: ORIGEN Y EVOLUCIÓN DEL CARTEL COMO SOPORTE PUBLICITARIO	17
Capítulo 1. La Publicidad Exterior	19
1.1. Concepto de medio y soporte publicitario	19
1.2. Concepto de publicidad exterior	24
1.3. Características del medio exterior	25
1.4. Tipología de soportes de publicidad exterior: el cartel como soporte del Medio Exterior	29
Capítulo 2. El cartel	39
2.1. Concepto y definición del cartel	39
2.2. Funciones y características del cartel	43
2.3. La Publicidad Institucional marco de actuación del cartel de fiestas	52
2.4. Concepto, funciones y características del cartel de fiestas	54
Capítulo 3. El cartel en Europa y Estados Unidos	61
3.1. Nacimiento del cartel en Europa y Estados Unidos	63
Capítulo 4. Evolución del cartel en España	87
PARTE II: DELIMITACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO: EL CARTEL DE FIESTA EN MURCIA Y SU CONTEXTO HISTÓRICO	123
Capítulo 5. Las fiestas de Murcia	125
5.1. Semana Santa	127
5.2. Fiestas de Primavera	129
5.3. Feria de Septiembre	130
5.4. Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo	134
Capítulo 6. Desarrollo del cartel en Murcia	147
Capítulo 7. El cartelista de las fiestas de Murcia	183
7.1. El autor de carteles: concepto de cartelista	183
7.2. Relación de cartelistas murcianos	193

PARTE III: CATALOGACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS CARTELES DE FIESTAS DE MURCIA (1960-2015)	197
Capítulo 8. Planteamiento metodológico para el análisis del mensaje de los carteles de fiestas de Murcia	199
Capítulo 9. Análisis de contenido	239
9.1. El cartel de la Feria de Septiembre (1960-2015).....	241
9.1.1. Resultados de localización, fuentes y características técnicas	241
9.1.2. Datos del nivel significativo: textos	244
9.1.3. Datos del nivel significativo: elementos visuales y contexto argumental.....	256
9.1.4. Signos y aspectos relevantes del nivel significado para la construcción del imaginario de la Feria de Septiembre de Murcia	264
9.2. El cartel del Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo (1968- 2015).....	269
9.2.1. Resultados de localización, fuentes y características técnicas	269
9.2.2. Datos del nivel significativo: textos	274
9.2.3. Datos del nivel significativo: elementos visuales y contexto argumental.....	292
9.2.4. Signos y aspectos relevantes del nivel significado para la construcción del imaginario del Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo	306
9.3. El cartel de Semana Santa de Murcia (1960-2015)	308
9.3.1. Resultados de localización, fuentes y características técnicas	308
9.3.2. Datos del nivel significativo: textos	311
9.3.3. Datos del nivel significativo: elementos visuales y contexto argumental.....	328
9.3.4. Signos y aspectos relevantes del nivel significado para la construcción de la Semana Santa de Murcia.....	337
9.4. El cartel de Fiestas de Primavera (1969-2015)	341
9.4.1. Resultados de localización, fuentes y características técnicas	341
9.4.2. Datos del nivel significativo: textos	344
9.4.3. Datos del nivel significativo: elementos visuales y contexto argumental.....	356
9.4.4. Signos y aspectos relevantes del nivel significado para la construcción de las Fiestas de Primavera de Murcia.....	364
CONCLUSIONES	369
BIBLIOGRAFÍA	381
ANEXOS. Reproducción de la base de datos de los carteles de fiestas de Murcia	405

SIGLAS Y ABREVIATURAS

- ALMUDÍ: ARCHIVO MUNICIPAL DEL AYUNTAMIENTO DE MURCIA
- BR: BIBLIOTECA REGIONAL DE MURCIA
- CIOFF: COMITÉ INTERNACIONAL DE ORGANIZADORES DE FESTIVALES DE FOLKLORE
- FS: FERIA DE SEPTIEMBRE DE MURCIA
- FP: FIESTAS DE PRIMAVERA DE MURCIA
- FIFM: FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRÁNEO
- IGC: IDENTIDAD GRÁFICA CORPORATIVA
- PROG: PROGRAMA
- SS: SEMANA SANTA DE MURCIA

“El cartel necesita una argumentación, una forma de expresión que convenza y una forma de decir, porque el cartel es, pintura que habla” (Manuel Prieto Benítez, 1987)

INTRODUCCIÓN

La elección del cartel de fiestas como objeto de estudio de esta investigación es una cuestión personal de amor por el arte, concretamente por la pintura. El requisito académico de estudiar algo perteneciente al ámbito publicitario ha sido el filtro utilizado para buscar la intersección entre arte pictórico y publicidad. El repaso de las modalidades publicitarias y los formatos posibles de estudio que presentan las obras de artistas plásticos ha dado como resultado la localización del cartel de fiestas como fenómeno a analizar.

Las fiestas de Murcia han suscitado numerosos estudios históricos aunque ninguno de ellos ha investigado las características técnicas y semióticas de la publicidad. La pieza clave de las campañas de publicidad de las fiestas es el cartel y merece un detenido estudio que hasta el momento no se ha realizado. El estudio de los ejemplares desde el punto de vista técnico y semiótico revela las claves del imaginario de las fiestas de Murcia. Su estudio deja ver, asimismo, las influencias estéticas o la ausencia de las mismas en las tendencias artísticas de los autores, en su mayor parte artistas locales.

Esta investigación del cartel de fiestas murciano desde la segunda mitad del siglo XX hasta el año 2015 supone una aportación inédita al corpus de conocimiento ya que no se han realizado investigaciones específicas sobre el cartel de Murcia. Los trabajos realizados sobre este tema no han superado en extensión y profundidad a la elaboración de unos textos breves que acompañan a los programas de fiestas de algunos años y en ningún caso se han referido exclusivamente a los carteles, aunque no por ello carecen de valor. Así mismo, las entidades públicas han organizado alguna exposición de carteles y alguna muestra de una pieza concreta.

Por tanto, el estudio de estos documentos gráficos que son los carteles de las fiestas de Murcia ha permanecido inédito tanto desde la perspectiva documental como desde su análisis semiótico, siendo ésta la aportación más innovadora de esta Tesis.

El abordaje de nuestra novedosa investigación se realiza desde la concepción de este tipo de carteles como publicidad institucional porque pertenecen a esta categoría publicitaria. Esta realidad proporciona la visión del entramado ideológico del que forman parte los carteles, en tanto que son la herramienta principal de comunicación de las instituciones locales con el pueblo para el que preparan los días de ocio y diversión. Comprobamos que muchas de las imágenes destinadas a dar publicidad a las fiestas de Murcia continúan, en los comienzos del siglo XXI, consolidando los rasgos más tópicos de la ciudad como parte de la identidad simbólica murciana.

La prospección de las fuentes primarias nos ha mostrado un escenario en el que queda mucho por hacer ya que, si bien muchos carteles están catalogados en los archivos públicos, estos no han sido analizados desde la perspectiva propuesta. Para ello, y aunque somos conscientes de que el corpus localizado no alcanza la totalidad de lo que debió imprimirse desde 1960 hasta 2015, sí hemos rescatado parte del material más valioso. Las piezas analizadas del periodo en estudio junto a los testimonios recogidos de expertos en cartelismo murciano, autores de carteles de fiestas y responsables de conservación de estos materiales, son las fuentes de primera mano que nos

aportan los datos referentes a nuestro estudio porque se sitúan en el contexto espacio temporal al que se refiere el trabajo.

Junto a los documentos que están conservados en las distintas instituciones públicas y que hemos encontrado en otras fuentes privadas ofrecemos, por primera vez, una visión global de las características técnicas y comunicativas del cartel de fiestas de Murcia. Se trata de dar un paso en la extensa labor que resta para recuperar y analizar el Patrimonio Histórico Documental Publicitario murciano.

La hipótesis de partida del estudio es la siguiente: el cartel de fiestas de Murcia a lo largo de su historia se ha utilizado como formato publicitario con dos rasgos significativos. Por una parte, como cartel publicitario cumple una función informativa y otra corporativa en tanto que el anunciante incorpora su identidad como referente de identificación. Y por otra, posee un gran valor artístico porque en su mayoría han sido realizados por artistas plásticos de reconocido prestigio.

El objetivo principal de la tesis es escribir la historia del cartelismo murciano a través de la modalidad del cartel de fiestas de Murcia entre 1960 y 2015, desde una perspectiva publicitaria y semiótica.

Los objetivos secundarios que nos hemos marcado alcanzar consisten en:

Recopilar el mayor número posible de carteles de fiestas de Murcia de los años en estudio y de años anteriores, de manera que contemos con una cifra suficiente para abordar el estudio y sacar conclusiones.

Elaborar la base de datos operativa de los carteles de fiestas de Murcia.

Construir la metodología de análisis de contenido del mensaje publicitario que permita llevar a cabo el proyecto completo de estudio del cartelismo murciano en sus modalidades comerciales e institucionales.

Diseñar un modelo de ficha donde analizar cada uno de los ejemplares en relación con las características del mensaje.

Describir los rasgos generales del cartel de fiestas de Murcia.

Elaborar el glosario de cartelistas murcianos y determinar el perfil profesional de los autores de los carteles de fiestas de Murcia.

Identificar el imaginario de las fiestas de Murcia desde los carteles de fiestas.

Evidenciar que los carteles contienen información sobre muchos aspectos que pueden ser fuente primaria para estudios sociológicos y documentales.

Para lograr los objetivos propuestos hemos llevado a cabo la revisión bibliográfica y documental de monografías, artículos de revistas y periódicos, revistas y programas de las fiestas y documentos oficiales como las Hojas Informativas del Ayuntamiento que contienen datos sobre el cartel en general y el cartel de fiestas en particular.

Para la delimitación del trabajo de campo, además de las fuentes documentales hemos realizado entrevistas a personas relacionadas con la organización de las fiestas, a expertos del cartelismo en Murcia, así como a artistas participantes en esta actividad. Los carteles seleccionados corresponden a las Fiestas de Primavera, Semana Santa, Feria de Septiembre y Festival Internacional del Folklore del Mediterráneo. Hemos tomado tres criterios para su elección que

tienen que ver con la relevancia, continuidad y periodicidad de las fiestas. Relevancia, porque las fiestas estudiadas constituyen un reclamo turístico regional, nacional e internacional. Continuidad en el tiempo, porque ninguna de ellas ha dejado de anunciarse en el periodo de estudio. El Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo se ha celebrado todos los años desde su primera edición en 1968 hasta 2015. La periodicidad de las cuatro fiestas es anual. Lo más importante es que todas ellas se anuncian siempre a través de carteles siendo este soporte el medio principal de su campaña publicitaria. De acuerdo con estas variables no se han incluido festejos relevantes en la actualidad porque se han celebrado solamente unos años. Es el caso de las Fiestas de Moros y Cristianos, los festivales de teatro y Jazz en la calle, festival de jóvenes orquestas, etc. Los carteles de Toros tampoco se contemplan en este proyecto porque forman parte de una fiesta con entidad propia que no sigue los cánones del concepto de fiesta de este trabajo

Para la catalogación de los carteles hemos elaborado una ficha de análisis que incluye los datos técnicos, los elementos textuales y visuales, los signos de las fiestas y de la ciudad que hacen posible interpretar el significado de los mismos. Hemos construido una base de datos con las fichas de análisis que permite ordenar y hacer viables posibles investigaciones posteriores.

Con los datos que proporcionan las fichas extraemos los resultados que describen la estructura del cartel de fiestas de Murcia, los cartelistas murcianos y los signos de las fiestas de Murcia.

El trabajo se ha estructurado en tres partes que se distribuyen en nueve capítulos.

La primera parte trata sobre el origen y la evolución del cartel como soporte publicitario. El trabajo se basa en el estudio del hecho publicitario por lo que el capítulo uno aborda la publicidad exterior que es el contexto del cartel de la que forma parte como soporte. El concepto de cartel y sus funciones son el contenido del capítulo dos que culmina con la determinación de la definición de cartel de fiestas necesaria para la investigación. Para la comprensión de los carteles de fiestas necesitamos conocer su historia. Por lo que empezamos por conocer cómo nace y se desarrolla el cartel en Europa y en Estados Unidos en el capítulo tres. Y concretamos la historia de este soporte publicitario en España en el capítulo cuatro para entender y valorar lo sucedido en Murcia.

La segunda parte del trabajo consiste en la delimitación del trabajo de campo. Para estudiar el cartel de fiestas en Murcia necesitamos, en primer lugar, conocer las fiestas de la ciudad. Por ello el capítulo cinco proporciona los datos necesarios para entender las fiestas y poder interpretar las expresiones que vemos en los carteles que las anuncian. Hemos explicado el nacimiento de las fiestas en la ciudad y hemos dedicado un apartado a cada una de las cuatro fiestas donde se explican los orígenes y estructura de las mismas. El apartado dedicado al Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo es una de las aportaciones genuinas de esta investigación. El capítulo seis estudia el desarrollo del cartel en Murcia desde la perspectiva del cartel de fiestas, a partir de las fuentes bibliográficas y de los resultados de nuestra investigación. El capítulo siete empieza con un recorrido histórico del perfil de los autores de carteles y termina con la presentación del glosario de los cartelistas de fiestas murcianos, fruto de esta investigación.

La tercera parte describe el trabajo de campo que incluye la catalogación y el análisis de los carteles de Murcia desde 1960 hasta 2015, ambos inclusive. El capítulo ocho explica la metodología socio-semiótica que hemos construido para el análisis del mensaje de los carteles de fiestas de

Murcia. El capítulo nueve recoge los resultados del análisis de contenido de los carteles e incluye un epígrafe por fiesta con los datos extraídos de cada una.

El trabajo finaliza con la exposición del conjunto de conclusiones a las que hemos llegado en el estudio del cartel de fiestas de Murcia y de las posibilidades de investigación que se abren a partir de estas aportaciones.

**PARTE I: ORIGEN Y EVOLUCIÓN DEL CARTEL COMO SOPORTE
PUBLICITARIO.**

1. LA PUBLICIDAD EXTERIOR

“El cartel debe “atraer” por su belleza, “retener” por su intención, “convencer” por su mensaje y, luego, “soltar” con una sonrisa si es posible.

¡Así de bello es un cartel!” (Manuel Prieto Benítez, 1987)

El estudio del cartel debemos realizarlo en el contexto de la publicidad. El cartel es el soporte más representativo de la publicidad exterior. La publicidad es comunicación. Y se caracteriza por ser un tipo comunicación persuasiva en tanto en cuanto persigue una clara intención de convencer al receptor al que se dirige. Además, es comunicación masiva entendiéndose como tal aquella que se transmite a través de los medios de comunicación de masas. Así, la publicidad utiliza distintos canales para llegar al público objetivo. Por tanto, necesitamos una definición de medio y de soporte dentro de cada medio para ahondar en el tema que nos ocupa.

1.1. CONCEPTO DE MEDIO Y SOPORTE PUBLICITARIO

En primer lugar contemplamos el *tratamiento legal* de los conceptos de medio y soporte.

La Ley General de Publicidad (BOE 15-XI-88) no hace distinción explícita entre ambos conceptos. Recoge estos términos como sinónimos. La citada ley regula las figuras que pueden ser reconocidas como “medio de publicidad”, así como las condiciones que deben reunir para serlo. En el *TÍTULO III De la contratación publicitaria, CAPÍTULO I Disposiciones generales*, el Artículo 10 (Lema Devesa y Gómez Montero, 1999, p.118) dice así:

“A los efectos de esta Ley:

- Es anunciante la persona natural o jurídica en cuyo interés se realiza la publicidad.
- Son agencias de publicidad las personas naturales o jurídicas que se dediquen profesionalmente y de manera organizada a crear, preparar, programar o ejecutar publicidad por cuenta de un anunciante.
- Tendrán la consideración de medios de publicidad las personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, que, de manera habitual y organizada, se dediquen a la difusión de publicidad a través de los soportes o medios de comunicación social cuya titularidad ostenten.”

Continúa la mención en el Artículo 11 (Lema Devesa y Gómez Montero, 1999, p.118) obligando a los medios a avisar a sus audiencias cuando los mensajes que transmitan sean publicitarios. Se reconoce así la posibilidad que tiene todo medio de comunicación de masas de realizar la función publicitaria siempre y cuando lo haga conforme a la ley.

“Artículo11

Los medios de difusión deslindarán perceptiblemente las afirmaciones efectuadas dentro de su función informativa de las que hagan como simples vehículos de publicidad. Los anunciantes deberán asimismo desvelar inequívocamente el carácter publicitario de sus anuncios.”

Respecto a la definición legal de medio publicitario M^a Angeles González Lobo (1994, p.37) señala el uso del término “*medios* en dos sentidos: como entidad propietaria y como objeto poseído”. Y concluye con la afirmación de que ambos conceptos: medios y propietarios de los medios, no se definen con claridad en la citada ley.

Si bien desde el punto de vista legislativo no existe una clara distinción entre medio y soporte, en cambio, desde el punto de vista publicitario si se delimitan ambos conceptos.

Para Mariola García Uceda (2001, p.279), la función de los medios de comunicación “consiste en actuar como engranajes que permiten la transmisión de los mensajes”. Y añade que los medios publicitarios “son procedimientos técnicos” que transportan los anuncios hasta el público objetivo.

La autora describe los medios desde el punto de vista técnico, como realidades que posibilitan la comunicación. Y apunta dos distinciones que acercan a la delimitación de los conceptos que aquí se tratan.

Por una parte, establece una tipología de medios de comunicación en función de su propósito principal que consta de tres categorías:

1. *Medios de comunicación social*, que son empresas informativas creadas para difundir noticias.

2. *Medios comerciales*, que cumplen su cometido principal pero incluyen publicidad constituyéndose en “medios publicitarios”.

3. *Medios estrictamente publicitarios*, que solo admiten anuncios. La publicidad exterior (vallas publicitarias, mobiliario urbano: mupis, marquesinas, etc.) es el ejemplo más representativo de este tipo de medios. Otros ejemplos son la publicidad directa y la publicidad en el lugar de venta (PLV).

Dentro de los medios publicitarios, García Uceda (2001, pp.279-280) especifica la diferencia entre medio y soporte de la siguiente forma:

“-*Medios publicitarios*. Definidos como los canales de difusión de nuestros mensajes publicitarios.

-*Soportes publicitarios*. La oferta concreta de vehículos de difusión que ofrece cada medio al mercado: los distintos títulos de prensa diaria, revistas que circulan en la actualidad a nuestro alcance de compra, las distintas cadenas de televisión, las diferentes emisoras de radio (...)”

Estas definiciones de soporte y medio publicitario son válidas en principio, pero desde la perspectiva de la planificación de medios de la publicidad, la distinción entre ambos términos adquiere matices que conviene conocer.

El profesor Martínez Ramos (1992, pp.7-12) aporta una visión de medio y soporte, desde el punto de vista de la “tecnología de los medios”, esencial para la comprensión del tratamiento y uso de los datos procedentes de la investigación de audiencias en la actividad publicitaria.

En esta materia Martínez Ramos plantea el concepto de soporte como un convenio entre los investigadores de los datos de audiencia y las agencias de publicidad y centrales de medios, con el fin de optimizar la inversión publicitaria de los anunciantes en los medios. Para este autor “un soporte es un lugar, espacio o tiempo (...) en el que podemos incluir publicidad” y el medio será “el conjunto de soportes” (1992, p.244). Pero la importancia del concepto de soporte radica en que se pueda tratar estadísticamente (sumar, restar, discriminar, factorizar, segmentar, separar, comparar...). El concepto de medio es demasiado global para que se pueda operar estadísticamente con él. Por esta razón se ha de encontrar la unidad estadística operativa (una parte del medio) que permita operar con cualquier medio al mismo tiempo. Esta parte del medio tiene que poderse utilizar en un ordenador. Así por ejemplo, si consideramos el medio televisión en conjunto y tratamos de estudiar su audiencia necesitaremos segmentar el medio en unidades más pequeñas y operativas, para que se pueda contestar a las preguntas sobre la hora de ver tv, el día de la semana, el tiempo que dedica a ver tv, el grado de interés de lo que ve, etc.

Para ello, es necesario segmentar el medio en unidades más operativas. Se trata de delimitar segmentos (soportes) compuestos por períodos de tiempo, por espacios físicos, momentos. Estas partes han de ser unidades sumables, clasificables, comparables dentro del mismo medio, y entre distintos medios. Para determinar esta unidad llamada soporte, Martínez Ramos emplea dos criterios:

A.-Ha de ser medible. La parte del medio que constituye el soporte, debe permitir conocer dos informaciones básicas sobre el mismo:

- 1.- *Cuántas personas entran en contacto con el soporte;*
- 2.- *Quiénes son estas personas.*

En consecuencia, para decidir si una página o una línea de un diario es un soporte, se ha de estudiar si se puede medir, esto es, si se puede conocer cuántas personas entran en contacto con esta página o línea y quienes son esas personas.

B.-Ha de ser útil para el usuario. El anunciante quiere saber las personas que quedarán impactadas por su anuncio, no por todos los espacios del medio. Por ejemplo, conocer el número de personas que entran en contacto con la televisión, en su conjunto, no es útil para el anunciante. El anuncio que éste inserte en televisión durará x segundos pero no toda la programación de televisión de toda la semana. Sin embargo sería fácil medir esta audiencia total del medio.

Con este panorama, Martínez Ramos delimita los espacios (unidades estadística operativas: medibles y útiles) que se consideran soportes en los distintos medios entendiendo soporte como “la unidad o segmento del medio más pequeño que sea medible y en el que, naturalmente, se pueda incluir publicidad”. Así, por ejemplo, soporte en televisión debe ser un período horario que lleve a cometer el mínimo error posible en relación al tiempo que utiliza el anunciante. Ha de ser un compromiso entre lo medible y lo operativo. Para este autor, los soportes en los medios tradicionales son: en televisión, un período de tiempo de media hora, un día de la semana; en radio, un período horario de media hora un día medio de la semana (en el caso de laborables) en una emisora o agrupación de emisoras; en prensa, el diario en su conjunto, el número, el título¹; en

¹ En este soporte Martínez Ramos asume el error de medida que consiste en considerar que el individuo que declara que lee un título, tiene la oportunidad de exponerse a cualquier anuncio que contenga.

revistas, el título²; en cine, la categoría de una sala y respecto al medio exterior, el autor no se pronuncia.

El estudio de Martínez Ramos ha sido trascendental para el avance en la medición de audiencia y su aplicación en la planificación de medios en nuestro país.

Se pueden encontrar otras perspectivas sobre la distinción entre medio y soporte, por ejemplo, en sitios web dedicados al marketing, que constatan el reconocimiento de que sendos conceptos no son sinónimos. Por ejemplo, Gabriel Olamendi (n.d.) en una página web dedicada a cursos de formación para empresas define medio y soporte publicitario en los términos siguientes:

“Los medios publicitarios son los diferentes canales de comunicación a través de los cuales pueden transmitirse los mensajes publicitarios.

El soporte publicitario es todo tipo de vehículo capaz de servir para transmitir un mensaje publicitario. En otros términos, los soportes publicitarios son los diferentes subcanales de comunicación publicitaria que pueden existir dentro de un mismo medio.”

Pero la delimitación de conceptos más acertada es la que incluyen González Lobo y Enrique Carrero López (2003) en su *Manual de planificación de medios*. La propuesta reúne el planteamiento teórico de la investigación académica y la experiencia profesional del mercado publicitario, en general y del mercado de los medios publicitarios, en particular. Estos autores (González Lobo y Enrique Carrero López, 2003, p.71) definen medio y soporte desde el punto de vista publicitario de esta manera:

“Medio *es* el resultado del desarrollo de una técnica en lo que tiene de vehículo para la inserción de mensajes publicitarios. Soporte *es* cada una de las realidades en las que se materializa el medio. La realidad soporte, a su vez, puede simplificarse mediante sucesivas fragmentaciones, pudiendo, por lo tanto, afirmarse que *un soporte está formado por otros soportes de menor complejidad*. Medio es el conjunto de soportes de la misma naturaleza.”

Así, se denomina medio a toda la televisión, y soportes son cada una de las cadenas, pero también cada uno de los bloques horarios en los que se emiten los anuncios dentro del mismo bloque. Medio es la prensa diaria y soportes son cada uno de los títulos que la componen, y también cada una de las páginas de que consta la edición. Medio es la publicidad exterior; soportes son las vallas, marquesinas y también es soporte de exterior cada una de las caras del mobiliario urbano instaladas en las calles de las ciudades.

En la actualidad la investigación de audiencias³ contabiliza los impactos de los soportes de exterior, considerando la orientación de las caras y el flujo de los viandantes. Desde 2000 (Exterior,

² Para Martínez Ramos (1992, p.10) “Lo ideal sería tomar la página como soporte pero es imposible conocer la audiencia de cada página de cada revista.”

³ “El Estudio Geomex sobre audiencia del medio exterior es un proyecto puesto en marcha por las empresas exclusivistas del medio, agencias de medios y las asociaciones sectoriales, entre ellas la AEAP, ante la falta de información de audiencias que tradicionalmente llevaba implícito el sector. El objetivo era conseguir una herramienta de trabajo que permitiese la planificación objetiva del medio. La empresa Cuende Infometrics es la encargada de la elaboración técnica del estudio. www.cuende.com” Encontrado en <http://www.aeap.es/actividades/actividades.asp?apt=1> [visitado el 20/03/2006]. En la referenciada web de Cuende se exponen todas las metodologías utilizadas en los distintos estudios de

2005, p.40) se lleva a cabo en España el estudio Geomex diseñado por Cuende Asociados. La función primordial del estudio es la equiparación de la planificación del medio exterior a la de los demás medios convencionales.

El estudio consiste en la recogida de información realizando más de 20.000 encuestas anuales en los hogares de los entrevistados mediante CAPI. El universo del estudio está compuesto por personas de edades comprendidas entre los 14 y 75 años, residentes en ciudades de más de 70.000 habitantes, concretamente sesenta y tres ciudades.

Se registran datos sociodemográficos y tipológicos así como los trayectos que ha realizado el entrevistado durante los siete últimos días, considerando el medio de locomoción, el motivo de la salida, la frecuencia de la misma, el día y la hora.

La audiencia del medio se calcula cruzando la información de los trayectos de los individuos con los datos sobre localización de los soportes/caras (estudio del patrimonio de soportes renovado semanalmente y realizado sobre cartografía digital -georeferenciación en la cartografía), la orientación de cada cara respecto a la calle y las caras que puede ver el viandante en su paseo. Se estiman a su vez, factores como el tipo de soporte, la distancia y visibilidad según superficie de la cara, y legibilidad, el sentido y la frecuencia del desplazamiento y la orientación de la cara.

La audiencia se calcula por la relación entre el Soporte/Cara y el trayecto de cada individuo. Mediante la asignación de los segmentos de calle denominados "eje" por donde ha pasado un individuo y puede ver la cara del soporte, y la probabilización por frecuencia del trayecto.

De esta forma, un "impacto" en el medio exterior corresponde a un individuo que en un trayecto pasa por uno o más ejes asignados a la cara orientada en el sentido del desplazamiento.

El avance de este tipo de datos es que se pueden introducir y trabajar con el programa Tom Micro -donde el "circuito" es la unidad que se comercializa y la semana es la unidad mínima de tiempo medida - sumándolos a los datos del EGM de audiencia de medios convencionales.

La aparición de Geomex supuso una revolución para el medio exterior (Breva Franch, 2010) junto con la inclusión del medio al EGM ya que posibilita a los planificadores la integración de exterior en las estrategias de medios al mismo tiempo que el resto de medios.

Otro adelanto en la valoración del medio exterior es el estudio de audiencia de autobuses "Geotrans". Los primeros datos de este estudio se introdujeron en el Tom Micro en mayo de 2005 y corresponden a los autobuses de Barcelona. El estudio se lleva a cabo con la metodología basada en el Geomex. La diferencia más importante es que el soporte autobús no es fijo por lo cual, la audiencia se estima valorando el movimiento de los autobuses.

En el nuevo panorama de la investigación del medio exterior se cuenta con programas que facilitan la planificación del medio desde la realidad del mismo. Es el caso del sistema de Valoración Cualitativa (SVC) que ofrece Outdoor Consulting. Este sistema consiste en una base de datos de los soportes ubicados en todo el país con imágenes de los mismos y una valoración del emplazamiento. Esto permite valorar los soportes en función de su adecuación a los mensajes y de imaginar la realidad que contratan así como comprobar el estado del mismo.

Además de estos conceptos propios de la investigación de audiencias del medio exterior, en la profesión publicitaria se utilizan conceptos específicos para este medio que conviene recoger en este epígrafe para que su posterior utilización sea comprendida con precisión. Estos conceptos son los que corresponden a los términos de emplazamiento, soporte y frecuencia (Pérez Ruiz, 1996).

Se entiende (González Lobo et al., 2003, p.392) por emplazamiento el lugar exacto donde está colocado el soporte de exterior⁴. Si en un mismo emplazamiento se sitúan varias vallas se suele hablar de colonias.

El soporte, entendido como realidad material del medio que se puede simplificar hasta aquella unidad donde quepa un anuncio, correspondería en exterior a una valla, una marquesina, una cabina de teléfono, un mupi, etc. Además, las distintas caras de estos soportes también son soportes a su vez. Por descontado, en un mismo emplazamiento pueden situarse varios soportes.

Partimos de esta forma de entender los medios de comunicación y su realidad materializada en soportes. A continuación, necesitamos centrar la atención en el medio exterior porque el cartel es el soporte primitivo y más representativo de este medio.

1.2. CONCEPTO DE PUBLICIDAD EXTERIOR

El concepto de publicidad exterior ha sido definido por diversos autores. La mayor parte de las definiciones de publicidad exterior se componen de la descripción de algunas de las características más relevantes y diferenciadoras del medio. Por ejemplo, Mariola García Uceda (2001, p.296) lo define como “una estructura heterogénea cuya característica más clara es la de ubicarse fuera de nuestras casas”.

Y Juan Rey Fuentes (1991, p.215, citado por Coronado e Hijón, 2001, p.115) sobre la construcción del discurso publicitario ha escrito lo siguiente:

“La publicidad exterior es la forma más genuina y heterogénea de cuantas puede adoptar el discurso publicitario. Es la más genuina porque-a diferencia de la publicidad en prensa, radio y televisión-, la exterior generalmente no transmite otro tipo de mensaje que el publicitario.”

Otros autores enumeran los lugares donde se ubican los soportes de publicidad exterior. Así, para M^a Ángeles González Lobo y Enrique Carrero López (2003, p.172) el medio exterior:

“consiste en un conjunto heterogéneo de soportes cuya única característica común es la de estar en lugares públicos, tanto si se encuentran al aire libre (calles, carreteras, playas, instalaciones deportivas) como si se trata de espacios cerrados (aeropuertos, aparcamientos cubiertos, palacios de deportes, etc.)”

Por su parte, Marta Pacheco (2000, p.21), autora⁵ de la primera investigación en profundidad sobre publicidad exterior en España, define este medio como un medio convencional, “constituido

⁴ Para la contratación del medio exterior se elabora la lista de emplazamientos seleccionados para la campaña indicando para cada uno, la localidad, dirección, tipo de emplazamiento, categoría y fechas de exhibición.

⁵ La obra, *Cuatro décadas de publicidad exterior en España*, consecuencia de la tesis doctoral de la autora, es fundamental en el ámbito de la publicidad exterior en España. Comienza por exponer la historia del medio en nuestro país, continúa con el análisis de la situación actual y cierra la obra con la proyección cualitativa de futuro a corto plazo.

por un vasto conjunto de soportes que poseen la característica común de hallarse instalados en el “exterior”, en la calle, de tal modo que salen al encuentro de su audiencia una vez que ésta ha abandonado el ámbito privado y se introduce en las áreas de dominio y uso público (calles, vías de comunicación, medios de transporte, etc.).”

Hay definiciones que se centran en la relación de formas posibles que puede adoptar el mensaje en este medio. Junto a estas definiciones encontramos el estudio del concepto de publicidad exterior que hace Miguel-Angel Pérez Ruiz (1996) y que nos parece el más acertado. Este autor sintetiza las opiniones de los tratadistas que han estudiado la naturaleza de la publicidad exterior y destaca las dos notas esenciales de este tipo de publicidad:

1) En primer lugar, debe ser *publicidad*, entendiendo como tal la comunicación orientada a suscitar la contratación mediata o inmediata de bienes y servicios. Este concepto de publicidad es el que recoge la Ley de Publicidad que en su art. 2 (Lema Devesa y Gómez Montero, 1999) delimita como aspectos fundamentales que definen la publicidad los siguientes: ha de ser una forma de comunicación; realizada por una persona física, jurídica, privada o pública; ejerciendo una actividad comercial; con el fin de promover una contratación de bienes y servicios.

2) En segundo lugar, los mensajes publicitarios deben difundirse en el exterior. Entendiendo el término exterior en dos acepciones: por un lado, como lo contempla el Decreto 91/1967 de 20 de abril. En este texto *exterior* es el opuesto a *interior* haciendo referencia a “espacios abiertos”, “calles o plazas”, “vías de comunicación”, “medios colectivos de transporte” y “lugares o ámbitos de utilización general”. Lugares que no son privados sino de uso público. Por otro lado, exterior indica el *lugar físico* (como ya hemos mencionado también denominado en el argot profesional *emplazamiento*), que ocupa la publicidad. Frente al significado del término *espacio* que en los medios de comunicación persuasiva de masas indica la (porción), parte del medio que ocupa el mensaje (el tiempo en los medios audiovisuales y los centímetros en los medios impresos).

Estos dos rasgos destacados por Pérez Ruiz permiten considerar publicidad exterior espacios como una pequeña sala de espera de un apeadero de ferrocarril.

1.3. CARACTERÍSTICAS DEL MEDIO EXTERIOR

Como hemos visto al hablar de la definición de medio y soporte, la publicidad exterior es un medio de los denominados *estrictamente publicitarios* que se creó con la finalidad de insertar exclusivamente anuncios.

González Lobo (1994) señala como característica de los medios estrictamente publicitarios que desde su concepción hasta sus estructuras finales se destinan a comunicar única y exclusivamente mensajes publicitarios. La misma incluye en esta categoría las manifestaciones del medio exterior junto a la publicidad en el punto de venta y la publicidad directa.

Cabe señalar en este punto la matización que hace Marta Pacheco (2000) cuando se refiere a algunos soportes del mobiliario urbano como soporte del medio exterior. Estos elementos comparten la función publicitaria con la función social de servicio al ciudadano. Por ejemplo, los mupis que cuelgan el anuncio publicitario por una cara y por la otra sostienen carteles de

información municipal. Sin embargo, este hecho constituye la excepción que confirma la regla del medio publicitario por excelencia, aunque dota de una nueva dimensión a la publicidad exterior.

González Lobo (1994), clasifica los medios atendiendo al soporte técnico, y distingue tres categorías: medios impresos, medios audiovisuales y otros medios. En función de esta clasificación la mayor parte del medio exterior se integra en los medios impresos junto a la prensa. Ahora bien, exterior y prensa (diarios y revistas) solo coinciden en que los anuncios se imprimen en papel, es decir en la naturaleza del soporte técnico que utilizan.

Concretamente González Lobo incluye dentro del medio exterior impreso las vallas de papel impreso, las cabinas telefónicas, las marquesinas y otros elementos impresos y pegados en las paradas de autobús.

Además de las arriba expuestas, el medio exterior presenta otras características que conviene recoger con el fin de comprender su naturaleza y funcionamiento.

Así, y continuando con el estudio de M^a Ángeles González Lobo, el contacto con este medio se produce en las calles y, en general, en las zonas públicas, es decir *fuera de los hogares*. Esta característica es tan esencial que en la actividad publicitaria americana (Russell, J.T. Y Lane, W.R., 2001, p.331) se ha pasado a hablar de “the Out-of Home Medium” -el medio fuera del hogar-. Utilizan el término de *publicidad fuera del hogar* porque refleja mejor el alcance de la industria de este medio que ofrece gran variedad de opciones creativas que superan a los letreros muy grandes y a los anuncios de carretera.

Por otro lado, cuando salimos de las casas no solo nos desplazamos. La salida se compagina con otra actividad como pasear, hablar, pensar, hablar por el móvil, conducir, buscar un lugar, etc. Esta *simultaneidad de acciones* provoca falta de atención en la percepción de los anuncios de exterior.

En estas condiciones, el anuncio que se difunde en los soportes del medio exterior ha de ser percibido en décimas de segundo, es decir, *captado en un breve lapso de tiempo*⁶. Este rasgo temporal del impacto del anuncio de exterior tiene consecuencias directas en la construcción del mensaje publicitario que se ha de elaborar con un texto breve que llame mucho la atención acompañado de una imagen asimismo llamativa y clara. O también se puede depositar la fuerza argumental (Pérez Ruiz, 1996) en las imágenes, siendo el texto el que polarice el mensaje en alguno de los significados posibles.

El medio exterior se caracteriza porque el contacto con sus mensajes es *gratuito* y no requiere *ningún tipo de acción voluntaria* por parte del receptor (por ejemplo, la compra del periódico o el ejercicio de leer pasando las hojas de la revista). El viandante va siendo impactado, sin hacer ningún esfuerzo, por los mensajes publicitarios que le sobrevienen a su paso por las calles y carreteras por las que transita. Sin embargo, se puede considerar a la publicidad exterior como pasiva (Pérez Ruiz, 1996) porque es el espectador el que tiene que pasar por el lugar de los soportes. Desde esta postura no son los soportes los que irrumpen en el campo visual del público sino al contrario.

⁶ Para González Lobo y Carrero López (2003, pp.82-83) las características del medio exterior relacionadas con la naturaleza del medio, con independencia de las condiciones específicas del mercado, son: “*el que menos esfuerzo necesita por parte del público*” y “*mensaje sencillo*”.

Estrechamente unido al rasgo anterior, se encuentra la característica del medio exterior que consiste en el elevadísimo número de personas de la población que se exponen a él. Lo que en términos de audiencia de medios se conoce como cobertura.

El único requisito para ser impactado por el medio es salir a la calle, por esta razón, la mayor parte de los individuos pueden ser audiencia del medio exterior. Los anuncios se colocan en los lugares donde transcurre la vida del público: viven, trabajan, hacen deporte o se divierten. Los anuncios de exterior no necesitan ningún aparato mediador para su percepción, sencillamente, están ahí.

Se suma a las anteriores características del medio la permanencia constante que lo capacita para actuar sin descanso sobre los viandantes. Esta característica dota al medio de gran rapidez de frecuencia de contactos del anuncio con el público. Rasgo muy importante a tener en cuenta en la planificación de medios de las campañas de publicidad. Sin embargo, y dada la extensísima diversidad de los soportes de este medio, esta característica no se puede atribuir a la totalidad de los soportes que forman parte de su estructura, como la publicidad en los medios de transporte que recorren la ciudad, las carreteras y los cielos. Pero también es cierto que sus recorridos son cíclicos.

La publicidad exterior cumple, en ocasiones, una *función estética*. Las vallas se utilizan para decorar las ciudades, se disponen en las obras para tapar los edificios que se están construyendo o reformando. Puede tratarse de anuncios de cualquier producto; de la empresa u organismo que construye o repara inmueble o del que financia tal actividad. En ocasiones, la lona que cubre el edificio simula el aspecto que éste presentará cuando las obras hayan acabado (resultado de las obras de reparación).

Este rasgo decorativo de la publicidad exterior ha sido reconocido, por ejemplo, en el caso del Toro de Osborne⁷. La citada valla publicitaria ha sobrevivido en el paisaje español por su reconocimiento como parte de la identidad del entorno⁸, mientras todas las vallas de las carreteras españolas que suponían riesgo para los conductores, porque los podían distraer de la conducción, han sido desmontadas⁹ para mejorar la seguridad en las carreteras.

La depuración de los espacios ocupados por las vallas publicitarias, tanto en las carreteras como en las ciudades, se llevo a cabo a finales de los años ochenta y principios de los noventa. Era necesario regular la situación dada hasta entonces porque el paisaje urbano y las carreteras estaban contaminados. Los empresarios instalaban las estructuras de las vallas en cualquier lugar, incluso sin tener licencia para hacerlo, y, por supuesto, sin pagar nada a los ayuntamientos en las que estaban emplazadas.

Este proceso de organización ha favorecido al medio exterior porque eleva su calidad de visionado. Al haber menos estructuras amontonadas en un lugar, la visibilidad de los anuncios es

⁷ Sobre este caso se puede consultar el comentario a la sentencia del Tribunal Supremo de 30 de diciembre de 1997 escrito por Sánchez Parra, J. (1999, pp.71-80) que ya en su título -El caso Osborne: una sentencia "artística"- deja patente la función estética a que nos referimos.

⁸ En palabras de Eguizábal (2009, p.225) este toro "constituye un modelo de << icono >>, entendiendo por tal una imagen u objeto muy estable y que más allá de su propósito original (artístico, publicitario, religioso) alcanza una dimensión social, forma parte del imaginario social."

⁹ Los Ayuntamientos se encargan de autorizar los emplazamientos de las vallas en su territorio y cobran impuestos por tal actividad.

mayor y la consecuencia en términos de audiencia es directa: aumenta la probabilidad de ver los mensajes publicitarios mejorando cualitativamente el impacto producido sobre el público.

El medio exterior tiene gran *capacidad de segmentación* (Ferrer Roselló, C., Maciá Mercadé, J., Pérez Díaz De Los Ríos, B., 2001) porque se pueden elegir las calles y lugares donde situar los anuncios. Esto lo convierte en un medio muy apropiado para los anunciantes locales de la ciudad y del barrio. Pero es igualmente válido para los grandes anunciantes que lo incluyen en su media planning como apoyo en las campañas de ámbito nacional, en acciones zonales o para lanzamientos de nuevos productos en mercados de prueba reducidos.

En este punto, es muy descriptiva la forma de colocar a la publicidad exterior en la clasificación de medios desde el punto de vista de la planificación de medios que elaboran M^a Ángeles González Lobo y Enrique Carrero López (2003, pp.70-76). Los autores posicionan los medios en España en una escala teórica en función de cinco criterios que son: poder discriminante, alcance geográfico, divisibilidad, economía de acceso y rentabilidad. Lo más relevante de esta visión es que del medio exterior “se puede predicar una cualidad y la contraria”.

En cuanto a su capacidad *para alcanzar a un grupo de personas homogéneo* y bien definido -es decir, su poder discriminante- es *reducida*. Por el contrario, como acabamos de ver, *su poder de discriminación geográfica es muy alto*.

Los emplazamientos del medio exterior son de *alcance local*. Pero, bien planificado este medio puede lograr un *alcance geográfico nacional*.

Según el criterio de divisibilidad, la publicidad exterior ofrece una *gran variedad tanto de formatos* (medio muy versátil) como *de soportes* (medio muy atomizado).

Desde la ya mencionada limpieza de las carreteras y vías urbanas de vallas publicitarias, apoyado en el desarrollo de nuevas tecnologías y con mucha creatividad, el medio exterior ha puesto al servicio de los anunciantes nuevos soportes casi más numerosos que los convencionales. Además de su gran número, los soportes guardan poca relación entre sí dadas las ilimitadas posibilidades de hacer publicidad en lugares públicos. Esta gran variedad la desarrollamos en el epígrafe siguiente dedicado a los tipos de soportes de exterior.

Dada la alta atomización del medio, el acceso es caro porque el umbral mínimo económico que necesita un anunciante para tener una presencia útil en este medio es elevado. Aunque posibilita la utilización del medio para campañas muy concentradas.

En todo caso, la rentabilidad del medio exterior, -que está en función del coste por impacto de la personas pertenecientes al público objetivo- es baja porque el coste de que una persona del público al que se dirige la campaña quede o pueda quedar impactada por él es, por lo general, elevado.

Las posibilidades de contratación de exterior son cada vez más amplias, es decir, el medio es más flexible, tanto en número de soportes como en períodos de tiempo. Esta circunstancia beneficia a los anunciantes locales de pequeñas y medianas empresas. Como los métodos de investigación de audiencia del medio se han perfeccionado, se pueden seleccionar circuitos cada vez más eficaces para las campañas publicitarias. Se empieza a hablar de *circuitos targetizados* (Breva, 2012), es decir, un recorrido de soportes diseñado teniendo en cuenta al público objetivo al que se dirige la campaña.

En resumen, consideramos que las características del medio exterior que nos sirven de marco de referencia para el estudio del cartel son:

• <i>Medio estrictamente publicitario</i>
• <i>La Publicidad se encuentra fuera del hogar</i>
• <i>Simultaneidad de acciones del público receptor</i>
• <i>Captado en un breve lapso de tiempo</i>
• <i>Gratuito para el público</i>
• <i>Ningún tipo de acción voluntaria por parte del público</i>
• <i>Elevadísimo número de personas de la población que se exponen a él (cobertura)</i>
• <i>Rapidez en conseguir elevado número de contactos por individuo (frecuencia)</i>
• <i>No necesitan ningún aparato mediador para su percepción</i>
• <i>La permanencia es constante en la mayoría de los soportes</i>
• <i>Función estética</i>
• <i>Capacidad de segmentación por personas reducida</i>
• <i>Capacidad de segmentación geográfica elevada</i>
• <i>Los emplazamientos son de alcance local. El Medio de alcance nacional</i>
• <i>Gran variedad de formatos y de soportes</i>
• <i>La rentabilidad del medio es baja porque el coste por impacto es elevado</i>
• <i>Alto presupuesto para conseguir eficacia en el medio</i>
• <i>Las posibilidades de contratación de exterior son cada vez más amplias.</i>

Para finalizar este repaso de las características del medio exterior en general, hay que apuntar que los soportes que integran este medio tienen, a su vez, sus propios rasgos y cualidades.

1.4. TIPOLOGÍA DE SOPORTES DE PUBLICIDAD EXTERIOR

Una de las características más relevante del medio exterior es la heterogeneidad de sus soportes, sus ubicaciones/emplazamientos y, por tanto, sus posibilidades creativas (Ortega, E., 2004).

Una pincelada histórica sobre la constante creatividad de este medio en cuanto a la búsqueda de soportes donde ubicar los anuncios, se remonta a la primera mitad del siglo XIX. Las calles de grandes ciudades como Londres se encontraban tan saturadas de carteles pegados por todas las paredes de sus edificios que, en 1839 en esta capital, se prohíbe utilizar los muros de los edificios privados para fijarlos. Ya existían desde 1824 las columnas móviles con luz para la noche y un barnizado especial para proteger los carteles de la lluvia, pero desde que se impone esta limitación, se idean formas nuevas como el hombre anuncio o el carro de caballos que porta una columna

móvil. En 1853 cuando las columnas fijas en aceras y plazas impiden el tránsito por las calles de Londres, estas también serán prohibidas. En Madrid en los años 50 se prohíben las columnas pero esta medida no surte el efecto deseado por lo que se decide habilitar lugares específicos para pegar los anuncios. En los años veinte y treinta llegan los luminosos a España, como el conocido anuncio del Tío Pepe, sito en la Puerta del Sol de Madrid; reinstalan las columnas parisinas por diversas ciudades españolas; y, en Barcelona, se plantan postes de hierro que soportan un espacio cuadrado para insertar los anuncios. En los años sesenta aparecen las primeras agencias de vallas publicitarias (Red y Publivia), la publicidad en los transportes, en las carreteras y en las ciudades con las cabinas de teléfono (Cetesa), se extienden los luminosos (Expoluz) y los anuncios en el aire con avionetas en las playas. Pero el compás entre nuevos formatos y nuevas restricciones sobre su uso, se da en el tiempo hasta nuestros días, cuando se suma al panorama de la publicidad exterior, la aparición de movimientos activistas contra la publicidad. En España existe un grupo que lucha contra la contaminación visual que provoca la publicidad llamado Resistencia a la Agresividad Publicitaria. Desde la perspectiva medioambiental, la contaminación de las ciudades está provocada en buena parte por la publicidad exterior. La contaminación visual y sonora de las ciudades perjudica a la calidad del paisaje urbano a nivel estético y ecológico y se llega a hablar de perjuicio de la salud de los ciudadanos. Esta perspectiva medioambiental hace imprescindible plantear el giro hacia la publicidad sostenible dentro del denominado *city branding* (Olivares, 2009) puesto que el nivel de saturación publicitaria es un rasgo de posicionamiento. Esta tendencia ecológica puso en marcha en Europa el proyecto de calidad y limpieza medioambiental de la red europea de ciudades –Eurocities, llamado Clean Cities que persigue, entre otras cosas, la contaminación gráfica.

En el medio exterior encontramos diversas categorías en función del soporte material y de la ubicación de los anuncios. En este punto partimos de la relación de categorías realizada por González Lobo (1994, p. 182). La autora menciona las tres categorías más relevantes: el papel; el transporte (autobuses, trenes, metros) y la fija (vallas pintadas, vallas luminosas). Nosotros damos una relación más pormenorizada que incluye los nuevos soportes que son utilizados por el medio exterior.

Atendiendo al material utilizado por los soportes, el papel es la categoría más importante del medio exterior porque es la de mayor volumen y la que más se ha estudiado. Por estas razones se suele incluir el medio exterior en las clasificaciones como medio impreso. A esta categoría pertenecen soportes como las vallas estándar, cabinas y marquesinas, entre otras.

Aunque el papel sigue siendo el *material* más utilizado para la publicidad exterior, ampliamos esta categoría a materiales impresos, ya que el desarrollo de la impresión digital ha posibilitado imprimir materiales más complejos que el papel. Se trata de materiales que se adaptan mejor al medio ambiente y son más duraderos. Por tanto, incluimos aquí las banderolas que penden de las farolas y postes de las calles, lonetas colgantes de los edificios, el vinilo adhesivo, etc. La serigrafía es una forma de impresión muy utilizada en el medio exterior porque utiliza tintas más duraderas al aire libre que la tipografía y el huecograbado y permite imprimir sobre cristal y superficies plásticas.

Junto a los materiales impresos encontramos otras dos importantes formas de plasmar los anuncios en los soportes y lugares deseados, como son la pintura y los luminosos. Pero este apartado queda abierto para incluir cualquier innovación.

Si atendemos a la *ubicación* de los soportes nos encontramos con dos grandes grupos de clasificación. Un grupo formado por los soportes que se sitúan en la vía pública y el otro por aquellos que se colocan en instalaciones. En este segundo grupo se incluyen zonas de acceso restringido. La capacidad de segmentación de los soportes de estas zonas aumenta considerablemente porque las personas que acceden a ellas tienen unas características comunes que las definen, pero no ocurre lo mismo con la heterogeneidad de la población que deambula por las calles.

Además, estos lugares e instalaciones pueden estar abiertos al aire libre o estar cerrados. Valga de ejemplo este pequeño listado de lugares fuera de nuestras casas, donde se pueden ubicar los anuncios de exterior distinguiéndolos según sean abiertos o cerrados:

- emplazamientos al aire libre: calles, carreteras, playas, puertos, campo, instalaciones deportivas, plazas de toros, campings, aparcamientos al aire libre.
- emplazamientos en espacios cerrados: aeropuertos, estaciones de ferrocarril, aparcamientos cubiertos, palacios de deportes, metros, recintos feriales, el interior de vehículos de servicio público, centros comerciales.

A su vez, los soportes de exterior se dividen en dos categorías en función de si se desplazan por la ciudad y las carreteras o permanecen fijos en un lugar. Toda la publicidad cuyo soporte no se desplaza de un lugar a otro se denomina *publicidad fija*.

Los anuncios que se plasman en soportes que cambian de ubicación conforman la publicidad exterior móvil y semimóvil. En esta categoría se incluyen los anuncios transportados por vehículos autorizados (autobuses, taxis, avionetas con pancartas, coches con megafonía, etc.), los que se encuentran sobre un vehículo aparcado en cualquier lugar urbano y los corpóreos que se desplazan.

Los anuncios de los soportes pueden ser *únicos y cambiables* (Bori, R. Y Gardó, J., 1928, p.28). Los autores se refieren al aspecto que presenta el anuncio que puede ser permanente o, por el contrario puede variar su composición ya sea de color, forma que tenga movimiento. A esta forma de publicidad en la que los anuncios consisten en figuras que se mueven mecánicamente Prat Gaballí (1953, p.405) la llama "Publicidad animada".

Se pueden incluir en esta distinción aquellos soportes en los que el mensaje publicitario se va sustituyendo de forma continuada. Estos soportes se suelen denominar móviles pero no hay que confundir este cambio de anuncio en el soporte con el movimiento en tanto cambio de ubicación o desplazamiento del soporte. El ejemplo más conocido son las vallas móviles de tres posturas. También son cambiables las pantallas activas controladas vía módem desde una central informática que actualizan a diario la información local y cambian la publicidad en los plazos contratados por los anunciantes.

Ahora bien, nuestra intención no es clasificar los soportes de exterior en función de una característica, sino dar cuenta de las posibilidades que este medio ofrece para insertar los anuncios de una campaña de publicidad -posibilidades que son muy numerosas y variadas, tanto en

dimensión como en diseño-. Así como exponer el conjunto de soportes donde se encuentra el cartel que es lo que nos interesa.

A continuación, presentamos la relación de los soportes de exterior encontrados de una parte, en las fuentes consultadas, y, de otra, en la experiencia diaria vivida en las calles y espacios abiertos visitados. Al mismo tiempo, el lector debe entender que los anuncios pueden plasmarse en estos lugares con las distintas técnicas y materias arriba expuestas y las que vayan apareciendo a partir de este momento.

1. Carteles.

Los carteles son anuncios impresos en papel de diversos tamaños y formatos. Los tamaños más utilizados en la vía pública son el 70x100cm y el 50x70cm.

Los carteles se pueden clasificar en función del anunciante que realiza la publicidad en dos grandes categorías: publicidad comercial y publicidad institucional. Este tema será desarrollado en el capítulo siguiente con detenimiento. Aquí únicamente nos interesa distinguir estas dos categorías lícitas de la publicidad, para mencionar la existencia de los carteles que particulares y empresas mal gestionadas colocan arbitrariamente en farolas, fachadas y cualquier lugar que les parezca sin permiso para ello y rompiendo las leyes de la competencia. García Uceda (2001, p.299) reúne este tipo de carteles bajo el título de *carteles espontáneos*.

Los carteles solemos encontrarlos pegados en las paredes y muros de las calles, pero los podemos ver moverse por ejemplo, llevados por los hombres sándwich aunque esta práctica ha caído en desuso. Como recuerdo de las etapas anteriores podemos ver, los carteles de los circos emplazados en camiones o furgonetas que se pasean por la ciudad para anunciar las actuaciones. Pero la realidad es que estos soportes no se utilizan.

Como hemos apuntado, este soporte es el objeto de estudio de la investigación, del que trataremos en profundidad en el capítulo dos.

2. Vallas.

Las vallas son las herederas directas del cartel¹⁰, producen gran impacto por su tamaño y por las mejoras que se han ido aplicando en ellas. Son estructuras metálicas fijas con marco, dentro del cual se pega o pinta el anuncio que sostienen. Las vallas convencionales son rectangulares y tienen tamaños estándar de: 3x4m, 3x8m y 4x6 metros.

Pero las vallas pueden variar en función de:

- La Forma.

Existen vallas con formatos diferentes a los normalizados y aquellas con formas irregulares que siluetean una imagen (figuras recortadas) o un texto. En algunas ocasiones se han incorporado otros elementos a la valla para llamar la atención.

¹⁰La valla es el soporte sobre el que recae el mayor porcentaje de la inversión del medio exterior-pueden consultar los datos cada año en el estudio Infoadex de inversión publicitaria en España-. A la valla en el citado estudio se le denomina "cartelera". La cartelera nació en Estados Unidos a finales del siglo XIX y llegó a Europa en la primera mitad del siglo XX (Pacheco Rueda, 2000). Se introdujo en España en 1962 de la mano de la empresa RED que comercializó la valla de 3x4metros.

- El movimiento.

El movimiento en las vallas puede producirse en dos sentidos: como posibilidad de cambio de anuncio en el soporte y como forma de dinamizar la valla fija.

El primer tipo de movimiento se consigue dividiendo la valla, por ejemplo, en prismas triangulares que giran al mismo tiempo. Este tipo de vallas difunde tres anuncios en el mismo emplazamiento correspondientes a las tres posturas que adopta.

Como ejemplo de la segunda modalidad encontramos las vallas giratorias.

- La luz.

La iluminación de las vallas permite que los anuncios se vean mejor por la noche. Se pueden iluminar desde fuera o desde dentro. En el segundo caso las vallas son de materiales transparentes o traslúcidos. Se habla entonces de vallas iluminadas y de vallas luminosas.

- La técnica con que se plasma el anuncio.

En general, cuando se contratan por poco tiempo o se cambia de anuncio con asiduidad, se utiliza el papel impreso y pegado. En estos casos se habla de vallas de papel o de corta duración.

Cuando se contrata la valla para un largo periodo de tiempo y no se cambia el mensaje se utiliza la pintura. A esta modalidad se les denomina vallas de pintura o de larga duración.

3. Postes o Monopostes.

Son vallas en alto con pie de una sola columna de sujeción que se suelen colocar en grandes vías y accesos a las ciudades.

4. Lonas.

Son anuncios estampados o impresos en materiales muy resistentes que se cuelgan en los edificios. No hay medidas estipuladas ya que se adapta a cada uso. Hay diversas modalidades: grandes lonas que cubren las fachadas durante las obras de construcción o remodelación de un edificio, grandes lonas colocadas en las fachadas de los grandes almacenes, lonas verticales que se dejan caer en las fachadas y entradas de museos, salas de exposiciones y otros lugares donde se realiza algún evento. Su principal valor es que captan privilegiadamente la atención.

5. Banderolas.

Suelen ser de tela o material resistente al aire y al sol (adecuado para estar al aire libre). Se cuelgan de las farolas de las calles, de los postes de algún servicio (luz, teléfono, u otros) o de elementos plantados en las vías públicas específicamente para sostenerlas. Son rectángulos verticales de formatos pequeños. Dada la gran distancia a la que son vistas por los viandantes, el mensaje debe ser muy sencillo. El logotipo de una empresa, la imagen principal de una campaña o un slogan breve. Es un soporte de apoyo dentro de la campaña de publicidad.

Se utilizan sobre todo, en museos, ferias, congresos, teatros y lugares donde se realizan actividades culturales y lúdicas.

6. Pancartas.

Son anuncios impresos sobre tejido o PVC como las banderolas. De la misma forma penden de mástiles que se colocan para sostenerlas o aprovechan los postes que ya existen para dar otros

servicios a la ciudad. Son formatos verticales rectangulares. En estos espacios son adecuados los mensajes de texto y la inclusión de las marcas de las empresas anunciadoras.

7. Indicadores en las esquinas de comercios y lugares de ocio.

8. Mobiliario urbano.

Es el conjunto de muebles que se colocan en las calles de las ciudades que ofrece su superficie como soporte publicitario. Esta nueva realidad de soportes específicos para la ciudad, se precipitó a mediados de los años ochenta (Exterior, 2005) como consecuencia de la obligación, marcada por normas de ámbito local, de colocar las vallas a las afueras de las ciudades. La imagen que tienen los ciudadanos de estos objetos es positiva por desempeñar una función de servicio al público junto a la función publicitaria. En el mobiliario urbano se encuentran:

a) Marquesinas.

Son estructuras emplazadas en las paradas de autobús o tranvía.

b) Quioscos de prensa.

c) Mupis u oppis.

Son paneles verticales colocados sobre una columna en las aceras de las calles.

d) Columnas.

Las hay exclusivamente publicitarias y con servicios públicos añadidos como las columnas fuente, aseo, reloj.¹¹

e) Papeleras

f) Barandillas.

e) Recuperadores o contenedores públicos de residuos contaminantes o reciclables de baterías (pila), vidrio y papel.

f) Relojes y termómetros.

g) Mapas urbanos

h) Paneles electrónicos, pantallas digitales, pantallas activas controladas vía módem.

i) Cabinas telefónicas y locutorios en zonas turísticas.

j) Aseos.

l) Puntos de información.

m) Señalizadores de puntos de encuentro y cualquier otro elemento que sirva para el ciudadano y sea de uso y disfrute común.

n) Otros.

9. Medios de transporte.

Salvo excepciones, el soporte de estos anuncios es móvil y muestra el mensaje a lo largo de todo el trayecto.

¹¹ Se utilizó en la ciudad de Madrid el apelativo de "chirimbolos" para las columnas urbanas que incorporan carteles publicitarios. Por ejemplo, en la prensa se habló de los chirimbolos con fuente de la que caía un hilillo de agua que era imposible probar.

Se incluyen aquí tanto los anuncios colocados en el exterior de las carrocerías de los vehículos (traseras y laterales con anuncios pegados o pintados), como en el interior de los mismos (pueden colocarse los anuncios en paneles, placas metálicas o se puede emitir en pantallas de televisión) e impactan a las personas que los utilizan y a aquellas que los ven pasar de cerca.

Hay que añadir en este apartado la publicidad que se coloca en las sedes de los transportes donde se pueden contratar vallas o carteles publicitarios. Nos referimos a los aeropuertos, estaciones de tren, autobús y metro. La publicidad en estos lugares se distribuye por los andenes, pasillos y demás espacios buscando la mejor situación para impactar a los pasajeros y personas que acuden a ellos.

Bajo esta denominación se incluyen los siguientes medios de transporte:

a) Autobuses urbanos y tranvías: son transportes públicos urbanos de superficie (Ortega, 2004).

b) Taxis.

c) Estaciones de tren y Trenes.

d) Metros de Madrid (andenes de metro), Barcelona y Valencia.

e) Aeropuertos y aviones.

f) Buques y puertos.

g) Unidades móviles.

Se agrupan en este apartado los soportes publicitarios que van montados o remolcados en vehículos. Estos transportes recorren las ciudades, pueblos y zonas turísticas.

h) Autobús aparcado en un lugar fijo.

Este soporte pertenece a la categoría de la publicidad semimóvil entendiendo por tal aquella publicidad que sobre un vehículo está emplazada en cualquier lugar urbano.

i) Aparcamientos y estaciones de servicio.

10. Publicidad aérea.

a) Avionetas que tiran de pancartas con la publicidad impresa

b) Helicópteros.

b) Globos aerostáticos, zeppelines e hinchables, tanto dirigible como anclados al suelo, que suelen tener impresa la publicidad por toda la superficie.

f) Señales dibujadas en el cielo por reactores/aviones por chorro de humo semipesado.

g) Espectáculos de rayos láser. En este caso se trata de publicidad aérea y luminosa a la vez.

11. Instalaciones deportivas

Se reúnen aquí todos los formatos de anuncio que se colocan tanto en el exterior como en el interior de estos lugares.

Cabe señalar la existencia en la actividad publicitaria, de una denominación especial para hacer referencia a toda publicidad que se ve a través de televisión cuando se retransmite un evento deportivo u otro tipo de acto que se celebre en estos locales. Se le denomina *publicidad estática*

(González Lobo et al., 2003, p.160), y también se utiliza como una posibilidad de contratación de publicidad en televisión.

Se puede ubicar la publicidad en las vallas de las tribunas o en el terreno de juego, en los banquillos de los entrenadores, en los marcadores (electrónicos o normales) y en la megafonía en forma de menciones o cuñas.

Los avances tecnológicos permiten el cambio de los anuncios que rodean los campos y pistas donde se disputan los partidos o competiciones deportivas durante su retransmisión. A su vez las nuevas pantallas digitales hacen posible la reproducción de secuencias de vídeo y textos en movimiento en:

- a) Polideportivos
 - b) Campos de fútbol
 - c) Plazas de Toros
 - d) Circuitos de carreras de coches y motos.
 - e) Clubs náuticos donde se realizan competiciones.
 - f) Instalaciones para juegos de invierno.
 - g) Clubs Hípicos e Hipódromos.
 - h) Piscinas.
 - i) Estaciones de esquí.
 - j) Campos de Golf.
 - k) Recorridos vuelta ciclista.
 - l) Otros lugares donde se realicen juegos y competiciones abiertas al público.
12. Teatros, cines y demás centros de espectáculos.
13. Luminosos.

Se reúnen aquí los anuncios en los que la luz es un elemento esencial para la emisión del mensaje publicitario.

- a) Los anuncios de neón colocados en las calles de las ciudades.
 - b) Luminosos impresos en metacrilato con iluminación interna en las vías públicas.
 - c) Pantallas de gran formato de interior y exterior que permiten la emisión en video, texto, TV, DVD, etc.
14. Otros.

En este apartado caben todos los soportes atípicos pero que no por eso quedan fuera de la publicidad exterior. Así podemos hablar aquí de las sombrillas de los bares, las sillas impresas con la marca de productos, los deportistas anuncio, los hombres sandwich, los disfrazados para anunciar un producto en la calle. En general, todo aquello que se pueda hacer en los lugares públicos para exponer mensajes publicitarios.

Ante la aparición de un nuevo modelo de consumidor, el medio exterior reacciona al ofrecer soportes en los que se integran las nuevas tecnologías. Las personas siguen paseando por las calles, yendo de acá para allá por las calles y vías al alcance de los anuncios que se disponen en ellas. Pero

el consumidor demanda interactividad en el proceso de comunicación, quiere participar y cada vez más desea crear sus propios contenidos (Breva, 2010).

Las demandas de los públicos diversos han generado la tendencia en las empresas del sector del medio exterior a concebir y ofrecer circuitos en función de un target determinado para competir con la cobertura o frecuencia que alcanzan otros medios y ganar en afinidad. El objetivo es conseguir que el medio se planifique con precisión. Es decir, que se pase del uso de la intuición como única herramienta de selección de soportes, al manejo de los datos provenientes de la investigación y con las nuevas herramientas ad hoc de exterior.

Por todo ello, exterior es un medio capaz de crear notoriedad, conseguir cobertura y se puede medir en datos cualitativos y cuantitativos lo que permite incorporarlo a la estrategia de medios publicitarios desde el principio del proceso de planificación. A esto se suma su adaptación a las demandas del mercado publicitario que implica al consumidor y actualiza sus soportes con las nuevas posibilidades que ofrece la tecnología. Por ejemplo, se incorpora la imagen con movimiento e incluso con sonido en ciertos soportes, o se personaliza un espacio público con una marca para que se interactúe con ella; se incorpora la tecnología como “la realidad aumentada, códigos QR, efectos especiales y corpóreos en 3D” (Arroyo, 2013, p.15).

Desde principios del siglo XXI las estrategias de comunicación de las empresas e instituciones públicas y privadas han implementado toda una suerte de actividades al aire libre diseñadas con alto grado de creatividad y que han logrado impactar al viandante. Son una respuesta de las agencias que han encontrado la calle como un soporte capaz de generar notoriedad de marca. Estas acciones se han estudiado bajo denominaciones como estrategias interactivas, marketing de guerrillas, street marketing, street art o ambient o sencillamente eventos en la calle. Habría que definir y matizar los conceptos tocantes a estos nuevos formatos y estrategias al aire libre pero nos saldríamos del tema objeto de estudio de la presente investigación.

Para dar unas breves notas sobre estas nuevas estrategias nos referimos al trabajo de Fernando Olivares (2009, p.269) en el que explica el street marketing o street advertising como la acción al servicio de una marca que se realiza en el espacio público exterior de forma eventual, que sorprende por su originalidad, que responde a un guión y que se basa “en una demostración, *happening*, *performance* o *sampling*, entre otros”. Estos eventos se llevan a cabo en función de la consecución de unos objetivos de comunicación por lo que se integran en una estrategia de marca. Las acciones de *ambient* hacen referencia a este mismo tipo de eventos cuando se realizan en espacios cerrados públicos o privados.

La gran variedad y número de soportes de exterior lejos de suponer una limitación para los planificadores de medios, se debe plantear como la posibilidad de encontrar soluciones al diseñar una campaña multisoporte y, por tanto, como una mejora en el planteamiento de estrategias de comunicación.

Para cerrar este capítulo, debemos poner el énfasis en que, de toda la variedad de formatos que acabamos de exponer, el cartel es el soporte más importante en la historia de la publicidad exterior e incluso de la actividad publicitaria en su conjunto.

2. EL CARTEL

La publicidad exterior reúne las manifestaciones más antiguas de la publicidad actual. Entre todos los soportes de este medio publicitario el cartel ha sido el más importante, inicialmente como medio de comunicación y, posteriormente, como medio publicitario.

Vamos a estudiar a continuación este soporte empezando por la búsqueda de la definición más acorde con la presente investigación. En segundo lugar, describiremos las funciones que cumple el cartel y, en último lugar, apuntaremos las características del mismo.

2.1. CONCEPTO Y DEFINICIÓN DE CARTEL

El concepto de cartel ha sido tratado por todos los estudiosos de la publicidad en general, y de la historia de la publicidad en particular. Vulgarmente (no hay confusión terminológica) el término se utiliza de forma correcta y siempre referido al anuncio de papel que se cuelga en la pared de las calles para comunicar un mensaje.

Recogemos a continuación distintas definiciones de cartel con el fin de buscar aspectos comunes, así como matizaciones que definan el término con mayor precisión.

El concepto de cartel como “realidad socio-comunicativa, nacida del encuentro del arte icónico y del arte tipográfico” es expuesto de forma brillante por Diego Coronado e Hijón (2001, p.19) partiendo del estudio etimológico del término cartel de Gubern. Esta forma de entender el cartel armoniza a la perfección con las raíces de nuestra investigación puesto que queremos estudiar la publicidad desde un espacio común con la expresión artística, y el cartel de fiestas es una de las realidades publicitarias donde el arte de persuadir se funde con las artes plásticas para conformar un mensaje cuya estructura patente es arte. Así encontramos que la mayor parte de los carteles que analizamos son obra de pintores y artistas como fotógrafos, arquitectos y diseñadores gráficos. Pero además, este arte es icónico porque los elementos que aparecen en el cartel realizan la función de signos canalizadores de significado.

La palabra castellana cartel procede del término italiano *cartello* que, a su vez, deriva del latino *charta* que significa papel. De estas raíces queda en muchas definiciones la referencia al material de que está hecho este soporte como aspecto esencial del mismo (cartel). En el resto de Europa los diccionarios denominan al cartel con voces que denotan la faceta de exposición pública del mensaje. Destacan en este sentido la voz italiana *manifesto*, la francesa *affiche* y la inglesa *poster*.

Una denominación muy utilizada en España es la de *pasquín* (Piera, 1985). Este vocablo se utilizaba, sobre todo, cuando se trataba de asuntos políticos. Su origen se remonta a 1501 y se sitúa en Roma. Concretamente en el palacio de Braschi donde un cardenal ubicó la estatua a la que se llamó “Pasquino”, en cuyo pedestal los romanos de la época pegaban grafitos y hojas impresas con las críticas a enemigos privados o públicos, así como a las instituciones eclesiales y de gobierno. Así mismo, el término *panfleto* debe su origen a la estatua de la Madama Lucrezia.

Gracia Ruiz Llamas y Laura Sahún Soto (2002, p.148) aportan una serie de definiciones seleccionadas y ordenadas en el tiempo para mostrar la evolución histórica del concepto de cartel. Como explican las autoras, estas definiciones han sido tomadas del libro de España en 1000 carteles de Carrulla y Carrulla (1995, p.14). Transcribimos a continuación tres de ellas que nos ilustran claramente sobre las variaciones que ha experimentado en el tiempo el concepto de cartel y su valor social:

“Cartel es el escrito que se pone en tiempo de fiestas por los que han de ser mantenedores de justas y torneos, o juegos de sortijas, al pie del cual firman los aventureros. (Diccionario de la Lengua Castellana, 1611).”

Esta acepción del término cartel es muy valiosa para nuestro trabajo porque evidencia las raíces del cartel de fiestas en la historia de nuestro país que es el objeto de estudio de la investigación. Encontramos esta definición atribuida al Marqués de Covarrubias (citado por Santos Torroella, 1949, p.17) en su libro titulado *Tesoro de la lengua castellana o española*.

En 1869 el Diccionario de la Real Academia incluye la definición de cartel como “Impreso o manifiesto, que se fija en un paraje público para hacer saber alguna cosa”. Esta definición hace patente la consolidación del cartel como medio de comunicación que se utilizaba en la sociedad del momento para informar sobre diversos temas, ya fueran mensajes institucionales o se tratase de comunicaciones de carácter privado. La función persuasiva del medio todavía no se reconoce en esta definición pero si su función como canal informativo.

A principios de siglo, en 1902 se habla en la revista Blanco y Negro del cartel como (Carrulla y Carrulla, 1995, p.14):

“manifestación democrática y popular que sirve de identificador de la cultura nacional, y que contribuye a educar el gusto y dirigir las aficiones del pueblo”.

La estrecha relación del cartel con la sociedad es cada vez más evidente y se reconoce su función educativa y formativa. Este valor como herramienta pedagógica se encuentra muy cerca de las posibilidades persuasivas del soporte. Expresa así mismo la función cultural del cartel y su valor para construir la identidad de la España de ese momento. Dando un paso más, cuando se habla de dirigir las aficiones del pueblo se reconoce de lleno el potencial para actuar sobre las actitudes del público receptor que tiene el poster. Y esto es, sin duda, comunicación persuasiva de masas.

Si en la anterior definición se reconoce la capacidad de actuación del cartel sobre el pueblo/la sociedad, en las dos siguientes se muestra el flujo contrario. Es decir, la sociedad utiliza el cartel como vehículo de comunicación y de expresión de su forma de vida. De este modo, se reflejan en los anuncios los valores, las costumbres y los ideales de la comunidad social de cada momento histórico (Carrulla y Carrulla, 1995, p.14):

“El cartel es un barómetro de los acontecimientos sociales, económicos y culturales y es un espejo en el que se reflejan las actividades intelectuales y espirituales de un país. (Director del Centro Cultural Conde Duque).

El cartel es la página vibrante de la humanidad”

De la búsqueda de definiciones de cartel, hemos seleccionado otro grupo que nos describan aspectos relevantes para el conocimiento de este soporte. Así, encontramos en el primer cuarto del siglo XIX (Carulla y Carulla, 1998, p.17) en la definición formulada por W.A. Dwiggings sobre el diseño gráfico, la esencia del cartel publicitario por cuanto “es la combinación de ilustración, fotografía, tipografía e impresión, con el objetivo de informar, persuadir o instruir”. Esta definición reúne todos los elementos estructurales del cartel y sus funciones como medio para formar, informar y/o transformar al público objetivo.

El cartel definido como “un grito pegado en la pared” es el concepto que Carulla y Carulla sitúan en el periodo de la revolución y la guerra. En esta definición se destaca la intención de la comunicación persuasiva frente a la pura información, la cual no tiene como objetivo actuar o incidir sobre el público. La sociedad se expresa, se organiza, se anima y se defiende alzando la voz desde las paredes y muros de la batalla.

Otra definición que reconoce el papel activo/persuasivo del cartel es la que Romero Landini (citado por Carulla y Carulla, 1998, p.27) escribe en 1925 en un artículo para la revista *Pan dans l'oeil*: “El cartel, además de ser una manifestación individual del artista que lo crea, es un reflejo del alma de las gentes que están destinadas a contemplarlo.” Este reflejo estaría provocado por el autor del cartel para persuadir. Para ello, el cartelista ha de estudiar a las gentes a las que envía el mensaje y reflejar en el cartel el alma (sus motivaciones, creencias, valores, etc.) de las mismas, porque, si el cartel no es percibido e interiorizado por el receptor al que se dirige (denominado en la actualidad público objetivo o target group), pierde todo su sentido y validez. Así, Romero Landini anticipa todo el planteamiento estratégico de la publicidad contemporánea, que se basa en la investigación de los públicos objetivos para la creación de los conceptos, los cuales se desarrollan en los mensajes publicitarios dirigidos a los mismos. Prueba de ello es la aparición a finales del siglo XX del “Planificador estratégico” como agente de la publicidad. Este profesional es la voz del consumidor en la agencia. Se encarga principalmente de investigar y conocer al target para fijar las bases de la estrategia creativa del anuncio (mensaje publicitario).

En esta misma línea John Barnicoat (2000, p.183) resalta que el diseñador de carteles tiene que trabajar teniendo en cuenta a su público para logra el contacto directo con él, adaptándose a su lenguaje. Y McLuhan (citado por Enel, 1977, p.29) concibe el cartel como “una imagen colectiva en profundidad de la comunidad en acción” que incide sobre la sensibilidad del receptor haciéndolo así participe en el proceso social.

Más adelante, en 1977 Françoise Enel (1977, p.18) estudiaba las funciones, el lenguaje y la retórica del cartel. En su texto, Enel se basa en la descripción que Abraham Moles hace de este soporte:

“una imagen generalmente coloreada, portadora las más de las veces, de un único tema, y acompañada de un texto<<leader>> que excede raras veces las 20 palabras, y esgrime un único argumento. Esta hecho para ser pegado y expuesto a la vista del transeúnte.”

El cartel expresa el contenido de la comunicación de forma sencilla y clara (un único tema, un solo argumento) con una imagen y un breve texto que los ciudadanos verán en las zonas compartidas de su comunidad.

Por su parte, Alston W. Purvis (Le Coultre y Willcox Purvis, 2003, p.8) arranca de la definición de cartel del Diccionario Webster para la investigación sobre la historia del cartelismo a través de la colección de carteles de Martijn F. Le Coultre, y describe el cartel como:

“un cartón u hoja de papel impreso relativamente grande, exhibido para anunciar o hacer publicidad de algo.”

Esta definición concibe el cartel como soporte publicitario y refiere sus rasgos físicos esenciales. De esta forma, hemos llegado al concepto actual del cartel dentro de la industria publicitaria de la sociedad del siglo XXI.

Ahora bien, el presente estudio trata del cartel de fiestas de carácter regional que tiene a las instituciones públicas como principal anunciante. Si bien se trata de publicidad en toda regla, también es cierto que el objeto de estudio se enmarca en un tipo de publicidad con características propias que la diferencian de la publicidad puramente comercial: la publicidad institucional. Adelantamos esta característica de la investigación porque creemos que es necesaria para justificar el concepto de cartel con el que abordamos el trabajo. En el capítulo 2 del presente trabajo desarrollamos con detenimiento el concepto de Publicidad Institucional.

En definitiva, buscamos una definición holística de cartel que se adapte al estudio de los carteles de fiestas de Murcia de las décadas 60, 70, 80, 90 hasta el año 2013 que contemple el objeto de estudio desde aspectos históricos, culturales, estéticos, políticos, sociales y, por supuesto, comunicativos; estableciendo así el marco de estudio específico para cada cartel analizado. Entre todas las definiciones estudiadas¹ creemos que la más adecuada es la propuesta por Gracia Ruiz Llamas y Laura Sahagún Soto (2002, p.147):

“El cartel es un objeto que, en sus diversas variantes o formas locales y/o históricas específicas, comparte la característica esencial de ser un medio de comunicación visual, bidimensional y estático, que integra, en diversa proporción y estilo, texto e imagen, con el objetivo de comunicar públicamente un mensaje.”

Para completar esta descripción conceptual proponemos incluir en la misma los tres posibles fines del cartel que son informar, persuadir y/o instruir. La definición de cartel queda así de la siguiente forma:

El cartel es un objeto que, en sus diversas variantes o formas locales y/o históricas específicas, comparte la característica esencial de ser un medio de comunicación visual, bidimensional y estático, que integra, en diversa proporción y estilo, texto e imagen, con el objetivo de comunicar públicamente un mensaje para informar, instruir y/o persuadir.

Una vez delimitado el concepto de cartel, debemos conocer su forma de actuar, para qué se puede utilizar y los rasgos característicos que lo identifican y diferencian de otros soportes de comunicación.

¹ Nos referimos a todas las definiciones que hemos encontrado durante la investigación de entre las cuales hemos incluido en este capítulo las pertinentes para el desarrollo de nuestro estudio evitando redundancias y/o matizaciones superfluas.

2.2. FUNCIONES Y CARACTERÍSTICAS DEL CARTEL

Del concepto de cartel articulado en el epígrafe anterior deducimos sus posibilidades de actuación: a saber, el cartel no es solo un objeto, sino que posee unas competencias dentro de la actividad publicitaria. Estas competencias son las que denominamos funciones del cartel que, - junto a las características del mismo-, aportan los datos necesarios para entender y conocer el objeto de estudio de este trabajo.

El estudio de las funciones del cartel ha sido abordado por algunos autores en apartados específicos de sus obras, como es el caso de Abraham Moles, Françoise Enel, Diego Coronado y Joseph Renau²; referentes obligados en esta materia. Pero también otros autores se refieren a las funciones del cartel, mencionándolas en apartados no específicos dentro del discurso histórico o de otro orden. Así mismo, otros autores desarrollan una sola función del cartel como, por ejemplo, Carrulla y Carrulla que en el volumen *La publicidad en 2000 carteles* incluyen un apartado bajo el título de “la función social del cartel”.

Ante este panorama, seleccionamos dos listas de funciones del cartel y referencias a las mismas escogidas de autores que ilustren o aporten matices de interés para el estudio.

Las funciones del cartel han ido ampliándose desde sus orígenes. En un principio el cartel cumplía la función de informar de manera pública sobre un acto, comercio o producto. Los adelantos en la investigación de la comunicación gráfica provenientes de movimientos artísticos de vanguardia y de la psicología, los avances en la producción y el comercio, así como los cambios sociales acaecidos desde finales del siglo XIX, han generado en el cartel la capacidad de crear un “nuevo universo simbólico” (Ruiz Llamas y Sahagún Soto, 2002, p.149) con el fin de persuadir a la población. En palabras de M^a Gracia Ruiz Llamas una capacidad de crear “encaminada a moldear estética y motivacionalmente al grueso de la sociedad (...)”. Es decir, este soporte de publicidad exterior cumple una función pedagógica, así como persuasiva, capaz de dirigir las actuaciones del público trabajando siempre desde la actitud. El proceso persuasivo puede realizarse ya sea reforzando la actitud hacia el referente del anuncio, propiciando una actitud a favor o en contra, cuando lo anunciado es nuevo, o modificando la orientación de negativa a positiva o viceversa, de la actitud existente.

La relación de funciones de Françoise Enel ha sido nombrada y estudiada por tratadistas estudiosos del cartel. Este autor parte, a su vez, de la propuesta de Abraham Moles (1973 citado por Enel, 1977, p.30) y le añade *la función aseguradora, desculpabilizante del cartel*. La clasificación que propone Enel consta de dos niveles (primero y segundo) en los que se sitúan las funciones y que se expone de la siguiente forma:

a) Primer nivel explícito, que se refiere a los fines manifiestos de todo cartel. En este nivel se encuentran las tres funciones siguientes:

Función de información:

² Renau (1976, p.42) incluye “dentro del carácter general de su función...Especulación comercial” que interpretamos como la función persuasiva, y, en general, la función social que describe en toda su obra.

El cartel relaciona al emisor con el receptor para darle a conocer un producto de consumo y, en ocasiones, inducirle a modificar su comportamiento. El texto publicitario cumple esta función informativa ya que la imagen puede resultar imprecisa. Si bien, en un cartel realista el texto repetirá la información, cuando se trata de una imagen abstracta el texto preciso es indispensable para que la información que capte el individuo sea la que el anunciante quiera.

Función de persuasión (de convicción, de seducción) (Enel, 1977, p.31):

“El cartel constituye una imagen unificada que condensa extensas regiones de la experiencia humana en una superficie reducida”.

Enel habla aquí de la persuasión en términos propios de la explicación del paradigma asociacionista. Básicamente, esta corriente entiende que la conducta del individuo se puede condicionar a base de unir respuestas determinadas a estímulos fijos, siendo la repetición el mecanismo indicado para el aprendizaje de las mismas. El autor aporta una relación de técnicas de persuasión y propone a continuación el cuidado de la composición, el color y la retórica de la imagen del cartel para conseguir persuadir al público.

Esta explicación de la persuasión y de los mecanismos para conseguirla ha sido superada por los conocimientos del paradigma cognitivo de la psicología. Pero lo importante es reconocer que el cartel tiene la capacidad para persuadir al público objetivo al que se expone sea cual fuere la explicación del proceso persuasivo.

Función económica:

El anunciante espera que el cartel sea eficaz para obtener las metas que se han marcado. Enel explica el proceso que sigue el cartel para incidir en el público, apoyándose en la psicología económica. Concretamente el cartel debe incidir en la tensión que se produce entre la situación real y el nivel de aspiración de los sujetos cuando su comportamiento de compra es semi-reflexivo. El cartel ha de lograr que desaparezcan barreras mentales (factores psicológicos) y resistencias (razones económicas del coste del producto) del consumidor dotando al producto de un nuevo valor simbólico. Éste debe ser un valor ideal o emocional que supere a las características técnicas y funcionales del producto anunciado. Enel afirma que en los carteles es más eficaz utilizar la sugestión que la argumentación, en definitiva que ha de utilizar la psicología del consumidor y el simbolismo del producto para acelerar la dinámica comercial. Reconoce que el mecanismo de la repetición del cartel debe ir acompañado de la creatividad de sus mensajes para impedir el rechazo del receptor, que se cansa e insensibiliza.

b) Segundo nivel no explícito y difícil de medir que desencadena procesos psico-sociológicos en el receptor. Aquí sitúa Enel las tres funciones propuestas por Moles más la que él añade:

Función de seguridad (aseguradora, desculpabilizante, compensatoria) sumada por Enel:

Parte de la realidad de que las necesidades básicas del individuo al que se dirige la publicidad están cubiertas. Los mensajes publicitarios a través del cartel ofrecen la satisfacción de necesidades psicológicas que compensan las frustraciones del sujeto y le permiten evadirse de lo cotidiano. El consumidor necesita seguridad y afecto, y la publicidad le transmite esas sensaciones mediante el siguiente proceso: fragmentar la realidad en actividades, atomizar estas actividades y hacerlas corresponder con necesidades más o menos auténticas. El mensaje del cartel genera la

inestabilidad propia de un problema para presentar al referente del anuncio como la solución del mismo, aportando seguridad y tranquilidad a un receptor que adquiere pseudo-razones para adoptar la postura propuesta por el anuncio. Sea la meta de la campañas generar intención de compra, lograr imagen favorable de una empresa o institución, aportar el conocimiento de un nuevo servicio, lograr el voto a favor de un candidato, participar en la educación vial, o en cualquier otra; la táctica no varía.

Función ambiental:

El cartel es un elemento del escenario urbano que no contamina el entorno siempre que la cantidad de carteles no sature el ambiente y se trate de anuncios de calidad.

Función estética:

El cartel puede ser una creación artística de elevado valor estético que alcanzará un grado mayor de atención y recuerdo en el individuo.

Función creadora o creativa:

Tres son las razones por las que el artista debe estar innovando constantemente: primero porque el cartel queda obsoleto en breve espacio de tiempo a causa de la repetición del impacto; segundo porque el receptor se acostumbra a verlo; tercero porque el cartelista busca contundencia en la expresión de los mensajes. Para ello, el cartelista debe estar al día en grafismo, pintura, psicología, artes gráficas, soportes y todas aquellas materias tocantes al cartel. Enel (1977, p.31) resume en la siguiente frase esta función creativa del cartel: "El cartel publicitario es un crisol en el que se funden arte, ciencia y técnica, propiciando así la invención y las creaciones imaginativas más fecundas".

Una vez enumeradas las siete funciones arriba expuestas, Enel las desarrolla, e incluye la función educadora, que no había mencionado anteriormente, con lo que en total son ocho las funciones del cartel que analiza.

A continuación, explicamos de forma resumida dicha función, puesto que en la definición de cartel tomada para el presente estudio reconocemos la función formadora como una de las posibilidades de este tipo de anuncios.

Función educadora:

Esta función formadora se lleva a cabo en dos sentidos. El cartel, y toda imagen publicitaria, inciden a nivel perceptivo provocando la reestructuración de los hábitos sensitivos y cognitivos del sujeto llevando a cabo un auténtico proceso de educación por medio de su composición, formas, colores y signos que intervienen en él.

Otra vertiente de acción pedagógica consiste en la construcción de modelos de conducta, normas y valores del conjunto social que interviene en el proceso de socialización e integración del individuo. La fuerza de esta función reside en la repetición de los mismos modelos en la publicidad de todos los medios.

Por su parte, Diego Coronado (2001) revisa esta relación de funciones para actualizarlas a la luz de las investigaciones en el terreno publicitario. Su reflexión le conduce a no colocar al mismo nivel la función económica y la de conocimiento. Esta decisión es el primer presupuesto teórico de su trabajo, según el cual: todo cartel lleva implícito el requisito de la eficacia de su imagen para con

los objetivos del anunciante; esto es independiente del conocimiento que tenga el receptor del mensaje o el referente del anuncio. Pero para lograr tal eficacia, el cartel debe desempeñar unas competencias tanto en el contexto social donde se lleva a cabo como respecto al público al que se orienta.

Por esta razón, el autor denomina a las funciones “competencias”. De este modo, será el desarrollo de las mismas, dependiendo de cada momento histórico, el mecanismo para conseguir que el cartel sea adecuado y aceptado socialmente, y así, lograr su cometido de eficacia.

El segundo presupuesto teórico consiste en que las funciones del cartel no se dan en todas las campañas publicitarias, ni en todos los momentos de la historia, de la misma forma ni con la misma intensidad. “Cada periodo histórico, y cada contexto socioeconómico ha antepuesto unas determinadas estrategias publicitarias en detrimento de otras” (Coronado, 2001, p.38). Por esta razón, propone el análisis de la evolución histórica del cartel para determinar en qué circunstancias económicas y de mercado han aparecido las distintas funciones, y observar la forma y las circunstancias culturales en que se han dado las competencias del cartel. Concretamente el Coronado (2001, pp.37-45) habla de “los cinco mandamientos” del cartel que por él son:

Competencia informativa

Competencia persuasiva: el investigador enmarca en esta competencia la función aseguradora de Enel.

Competencia estética

Competencia educadora

Competencia ambiental o urbanística

La explicación de Coronado es que para conseguir ser rentable, el cartel ha ido respondiendo a las exigencias del mercado. La evolución económica desde la revolución industrial ha demandado que, -en un primer momento cuando la demanda superaba a la oferta-, el cartel informe de los productos, servicios, y mensajes institucionales y políticos.

Que sea competente para informar no es suficiente desde que la oferta es mayor que la demanda dada la rivalidad de los mercados y la saturación de mensajes que llegan al público. Esta situación exige del cartel que sea capaz de generar el interés hacia el referente del anuncio, seduciendo al espectador de manera que ocupe un lugar preferente en su mente. Se trata entonces de la competencia persuasiva.

El cartel desempeña la competencia estética como herramienta creativa para lograr la atracción y persuasión del público. Los cartelistas idean estrategias de creación y de diseño para elaborar la idea creativa de la campaña. Esta función recae en el poder de la imagen que hace del cartel “una representación simbólica o un mensaje simbólico, que llega al sujeto por medio de la presencia de tres modelos de registro: imaginario, real y semiótico” (Coronado, 2001, p.42).

El registro imaginario son imágenes virtuales que muestran objetos de deseo y mundos de satisfacción que no tienen un referente real que logran seducir al individuo desde su interior. Lo imaginario llena los anuncios de la publicidad por su gran eficacia persuasiva. Por su parte, el registro real presenta la realidad muy alejada de los mundos de fantasía hedonista de lo imaginario. Y por último, el registro semiótico utiliza las imágenes como mensajes, han de ser

imágenes universales y genéricas que el público entiende fácilmente. Para hacerlas comprensibles, estas imágenes se unen al texto haciendo uso de la retórica.

A su vez el cartel es capaz de educar al individuo, alterando sus hábitos e incluso su escala de valores. En el siglo XIX el cartel y los medios de comunicación de la época hicieron de la imagen un instrumento que enseñaba al ciudadano a adoptar los nuevos hábitos de la vida urbana y de la nueva estructura social. Desde entonces la imagen del cartel ha provocado el aprendizaje vicario de los valores de la modernidad. Coronado reconoce la labor de educación estética que el cartel desempeña a nivel colectivo de grupos sociales y de toda nuestra civilización. Esta competencia educadora, como ya hemos señalado es muy importante para las campañas institucionales que tratan de generar o cambiar determinadas conductas y suscitar valores sociales en pro del bien común.

El cartel lleva a cabo todas estas funciones con la competencia urbanística o ambiental, respetando la estética y el medio ambiente de los lugares en que el cartel se coloca para cumplir su misión. La disposición de los carteles en las calles de las ciudades se ha regulado legalmente desde el siglo XIX. Esta restricción de los espacios disponibles para pegar los anuncios es la causa de la constante aparición y renovación de soportes de publicidad exterior. Pocos años después de la primera ley de control de este soporte, aprobada en Londres en 1839, a mediados de siglo aparece el mobiliario urbano para conservar el espacio publicitario urbano. Desde entonces no ha cesado la creatividad en la ideación y diseño de nuevos soportes, en la incansable búsqueda del campo perceptivo del ciudadano. Este aspecto ha sido desarrollado en el capítulo uno dedicado a la publicidad exterior, sin embargo precisa que se haga una matización interesante. Se trata de la postura que adapta Coronado frente a la publicidad exterior y sus soportes. Para este tratadista la publicidad exterior la componen solo carteles. Ahora bien, los carteles varían de tamaño y de lugar donde plasmarse, saltan de la pared y los tablones a todo tipo de elemento situado en los lugares públicos. Nosotros diferimos de esta explicación porque el cartel que supera o esta por debajo de determinadas medidas, y se coloca a mayor distancia de una pared o escaparate del viandante, necesita crearse siguiendo normas diferentes a las del cartel para que su mensaje impacte. Una valla no es un cartel aumentado de tamaño. Se ha de crear ad hoc para que el anuncio llegue al público deseado y sea percibido correctamente y entendido con claridad. En ocasiones es imposible utilizar las mismas imágenes en luminoso que en una cabina telefónica. Y ocurre con frecuencia que cuelgan los carteles de fiestas de las farolas de las calles de tal manera que ni se ven ni se pueden leer. La inversión realizada para usar este soporte farolas se pierde por no crear el anuncio apropiado para el mismo. Igual que no se transcriben las cuñas de radio en los anuncios de prensa, no se deben cambiar de tamaño los carteles para, sin más, colocarlos en cualquier lugar. La composición de un anuncio de avioneta ha de seguir unas pautas propias de este tipo de anuncios. Los soportes son diferentes y los anuncios deben serlo también. Respetamos y reconocemos el valor incalculable de la propuesta del autor pero adoptamos nuestra postura que enriquece la calidad de los anuncios de cada soporte del medio exterior.

La función creadora de la propuesta de Moles queda fuera del estudio de las competencias realizado por Coronado debido a que éste considera que ha de ser objeto de estudio en relación con los movimientos artísticos y las corrientes estéticas que se desarrollan paralelamente a la evolución formal y plástica del cartel. Sin embargo, nuestro estudio tiene como variable de análisis el autor de

cada cartel seleccionado. Además, al comenzar el trabajo en el estudio de los carteles de los años 60, más del 75% de ellos son artistas plásticos y fotógrafos, por lo que consideramos que la función creadora existe y debe ser reconocida en la relación de competencias.

Otros autores redundan en alguna de estas funciones. Para Barnicoat, (2000, p.183) “los carteles suelen reflejar el idioma popular porque su función es tanto comunicativa como de decoración”. El coleccionista de carteles Martijn F. Le Coultre (et al., 2003, p.6) afirma que “los carteles siempre tienen un significado: impulsan a hacer cosas”, todos cumplen una misión y se han de juzgar evaluando si la han logrado o no. Además, los carteles no son simplemente arte sino expresiones de otros tiempos. Compartimos esta visión del cartel porque su valor como testimonios de las sociedades donde se crearon y se utilizaron es muy elevado. De hecho, este trabajo de investigación es un primer paso para el estudio de la evolución del cartel y los cartelistas murcianos a través de los propios carteles. El autor, la creatividad, la técnica de impresión, la estética, etc. de estos carteles proporciona un reflejo del ambiente social de cada época.

A las anteriores funciones añadimos la “función social” del cartel tal y como la aborda Jordi Carrulla (Carrulla y Carrulla, 1998, p.11). El cartel desde que surge a finales del siglo XIX adoptó las vanguardias artísticas y dejó ver las expectativas sociales, levantó el comercio y la competencia empresarial y promovió las actividades de ocio y lúdicas. Estas actividades son cuatro funciones sociales que ha llevado a cabo el cartelismo en el siglo XX y sobre las cuales Carrulla & Carrulla basan su obra:

- La popularización del arte, función social incluida en la función o competencia educativa de los autores estudiados. No cabe duda que ésta es al mismo tiempo una función social.
- La democratización de la sociedad. El cartel ha intervenido en las guerras de la humanidad como arma política defendiendo los ideales de los bandos enfrentados. Añadimos aquí la función política que sigue realizando el cartel en el mantenimiento de la libre elección de los dirigentes de los países en las campañas electorales del siglo XXI.
- El desarrollo de la sociedad de consumo. Sin duda el cartel ha intervenido como herramienta publicitaria en la implantación y progreso de la sociedad de consumo. Esta función formaría parte de la función económica esencial del cartel.
- La incorporación de la cultura del ocio en la vida cotidiana. Esta labor forma parte de la función económica puesto que el desarrollo de la sociedad de consumo lleva consigo el surgimiento de los productos de ocio y entretenimiento en los estilos de vida de los habitantes de las ciudades. Al reducirse el horario laboral aparece el tiempo libre y toda la oferta del mercado del ocio. Esta circunstancia, junto a razones de cambio psicosociológico del individuo (la fuerza que ha adquirido el hedonismo, el culto al cuerpo, sobre todo, y la necesidad de evasión de la realidad, en definitiva los valores de la posmodernidad y la transmodernidad), ha provocado que este tiempo libre se rellene con una oferta presentada en términos de necesidad cultural, no de disfrute. La salud mental y física se vinculan a la práctica del deporte, el cuidado de la alimentación y las salidas con amigos. Con lo cual el ritmo de vida se ha vuelto

acelerado/más frenético porque hay que realizar “a la fuerza” muchas actividades extralaborales.

Desde la perspectiva de nuestra investigación, este aspecto de la función social y económica del cartel es fundamental puesto que el referente de los carteles que se estudian son las fiestas de Murcia. Y éstas forman parte de la oferta de ocio y cultura, que además de disfrutar los ciudadanos, -en nuestro caso- de Murcia; se difunden como oferta turística de la Región de Murcia. Por consiguiente nuestros carteles cumplen con la función económica desde la perspectiva social que aquí tratamos.

Hemos elaborado la Tabla 1 donde aparecen las funciones propuestas por los autores estudiados con el fin de esclarecer los fundamentos de nuestro estudio.

La visión de las funciones del cartel que adoptamos en el presente estudio es, en primer lugar, el reconocimiento de todas las funciones comentadas. Coincidimos con Coronado en que la razón primordial del cartel es conseguir unos objetivos económicos, entendidos en sentido amplio; por ejemplo, la participación en las fiestas de una localidad es considerada una meta económica. A su vez el cartel es apto para informar, persuadir y educar. Estas tres funciones se incluyen en la definición propuesta para el estudio por ser las tres grandes áreas de actuación sobre el individuo al que es dirigido el cartel. Pero no se quedan aquí las capacidades del cartel. El cartel puede crearse estéticamente desde los mundos del arte y se puede ubicar en las paredes de las calles acomodándose al escenario urbano e incluso decorándolo.

En segundo lugar, del mismo modo que la economía, la cultura³, el arte, la escala de valores, la educación, la adecuación y cuidado del medio ambiente, etc. son elementos de la estructura social, entendemos que las funciones que cumple el cartel repercuten en la sociedad, luego son todas ellas funciones de carácter social.

Para cumplir su función y lograr estos fines los carteles presentan unas características que afectan al proceso de ideación y realización de los mismos.

A continuación abordamos las características del cartel propuestas por Enel (1977) y Coronado (2001).

Francoise Enel determina siete dimensiones características del “universo de la imagen comentada”. Seis de las ocho dimensiones del cartel son el resultado de una investigación⁴ llevada a cabo por Enel (1977, pp.51-68) mediante la cual llegó a la conclusión de que las variables cuyo papel es determinante para crear y elaborar un cartel eficaz son:

1. Modernidad
2. Buen gusto
3. Color
4. Porcentaje de complejidad

³ En la época dorada del cartel en España, los carteles de artista decoraban las tiendas y calles de pueblos y aldeas convirtiéndolos en museos al aire libre y cumpliendo una función cultural importante.

⁴ La metodología aplicada en la investigación (Enel, 1977, pp.52-54) consistió en utilizar el “diferencial semántico” para la recogida de datos de los individuos participantes y en aplicar un “análisis factorial” para el tratamiento de datos.

5. Porcentaje de dinamismo

6. Porcentaje de erotismo

Además, Enel añade dos factores tomados de Moles que son:

1. Porcentaje de iconicidad

2. Grandeza aparente

FUNCIONES DEL CARTEL

Abraham Moles (1970)		Francoise Enel (1977)	Jordi Carrulla y Arnau Carrulla (1995)	Diego Coronado (2001)
1er nivel	Función de información	Función de información		Competencia informativa
	Función de persuasión (de convicción, de seducción)	Función de persuasión		Competencia persuasiva
	Función económica	Función económica	Función social (sociedad de consumo, cultura del ocio)	Presupuesto de partida: La función económica es la principal misión del cartel: el fin para el que se crean es la eficacia para el anunciante. Las competencias se desarrollan en pro de conseguir esta meta.
2º nivel		Función de seguridad		
	Función ambiental	Función ambiental		Competencia ambiental o urbanística
	Función estética	Función estética		Competencia estética
	Función creadora	Función creadora		
	Función educadora	Función social (popularización del arte)	Competencia educadora	
		Función social (incluye las anteriores y la función política, democratización de la sociedad)		

Tabla 1: elaboración propia a partir de las obras de los autores referenciados.

Si bien la validez de estas aportaciones de Enel al conocimiento del cartel es reconocida e incuestionable, también es cierto que Diego Coronado⁵ las ha revisado y ha formulado una relación de características del cartel atendiendo a la diversidad de campos de acción que intervienen en la génesis del cartel publicitario. Este enfoque multidisciplinar armoniza con la concepción total del cartel y se ajusta a las necesidades del presente estudio. Las cinco características del cartel según Diego Coronado (2001, pp.35-37) son:

Desde el punto de vista de su concepción: *simplificación formal y de contenido*. El grado de complejidad de los elementos formales (líneas, colores, etc.) que aparezcan en el anuncio ha de reducirse al máximo.

Desde el punto de vista de la realización: *sencillez en la elaboración de su imagen⁶, y en la composición de su texto o eslogan*. Coronado aconseja menos de cinco palabras.⁷

Desde el punto de vista de la planificación de medios: *legibilidad*. La composición del cartel debe adecuarse a la distancia desde la que el caminante pueda leerlo sin esfuerzo alguno⁸ y al recorrido de lectura en Z implantado también para la lectura de la imagen. Teniendo siempre presente que el tiempo de lectura con el que cuenta el cartel para ser percibido son apenas seis segundos.

Desde el punto de vista del marketing: *refuerzo*. El uso de la cartelería en las grandes campañas de publicidad a nivel nacional consiste en reforzar el mensaje principal de la misma. Con demasiada frecuencia los carteles remiten a los anuncios de los medios audiovisuales. Sin embargo, la publicidad regional y local hace uso del cartel con más frecuencia de la conocida siendo el protagonista de la campaña publicitaria. Este es el caso de los carteles de fiestas objeto de nuestro estudio, donde el cartel es el principal medio publicitario utilizado, cuando no el único.

Desde el punto de vista de su consumo: *reproductibilidad*. El cartel debe estar preparado para ser reproducido con calidad y en cantidad suficiente para su utilización. Y se caracteriza por su rápido desgaste en el ámbito público gratuito, razón por la cual se renueva constantemente. El ciclo de vida del cartel publicitario es corto y su cambio frecuente es fácil gracias al papel y a las técnicas de impresión.

Completa el repertorio de características del cartel el resumen de características del medio exterior en su conjunto del cual forma parte que hemos desarrollado en el capítulo anterior.

⁵ Diego Coronado e Hijón (Sevilla 1965-2001) Licenciado en Bellas Artes e Historia del Arte por la Universidad de Sevilla. Fue profesor en la Facultad de Ciencias de la Información de Sevilla desde 1992, impartiendo las asignaturas de Teoría y Técnica del lenguaje fotográfico y Teoría del cartel. Fue miembro de varios grupos de investigación y publicó numerosos artículos sobre arte, fotografía y publicidad en revistas especializadas.

⁶ Es curiosa la descripción de "todo lo que un buen cartel debe tener" según Le Coultre, M. F. y Willcox Purvis A. (2003, p.8).

⁷ La adaptación del mensaje publicitario al público objetivo es imprescindible para su correcta comprensión. La siguiente frase de Barnicoat (2000, p.183) lo deja entrever: "(...) el carácter peculiar de los carteles en cuanto tales viene determinado por la naturaleza y la intensidad de la influencia popular sobre su aspecto."

⁸ En este punto se subraya con más fuerza la diferencia entre nuestro planteamiento del cartel como soporte de publicidad exterior y el de Coronado (2001, p.35) que considera toda la publicidad exterior como carteles que se colocan en diferentes soportes.

2.3. LA PUBLICIDAD INSTITUCIONAL COMO MARCO DE ACTUACIÓN DEL CARTEL DE FIESTAS

El cartel de fiestas objeto de nuestro estudio pertenece al ámbito de la Publicidad Institucional porque su emisor son las instituciones públicas. En la publicidad de las fiestas que estudiamos aparecen en ocasiones otras asociaciones y empresas privadas junto a los organismos públicos. Sin embargo, en la imagen que tienen los ciudadanos de las fiestas locales el anunciante principal lo constituyen las instituciones públicas - sobre todo Ayuntamiento y Gobierno Regional-.

En este epígrafe se da un repaso al concepto de Publicidad Institucional para entender las funciones y características de los carteles de fiestas, siendo éste el contenido del cuarto apartado de este capítulo.

El Ayuntamiento y/o la Comunidad Autónoma organizan las fiestas locales porque son las entidades oficiales con competencias para hacerlo. Para hacer llegar su mensaje festivo a los vecinos y al público en general, las instituciones utilizan como medio publicitario el cartel. Veamos a continuación a qué tipo de publicidad pertenecen los carteles que analizamos en esta investigación.

Las clasificaciones de publicidad mejor estructuradas son las que tienen como criterio taxonómico los elementos de la comunicación publicitaria. Es ilustrativa en este sentido la clasificación presentada por Mariola García Uceda (2001) que elabora una tipología general de la publicidad en función de:

- El producto
- El emisor de la comunicación
- El número de anunciantes
- Los destinatarios
- La intencionalidad
- El objetivo publicitario
- La argumentación
- El mensaje
- El alcance de la campaña
- El medio utilizado de la presión publicitaria

Para este trabajo nos interesan los tipos de publicidad que integran el segundo criterio: el emisor de la comunicación. Según quien sea el anunciante se puede hablar de tres tipos de publicidad (García Uceda, 2001, p.54):

La publicidad corporativa (publicidad de empresas privadas).

La publicidad de asociaciones, fundaciones y empresas públicas.

La publicidad institucional (incluye la publicidad turística).

Como hemos explicado, las instituciones encargan la campaña publicitaria de las fiestas por lo que se convierten en el emisor de la comunicación. Por tanto, el concepto de Publicidad Institucional es el marco de realización de los carteles de fiestas. A este respecto Carulla (1995), en la presentación de su libro *España en 1000 carteles*, dedicado a las temáticas de fiestas y ferias, toros, exposiciones y turismo, puntualiza que en la mayor parte de los casos se trata de carteles

editados por instituciones públicas⁹ de toda España. En este sentido, creemos pertinente abordar el concepto de publicidad institucional a la hora de hablar de los carteles de esta temática: feria, fiestas y festivales. Al mismo tiempo, estos eventos anunciados se utilizan como piezas de la oferta turística de la región.

La publicidad institucional (García Uceda, 2001, p.54) “comprende la publicidad que llevan a cabo las entidades cuyo control de la propiedad es público. Se dedican a la organización de servicios comunes para la sociedad, que no son objeto de transacciones.” Esta descripción de la publicidad institucional encaja perfectamente con el estudio de los carteles de fiestas que desarrollamos puesto que los eventos que se anuncian son para disfrute de toda la sociedad y la entidad que las organiza es pública. Los emisores son pues las instituciones de la administración central, de la región autonómica y de la localidad, es decir de los ministerios, organismos autónomos de la administración central, de las comunidades autónomas y de los ayuntamientos. Esta forma de explicar la publicidad institucional puede resultar demasiado sencilla e inconcreta pero, desde la teoría de la publicidad, es clara y concisa y delimita la práctica publicitaria que se desarrolla desde los poderes públicos. Esta actividad publicitaria, en puridad, no se realiza con ánimo de lucro aunque las entidades públicas ejecutan la política económica y social de la comunidad en general¹⁰.

La publicidad Institucional ha sido regulada legalmente porque constituye una parcela de la actividad publicitaria que forma parte de lo público. Esta reglamentación de la publicidad de las entidades públicas carga de contenido el propio concepto de publicidad institucional. Sirvan como referentes de los estudios realizados en este sentido la obra de Elisa Moreau Carbonell (2005) titulada *La administración Anunciante. Régimen jurídico de la Publicidad Institucional*; y la obra de Marcial García López (2001) *Publicidad Institucional: El Estado Anunciante*.

Moreau Carbonell (2005, p.45), siguiendo las explicaciones de Sánchez Martínez, resume que “la doctrina reconoce que *la comunicación (pública) no se contenta con informar, sino que asume el objetivo de hacer responsable de su elección a cada ciudadano y asegurar su participación en la vida pública.*” Esta visión global de los fines de la comunicación de las Instituciones incluye a la Publicidad (Institucional) de las fiestas locales, por cuanto ésta tiene como objetivo informar sobre la celebración de las fiestas e invitar a los ciudadanos a que participen y disfruten de ellas. Los dos fines últimos de la publicidad institucional buscan beneficiar a la ciudadanía y a la convivencia social. Se trata tanto de aumentar la transparencia de las actuaciones de los organismos públicos, como de fomentar la corresponsabilidad social de la población. Persuadir, es decir, convencer a los ciudadanos para que participen activamente en el desarrollo social por los cauces democráticos.

García López (2001) ha estudiado el recorrido histórico de la Publicidad Institucional. El autor reivindica que este tipo de publicidad se debe entender como proceso de comunicación entre las Instituciones Públicas y la Sociedad Civil. Como intercambio comunicativo en el que interviene el receptor y no como proceso lineal en el que solo se buscan unos efectos sobre los individuos de la

⁹ Ver también Carulla y Carulla (1998).

¹⁰ Para conocer mejor este concepto Enrique Ortega (2004, pp. 46-48) expone la clasificación de la publicidad y define la Publicidad Institucional. Además, desarrolla los objetivos publicitarios de las administraciones públicas.

sociedad. No se ha de comprender desde su finalidad económica (advertising), sino como lugar para la comunicación que procura la elaboración de espacios para la convivencia y la interacción, es decir, como lugar para la comunicación entre los individuos, los grupos y las instituciones.

El autor (García López 2001, p.34) se remonta a la Edad Media donde la nostalgia de una vida más bella “se formula en la plaza pública y se manifiesta sobre todo en las fiestas populares, con lo que el pueblo hace de ese espacio público una representación del mundo de los ideales sobre la base de mejores principios”. Esta raíz del concepto nos ayuda a entender que el cartel de fiestas, emitido por las Instituciones Públicas, pertenece a la publicidad entendida “como un ámbito de expresión de lo colectivo, y por tanto, un espacio que sirve para construir y hacer comprensibles las relaciones sociales”. Esta función social de la publicidad institucional ha permanecido a través de los siglos hasta el momento presente.

En la primera década del siglo XXI el espacio de la comunicación se ha multiplicado con la presencia de Internet y todas las posibilidades que la realidad on line conlleva. Todo tipo de instituciones, públicas y privadas, han de tener presencia en estos nuevos lugares. Si observamos lo que ocurre en relación a la publicidad de las fiestas, nos encontramos con que el turismo es uno de los ámbitos más consultados y gestionados en la red de redes, y que las fiestas - como ya hemos apuntado- están directamente relacionadas con la oferta turística de la localidad. Por tanto, la imagen de las fiestas que anuncia el cartel ocupa un lugar, sino decisivo, al menos identificativo de las mismas.

La publicidad de los organismos públicos ha crecido de forma extraordinaria en los últimos años del siglo XX y principios del siglo XXI. Dada esta gran actividad publicitaria, se aprueba la ley 29/2005 de 29 de diciembre para regular la Publicidad y la Comunicación Institucional. Como dato representativo de esta situación se observa que el primer inversor en publicidad en España continúa siendo, en 2012, el Estado. Según los datos del Estudio Infoadex de Inversión publicitaria 2012, las administraciones de varias comunidades autónomas presentan, así mismo, importantes inversiones en publicidad. Todas las instituciones, organismos y empresas públicas, ministerios ayuntamientos y, por supuesto, los gobiernos locales y el gobierno de España, necesitan comunicar sobre sus actuaciones en beneficio de su propia imagen.

Una vez comprendido el contexto en el que se encargan y desarrollan los carteles de fiestas, pasamos a delimitar el concepto de cartel de fiestas, las funciones que cumple y los rasgos que lo caracterizan.

2.4. CONCEPTO, FUNCIONES Y CARACTERÍSTICAS DEL CARTEL DE FIESTAS

En primer lugar, hemos de delimitar lo que entendemos por “cartel de fiestas”. En el sentido propuesto en este trabajo, se trata de un soporte de publicidad exterior que anuncia algo y puede cumplir unas funciones. Cuando hablamos del cartel de fiestas, el referente son las fiestas pero no en sentido amplio. Aquí con el término fiestas nos referimos a las fiestas locales que celebran los habitantes de un lugar geográfico.

El concepto de fiesta ha sido estudiado desde muy diversas perspectivas. En la investigación que llevamos a cabo nos hemos decantado por seguir al profesor Francisco Flores Arroyuelo (2001, 1999, 1994, 1993a, 1993b, 1990) que parte del estudio de las definiciones de fiesta donde encuentra

que la mayoría de estas la conciben como modelo cultural del que el hombre participa en un momento y lugar concretos por lo que incluyen como elementos esenciales el tiempo y el espacio. Juntos a éstos aparecen otros de carácter religioso, social, económico, político, etc. El hombre al participar de la fiesta retorna a la naturaleza en estado puro para encontrarse y mostrarse en ella tal cual es.

Otra forma de explicar la fiesta es como modelo simbólico sobre el que se asienta una colectividad. Todos estos planteamientos intelectuales sobre la fiesta se basan en la reconstrucción de los datos que se tienen y se formula como recreación del mundo o apertura en el tiempo que lleva a la edad primitiva.

La fiesta desde una perspectiva antropológica ha sido la herramienta para abordar la medida del tiempo utilizada por el hombre para ordenar el devenir de la vida porque marca las repeticiones que muestra la naturaleza y los intervalos entre ellas que son los periodos que ahora conocemos como el día, el año, etc. Que describen el ciclo vital de hombres y seres vivos de la naturaleza. En este sentido las fiestas permiten que la vida continúe por esta razón los poderes (Iglesia y Estado) en cada momento se encargan de establecer su disposición en el calendario que marca a la sociedad que gobierna cuando ha de descansar, mejor dicho, dejar su actividad cotidiana, y, ante todo, celebrar algo liberándose del tiempo real y finito.

La religión católica para estructurar (Flores, 1990) el calendario, de cuyo orden se ocupaba la iglesia y el estado confesional, asumió parte de las fechas de las fiestas locales e implantó las nuevas liturgias en sus celebraciones de forma que fuera más fácil para el pueblo asumir las nuevas creencias. Las fiestas paganas eran reprobadas por las instituciones y quedaron en el olvido unas y en la clandestinidad otras que se han vuelto a celebra abiertamente con los cambios ocurridos en la historia cuando han pasado a depender de autoridades no eclesiásticas. El carnaval ha sido la fiesta que se ha mantenido a pesar de las represiones a su celebración.

La fiesta cobra en sentido en sí misma y se explica unida al juego, el azar, la arbitrariedad, la diversión. Se encuentra unida a la magia y toda clase de ritos como los iniciáticos, de fecundidad, de expulsión de malos espíritus, etc. Y todos aquellos sacrificios rituales que se hacían para que la naturaleza y, sobre todo, la vegetación (ritual del arado, de la siembra, etc.) se mostrara generoso con el pueblo. La religión ha heredado muchas de estas fiestas lo que no explica el origen de las mismas como expresa Flores Arroyuelo (1994, p.18):

“muchos etnólogos y antropólogos argumentaron sus respuestas sobre qué es fiesta y su origen por las descripciones que de ellas hicieron o por las consecuencias que de ellas se derivaron, pero no lo hicieron intentando ver por qué existían, o cuando lo ensayaron, a lo más que llegaron fue a indicar un fin práctico que según todas las apariencias e indicaciones era el que se perseguía con ellas. En estos casos las fiestas pasaron a ser un medio para la obtención de un bien extraño a los que podía conseguir el hombre con sus propias fuerzas, como el que podía obtener por un ritual mágico, por ejemplo.”

Frente a estas posturas Flores (1994, p.25) defiende que el hombre en las fiestas hace posible que la vida continúe e incide en su existencia desde el momento presente sin separar el tiempo y el espacio de lo cotidiano y lo festivo. La fiesta es una respuesta del hombre a preguntas sobre la realidad del hombre y de la vida por medio de los sentidos y la imaginación. La realidad para

seguir existiendo necesita de continuas modificaciones en las que el ser humano interviene voluntariamente y a través de los sentidos, porque “imaginó que podía cambiar la realidad (...) por medio de un recurso que le era propio y que amparó bajo el nombre de ficción.” En conclusión, la fiesta comenzó siendo una vía de conocimiento de la realidad cambiante y el hombre imaginó que podía incidir libremente en ella para asegurar que la vida del mundo se prolongue. En palabras del autor las fiestas son ficción y continuidad (1990, pp.149-150):

“Por las fiestas el hombre pudo participar de unas imágenes creadoras que eran fruto de su conciencia, y que después utilizó desde su imaginación, solo una vía, un camino. Las fiestas son fruto de la imaginación del hombre, y por ellas se adentró en el futuro tras p.149/ vencer en lo que se ofrecía como una lucha a la que concurrían los elementos que apreciaba en la naturaleza. La imaginación fue su fuerza impulsora hacia una sabiduría perceptiva que se hacía realidad en él mismo. El hombre al imaginar creaba, creía, avanzaba en una dirección hasta entonces inexistente, y en la que se proyectaba en su existencia.”

Tras estas aclaraciones del concepto de fiesta nos acercamos al del cartel que las anuncia.

Como hemos apuntado, existe un antecedente del concepto de cartel de fiestas en 1611. Se trata de la definición del Marqués de Covarrubias (Santos Torroella, 1949) propuesta en su libro *Tesoro de la lengua castellana o española* que se incluye en el trabajo como dato que vincula el término cartel con la celebración de festejos locales.

Los anuncios de espectáculos públicos romanos constituyen otro antecedente de los carteles de festejos. Como señala Charles Hiatt (citado por Santos Torroella, 1949, p.11), investigador de la historia del cartel, en la antigua Roma hubo figuras del arte publicitario comparables a Chéret en su tiempo.

Las fiestas de las que tratamos en el presente trabajo además de locales, son de raíz popular. Nosotros estamos de acuerdo con aquellos que defienden la existencia autóctona del saber, la música, las costumbres, actividades, artes, etc. de origen popular, reconociendo que lo popular y lo culto se relacionan en ambas direcciones.

Dentro de la cultura popular, el folklore se estudia (Esteva Fabregat, 2006) como “aquella parcela de la cultura que evoluciona en paralelo con la producción llamada culta, pero que queda desatendida por la Historia de la Cultura.” El folklore es todo aquello relativo a la cultura y tradiciones representativas de un pueblo o grupo social. La tradición consiste en el paso de unas generaciones a otras a través de la vida de un pueblo, una familia, etc. de noticias, costumbres y creaciones artísticas colectivas. Y la cultura es el conjunto de creencias, formas de vida, valores y símbolos de una colectividad. Las fiestas y ferias constituyen una parte importante del folklore de los pueblos, regiones y países.

El folklore se entiende en la actualidad como el conjunto de formas culturales vivas, conservadas como costumbres o creencias, y practicadas en función de tradiciones populares asumidas por una población, un pueblo, una comunidad o una nación. Son prácticas colectivas y anónimas y conservan en algún grado su funcionalidad.

Por tratarse de un concepto de uso vulgar recurrimos al diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, donde folklore es el “conjunto de creencias, costumbres, artesanías, etc.,

tradicionales de un pueblo". La expresión *folklore* es inglesa y por eso se puede encontrar con k en muchos lugares y publicaciones, pero el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española no lo reconoce como término en castellano.

Ahondando un poco más en el concepto, encontramos que el folklore abarca las manifestaciones culturales de los pueblos de todas sus tradiciones desde lo material hasta lo espiritual, es decir, la cultura material y la cultura espiritual.

El Doctor en antropología Claudio Esteva Fabregat (2006), presenta los contenidos culturales del folklore en siete bloques temáticos:

1. Artístico-ergológicos. Formado por la artesanía del lugar, los utensilios, el vestuario, las artes del tejido y el bordado, la cerámica, la arquitectura popular, el mobiliario, y toda clase de artificios tradicionales.

2. Narrativo-literarios. Que incluye las prácticas y el saber de carácter verbal, de la literatura popular de transmisión oral (mitos, leyendas, cuentos, refranes, poesías, fábulas, canciones, romances, etc., así como la misma música que las acompaña).

3. Festivo-ceremoniales. Actividades que se celebran durante el año y los ritos que acompañan a las fases de la vida (aniversarios, celebraciones de primavera, Navidad, Semana Santa, carnaval, rituales de boda, nacimiento y muerte, etc.).

4. Costumbres gastronómicas. Las comidas y bebidas, la forma de prepararlas los momentos en que se consumen, y sus funciones culturales.

5. Medicina étnica. Los remedios que se proponen y sus diferencias con la medicina académica. Incluyen creencias ligadas a la magia o a la religión, así como distintos simbolismos sobre la vida y la muerte.

6. Juegos. Se trata de juegos folklóricos para el ocio o de tipo ceremonial. Competiciones, exhibición de destrezas, manifestaciones literarias de cultura popular como las adivinanzas, entre otros.

7. Religión, creencias e ideología.

En principio, las fiestas y ferias de una localidad pertenecen al bloque "3 festivo-ceremoniales" de esta clasificación. Pero, en las fiestas de Murcia encontramos, además, aspectos que corresponden a otros bloques como son, por ejemplo:

Del bloque 1. Los aspectos artísticos-ergológicos los encontramos en las competiciones de bolos y petanca; en la estética general y decoración de las barracas de las fiestas de primavera y en los huertos del malecón de la feria de septiembre, y el uso de los utensilios tradicionales para cocinar; y en el uso de las túnicas de los nazarenos –portadores, penitentes y mayordomos-, de los trajes regionales -vestimenta que invade toda la ciudad el día del Bando de la Huerta- , y de los atuendos propios de sardineros y hachoneros de El Entierro de la Sardina.

Del bloque 2. Las tradiciones verbales y narrativas las encontramos en El Bando de la Huerta de las fiestas de primavera: en la lectura del Bando, en las canciones populares y en su música, así como en la música de las bandas que acompañan a los pasos en procesión, en las burlas (toques de tambores) y en las bocinas de Semana Santa.

Del bloque 4. En las fiestas de Murcia juegan un papel relevante las costumbres gastronómicas que se pueden degustar en las barracas de las fiestas de primavera y en los huertos del malecón de la feria de septiembre.

De este planteamiento para el estudio de los contenidos culturales del folklore, lo que a nosotros nos interesa es, sobre todo, dejar sentado que los eventos a los que se refieren los carteles en estudio forman parte de la cultura popular. La pertenencia del referente de los anuncios al ámbito popular y de las tradiciones locales es la referencia principal para el análisis de contenido de los posters de las fiestas.

Las ferias aparecen ya en el siglo VII y su apogeo se produce con el desarrollo de las ciudades, a partir del siglo XI. En un principio, su origen es religioso, pero cuando proliferan se convierten en agropecuarias y comerciales (Checa Godoy, 2007). Los comerciantes que se reúnen en ellas son locales y extranjeros, obtienen privilegios y protección y, a cambio, proporcionan el intercambio de productos entre lugares lejanos que de otra forma no sería posible. Las ferias se solían celebrar una vez al año y durar varias semanas. En cuanto a la fecha de celebración, se organizaban de primavera a otoño teniendo en cuenta el calendario de las ciudades de la misma región, para evitar coincidencias y facilitar los recorridos de los feriantes.

Con el tiempo las ferias se acompañan de vendedores ambulantes que vocean las bondades de sus productos y se incluyen demostraciones y degustaciones de las mercancías. A esto se une la celebración de actividades de ocio y recreo (juegos, música, concursos,...) que son muy importantes para el presente estudio puesto que, con el tiempo, son estas actividades festivas el núcleo de las fiestas que analizamos, sin que se pierda el recuerdo de estas transacciones comerciales que supusieron su aparición.

En las grandes ciudades se dispone de un lugar para celebrar las ferias y situar los mercados. Un ejemplo del caso español es El Arenal de Sevilla en los siglos XVI y XVII. Cuando se generaliza la imprenta, en el siglo XVII proliferan los carteles, entre ellos destacan los carteles de ferias y fiestas que siguen en auge. Desde mediados del siglo XVIII se cultiva y aumenta la calidad del cartel en España. Entre los eventos anunciados: carreras de caballos, circos y, por supuesto, las corridas de toros, las fiestas ocupan un buen número de carteles. Se incorpora el color, se alargan y agrandan sus formatos, y el texto, que, en ocasiones, incluía el programa de fiestas, va dejando espacio a la imagen ilustrada.

Entendida la fiesta como realidad folklórica y situada en la cultura popular pasamos a definir el concepto de cartel de fiestas.

La siguiente frase de Barnicoat (2000, p.183) deja al descubierto la esencia de la relación del cartel con su público: "(...) el carácter peculiar de los carteles en cuanto tales viene determinado por la naturaleza y la intensidad de la influencia popular sobre su aspecto." Además de que la adaptación del mensaje publicitario al público objetivo es imprescindible para su correcta comprensión, el cartel de fiestas es a su vez expresión del pueblo que las vive.

En consonancia con la definición de cartel que utilizamos, el cartel de fiestas se refiere a un *objeto que, en sus diversas variantes o formas locales y/o históricas específicas, comparte la característica esencial de ser un medio de comunicación visual, bidimensional y estático, que integra, en diversa proporción*

y estilo, texto e imagen, con el objetivo de comunicar públicamente un mensaje para informar, instruir y/o persuadir, sobre la celebración de las fiestas y ferias de una localidad.

Una vez acotado en este trabajo el significado de la expresión cartel de fiestas, pasamos a describir las funciones que cumple y los rasgos que lo caracterizan.

Las funciones del cartel de fiestas son en esencia de carácter *social* por cuanto, en su mayoría, son mensajes enviados por las Instituciones Públicas que buscan y trabajan por el bien social del pueblo. Procede aquí preguntarnos si el cartel de fiestas cumple las funciones estudiadas para el cartel en general; y nos encontramos con que este tipo de cartel festivo siempre informa. Es decir, aporta los datos necesarios para saber la fiesta, feria o festival de que se trata; dónde se celebra y los días en que se puede disfrutar de sus actividades.

Estos carteles suelen ir acompañados de la identificación del anunciante. Además, esta información aparece junto a imágenes y presentada con una estética adecuada y siempre con la finalidad de persuadir. He aquí tres funciones más que cumple este tipo de cartel: la función *informativa, estética y persuasiva*.

Si tenemos en cuenta la aportación que ha hecho el arte a los carteles de fiestas a través de cartelistas, en su mayoría pintores de calidad reconocida -ya sea a nivel local o a escala nacional e internacional-, la función *creadora* es indiscutible en ellos.

La colocación de carteles en las ciudades por parte de Ayuntamientos e Instituciones Públicas respeta el medio ambiente, puesto que ellas mismas son las encargadas de protegerlo; se cumple por tanto, la función *ambiental*. Pero los carteles de fiestas, ferias y festivales cumplen siempre una función cultural, en tanto en cuanto, lo anunciado forma parte de la cultura del lugar como hemos expuesto en este mismo apartado.

Junto a las bebidas alcohólicas, las telecomunicaciones, la automoción y la distribución, la cultura es uno de los principales sectores que se anuncian a través de medio exterior; y, dentro del medio exterior los carteles de fiestas forman parte del sector cultural.

Los carteles de fiestas poseen una serie de características formales como, por ejemplo, que la parte proporcional de la imagen es siempre superior a la del texto. No olvidemos que este tipo de carteles se dirige a toda la población y que, en sus orígenes, el nivel de analfabetismo era muy elevado en toda España.

Las imágenes que ilustran los afiches expresan la esencia de las fiestas mediante elementos simbólico-festivos, ya sean detalles muy característicos de las mismas, ya sean escenas representativas de su espectáculo.

El uso del color es también característico en estos anuncios pues se utilizan para recrear las emociones que se viven con ocasión de la celebración, disfrute y recreo de las fiestas, ferias y festivales.

La composición del cartel en su conjunto debe ser una invitación al espectador para que participe de los eventos anunciados.

Los carteles de fiestas en España desde finales del s. XIX se desarrollan a la par que el cartel comercial publicitario. En aquellos momentos prevalece el texto sobre la imagen porque incluyen el listado de todas las actividades de que consta la fiesta o feria. No obstante, existen carteles de esa

época que destacan por su originalidad. Con la entrada del s. XX esta modalidad cartelística va creciendo alimentada por la variedad de movimientos artísticos y desarrollo de tecnologías aplicadas al diseño y la comunicación, que el transcurrir de los años ha traído hasta la primera década del s. XXI. Pero la puesta al día de los carteles de fiestas no es la misma que la de los carteles comerciales. Sánchez López (n.d.) pone de relieve la devaluación de la intención primaria de los carteles de este género. El autor explica esta situación como resultado del choque entre dos presupuestos básicos. Por un lado, el referente comercial y publicitario del cartel en tanto anuncio y, por otro, la esencia de la fiesta (folklórica, religiosa, etc.) anunciada por unas entidades que la organizan y colaboran para su celebración que imponen cierto decoro que puede limitar el impacto visual y la fuerza expresiva del cartel. De esta manera el concepto y la forma del cartel se reducen al uso de estereotipos de tipo conservador (*costumbrismo caduco, estereotipo enquistado, tópico mezquino*) que en ocasiones adoptan rasgos de falsa modernidad. Esto ocurre en muchas ciudades españolas que alardean de ser universales pero que no entienden que el cartel debe seguir unos presupuestos conceptuales, formales, iconográficos y, por supuesto funcionales. En estos casos los carteles de fiestas son malas pinturas con rótulos dadas a las imprentas que no alcanzan si quiera un mínimo de calidad pictórica tradicional que se ha quedado desfasada de las tendencias actuales y del discurso contemporáneo. El resultado es que la mayoría de carteles de fiestas (toros, semana santa, populares, ferias, etc.) se pueden tildar como kitsch por ser pretenciosos y de mal gusto. En este entorno los profesionales del diseño gráfico y de la creación plástica en general, y publicitaria en particular, han introducido alternativas y nuevos conceptos icónicos en los procesos ideativos y técnicos de elaboración de los carteles culturales. La introducción de los procedimientos digitales al rigor del diseño gráfico y el uso del fotomontaje como alternativa al uso de las tendencias artísticas contemporáneas junto con las aportaciones de la interacción con los medios y el conocimiento de las transformaciones del arte son los nuevos caminos para que el cartel cumpla sus funciones y recupere su fuerza comunicativa.

En el capítulo siguiente comenzamos el repaso de la historia del cartel publicitario para contextualizar y entender el desarrollo de este soporte en España y, concretamente, en Murcia.

3. EL CARTEL EN EUROPA Y ESTADOS UNIDOS

¡Quién podía suponer entonces, cuando el arte empieza a calzar coturno y se aípa sobre la grandilocuencia histórica, que estas estampas callejeras también acabarían entrando por el portillo de la crónica historiada! (Santos Torroella, 1949, p.31)

En todas las sociedades de la historia ha existido la necesidad de informar visualmente a través del lenguaje icónico o verbal. Si bien ha variado el medio en los esquemas comunicativos de cada época, la intención del emisor no ha cambiado en esencia (Ruiz Llamas y Sahagún Soto, 2002, p.147). Ahora bien, el desarrollo económico, político y cultural ha demandado necesidades comunicativas diferentes. A su vez, se ha ido extendiendo la alfabetización verbal y visual de los ciudadanos, todo lo cual ha modificado la forma de los mensajes públicos en cada momento histórico.

Así pues, la historia del cartel se puede remontar más o menos en el tiempo dependiendo de la acepción que demos al término cartel.

En el presente estudio no vamos a retroceder a la prehistoria, donde ya se conocen signos en relieve de mercaderes mesopotámicos; ni tampoco a las piedras grabadas de la antigua Grecia.

Nosotros estudiamos el cartel como soporte de publicidad exterior, que consiste en un anuncio de papel puesto en la calle donde los viandantes lo puedan ver y que cumple unas funciones determinadas. Es decir, partimos de la definición de cartel establecida en el capítulo dos de este trabajo.

Desde esta posición el cartel se gesta en los talleres de los primeros artistas que, cumpliendo una labor de encargo, realizan verdaderas obras de arte. Esto es, nos situamos en el tiempo en el siglo XIX cuando concurren una serie de factores de diversa naturaleza que forman los cimientos de la aparición del “cartel moderno” (Enel, 1977). Destacamos aquí los factores más significativos:

De carácter tecnológico¹. La litografía que aumenta la cantidad -el número de copias del cartel- y mejora la calidad de reproducción de los posters. Estos cambios repercuten directamente en la utilización de los carteles como medio de comunicación masivo al permitir una mayor difusión del anuncio. Prueba del desarrollo de este medio publicitario es la aparición del oficio de pegadores de carteles (Eguizabal Maza, 1998, pp.140-146 y p.315).

¹ Valga como ejemplo de otras perspectivas de estudio histórico la siguiente: “El cartel siempre ha sabido destacar entre todos los medios, antes y después del desarrollo tecnológico y en convivencia con el resto de las posibilidades, masivas o no, de hacer llegar los mensajes. Quizá esto se deba a la sencillez de su sistema: un anuncio puesto en la calle visible para todo aquel que pase. Su recorrido suele estudiarse desde la etapa que va del siglo XVI al XVIII, ya que la imprenta supone para él un impulso tan importante como para otras piezas que hoy designamos con nombres como folletos comerciales y catálogos de librerías, a las que gana en difusión y popularidad.” (Reyes Moreno, 2007)

De carácter económico. El rápido desarrollo de la producción propio de la economía liberal supone un problema en los mercados donde la oferta supera a la demanda provocando la lucha de competencias.

De carácter comunicacional. Se empieza a utilizar el cartel para informar únicamente de la existencia de los productos sin argumentar sobre sus posibles usos.

Abordar la historia del cartel es cruzarse en los caminos del arte, la propaganda, la religión, la literatura y, en todo caso, del comercio.

En el siglo XIX se distinguen tres tipos de carteles. Los más frecuentes eran los carteles oficiales cuyos referentes eran de orden político y religioso. Los carteles comerciales todavía poco numerosos, anunciaban productos de farmacia y botica en su mayoría. Como hemos mencionado, este uso comercial del cartel es un factor desencadenante del desarrollo del cartel contemporáneo. El tercer tipo es el cartel de espectáculos que anunciaba las fiestas locales, las ferias, las representaciones teatrales y todo tipo de eventos. Este último tipo de carteles conforma los antecedentes de los carteles que son objeto de estudio de este trabajo; si bien ahora los carteles de las fiestas locales son asunto de Ayuntamientos y Comunidades Autónomas, razón por la cual reciben el título de Publicidad Institucional.

Al margen de la calidad de los primeros carteles impresos y de los rótulos de los comercios, lo cierto es que, a mediados del siglo XIX, en las calles de las principales ciudades europeas y estadounidenses, se desarrollaba el hoy denominado medio de publicidad exterior. En los muros, fachadas y comercios se pegaban carteles, se colocaban enseñas y placas, caminaban dejándose ver los hombres anuncio, los carteles montados en los carros se paseaban por la ciudad y la creatividad de los comerciantes acabó por iluminar con luz eléctrica los anuncios.

Estos primeros carteles, tal y como aquí los entendemos, brotan de la fuente del arte. La publicidad, en general, ha seguido las tendencias artísticas de cada época y, de manera especial, se han dejado notar en las creaciones del cartel y de otras modalidades de publicidad exterior. El avance de las artes gráficas, con la incorporación de la impresión a color y el desarrollo de los tamaños de los posters, aporta a los carteles una gran capacidad expresiva y comunicativa.

A lo largo del siglo XX el cartel se va distanciando del arte pictórico y fotográfico en la medida en que la publicidad comercial crece y se desarrollan estrategias de mensaje que prescinden de la estética artística. Al mismo tiempo, aparece, se desarrolla y se consolida la figura del diseñador gráfico y del creativo publicitario que confieren una nueva amplitud al mundo del cartel. El cartel vuelve así, de la mano del diseño, a disfrutar del buen gusto y del sentido de la estética. Se produce el retorno del arte al cartel. De este modo, en los primeros años del siglo XXI disfrutamos de carteles perfectamente diseñados que, por otra parte, responden a las necesidades de los anunciantes.

Hoy el cartel está perfectamente consolidado como medio publicitario y continúa unido al arte como los carteles que hemos recopilado en este trabajo, creados en su mayoría por pintores y artistas locales.

3.1. NACIMIENTO DEL CARTEL EN EUROPA Y ESTADOS UNIDOS.

En la introducción de este capítulo hemos apuntado que la intervención de los artistas en el nacimiento del cartel constituye un pilar indiscutible. Los padres del cartel publicitario se valieron de las técnicas y de la vanguardia del arte para anunciar locales, eventos y productos.

Una extensa relación de artistas del siglo XIX y otros que vivieron la transición al siglo XX han dejado huella de su aportación en el cartelismo: en Francia no se pueden dejar de nombrar, entre otros muchos, a Jules Chéret, Toulouse Lautrec, Mucha, Cassandre, Steinlen, Bonnard, Gavarni, Daumier, Manet y Grasset; en Inglaterra, son imprescindible para conocer la historia del cartel, figuras como los Beggarstoffs, Beardsley, John Hassla, Hardy, William Morris y Cecil Adin; en Estados Unidos, William Bradley aportó las claves del cartel siendo Maxfield Parrish otro de los ejemplos de la estrecha relación entre arte y publicidad en dicho periodo histórico; en Italia destaca Capiello; en Alemania, Ludwig Hohlwein² es considerado el cartelista más brillante; en España, son imprescindibles, entre otros, Ramón Casas, Riquer³, Penagos, Soria, José M^a Sert, Manuel Bedito, Cecilio Pla, Benlliure, Gaudí y Renau. De ellos trataremos en el epígrafe siguiente dedicado a la evolución del cartel en España.

Existe por tanto, una vinculación de raíz entre cartel y arte pictórico. En palabras de Diego Coronado e Hijón (2001, p.29):

“Como sistema de comunicación, los orígenes del cartel se deben de manera evidente a la tradición pictórica decimonónica, resultando su primera concepción plástica como una consecuencia directa de las rupturas formales que se introducen en el mundo del arte a finales del siglo XIX, de la mano primero de Chéret y, sobre todo, con Toulouse-Lautrec (...)”.

Coronado da una clave para distinguir entre cartel y pintura figurativa. En ambos casos se trata de dos medios de representación manuales cuyo fin es comunicar algo al espectador, pero difieren en el funcionamiento del proceso comunicativo. Mientras que en la pintura el emisor (pintor) domina el proceso de comunicación, y es el espectador del cuadro quien se esfuerza para ponerse en el lugar del artista; en el sistema de comunicación del cartel, el receptor de la imagen es indispensable y el emisor elabora su mensaje pensando y teniendo presente al público que lo va a recibir.

Antes de relatar la aparición de los primeros carteles, vamos a describir las circunstancias sociales y tecnológicas en las que transcurre.

Desde el punto de vista social, el hecho que mayor repercusión ha tenido en el desarrollo de la publicidad en general, y del cartelismo en particular, es la existencia de la burguesía.

A pesar de que la clase burguesa inició en el siglo XVI un proceso de enriquecimiento y elevación social, que la sitúa en el siglo XVIII en el status de clase enriquecida; en el siglo XIX la burguesía es todavía un nuevo grupo social que detenta el poder económico. Esta clase social

² En opinión de Carulla y Carrulla (1998, p.17), tres cartelistas -Cassandre, Hohlwein y Capiello- “tradujeron sus mensajes en exagerados grafismos innovadores que el público, por su simplicidad, reconoció de inmediato, dejando obsoleta la expresión realista desarrollada anteriormente.”

³ El único cartelista español que participó con dos posters en la suscripción de la colección de carteles *les Maitres de l’Affiche* compuesta por obras de 94 grandes cartelistas mundiales (Carulla y Carrulla, 1998, p.17).

necesita, por un lado, unas señas de identidad y, por otro, diferenciarse de las demás, para ello buscan “identificarse con una nueva imagen y una nueva estética” (Diego Coronado e Hijón, 2001, p.87).

En este momento la burguesía encuentra en la publicidad la herramienta para mantener los niveles de ganancias en la actividad comercial, por encima de entenderla solo como medio de comunicación persuasiva. Es más, la clase burguesa contrata a los artistas para crear la imagen de marca de su publicidad y, según Coronado, su “propia identidad burguesa”. Es decir, la imagen de un nuevo orden social en el que el poder económico controla el poder político.

Desde el punto de vista tecnológico, en la introducción del presente capítulo hemos mencionado como factor de impulso del cartelismo la aparición de la litografía. A continuación, describimos algunos detalles que ayudan a comprender este fenómeno y su repercusión en la historia del cartel.

Ya a finales del siglo XIX el grabado había dejado paso a la impresión superficial de imágenes (Le Coultre et al., 2003, pp.8-19), pero los textos se imprimían en relieve por separado. La necesidad de un método que permitiera imprimir juntos todos los elementos del cartel sirvió de acicate para la invención de la litografía.

A finales del siglo XVIII, el austriaco (checo) Aloïs Senefelder (Praga 1771-Munich 1834), que era al mismo tiempo actor y autor de teatro, necesitaba anunciar sus obras, razón por la cual se dedicó a experimentar con piedras para lograr imprimir sus carteles publicitarios. Tardó cinco años⁴ en inventar el sistema de impresión que, posteriormente perfeccionado -tras sesenta y ocho años-, supuso el disparadero del cartel publicitario: la litografía.

La litografía consiste en dibujar las imágenes sobre la piedra con un material graso, mojar la piedra y después impregnarla de tinta para imprimir. Gracias a que agua y aceite se repelen, la tinta solo permanece en los trazos grasos logrando que se imprima la imagen prevista. Lo importante es que este sistema de reproducción de imágenes agiliza el proceso de difusión de los carteles, en tanto que desaparece la figura intermedia del estampador o reproductor imprescindible hasta ese momento.

La introducción del color en la litografía, es decir, la cromolitografía, está directamente relacionada con la actividad de Godefroy Engelmann (1788-1839) que patenta esta forma de impresión en París, donde se instaló en 1837 (Checa Godoy, 2007).

Coronado (2001, p.87) resume en dos las ventajas que hacen de la litografía “el medio preferido por los artistas de la publicidad a mediados del siglo XIX”:

Una ventaja consiste en la posibilidad de pintar directamente las ilustraciones sobre la piedra sin que sean interpretadas por otra persona. La autenticidad y naturalidad de los trazos originales impresos en los carteles hacen que los artistas se decanten por esta alternativa de reproducción.

La segunda ventaja es que sobre la piedra litográfica se visualiza el diseño en positivo tal y como va a quedar reproducido en el papel. Este aspecto atrajo a los artistas hacia la litografía.

⁴ Unos autores datan la invención en 1776, otros en 1790 y otros en 1798 nosotros hablamos de finales del siglo XVIII.

De la mano de la litografía, el cartel se introduce en las ciudades. A mediados del siglo XIX, ciudades del tamaño de París y Londres aparecen forradas de carteles. Como dato que constata esta situación conocemos la cifra de ciento cincuenta pegacarteles de promedio en las ciudades mencionadas. La cifra de inversión publicitaria en carteles superaba a la inversión en prensa.

Como hemos visto, la litografía se inventó a finales del siglo XVIII, pero no se extendió su uso en la publicidad hasta la intervención del artista en la creación de carteles en las últimas décadas del siglo XIX. En la explicación de las causas de este proceder histórico, se ve implicada directamente la burguesía. Hay tres factores, hasta ahora no contemplados por los historiadores del arte y de la publicidad, que esclarecen este hecho (Coronado, 2001):

1. En la creación de su propia identidad, la burguesía buscaba la imagen del arte para que sus productos luciesen un físico acorde con su propia estética. Igual que los burgueses vestían de manera singular para distinguirse del resto de la población y hacer ostentación de las riquezas, utilizan a los artistas para lanzar al mercado los productos como si de obras de arte se tratase; tanto a través de los carteles que los anunciaban, como del diseño de sus etiquetas y embases. Creían que el arte era el mejor argumento para la venta.

2. Arte y publicidad solo podían encontrarse en un medio icónico que en aquella época era el cartel. La litografía no solo atrajo a los artistas/cartelistas, sino que mejoró el medio en dos aspectos: por un lado, la posibilidad de imprimir en color a través de la cuatricomía y, por otro, la posibilidad de usar formatos más grandes de los utilizados hasta ese momento. En el último cuarto del siglo XIX ya se pueden reproducir obras seriadas a todo color y en tamaños desde 60x80 hasta carteles de más de dos metros⁵.

3. Mas todo lo anterior no serviría de nada sin la atracción que sintieron, primero Chéret y luego Toulouse-Lautrec, por el cartel como medio para atraer la mirada del espectador, para lo cual, se ha de componer una imagen seductora de fuerte impacto, algo impensable hasta entonces en la pintura realista e impresionista.

La confluencia de todos estos elementos y circunstancias colocó al cartel como medio publicitario por encima de la prensa diaria. Esta situación se extendió desde la segunda mitad del siglo XIX hasta pocos años antes de la segunda guerra mundial.

Sobre los pilares apuntados podemos referirnos a los artistas concretos que hicieron realidad la existencia del cartel, tal y como hoy lo conocemos.

Como acabamos de señalar, Chéret fue el primer artista que trabajó como cartelista propiamente dicho y, como veremos a continuación, preparó el camino a Toulouse-Lautrec, que fue el verdadero "padre del cartel entendido como obra de arte y como imagen reflejo, a la medida de la burguesía de "fin de siècle" (Coronado e Hijón, 2001, p.91). Este pintor introdujo en la creación cartelística el medio artístico como forma de expresión (lenguaje) de manera que el cartel ha ido evolucionando en el tiempo adaptándose a los cambios de estilo del arte. Desde entonces, los cartelistas han sabido tomar el lenguaje de las vanguardias para componer los anuncios con su ritmo y belleza.

⁵ Este factor contiene las tres causas que según Pérez Ruiz (1996, p.393) impulsan la consolidación del cartel como medio publicitario.

A continuación, incluimos una lista de elaboración propia con los principales movimientos artísticos y algunos ejemplos de artistas vinculados a ellos, que intervinieron en el cartelismo de finales del siglo XIX hasta finales del siglo XX:

- Impresionismo: Chéret, Manet, Vuillard (s. XIX).
- Posimpresionismo: Théophile Steinlen, Pierre Bonnard, Henri Toulouse-Lautrec (finales s. XIX).
- Simbolismo: Carlos Schwabe, Eugène Carrière, Pierre Puvis de Chavannes (finales s. XIX).
- Arts&Crafts: William Morris (finales s. XIX).
- Modernismo (finales s. XIX - principios s. XX): Alphonse Mucha, Eugène Grasset (Fancia); Joseph Steiner, Meter Behrens, Lucien Bernhard (Alemania); Aubrey Beardsley, Charles Rennie Mackintosh (Reino Unido); Edgard Penfield, Will Bradley (EEUU); Adolfo Hohenstein, Giovanni Maria Mataloni (Italia); T. Privat-Livemont (Bélgica); J.G. van Caspel, Jan Toorop (Holanda); Koloman Moser (Austria).
- Expresionismo Alemán: Ernst Ludwig Kirchner, Kokoschka, Grosz, Wassily Kandinsky (principios s. XX).
- Fauvismo: Leonetto Cappiello, Marcello Dudovich, Henri Matisse, Dufy (1905-1908).
- Cubismo: Jorge Braque, Juan Gris, Pablo Picasso (1907-1914).
- El Futurismo: Fortunato Depero (1909).
- Dadaísmo: John Heartfield, Schwitters, Man Ray (EEUU).
- Surrealismo: René Magritte.
- El Art déco (años 20) en relación con el Cubismo: Cassandre (Adolphe Mouron), Charles Loupot, Paul Colin (poscubismo), Jean Carlu, Francis Bernard.
- Movimiento Moderno; Formalismo racionalista (racionalismo); la estética Poscubista (constructivismo, neoplasticismo (simplificación geométrica) y purismo -movimiento purista-): la Bauhaus en Alemania (años 20-30), el Neoplasticismo o Constructivismo holandés (Mondrian y la revista de Stijl) y el Constructivismo soviético/ruso, Maiakosvsky y Alexandro Rodchenco (grupo de artistas "Constructor Publicitario"), El Lissitzky. Nueva objetividad (Suiza), cartel hiperrealista: Otto Baumberger, H. Matter (1920).
- El "gag visual" (finales de los 40's): Raimond Savignac, Jean Carlu, destacan en esta línea Abram Games, Thomas Eckerley y John Gillroy (Gran Bretaña), Herbert Lupin (Suiza).
- Abstracción informal y abstracción geométrica: llega al cartelismo de la mano de carteles de artista en los años 70 y 80.
- Fotoplakate: Josef Müller-Brockmann (escuela gráfica suiza).
- *Colorfield Painting*, abstracción postpictórica norteamericana (años 50): Saul Bass.
- Optical-Art (años 60), cinetismo y abstracción geométrica: Víctor Vasarely; Bruno Munari, Giovanni Pintori, Máximo Vignelli (Italia); Eduardo Terrazas, Lance Wyman

- (México); Bridget Riley (Gran Bretaña); Mitsuo Katsui, Hirokatsu Hijikata, Shigeo Fuduka o Yusaka Kamerura (Japón).
- Pop-Art (años 50 y 60): Eduardo Paolozzi (Gran Bretaña); Robert Rauschenberg y Jasper Johns (precursores Estados Unidos); Roy Lichtenstein, Oldenburg, James Rosenquist, Wesselman y Andy Warhol (Estados Unidos).
 - Neorrealismo (realismo crítico) y neofiguración o figuración expresiva (años 60): Bernad Lorjou, Bernard Buffet (Francia); Robert Rauschenberg y Jasper Johns (precursores), Roy Lichtenstein, Oldenburg, James Rosequist, Wesselman y Andy Warhol.
 - Cartel Psicodélico: Víctor Mocosó, Alton Kelley, Stanley Mouse, Wes Wilson y Rick Griffin; Milton Glaser y Seymour Chwast - *The Push Pin Studio*; Peter Max, Bradbury Thompson (Estados Unidos); Martin Sharp (Gran Bretaña).
 - Cartel polaco años 60: Henryk Tomaszewsky, Jan Lenca, Roman Cieslewicz, Urbaniec, Czerniawski, Pluta, Gorka, Swierzyy Górowski.
 - La abstracción informal -gestual, lírica o matérica-, expresionismo abstracto (años 70): Georges Mathieu (Francia); Pierre Alechinsky (Bélgica); Jean Dubuffet (Francia), Willen de Kooning (Estados Unidos).
 - Neoexpresionismo alemán (finales 70 principios 80).
 - Abstracción geométrica, neoconstructivista y tecnológica, minimalismo (años 80): Josef Albers, Frank Stella.
 - La transvanguardia: Posmodernidad y Neoexpresionismo (años 80): David Salle -Bad painting- (Estados Unidos), Jean-Michel Basquiat, Keith Haring, Francesco Clemente.
 - Graffitismo neoyorquino (años 90): Keith Haring.

Hemos escogido a varios de los artistas nombrados porque creemos que son imprescindibles para entender el despegue histórico del cartel. Nos centraremos en las figuras de Chéret y Toulouse-Lautrec por su reconocida contribución a la consolidación y desarrollo del cartel publicitario. A continuación, hacemos una breve descripción de los aspectos más representativos de los movimientos vanguardistas que se fueron sucediendo y entremezclando en los carteles, para entender las raíces artísticas del cartel y cómo se mantiene esta tradición cartelística en el cartel de fiestas.

El francés Jules Chéret (1836-1933) fue el primer experto en litografía de carteles de la historia. En Inglaterra, donde estuvo siete años, aprendió artesanía y la nueva técnica litográfica aplicada a grandes formatos lo que le proporcionó las bases para desarrollar su propio proceso litográfico de tres piedras (una para cada color primario) para la impresión en color. Abrió un taller de litografía en 1866 en París con máquinas inglesas, donde trabajó con grandes piedras y en color.

Los carteles de Chéret muestran: la influencia en su formación de los murales y las composiciones verticales de Tiépolo (con sus frescos de escenografía tardobarroca para ser vista desde abajo) y de Watteau (se le llegó a nombrar con el apelativo "*Watteau des murs*"); y cómo lo funde todo con el lenguaje visual del arte popular que se utilizaba en los programas de circo

decorados de la época. Fue gran admirador de la pintura de Fragonard y asumió parte de la herencia del impresionismo pictórico. Estas fuentes de saber, junto a la técnica litográfica que desarrolló y sus dotes como dibujante, han colocado a este artista en el primer lugar de la historia del cartel por lo que se le considera el “padre del cartel artístico” (Piqueras Moreno, 2004, p.17).

Su carrera empieza con un cartel para la famosa actriz americana Sarah Bernhart en 1867 (“la Biche en Bois”) y consiguió que los carteles dejaran de ser solo un medio para impartir un mensaje y que se percibieran como objetos estéticos. Perseguía hacer arte popular en la denominada *Belle Époque* de París. Prueba de su repercusión social fue la aparición de un estilo de mujer (la Chérette), imitada por las féminas de la época en sus peinados y atuendos. Los personajes de sus carteles brincaban y bailaban dinamizando así los mensajes. Color y movimiento atrajeron a los caminantes de la ciudad que admiraban y robaban los carteles para retener las creaciones del artista. Chéret fue alabado por la crítica y el público en 1889 en la Expositio Internationale de París, y reconocido como precursor del Art Nouveau por los propios portavoces de este movimiento. En la edad de oro del cartel en Francia, la última década del s.XIX, su influencia llegó a jóvenes y valiosos artistas del cartel contemporáneos de su país y se extendió por toda Europa y Estados Unidos. El artista realizó carteles hasta que en 1910 sufrió pérdida de visión progresiva.

Además de las aportaciones descritas, Chéret marcó pautas para la construcción de los carteles publicitarios como las siguientes: simplificar el diseño, utilizar formas estilizadas, usar el color con atrevimiento para potenciar el primer plano, sorprender con la puesta en escena, emplear textos concisos y adoptar los estilos artísticos vigentes.

Uno de estos estilos artísticos fue el simbolismo de finales del siglo XIX, puente entre el romanticismo y el surrealismo. Esta corriente, despreciada por los formalistas dentro de la historia del arte moderno, se caracteriza por las figuras estilizadas, desnudas o vestidas de blanco, idílicos entornos, inefable belleza, paisajes silenciosos y, en definitiva, la poética imagen integral. La presencia de esta corriente artística en el cartel fue eventual, reducida en número pero reveladora. Como ejemplos de la misma destacan carteles de Carlos Schwabe, Eugéne Carrière y Pierre Puvis de Chavannes.

Pierre Bonnard fue uno de los jóvenes *nabis* que se dedicaban al cartel atraídos por la posibilidad de ganar algún dinero, la repercusión de la obra en el gran público y la estampa japonesa. El joven artista realizó su primer cartel en 1891 para France-Champagne con el que obtuvo un gran éxito. De este autor destaca el sentido del color que utiliza para expresar su universo intimista.

El pintor Henri de Toulouse-Lautrec (1867-1947) llegó al cartelismo animado por su amigo, y también artista, Pierre Bonnard de la mano de su editor el impresor Ancourt. Pronto Toulouse-Lautrec descubrió en el cartel un medio prodigioso para llegar al gran público. Conoció rápidamente la litografía en color y desde su primer cartel (“Moulin Rouge. La Goulue”1891) tuvo tanto éxito que lo llevo a superar la obra de Chéret. Toulouse-Lautrec tomó como ejemplo a Chéret pero, mientras este último relaciona el cartel con el arte del pasado, Lautrec lo relaciona con el futuro de la pintura, lo incorpora en el arte contemporáneo introduciéndolo en su ámbito postimpresionista. El artista hizo del cartel el medio de expresión de su experiencia personal al describir las vidas interiores de los habitantes de la ciudad mediante rasgos caricaturescos, trazos

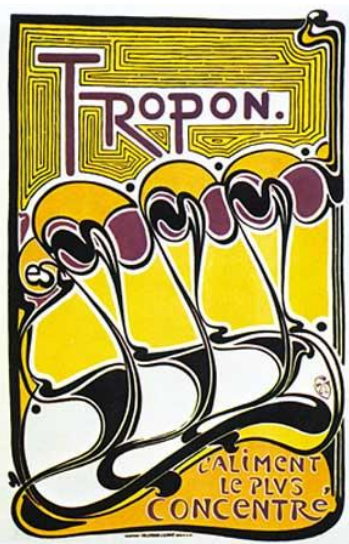
de boceto y licencias que la pintura de su tiempo no le permitía utilizar. Destaca la importancia del uso del negro en la resolución gráfica de sus carteles marcando contornos que potencian la expresividad de las figuras y de todos los colores.

Toulouse fue gran admirador de Degas y de la estampa japonesa, influyó en los expresionistas alemanes y en jóvenes contemporáneos que trabajaron en París como el español Ramón Casas. Al morir con tan solo 37 años la obra cartelística de Lautrec se reduce a 31 carteles. Sin embargo, su contribución al cartel es crucial en tanto consolidó el carácter directo del cartel como forma artística, y ha llegado a influir en la pintura contemporánea a través de artistas de la talla de Pablo Picasso. Su figura fue reivindicada en los años sesenta en los postres psicodélicos y se ha convertido en un mito de la modernidad.

Tanto Degas como Lautrec se interesaron, cada uno a su manera, por la fotografía (Eguizábal Maza, 2000), medio de expresión que revolucionó, desde su aparición (primero con fotografía instantánea 1859, más tarde con la cronofotografía) las formas de expresión artísticas. Frente a los retratos fotográficos, cae en desuso el retrato en miniatura y las obras de arte empiezan a liberarse de la apariencia de realidad.

El movimiento artístico más importante del cambio de siglo fue el denominado *Le Style moderne* en Francia y *Art Nouveau* en Bélgica y Francia, *Modern Style* en Inglaterra y *Liberty* en Estados Unidos, *Nieuwe Kunst* en los Países Bajos, *Jugendstil* en Alemania, en Austria *Sezessionstil*, en Italia *Stile Liberty* y en España modernismo. Entendiendo el término, tal y como expresa García Fernández⁶ (1985, p.36), “como reacción contra el naturalismo del último tercio del siglo XIX”.

Las raíces del modernismo (Galán, 1983) se encuentran en los movimientos artísticos que desde la exposición universal de Londres (1851) buscan dignificar los productos cotidianos y utilitarios. La actividad de Williams Morris que desembocó en la tendencia “Art & Crafts” fue un primer paso hacia el modernismo en todo el mundo.



Este movimiento artístico consistía en relacionar entre sí una serie de estilos para renovar y construir un nuevo lenguaje; pero iba más allá pues representaba el estilo de vida de la nueva burguesía rica, liberal y culta que pretendía unir el arte y la industria. Esta corriente artística alcanza a todas las artes: arquitectura, pintura, escultura, y a las artes aplicadas, sobre todo a las artes gráficas y en especial al cartel. El afán por “lo nuevo” llevó, por ejemplo en Alemania, a constituir asociaciones secesionistas cuyo fin era romper con la tradición académica.⁷

En las raíces del modernismo se encuentran los ideales del simbolismo y los artistas pretenden transformar y renovar el entorno del hombre rediseñando los objetos y las imágenes desde modelos de

⁶ García Fernández (1985) recoge las dos corrientes que propone Lafuente Ferrari dentro del modernismo. Una esencialista que busca la verdad y otra, la del refinamiento y la exquisitez, que sigue la línea de Oscar Wilde que proclama la superioridad del arte sobre la naturaleza.

⁷ Barnicoat (2000) desarrolla, de forma brillante y cuidada, las etapas históricas del cartel atendiendo a las peculiaridades de los artistas implicados en ellas y logra relacionar las influencias entre países dando una visión global muy rica para el conocimiento de la historia del cartel.

la morfología de la naturaleza. Huyen del eclecticismo y las soluciones historicistas y rechazan lo industrial. El modernismo propició una concepción integral del diseño que impulsó la evolución del diseño gráfico del siglo XX.

Constituían parte de la estética modernista las formas tomadas de la naturaleza, de los vitrales emplomados y los manuscritos medievales, y de las artes decorativas de los países de Oriente (la India, Egipto, Persia, Japón y las Indias Orientales Holandesas). Como ya hemos apuntado, además de aplicarse en el diseño industrial, la arquitectura y la tipografía, el art nouveau se plasmó profusamente en el diseño de carteles; en ellos prima lo simbólico sobre lo narrativo, aparecen líneas onduladas inspiradas en motivos orgánicos, muy decorados y con el ornamento rebosante de detalles y cargado de simbolismo.

En el ambiente modernista europeo, el arquitecto Henry van de Velde, vinculado al grupo *Les Vingts*, crea y desarrolla la imagen de marca de un producto de alimentación (carteles incluidos). El diseño consiste en unas formas de florales casi abstractas de estilo modernista que rompen con los recursos artesanales publicitarios propios de la época que consistían en figuras de mujeres y niños.

En Gran Bretaña fue Dudley Hardy el que cortó con el panorama del país a finales de s.XIX donde se hacían malos carteles con exigencias de imagen gráfica realista y academicista. Este autor renovó el cartelismo inglés con sus creaciones en las que destaca el colorido, el trazo ágil y el lenguaje popular fresco y con sentido del humor que recupera de su entorno. Sus trabajos más relevantes son los realizados para el mundo del espectáculo. Junto a Hardy destaca el británico John Hassall que trabajó para este género y es conocido por sus carteles de turismo, uno de los cuales fue premiado para promocionar la imagen de Barcelona en 1911 (“Barcelona Ciudad de Invierno”). El autor clave para la presentación del modernismo británico fue Autrey Beardsley que introdujo el grafismo lineal, elegante, refinado, japonés y floral cuya influencia traspasó las fronteras de su país. Una novedad en el procedimiento de creación de los carteles la encontramos en las producciones de The Beggarstaff (firma de los carteles realizados por la pareja de pintores William Noeholson y James Pryde para desligar la obra artística de sus trabajos comerciales) que consiste en pegar papeles recortados para conseguir contrastes cromáticos prescindiendo de la línea y los contornos. Por su parte Charles Rennie Mackintosh enlazó el modernismo escocés con el austriaco.

El jugendstil en Alemania contó con protagonistas como el arquitecto Peter Behrens que fue uno de los iniciadores del movimiento moderno con gran influencia en algunos maestros de la Bauhaus. Es conocido por la coordinación del diseño integral de la empresa AEG desde 1907, donde se vislumbra la abstracción geométrica y los efectos vibratorios del *optical*. Cabe destacar a Ludwig Honlwein, cartelista comercial de gran éxito por su elegancia y cosmopolitismo, y a Lucien Bernhard que, alejado del modernismo, atrajo a los anunciantes con sus anuncios que eran comunicación visual pura. Su estilo sencillo y riguroso de imágenes perfiladas donde los objetos son los protagonistas y la tipografía es virtualmente dominada, se denominó cartel-objeto, sachplakat, y tuvo influencia sobre el diseño publicitario porvenir.

La *Sezessionstil* en Viena se acercó al cartel para anunciar las exposiciones de los pintores y arquitectos de este grupo intelectual y artístico. Estos carteles destacan por su composición rigurosa

donde cobra valor lo geométrico y lo decorativo junto a una rotulación original y novedosa. En la actualidad Gustav Klimt es una fuente de inspiración para el diseño publicitario.

En Italia la tradición renacentista y barroca fundió el claroscuro y los estudios anatómicos con un tratamiento escenográfico espectacular sobre todo en los carteles de ópera propios del país.

Los posters-mamut, carteles de gran formato, de poca calidad artística pero alto nivel técnico que anuncian espectáculos, destacan en el fin de siglo de Estados Unidos. El cartel modernista llega de la mano de los artistas contratados por los grupos de prensa para regalar con sus publicaciones carteles coleccionables. Edward Penfield desarrollo un estilo claro de colorido plano y contornos bien delimitados donde reflejaba escenas cotidianas de la buena sociedad norteamericana con puntos de humor. Will Bradley es el cartelista más representativo del modernismo norteamericano que destaca por su sentido cromático y el ritmo formal que muestra lo que está por llegar en el diseño cartelístico. América del Sur cuenta con el impulso del ilustrador y grabador José Guadalupe Posada precursor del diseño mejicano. Destaca así mismo, Jaime Valls, catalán afincado en Cuba a principios de siglo cuya obra fantástica y sensual sirve de puente entre el modernismo y el Art-decó.

A partir de aquí, durante el siglo XX, sobrevienen una serie de evoluciones artísticas que se dejan notar en los carteles de la mano de los artistas que los crean.

En Alemania, a principios de siglo, aparece un movimiento cultural, el expresionismo, que innova el arte mediante la expresión del grito del artista que vive las tensiones de una sociedad rígida que le angustia. El grupo de Ernst Ludwig Kirchner generó gran número de carteles para sus exposiciones donde se pueden apreciar las formas cerradas y angulosas dotadas de frescura, de rudo grafismo y brusco colorido característico de esta vanguardia artística. Oskar Kokoschka une su admiración por el Jugend de Klimt con la influencia de Van Gogh y de Munich y obtiene como resultado, en lo que al cartel se refiere, una dimensión espiritual en sus carteles donde aparecen personajes desarticulados que le confieren una gran dosis de modernidad.

Los fauves es el nombre que le dio el crítico Louis Vauxcelles a un grupo de artistas que utilizan un colorido exultante, sin límites, su uso es arbitrario pero expresivo y buscan la armonía en cualquier orden. Eran grandes admiradores de la explosión de colorido que generaba la publicidad en la ciudad. Henri Matisse, líder del grupo ha influido en la concepción del arte más allá del periodo fauve. Sus *papiers collés* de los años cuarenta se han utilizado en carteles así como algunas de sus pinturas más conocidas. Raoul Dufy vivió su etapa fauve que aportará a su obra y a sus carteles, incluso a los de etapas posteriores, la alegría cromática y decorativa.

El cubismo incorpora en las obras pictóricas imágenes publicitarias desde 1912. En la fase del cubismo sintético, en los collages aparecen etiquetas, impresos y pequeños anuncios y se vislumbra la importancia por los objetos del arte contemporáneo. Pero, de forma recíproca, el cubismo penetró en el arte decorativo renovando las formas y transformando la vida cotidiana. En los carteles aparecen estructuras fragmentadas y cristalinas y se representan las escenas con la nueva relación entre el fondo y la forma en la superficie de la obra.

Los futuristas consideran el cartel como un cuadro que se expone en la calle. El futurismo devuelve al lenguaje publicitario su revolución tipográfica de manera que las palabras y las imágenes se muevan libremente por todo el espacio. La velocidad es el tema principal de este

movimiento, que aprovechará la publicidad para transmitir el movimiento propio de la aceleración mecánica en anuncios, sobre todo, de coches con una línea aerodinámica que fascinó en la publicidad americana. Fortunato Depero intervino en el mundo publicitario comercial creando carteles, mascotas, construcciones tridimensionales, y llegó a escribir un libro en 1931 titulado *El futurismo y el arte de la publicidad*.

La fotografía, por su parte, irrumpió en el arte y en la ciencia. Las cronofotografías -descomposición del movimiento mediante fotografías sucesivas- sirvieron de inspiración y descubrimiento de formas expresivas para los artistas de principio de siglo XIX. Sin embargo, el futurismo y el cubismo rechazaron expresamente las innovaciones que introdujo la fotografía. Los primeros dieron la espalda a los descubrimientos de la fotografía y el fotodinamismo. Los segundos estudiaban la suma de los puntos de vista del objeto observado y no los desplazamientos de objeto delante de la cámara. Pero la superioridad de la fotografía y el cine en las innovaciones resultó evidente. En estos años de experimentos cubistas, el cine -donde se introducen nuevos enfoques y montajes, y perspectivas múltiples- es el medio que educa la percepción del público mostrando varias facetas de un mismo referente a la vez.

La transición del cartel de Chéret al cartelismo más contemporáneo sucede de la mano del italiano Leonetto Capiello (Fauvismo) por ser “el primer artista comercial que concibe el cartel de un modo utilitario de acuerdo con los principios todavía hoy vigentes” (Enel, 1977, p.24). Este autor y su generación influyeron, de modo especial, en los jóvenes autores de los años veinte y treinta. Sirve como anécdota que deja ver tal repercusión, el sobrenombre de “rey del cartel” que le designó Carlu a Capiello. El italiano renovó el cartelismo para adaptarse a las nuevas exigencias publicitarias que demandaban del cartel su capacidad para vender. Se centró en las alegorías elegantes en tono de humor. El artista destacó antes de la primera Guerra Mundial y fue imitado por sus contemporáneos porque los comerciantes les pedían “un Capiello” para sus anuncios. Su fama se extendió fuera de Francia y llegó a España donde encontramos sus carteles para productos españoles como el Agua de Solares y el Agua de Vilajuiga.

No hay que olvidar las innovaciones en el terreno publicitario que introdujeron los artistas rusos en la primera etapa de la Revolución Rusa, desde 1917 hasta 1929, cuando Stalin tomó el poder. En esta etapa los artistas “constructivistas” (frente a los “suprematistas” que defienden el arte por el arte sin hacer caso de la publicidad) pusieron su arte al servicio de la Revolución incluyendo a la publicidad como vehículo de difusión de sus ideas. En relación con el cartel, destacan Alexandro Rodchenco y el escritor Maiakovsky, ambos integrantes del grupo de artistas “Constructor Publicitario”. Este grupo perseguía fines sociales mediante la innovación y sus obras se caracterizaban por el alejamiento del barroco y la búsqueda de la esencia del mensaje; utilizaban la fotografía y el fotomontaje con frecuencia. Otro autor relevante, aunque más alejado del fin social, es el diseñador El Lissitzky, con aportaciones de gran originalidad que se mostraron en Europa, en el pabellón de la URSS de la Exposición Internacional de Artes Decorativas e Industrias Modernas de París, en 1925.

Los carteles cambiaron con las guerras mundiales. Durante los conflictos bélicos, se fomentó el uso propagandístico del cartel por parte de los bandos en disputa. Hacemos aquí una brevísima

descripción de los carteles de guerra y de postguerra, para continuar con la descripción de la evolución del cartelismo a nivel internacional.

Durante la Primera Guerra Mundial se desarrollaron recursos expresivos más eficaces que los utilizados hasta entonces en los carteles de la época (Renau, 1976, pp. 81-85). Esto se debió, entre otras causas, al carácter que la Revolución Soviética imprimió al cartel que agitó el ámbito de la expresión gráfica hasta repercutir en el cartel comercial. Este aspecto lo abordamos en el siguiente capítulo al estudiar la historia del cartel en España.

Durante la Segunda Guerra Mundial, los carteles creados, de un lado, por las potencias occidentales enfrentadas a Alemania, y, de otro, por la Unión Soviética, alcanzaron un nivel humanístico y un dramatismo sin parangón.

Ya en el periodo entreguerras, y, sobre todo, finalizada la segunda Gran Guerra, los carteles se desenvuelven en el realismo y naturalismo en busca de la eficacia publicitaria que se acerca a la imagen fotográfica cada vez más.

Los asesinatos colectivos perpetrados por el fascismo y las armas atómicas de destrucción masiva, probadas sin reserva en Hiroshima y Nagasaki, desataron el horror en todo el mundo. La respuesta de los seres humanos ante este drama fue el nacimiento del Movimiento Mundial de la Paz. El cartel comenzó a utilizarse en movimientos artísticos nacionales a favor de la paz donde desempeña una misión humanista. Esta misión se universaliza con los carteles del citado movimiento mundial y con los carteles creados por la ONU.

Se trata de carteles de gran colorido y pureza de líneas que persiguen alentar *la convergencia de hombres y pueblos*, para lo cual hay que superar las barreras sociales, políticas y religiosas, y lograr *conquistar la Paz* en la convivencia humana universal. El cartelista ha de transformar su experiencia plástica y revisar sus recursos expresivos, para elevar los carteles a la categoría universal que se requiere en estos mensajes. El receptor es mundial y, por tanto, los registros del lenguaje plástico han de responder a las características de la humanidad, en un plano elevado sencillo e impregnado de ternura que todos los hombres entiendan y con el cual se identifiquen. El ejemplo más claro de esta realidad de la que hablamos es la paloma de Picasso.

Retomamos las etapas del cartel comercial en el periodo de entreguerras cuando el siglo ofrece el optimismo de *los felices años veinte* con el nuevo estilo de vida (consumo de nuevos productos y nuevas formas de ocio) de la sociedad moderna que reclama una imagen afín a la nueva situación. Estos cambios afectan al cartel que se adapta no solo al viandante, sino también al hombre motorizado al que ha de alcanzar. Se necesitan nuevos conceptos de composición y disposiciones tipográficas y un renovado repertorio de imágenes.

El arte de vanguardia se incorporó al cartelismo en una pequeña medida pero suficiente para preparar el terreno a la llegada de nuevos materiales gráficos y recursos técnicos que fueron la fotografía y el aerógrafo. El arte abstracto tuvo mucha fuerza en los artistas noveles de estos años que creían poder comunicar de forma visual sin necesidad de utilizar imágenes representativas y, por tanto, reconocibles. Nacieron nuevas agencias de publicidad y, a la actividad creativa publicitaria, se incorporó el grafista publicitario que no solo creaba carteles, sino que se adaptó al desarrollo de las grandes vallas, los anuncios de neón, las banderolas para los aviones y demás formatos que iban a constituir el hoy denominado medio exterior de publicidad.

Al modernismo suceden el art-deco (1920-1930) y el racionalismo de las décadas 20 y 30 que constituyen los movimientos artísticos formales y los decorativos.

El movimiento artístico, que caracteriza este periodo y que responde a las exigencias de la sociedad del momento y a los nuevos valores tras la guerra, es el Art-Decó. Es un estilo cosmopolita, decorativo y elegante que renovó numerosos campos del contexto social.

La sociedad burguesa acomodada buscaba el buen tono a su alrededor para lo cual sustituyó las imposiciones del anterior Modernismo, por estructuras racionalistas cubiertas de una decoración exquisita. El efecto del arte decorativo se dejó ver desde las Bellas Artes hasta el diseño publicitario, pasando por la arquitectura, el interiorismo y el diseño de muebles y de todo tipo de objetos, y, por supuesto, la moda, telas, joyas, etc. Los rasgos característicos de este movimiento son, en términos de García Fernández (1985, p. 38):

“Su formulario se basa en la síntesis del decorativismo y los componentes exóticos procedentes de la cultura egipcia (...), las culturas precolombinas inca y azteca, extremo oriental e incluso negro-africana, con la simplificación geométrica y esquemática de planteamientos poscubistas, futuristas, De Stijl, la estilización y depuración de antiguos motivos Art Nouveau más las exquisiteces del “buen gusto” francés de Vogue o La Gazette du Bon Ton.”

Al cartel, sobre todo al comercial, llegó este lenguaje artístico de gran complejidad; le alcanzaron las formas estilizadas, la geometría, el eclecticismo en la conjunción de rasgos de los movimientos artísticos contemporáneos haciendo convivir aspectos del postcubismo, futurismo, constructivismo y surrealismo entre otros. El lujo y la ostentación superaban la calidad material de los carteles. En ocasiones introducían ornamentaciones y componentes exóticos.

En los años veinte en París conviven todos los “-ismos” de la pintura incluidos el dadá y el surrealismo que comunican sus conceptos y visiones del arte y del mundo a través de manifiestos y escritos en sus revistas. Al mismo tiempo, la capital francesa es el centro internacional de las artes decorativas y el lugar donde se celebró, en 1925, la Exposición Internacional de Artes Decorativas e Industrias Modernas que dio nombre al Art-Decó. Los espectáculos y los bailes reclamaban carteles que realizaban pintores vanguardistas, sin embargo, la gráfica de los carteles de cine se mantiene alejada de los movimientos artísticos de vanguardia con imágenes muy eficaces de actores o de escenas de la película. Las excepciones a este hecho son los carteles de cine expresionista alemán y los constructivistas rusos.

Además de los carteles para tiendas de moda y grandes almacenes, y los deportes como el tenis y el golf, el turismo es el tema que requiere el trabajo de los grafistas de la época. En los posters de destinos turísticos se pasa de mostrar el paisaje del lugar anunciado a modo de cuadro, a imágenes más constructivistas, hasta sustituir la importancia de la naturaleza por la de los iconos como el tren o el barco. En los carteles de turismo se incluyen temas como las fiestas o el patrimonio artísticos de los destinos turísticos anunciados.

En esta época destacan Cassandre, Carlu, Colin y Loupot (“los cuatro mosqueteros”). Los tres últimos aprendieron de Cassandre y, todos ellos, del arte del momento; y dieron un paso hacia adelante al elaborar carteles que eran mensajes sintéticos con estilo propio, pero caracterizados todos por el orden compositivo, el uso vibrante del color, las soluciones plásticas, la técnica depurada y la elegancia propia de estos años. Los cuatros cartelistas formaron parte de la Union

des Artistes Modernes y Carlu, para el que los carteles eran la expresión gráfica de la idea, fundó la oficina de Propaganda pour la Paix desde donde realizó carteles con fotomontajes tipo Heartfield.

Cassandre (Adolphe Jean Marie Mouron) fue llamado “el primer escenógrafo de la calle”. Es el gran publicitario del periodo de entreguerras y propuso sus propios principios para el proceso de elaboración de los carteles publicitarios. Fascinado por la modernidad, la técnica, la velocidad y la máquina, interiorizó y combinó el uso de las vanguardias (Art-déco, cubismo, futurismo, surrealismo y arte cinético)⁸ con la consecución de los objetivos comerciales que debían conseguir sus carteles. El lenguaje simbólico del surrealismo llegó al cartel sin que éste perdiera su eficacia como medio de comunicación. La abstracción y el constructivismo dan fuerza a los carteles de Cassandre y la disposición de sus franjas de contraste que vibran prepara la propuesta del *Op-Art*. Mientras que las vanguardias artísticas necesitaban los comentarios para interpretar sus mensajes, Cassandre y otros publicitarios supieron utilizarlas para crear mensajes que el público de su tiempo comprendía sin dificultad.

El surrealismo ha impactado en la publicidad porque transmite, mediante objetos e imágenes conocidas, la sorpresa de que las cosas no son lo que parecen por su contexto o simultaneidad, lo que permite generar distintas posibilidades de expresión para los mensajes publicitarios. Este movimiento artístico ha intervenido en la publicidad en dos momentos (García Fernández, 1985): el primero desde 1920 hasta el final de la segunda guerra mundial y el segundo se inicia en los años cincuenta y sigue vigente en la actualidad.

El nuevo formalismo racionalista se desarrolla simultáneamente en Holanda y Alemania en torno a la revista *De Stijl* y la escuela de arte y arquitectura Bauhaus respectivamente. Los artistas holandeses perseguían un arte no individualista. Mondrian (teoría del neoplasticismo) pretendía plasmar la esencia de la realidad y llegó a reducir a líneas verticales y horizontales los elementos de sus pinturas que contaban con zonas lisas de colores primarios dotadas de significado simbólico. En este ambiente los carteles se vieron reforzados por el uso de fotomontajes, fantasías tipográficas y composiciones tipográficas con distintas fuentes y libertad de disposición donde las palabras se conciben como imágenes.

La Bauhaus (1919 a 1933) pasó por varias etapas: Weimar, Dessau y Berlín. La primera fue “espiritualista” y pronto siguió las tendencias constructivistas por lo que los carteles de este momento son tipográficos básicamente. En un grupo de carteles encontramos grafismos asimétricos en composiciones angulares, limpias y austeras con tipografías sin adornos como la San Serif. Hay carteles que muestran su interés por la fotografía que era un medio de expresión asumido por las vanguardias desde finales de los años veinte. En esta fase, la escuela potenciaba los aspectos artesanales en la fusión de las artes, sin embargo, la etapa Dessau se abrió a un concepto funcionalista industrial.

No todos los cartelistas estaban bajo la influencia de esta escuela, por ejemplo Ludwig Hohlwein en Munich siguió con su trayectoria cartelística sin cambios. El cartel más distante al de la Bauhaus en Alemania se creó en el movimiento dadaísta que defendía el absurdo frente a los valores racionales que llevaron a la guerra. Representa el antiarte y niega el estilo o camino artístico

⁸ Encontramos este tema desarrollado en Eguizábal Maza (1998, pp.257-265), en Eguizábal Maza (2000) y en Piqueras Moreno, (2004, p.17 y p.74).

pero aportó innovaciones gráficas y procedimientos heterodoxos como los fotomontajes de Max Ernst o los collages tipográficos de Schwitters. John Heartfield fue pionero del fotomontaje, con G. Grosz y R. Hausmann, e influyen en artistas europeos contemporáneos.

De las repercusiones en el cartel de la escuela Bauhaus hay que destacar los aspectos compositivos que supieron incorporar al lenguaje artístico del cartel las nuevas técnicas del fotomontaje, los trucos fotográficos, distintos ángulos de cámara, los encuadres picados, primeros planos, planos medios, la superposición, la doble imagen, el encadenado, etc. Todos estos elementos de la narrativa audiovisual se incorporan al cartel, de la mano, principalmente, de Moholy-Nagy. El húngaro es uno de los creadores del cartel de fotomontaje y concibió el fototipo (que consiste en un anuncio compuesto de fotografía y tipografía, sin dibujos ni titulares) que tuvo gran repercusión en la publicidad.

Con la llegada del nazismo la escuela cierra sus puertas en Berlín y se produce la desbandada de los artistas y el cartel retrocede en sus formas e imágenes.

En Suiza encontramos un cartel hiperrealista fruto de la “nueva objetividad” de la mano de artistas reconocidos. Por ejemplo, desde mediados de los años treinta, H. Matter utiliza la fotografía de forma revolucionaria por su composición y contrastes, en sus carteles turísticos.

Desde la Revolución Soviética en Rusia se intenta conciliar los contenidos revolucionarios con las vanguardias en la forma de los mensajes. Las imágenes pretenden provocar, mediante la transmisión de ideas muy sencillas o consignas, a los campesinos. Para ello, la velocidad de comunicación de estos carteles es una característica esencial que deja ver la influencia del constructivismo (vanguardia artística rusa que enlaza con las investigaciones paralelas del neoplasticismo holandés, la Bauhaus y los dadaístas alemanes). Entre sus autores destaca El Lissitzky (Eleazar Marcovich) creador del que se considera el primer cartel abstracto de la historia. De este autor hay que destacar los fotomontajes que utiliza en su obra cartelística.

Los carteles de cine ruso de los años veinte y treinta utilizan las técnicas de los cineastas enlazando imágenes con gran libertad compositiva que fusionan el constructivismo con la fotografía, y la tipografía experimental con los vivos colores, en carteles que, aun hoy, sorprenden por su modernidad. Los hermanos Georgia y Vladimir Stenberg son los más representativos de este género cartelístico.

Terminada la Segunda Guerra Mundial la etapa de reconstrucción conlleva cambios que afectan al cartel. Por un lado, la llegada de los nuevos soportes y medios publicitarios conforma una nueva estructura publicitaria donde el cartel ocupa un espacio más reducido en la planificación de medios de las campañas. Los medios audiovisuales, sobre todo la televisión con los atractivos spots publicitarios, se instalarán en el centro de las inversiones publicitarias. Por otro lado, los cartelistas profesionales empiezan a diluirse en la nueva configuración de la creatividad profesional de las agencias porque el cartel es una pieza más a elaborar en las campañas por los equipos creativos⁹ (redactores, directores de arte y creativos publicitarios). A nivel de expresión plástica, los lenguajes visuales habían digerido las tendencias artísticas de entreguerras por lo que se mueven entre polos opuestos: abstracción y realismo, decoración y funcionalismo, razón y emoción. Y la llegada de la fotografía al cartel enfrenta, en un primer momento, a dibujantes y fotógrafos que

⁹ Sobre la aparición y las funciones de los agentes de la creatividad publicitaria ver San Nicolás (2003).

pronto convivirán aunando fuerzas en la labor de la publicidad. El cartel artístico ha de acomodarse a la nueva situación y encuentra su espacio en la publicidad institucional y corporativa que tiene como temas principales cultura (exposiciones, conciertos, teatro, cine, congresos, homenajes, presentaciones, etc.), deportes (juegos olímpicos y todo tipo de competiciones), turismo y cuestiones sociales.

En los años cuarenta se inició en Suiza una nueva forma de expresión gráfica fruto de las influencias de la escuela de Weimar y el movimiento de Stijl. Consistía esencialmente en la reducción de las representaciones figurativas y la potenciación al máximo de los elementos tipográficos.

La labor del artista en el cartelismo la encontramos en los “carteles de galería”, es decir, los anuncios de exposiciones de arte, en su mayor parte de pintura. Estos mensajes, o bien son creados por los propios autores, o bien reproducen alguna de sus obras por lo que son una herramienta para difundir la obra pictórica de autores ya desaparecidos. Como ejemplo, podemos ver carteles de Wassily Kandinsky, H. Matisse, Dufy, G. Braque, Fernand Léger, etc. El afamado arquitecto Le Corbusier expresó su rechazo al uso de los leguajes de las vanguardias por parte de la publicidad, y fue el cartelista de sus propias exposiciones. Los dibujos del polifacético artista Jean Cocteau forman parte de carteles de distintos temas.

Marc Chagall cuenta con una amplia cantidad de carteles que incluyen, además de sus propias muestras artísticas, campañas de turismo y eventos culturales donde aparecen sus imágenes de ensueño. Otros artistas que trabajaron para el turismo son Kees van Dongen y Marcel Gromaire.

Max Ernst nació en Alemania y se nacionalizó primero norteamericano y, por último, francés en 1958. En los primeros años veinte, el artista se encuentra a caballo entre el surrealismo y el dadaísmo. Como aportación relevante el artista introdujo varios procedimientos a partir de los collages y los frotomontajes, y experimentó con texturas y objetos realizando frotados con plomo negro sobre papeles. En sus carteles se deja ver su universo plástico.

Hay que nombrar a Man Ray creador, con M. Duchamp, del grupo dadá de Nueva York. Además de trabajar con diversos materiales y técnicas nuevas, se adentró en la fotografía y desarrolló los llamados *rayogramas* que son imágenes (como sombras en negativo) que se consiguen interponiendo objetos entre el papel sensible y un foco de luz. También exprimió las posibilidades artísticas de la solarización para modificar los márgenes de luz y sombra. Los resultados de estas técnicas en sus imágenes se pueden contemplar en los carteles que realizó durante su carrera artística.

René Magritte es un artista vinculado a la publicidad desde que empezó a trabajar como diseñador de anuncios y llegó a montar un estudio publicitario. Este pintor se vinculó al surrealismo francés y en su obra contraponen conceptos como la realidad y la apariencia. En 1946 abandona el surrealismo y se separa del partido comunista aunque su obra artística y del cartel sigue impregnada de su universo pictórico.

“La publicidad ha encontrado en Magritte -y en el surrealismo en general- una de sus estrategias favoritas, tendentes a provocar la “convulsión” sobre el espectador, quien ve desplazada

bruscamente su noción de realidad aunque acaba aceptando, como en un juego fantástico, la convivencia de diferentes “realidades” incoherentes.” (Piqueras Moreno, 2004, p.132)

Las paradojas visuales de Felix Labisse, cercano al surrealismo pero no admitido en Francia por los integrantes del grupo, se reflejan en sus carteles, por ejemplo, en el conocido cartel para el film “Le Passe Muraille” de Jean Boyer de 1951.

Los carteles, como huellas de la historia, tienen una instrumentalidad documental y dejan constancia de acontecimientos, modas, etc. Y, como estamos constatando, de las tendencias culturales, en general, y plásticas (gráficas y pictóricas) en particular. Un ejemplo muy ilustrativo es el caso de los carteles de Víctor Vasarely, húngaro nacionalizado francés, que se dedicó a la publicidad como profesional desde donde experimentó en la creación plástica de imágenes de manera que se convirtió en el referente de la abstracción geométrica y del optical-art a nivel internacional. Esta evolución hacia el arte se puede observar en sus carteles publicitarios. Los trucos visuales, el trampantojo y las ilusiones espaciales (Eguizábal Maza, 2000) los aplicó a la pintura y estableció como nueva forma de expresión artística lo que había aprendido de Cassandre (diseñador publicitario).

Aunque existen anuncios con fotografías desde el siglo XIX, la fotografía se introduce en la publicidad en el período de entreguerras junto con la fotografía propagandística (Eguizábal maza, 2004). Los fotógrafos publicitarios de los años treinta, como Man Ray, proporcionaban a los objetos un aspecto sugestivo, pero todos los profesionales de la fotografía publicitaria estaban marcados por la Nueva Visión y la Nueva Objetividad que imperaba en el arte.

El uso de la fotografía en la publicidad se extiende, sobre todo, tras la Segunda Gran Guerra, cuando se configura la sociedad que tiene como principal actividad el consumo, alrededor del cual gira la economía, la cultura y se articula toda su esencia. Gracias a los mass media y a la publicidad, se produjo el cambio hacia la sociedad postindustrial mediante la socialización del consumo, dando valor al ocio y al derroche sobre el ahorro y el trabajo. A esto se suma la gran aceptación por parte del público general de la fotografía como medio gráfico. La fotografía se adecua al cambio, a la velocidad, a lo superficial, en general, a las exigencias de la sociedad industrial y postindustrial.

En los últimos años de la década de los cuarenta, una corriente gráfica invade con gran éxito la publicidad. Se trata del llamado “gag visual” que consiste en presentar situaciones y personajes que, con cierto matiz surrealista y en tono de humor, consiguen implicar al público y sorprenderle para provocar su sonrisa. En estos años de reconstrucción tras la guerra, esta forma de hacer publicidad encaja con la necesidad de la población de olvidar y alienarse con la diversión.

El mayor representante de esta corriente en el cartel es Raymond Savignac que se instruyó en varias agencias de publicidad y tuvo como profesor a Cassandre con el que finalmente trabajó. Sus gags publicitarios alcanzaron la fama y fueron muy imitados hasta la mitad de los años sesenta. Recibió encargos de temas muy diversos entre los que se encuentran las fiestas y el turismo junto a variados productos de alimentación, tabaco o transportes. Esta generación cuenta con figuras del cartelismo como el francés Berard Villemot (de sus carteles destaca el poder de sugestión) que fue presidente de la Alianza Grafica Internacional, organización que con sus actividades e integrantes impulsó el desarrollo del cartel europeo. El autor del conocidísimo cartel del tabaco Gitanes, Hervé Morvan pertenece a este momento. También Paul Colin con su escuela de arte gráfico, continúa con

su cartelismo purista para sus clientes. El tono de humor fue adoptado también por el francés Jean Carlu y, en Gran Bretaña, destacan en esta línea, Abram Games, Thomas Eckerley y John Gillroy. Herbert Lupin es el cartelista que mejor representa esta tendencia en Suiza. Damos cabida en este repaso a René Gruau dibujante publicitario muy conocido por sus trabajos en el mundo de la moda tanto para revistas, como Vogue o Fashion Art, como para grandes modistos, como Christian Dior. El estilo de sus carteles se caracteriza por el movimiento y la sensualidad con la que sus líneas dibujan a la “mujer Gruau” cuya silueta es delgada y su rostro se caracteriza por la sonrisa, los pómulos altos y la mirada enigmática.

Cuando el siglo cumple su sexta década los anunciantes demandan el funcionalismo en todos los órdenes de su producción y esta tendencia se transmiten en la estética de los carteles.

En Suiza destacan autores como Josef Müller-Brockmann, Max Hill y Max Hubert todavía influidos por el constructivismo de entreguerras y por las tendencias de las artes plásticas. Se extiende a nivel internacional la técnica gráfica denominada “Fotoplakate” en la que la fotografía es la protagonista y se acompaña de la tipografía sans serif que facilita la lectura del texto, de la mano del mencionado Müller-Brockmann que desarrolló los postulados de este estilo.

Las corrientes artísticas, como la abstracción geométrica de los años cincuenta y, sobre todo, el op-art de los sesenta, incidieron en la renovación del diseño gráfico de Italia. Bruno Munari, Giovanni Pintori, Marcello Nizzoli y Máximo Vignelli son ejemplos de cartelistas y diseñadores gráficos vinculados con el arte. Franco Grignani, Pino Tovaglia y Francesco Saroglia son grafistas italianos que adoptaron el op-art como se puede observar en sus carteles.

En Japón destacan Mitsuo Katsui, Hirokatsu Hijikata, Shigeo Fukuda y Ysaku Kamekura como creadores de carteles realizados con un depurado estilo op-art.

En los años cincuenta, en América, confluyeron una serie de circunstancias que tuvieron como resultado la incorporación del arte al cartel: por un lado, la llegada de artistas que abandonaron Europa en la guerra como Carlu o Matter; por otro, los nuevos autores que aparecen tras la guerra que, además, enseñaban en las universidades; y, así mismo, el apoyo a la labor de los cartelistas en la aplicación del arte al cartelismo, por parte de empresas interesadas en incorporar la calidad estética a su comunicación gráfica, aun cuando la publicidad comercial americana seguía una vía distante a ésta, basada en estudios de mercado y planteamientos científicos.

En este contexto conviven autores como Kent Rockwell, con un estilo muy personal incardinado en el realismo de etapas anteriores, junto a Ben Shahn. Al mismo tiempo Saul Bass es el innovador absoluto del cartel de cine al incorporar el lenguaje simbólico para expresar el concepto de la película mediante composiciones al estilo denominado *Colorfield Painting* que designa al tipo de abstracción postpictórica norteamericana que consiste en combinar planos de color liso y sólido, con recortes de papel. Hay que recordar entre muchos otros cartelistas a Herb Lubalin, Paul Rand o el equipo integrado por Thomas Geismar e Ivan Chermayeff.

Miguel Covarrubias, pintor e ilustrador mejicano, realizó carteles muy coloristas de folklore para el Departamento de Turismo de México. José Vela Zanetti, pintor español exiliado en la República Dominicana, realizó carteles de tono social y político durante su estancia en Sudamérica. Una muestra representativa de la transmisión del arte al cartel, son las perforaciones y recortes de

los carteles que anuncian la exposición de 1960 de Lucio Fontana que utilizaba estas técnicas en las superficies de sus obras de arte.

En los años sesenta se buscan nuevas formas de realismo en el arte dando lugar a la neofiguración. Los figurativos ven finalizada la época de la abstracción y defienden en sus obras las formas reconocibles. El arte por el arte no tiene sentido para ellos y llegan, en algunos casos, al realismo crítico en obras utilizadas como herramienta política. Esta vía artística se plasma en carteles, como el de 1968 para la campaña mundial contra el hambre de la ONU que realizó Bernard Lorjou, en el que aparece, junto a una paloma, un rostro famélico al estilo del realismo propio de este autor. La figuración expresiva del estilo pictórico de Bernard Buffet se plasma en los carteles que el mismo realizó durante su carrera artística; por ejemplo, el cartel titulado Carmen, de 1950, donde aparecen sus características pinceladas negras, colores con tonos oscuros y la dureza de los rostros.

En Europa, el cartel político y social, sobre todo, se innova influenciado por el mayo francés del 68, con un cartel improvisado y sencillo, protagonizado por un eslogan directo y eficaz. A esto se suma la repercusión del movimiento hippy que recupera y exagera elementos del cartel modernista y del simbolismo.

En esta década de los sesenta, se reacciona casi al mismo tiempo en Europa y América frente al informalismo, en general, y el expresionismo abstracto, de forma singular. Se impone una nueva forma de arte denominado “popular” rechazado desde sus inicios por los críticos de arte que tildaban de kitsch sus obras y se resistían a incluirlas en el ámbito del arte.

En 1956 el artista Hamilton Richard, influenciado de Duchamp y el dadá, y que se formó en un departamento de publicidad, realizó un fotomontaje que se considera la primera obra pop. La primera denominación que recibió este movimiento artístico fue *neodadá* hasta que el crítico de arte inglés, Lawrence Alloway, lo llamó Pop Art para defender la cualidad de arte de este grupo frente a los que pensaban que este arte de masas de la cultura popular era pseudociencia.

El Pop-Art tuvo una rápida aceptación en estados Unidos y sus manifestaciones buscaban lo espectacular. La estética de esta nueva cultura popular incluía los signos y símbolos de la publicidad, los ídolos musicales, todo tipo de objetos de la vida cotidiana, y seguía de cerca la transformación cultural que suponían los medios de comunicación de masas. En palabras del británico Hamilton (Piqueras Moreno, 2004, p.139), esta nueva forma de arte es “*popular, pasajero, prescindible, barato, fabricado en serie, joven, divertido, sexy, fantasista, glamoroso y buen negocio*”.

El Pop-Art se manifestó en los carteles, sobre todo, de los artistas británicos como, por ejemplo, Eduardo Paolozzi. En América, destacan como precursores de este movimiento, Robert Rauschenberg y Jasper Johns. El primero, ya en los años cincuenta, mezcla materiales y objetos junto con imágenes de los medios de comunicación en sus obras *Combine Painting*, “entre el arte y la vida” como el mismo las describe. Como autor de carteles, también en ellos combina elementos de fotomontaje y tipografía con elementos metropolitanos. Es muy conocido su cartel, junto con el diseñador R. Runyan, para los Juegos Olímpicos de los Ángeles de 1984.

El segundo precursor del Pop-Art destacado en Estados Unidos, Jasper Johns, crea carteles en los que utiliza elementos sencillos como mapas, banderas o dianas manejando sus formas y colores no como símbolos, sino como recursos artísticos. Entre los más destacados representantes del Pop-

Art americano, se encuentran Roy Lichtenstein, Idenburg, James Rosequist, Wesselman y, el más popular, Andy Warhol.

Roy Lichtenstein se caracteriza por el uso de ampliaciones de la trama mecánica de la reproducción gráfica. Sus imágenes suelen ser diálogos entre los protagonistas de los comics norteamericanos que representan estereotipos sociales muy característicos de la época. En su labor como autor de carteles destacó por los de temas culturales.

El reconocido Andy Warhol trabajó en Nueva York como artista comercial al terminar sus estudios de arte. De esta etapa heredó su actividad como pintor obteniendo los resultados espectaculares de sus juegos de color. En las obras del artista aparecen productos y marcas populares, así como personajes que son mitos de su tiempo; entre su obra gráfica cuenta con carteles de formatos extraordinarios, como la forma de un ticket gigante. En 1983, Warhol obtuvo el Gran Premio de la Publicidad Francesa con una serigrafía del agua mineral Perrier escogida de una serie del mismo referente; se convirtió en un mito americano (Eguizábal Maza, 2000) que representa lo superficial y materialista de los Estados Unidos y su obra es un icono mediático.

En esta misma década de los sesenta tiene gran éxito el cartel psicodélico. Se denomina así a una serie de posters de tamaño medio creados por artistas gráficos sin intención comercial. Aparecen en un contexto de reacción a los valores de los jóvenes en san Francisco. Las formas geométricas desenfrenadas y los estridentes juegos de color caracterizan este tipo de carteles. La juventud de Europa se ve contagiada por la postermanía proveniente del mundo anglosajón, y las habitaciones de los chicos y chicas se pueblan de carteles de líderes políticos y personajes míticos, del cine o de las artes, sobre todo. Entre los autores del cartel psicodélico destacan Víctor Mocosó, Alton Kelley, Stanley Mouse, Wes Wilson y Rick Griffins. Son carteles que provocan la explosión visual entre formas y colores que incluso dificulta la lectura de los textos. Los posters musicales de estos autores integraban el modernismo con el surrealismo y el lenguaje de los comics junto con el optical art, y el color y las formas del pop, generando imágenes alucinantes.

Hay que mencionar en este momento el taller de diseño gráfico The Push Pin Studio fundado por Milton Glaser y Seymour Chwast. El primero es el creador del mítico "I love NY" y el reconocido cartel del cantante Bob Dylan. La generación de jóvenes hippies que sueñan con la no violencia y la libertad, se sienten atraídos y representados por esta imagen del cantante de pelo largo y de colores vibrantes, mientras que reivindican el consumo de marihuana y LSD. En cuanto al cartelismo se refiere, los componentes de este estudio de diseño transformaron el lenguaje gráfico. Las creaciones del artista norteamericano de origen alemán Peter Max, repercutieron en la evolución del diseño gráfico gracias a sus posters impregnados de personalidad con los colores del arco iris y el dibujo de línea clara. Es muy famoso su cartel "LOVE" de 1969. Otro ejemplo de autor de carteles musicales es Martin Sharp que realizó el cartel homenaje a Bob Dylan titulado "Mister Tambourine Man" en 1967. En Europa aparece una versión de estos posters de mitos musicales europeos que consisten en imágenes fotográficas coloreadas de Richard Avedon.

Mientras tanto, en Polonia, Checoslovaquia y Alemania del Este, se impulsa el cartel ligado a la cultura. La escuela polaca cuenta con la extraordinaria figura de Henryk Tomaszewsky. Profesor la Academia de Bellas Artes de Varsovia reconocido a escala internacional, que influyó en los

jóvenes estudiantes de arte. Este artista una gran producción de carteles culturales y de teatro que se caracterizan por incorporar iconos populares con un estilo libre y de aspecto infantil.

Jan Lenica, ayudante de Tomaszewsky en la escuela de Bellas Artes, llegó a trabajar a París en 1963 y es autor de carteles muy expresivos como el de la Expo de Sevilla de 1992. Otros cartelista polacos destacados son, por ejemplo, Ciesiewicz, Urbaniec, Czerniawski, Pluta, Gorka, Swierzy y Górowski.

El cartel cubano de la revolución generó una escuela de cartelistas que simplificó las formas al máximo como vía para lograr la comunicación eficaz. Sirva como ejemplo de esta tendencia cartelística el artista Alfredo Rostgaard. Así mismo, Raúl Martínez, Antonio Pérez Níko, Julio Eloy, René Portocarrero o Félix Beltrán son autores prestigiosos del cartel cubano. Este cartel se caracteriza, como muy bien apunta Barnicoat (2000), por la doble inspiración de occidente, en el estilo, y del este en el mensaje. Sufre al mismo tiempo, la influencia del cartel polaco por un lado, y de la iconografía de los medios de comunicación de masas, el cómic y el pop-art norteamericano por otro; incluso se ve afectado por el cartel de la rebeldía y de la psicodelia, y presenta algunos rasgos del optical-art. El famoso cartel del Ché 1967, a partir de la foto de Alberto Korda, muestra el uso de la pasterización o separación de tonos de las imágenes, el fotomontaje, la ampliación de tramas, el fotocontraste, etc.

La década de los setenta, en cuanto a cartelismo se refiere, se caracteriza por la aparición de carteles de tono social fruto de los movimientos reivindicativos de sectores de la sociedad no conformes con las estructuras establecidas y del devenir de los hechos en su país y en el mundo entero. Los casos más representativos de cartel social son los realizados en Estados Unidos y Francia. En el primer caso, se trata de carteles contra la guerra de Vietnam creados, entre otros, por reconocidos autores como Alexander Calder o Paul Rand. También se difunden carteles a favor de la paz y en defensa de diversas causas solidarias. En el caso francés, como ya hemos apuntado, el cartel fue la herramienta de comunicación más utilizada para la rebeldía del mayo del 68 porque escapaba a la censura que dominaba los medios de comunicación. El *Atelier Populaire des Beaux-Arts* reunió a jóvenes estudiantes, obreros, artistas y escritores que difundieron carteles con frases que han quedado en la memoria colectiva no solo de Francia, sino a escala internacional, como “prohibido prohibir”. Nombres prestigiosos, como los antiguos integrantes del grupo cobra, Karel Appel y Pierre Alechinsky, realizaron carteles en pro de la lucha estudiantil.

En la profesión publicitaria se organizaron los departamentos de creación dentro de las agencias de publicidad de forma que el creador único deja paso a los grupos creativos donde se integran redactor de textos y director de arte acompañados y/o dirigidos, en ocasiones, por un creativo o director creativo. Al mismo tiempo, se extiende la denominación de diseñador gráfico para denominar a los profesionales del grafismo. En la década de los setenta la fotografía inunda la imagen publicitaria que deja a un lado la ilustración y sustituye en muchos casos a la palabra. La capacidad de adherencia de la realidad de la fotografía (Eguizábal, 2004) atrapa la realidad y en la publicidad debe conseguir que sus retratos y bodegones posean un arte que los haga deseables.

Las instituciones públicas encargaban la realización de los carteles de sus campañas institucionales a reconocidos artistas. Solían ser carteles para anunciar eventos culturales como exposiciones, ferias, ciclos de conferencias, conciertos, actividades deportivas, etc. Nombres como

Alexander Calder, Albers, Hockney, Marino Marini, Wilfredo Lam, entre otros muchos, son los artistas elegidos para crear los posters.

En los años setenta se da a conocer al gran público el informalismo gestual, lírico o matérico, a través de carteles de prestigiosos pintores. Es el caso de la abstracción informal de Georges Mathieu, creador de caligramas de gran tamaño que utiliza en algunos de sus carteles de esta década, o la obra de Perre Alechinsky, del grupo Cobra, de colorido expresivo con matices surrealistas. Muy impactantes son los carteles de Jean Dubuffet (creador del art brut) cuyas composiciones resultan exageradas y fuertes. Willem de Kooning maestro del expresionismo abstracto norteamericano también se acercó al cartel.

Los artistas de las corrientes abstractas geométricas, neoconstructivistas y tecnológicas han llevados sus construcciones hasta los años setenta y ochenta en carteles como el de Herbert Bayer para el 50 aniversario de la fundación de la Bauhaus, en 1968. Destacan en esta obra formas, tipografías y elementos visuales básicos en las enseñanzas de esta institución. La repercusión en el diseño contemporáneo de esta corriente es enorme. Uno de sus profesores Josef Albers ha llegado en el cartel al minimalismo plano de las formas que deja paso a la interacción entre los colores, como ejemplo su cartel "Olympische Spiele München" de 1972.

Otra figura representativa de movimientos artísticos, en su caso del op-art y del cientismo, Víctor Vasarely ha realizado carteles en los ochenta con formas y colores con volúmenes y tensiones de color que hacen vibrar las imágenes.

La simplificación extrema en respuesta a los excesos visuales llega al cartelismo de la mano de Frank Stella, reconocido representante del minimalismo, que reduce las formas a la mínima expresión.

Desde los años ochenta encontramos manifestaciones estéticas variadas como los carteles de Warhol de esta década que continúa su plástica pop. Los carteles de Jim Dine, cuyo tema preferido es el mundo de los objetos sin el hombre, reflejan la importancia que le da este autor a lo emocional por encima del estilo artístico. El británico David Hockey, pintor y dibujante, incorpora la fotografía a los elementos de su lenguaje en algunos carteles como el de los juegos olímpicos de invierno de 1984. Richard Linder incluye en sus carteles las figuras de ojos rasgados de sus cuadros, está cercano al pop art con cierto recuerdo de la nueva objetividad alemana.

El Nuevo Realismo de Francia, en oposición a la abstracción, cuenta entre sus autores con artistas como el escultor Jean Tinguely que lleva en estas décadas al cartel este arte de acumulación desbordante. De la misma tendencia artística es el italiano Mimmo Rotella, pintor y "decóllagista" italiano.

De America del Sur hay que nombrar a Rufino Tamayo, gran muralista mexicano, que integra sus raíces indígenas con las influencias del surrealismo europeo, concretamente de Picasso. Por su parte, Roberto Malta participa del grupo surrealista y con la pintura expresa su compromiso político. Y destaca, por supuesto, el colombiano Fernando Botero de fama internacional.

En estas décadas intervienen en el cartelismo ilustradores de reconocido prestigio internacional como el norteamericano Saul Steinberg, Seymour Chwast y Paul Davis (pertenecientes al Push Pin Studio de Nueva York), el belga Jean-Michel Folon, el francés Roland Topor y el suizo Niklaus Troxler, entre otros.

En los años 80 se inicia la transvanguardia. Posmodernidad y Neoexpresionismo abarcan una variedad estética que discurre entre el posminimalismo y la multiculturalidad.

La Bad Painting consiste en una figuración que se revela al buen gusto. David Salle pertenece a esta tendencia y utiliza un eclecticismo de imágenes, que se deconstruyen y superponen haciéndolas transparentes, donde hace convivir distintos iconos de diferentes estilos y técnicas plásticas. Esta forma de hacer la podemos observar en los carteles de finales de siglo XX de autores como David Salle, Jean-Michel Basquiat, Keith Haring, Francesco Clemente.

De las nuevas generaciones de pintores y grafistas cubanos, dejan sus señas en el cartel de los años ochenta y noventa Alfredo Sosabravo, Manuel Mendive Ayala y Nelson Domínguez. Así como el brasileño Romero Britto, que alcanzó su popularidad por los diseños para el Vodka Absolut y ha intervenido en acciones solidarias. "Su particular y colorista imaginería pop que extrema los recursos del cómic con un lenguaje cercano a la abstracción geométrica transmite el brillo de los sonidos y las notas musicales en su cartel para el "1st Annual Latin Grammy Awards" de 2000" (Piqueras Moreno, 2004, p.206).

De las calles de Norteamérica nacen los jóvenes graffitistas marginados que pronto se ven integrados en el arte comercial. Mencionamos aquí a Jean-Michel Basquiat muy influenciado por los expresionistas abstractos como De Kooning o Dubuffet y amigo de Warhol. Integró su mundo con las culturas primitivas, las palabras y las máscaras, pintando sobre los muros y el mobiliario urbano de Nueva York. A esta misma generación pertenece Keith Haring que se hizo famoso con sus pictografías y dibujos de tiza de personajes y perros conceptuales, y con grafismos de movimiento expresivo de comic. Llevó el arte conceptual a los carteles como el conocido de 1991 titulado "Free South Africa".

La transvanguardia italiana, movimiento posmoderno de los ochenta, tuvo gran trascendencia a nivel internacional. Uno de sus integrantes es Francesco Clemente que impregnó sus intervenciones en el cartelismo de la personalidad artística que le confirieron, entre otros aspectos, sus estancias en Madrás y Nueva York y su búsqueda de la esencia del arte.

El desarrollo tecnológico hace posible la creación de imágenes digitales lo que beneficia la superación de los códigos gráficos del Movimiento Moderno y el imperio del eclecticismo sin trabas propio de las últimas décadas del siglo XX. Los carteles se componen de imágenes que surgen de la fusión del diseño gráfico y la tecnología. Junto a esto nos encontramos con cierta dificultad para colocar los carteles en la calle. Si bien no es imposible situarlo en las vías de la ciudad, también es cierto que su situación esta muy delimitada y se pierde la libertad genuina de este soporte. Sin embargo, el nuevo espacio virtual soportado por Internet y estructurado en sitios, portales, redes sociales, blogs, etc. se encuentra cada día más empapelado por anuncios que el navegante va encontrando a su paso, mientras va de un sitio a otro recorriendo los lugares virtuales en su vida cotidiana.

El cine ha sido el nuevo arte del siglo XX. Durante esa centuria, este medio de comunicación sufrió el periodo de experimentación propio de toda novedad expresiva, hasta que consolidó su propio lenguaje. Pero lo que ha respaldado su posición es el público. La aceptación por parte del público de la fotografía, el fotomontaje y el cine ha hecho de estas técnicas instrumentos persuasivos muy eficaces.

Nos parece acertada la reflexión que propone Eguizábal Maza (2000, p.15) sobre el concepto de arte y las obras de arte, cuando tiene en cuenta que muchas obras del pasado cumplían una función informativa y narrativa que interesaba a la población de su época. Obras que no solo se dirigían a las clases dominantes, sino también al pueblo llano “por razones prácticas (religiosas, sociales, políticas)”. El autor añade la necesidad de cambiar de mentalidad respecto del arte en el sentido de que si algo interesa a la mayoría de las personas, si algo es popular, si “se entiende”, entonces no puede ser arte. Lo que debemos hacer es:

“(…) volver la mirada no sólo al cine y la fotografía, también a la publicidad, a la música grabada o radiada, al cómic para poder comprender lo que ha sido realmente el hombre del siglo XX en su expresión artística.”

Durante la primera década del siglo XXI se consolida la gran transformación de la imagen producida por la era digital. Desde que el ordenador se incorporó a la imagen en todas sus versiones (fotografía, ilustración, cine, diseño gráfico) la “visualidad” (Jonathan Crary, citado por Sánchez, 2004, p.1) está en plena evolución y se ha llegado a hablar de “arte digital”. Esta revolución digital de las imágenes es a la vez una herramienta para el proceso de creación y para el conocimiento científico. En todos los tiempos la evolución cultural se ve impulsada por la ciencia la tecnología y el arte.

En la publicidad, la tecnología hace posible que prácticamente cualquier idea se haga realidad gracias a la digitalización y los programas de ordenador. Se busca provocar el impacto mediante la fotografía y el audiovisual publicitario. Y en cuanto a publicidad fija, la preeminencia de la imagen frente a la palabra es un hecho constante. Quizá cada vez es más necesario que las marcas ya posicionadas provoquen reacciones que decir cosas de las mismas. Los argumentación publicitaria ha pasado a narrar historias que hacen sentir emociones y a permitir al receptor intervenir en el contenido de las mismas.

En lo referente al que podríamos llamar *cartelismo digital*, nos encontramos en un momento en el que el ordenador reúne frente a sí al ilustrador, el redactor, el creativo, o a un solo creador que realiza todas las tareas de creación y producción, como es cada vez más frecuente. En el caso de los carteles realizados por artistas plásticos, la obra encargada se digitaliza y un diseñador le monta los textos e identidad corporativa si hace falta. En todo caso, y como en cada período de la historia, lo que diferencia al artista es su “capacidad para aprehender la naturaleza y sentido de una experiencia en términos de un medio dado, y hacerla así tangible” (Rudolf Arnheim, 1989, citado por Sánchez, 2004, p.3).

En este reciente universo digital, la fotografía publicitaria, en su búsqueda del impacto del público, deja de utilizarse por su capacidad documental, es decir, como documento de reproducción de la realidad que cumple la función denotativa y responde al modelo de persuasión sencillo donde se muestran y demuestran las propuestas del mensaje. Se sumerge ahora en la deconstrucción de los valores tradicionales para liberarse de objeto referenciado. En palabras de Jorge Lens Leiva¹⁰ (2004, p.10):

¹⁰ Leiva (2004) estudia la relación entre arte y publicidad en la fotografía publicitaria. Analiza los discursos creativos de los fotógrafos que trabajan para la publicidad y establece cuatro grandes apartados que se corresponden con las últimas propuestas artísticas relacionadas a las fotografía: 1. Asimilación con la

“Una liberación, en definitiva, de la realidad, que acerca a la imagen fotográfica al territorio de los sistemas de representación clásicos como el dibujo, el grabado o la pintura. Sin necesidad de referente, la fotografía puede transitar por nuevos senderos narrativos con el único límite de la imaginación, codificando así nuevos significados que la publicidad asimila para su beneficio.”

Desde esta perspectiva, las artes plásticas son aptas para crear significados y su aplicación publicitaria ha beneficiado y puede seguir beneficiando, a la publicidad. Hasta el punto de que el sistema de representación aceptado por la sociedad como el más fiel a la realidad desde sus inicios (la fotografía) ha desarrollado un espacio artístico que le proporciona crear su realidad imaginada y generar mensajes con significado propio mediante la imagen evocadora que construye con los componentes emocionales de la imagen fotográfica.

Concluimos este capítulo con la apreciación de que nada sustituye a la capacidad creadora del ser humano, sino que éste ha sabido cultivar el progreso tecnológico para la expresión artística. Y, en nuestro caso, encontramos este hecho reflejado en el mundo del cartel publicitario.

4. EVOLUCIÓN DEL CARTEL EN ESPAÑA

La historia del cartel en España comienza anunciando la Fiesta Nacional de los toros, y se remonta al primer tercio del s. XIX. Como hemos explicado en la introducción de este trabajo, los carteles de fiestas que vamos a estudiar no incluyen la fiesta de los toros porque ésta tiene una identidad tan característica que debe ser objeto de estudio de forma individual.

El debate sobre la idiosincrasia del cartel taurino tuvo un momento álgido en la primera mitad del s. XX (Santos Torroella, 1949, p.28). Encontramos noticias de ello, por ejemplo, en el enfrentamiento de posturas entre Gil Fillol y Manuel Abril en la prensa ilustrada. El primero demanda del género español por excelencia, que se incorpore a la técnica moderna, universal y artística del cartel; y, el segundo, en la revista Blanco y Negro, responde a la demanda en defensa del cartel tradicional de toros, haciendo el parangón con lo que le ocurre al arte de los toros que “debe regirse por las leyes vitales-tradicionales-que le han hecho ser lo que es de manera tan admirable”. Al margen de esta opinión hay múltiples ejemplos de cartelistas que se han acercado al género taurino innovando, con originalidad y arte de vanguardia, sus obras.

Esta consideración no es óbice para que reconozcamos la intervención de los carteles de toros en la historia del cartelismo español. Todo lo contrario, es el antecedente único y principal de este medio de comunicación en nuestro país. Barnicoat (2000, p.188) expresa la importancia histórica del cartel taurino de la siguiente forma: “La historia de los carteles de toros es muy larga, y como fuente de inspiración para los carteles, comparable a los diseños de los circos y ferias de los que Chéret obtuvo parte de su propia experiencia.”

La aparición del cartel en España no ocurre con retraso respecto del resto de Europa, sino al contrario, el nacimiento en nuestro país es anterior en el tiempo (Prieto Benítez, 1987). Santos Torroella (1949, p.28) expresa este hecho de la siguiente forma:

“Cuando el cartelismo español, en sus variadas aplicaciones comerciales, se establece de manera definitiva es en la última década del siglo pasado. Mas como se sigue repitiendo continuamente la inexistencia de testimonios más antiguos, como si en la hora de alardear de anticipaciones se quisiera insistir desdeñosamente en nuestra incuria o en nuestro retraso, bueno será aducir aquí algunos ejemplos, al parecer no tenidos en cuenta. El que a nadie se le haya ocurrido historiar el cartelismo español ni referirse a sus primeras manifestaciones, sin duda debe atribuirse a la escasa importancia que se le ha concedido al tema; pero de ahí a aceptar nuestra limitación en el terreno, media un abismo.”

Antonio Checa Godoy (2005, pp.21-29), en su estudio sobre la publicidad en Andalucía, explica con detalle la existencia del cartel de toros en fechas anteriores a la invención de la litografía por Alois Senefelder. Acontecimiento, éste último, que hemos señalado como base para la consolidación del cartel que estudiamos. Por su parte, Manuel Prieto (1987) aporta el dato de la existencia, ya a mediados del s. XVIII, de carteles de toros ilustrados con ornamentos donde aparece alguna viñeta con figuras alusivas al toreo que se grababan en madera.

Si bien el cartel de toros de España más antiguo corresponde a las corridas de toros del 4 y 6 de mayo de Sevilla en 1761¹, se ha encontrado uno más antiguo en Madrid que data de 1737. En estos antiguos carteles prevalecía el texto (resaltando la autorización real para celebrar la corrida) sobre la imagen, y su formato era ancho. Durante el s. XIX, el formato cambia hasta imponerse el cartel vertical alargado, en el que la mención del permiso real tiene menor importancia y se nombra a la autoridad (jefe político o gobernador civil desde el liberalismo) que preside la fiesta. Como anécdota, señalamos la impresión de algunos carteles de estos años sobre seda y tela, y, algunos muy llamativos, de forma redonda; incluso se llegaron a colorear piezas a mano y a imprimir sobre papeles de color.

Miguel-Angel Echeverría (1970) distingue dos estilos del cartel taurino claramente diferenciados: el de Madrid, sobrio e influenciado por las tendencias artísticas de la época, y el de provincias, de libertad creativa, que terminó por imperar en toda la península desde finales del s. XIX y creó una verdadera escuela de cartelismo.

Se tiene constancia de la existencia de un cartel que data de 1830 (García Ruescas, 1971 citado por Piera 1985), litografiado en color, compuesto de orlas y donde aparecen figuras dibujadas. Pero es a finales de siglo, con la llegada de la litografía y la cromolitografía, cuando se introducen el color y los nuevos diseños en los carteles taurinos de forma generalizada. El primer cartel taurino firmado por su autor, como la mayoría de los carteles de Feria que estudiamos, data de 1879, y, según apunta Rafael Santos Torroella (1949) en su libro "El cartel", es el primer cartel verdaderamente artístico. Su autor es Marcelino Unceta, pintor aragonés (Zaragozano), que tuvo gran repercusión en este campo por ser el iniciador de las imágenes taurinas dramáticas conseguidas con pinceladas sueltas y expresionistas que llegarían hasta el s. XX de la mano de artistas de su tiempo como Alcaraz, Daniel Perea, Emilio Porset y J. Bermejo, entre otros. Todos ellos lograron el reconocimiento internacional de críticos de arte y suscitaban el interés de coleccionistas hacia estos carteles como obras de arte. Desde entonces, España cuenta con cartelistas taurinos, artistas de gran calidad, como Roberto Domingo, Rafael Arroyo Fernández -cordobés-, Ricardo Marín, Carlos Ruano Llopis, José Chaves Ortiz u Honorio Romero Orozco, que lograron impregnar el cartel taurino de cierta categoría "artística". Se trata de un cartel estereotipado, costumbrista fuera del alcance de las renovaciones. En Madrid, Zaragoza (el taller Portabella) y Valencia algunas imprentas se especializaron en carteles de toros. El taller de J. Ortega de Valencia fundado en 1871, logra un elevado prestigio en los inicios del s. XX y ha perdurado en el tiempo hasta su cierre en 1994.

Al igual que los carteles objeto de estudio, este tipo de carteles taurinos recibió el espaldarazo de los concursos. En este caso eran convocados para anunciar las corridas de la Asociación de la Prensa desde 1936, año en el que el crítico de arte Gil Fillol organizó el primer concurso con el fin

¹ "José maría de Cossío, en su obra monumental *Los Toros*, (...) consigna la opinión del Marqués de Tablanes, quien, en sus *Anales de la Plaza de Toros de Sevilla*" hace constar la existencia, por primera vez, de un cartel que sirvió para anunciar las corridas que citamos. Rafael Santos Torroella (1949) y Miguel-Angel Echeverría Vicente (1970) presentan los rasgos característicos de los carteles de toros y su evolución desde su aparición hasta el s. XX mencionando a los autores más importantes de las distintas etapas, así como sus formas, tamaños, motivos, tipografía y decoración.

de renovar el género cartelístico. El primer premio de esta primera edición se concedió al valenciano Josep Renau. En 1950 (Prieto Benítez, 1987) la Dirección General de Turismo convocó otro concurso y en 1954 la Diputación Provincial de Madrid inició un concurso anual para anunciar la corrida de la Beneficencia. Como no debemos extendernos más en este antecedente del cartel español, concluimos reconociendo la valía artística del género taurino y la creatividad de los artistas que han logrado el reconocimiento internacional de la calidad artística del cartel de toros, hecho éste que se hace patente en los medios gráficos de todo el mundo y en el interés por los mismos del coleccionismo internacional.

Existe otro antecedente del cartel español (Santos Toroella, 1949). Se trata de los *mamarrachos*, nombre que en la jerga de su tiempo se asignaba a los cartelones que colgaban en las puertas de los teatros u otros lugares visibles para anunciar las representaciones. Eran pinturas realizadas por algún actor diestro, compuestas por manchas de color y textos alusivos a la obra y los actores. Con el crecimiento de las ciudades, los mamarrachos se convirtieron en verdaderos carteles de teatro impresos en papel. El padre de este género fue Cosme de Oviedo, comediante famoso del s. XVI que fue el primero en poner carteles para anunciar las funciones de teatro. De principios del s. XIX se tienen testimonios de los carteles del actor José Sobreño al que sucedió Ramón Barrera que era así mismo actor. Un concepto más elegante y acorde con las tendencias publicitarias artísticas de la segunda mitad del s. XIX llegó a este tipo de cartel de la mano de dos pintores: Francisco Plá y Vila y Pedro Valls.

Así pues, el cartel publicitario, tal como nosotros lo hemos planteado, aparece en España al finales del s. XIX. Desde entonces, creció hasta alcanzar una época dorada que se hizo manifiesta en la celebración de numerosos concursos de carteles con importantes premios. A consecuencia del estallido de la guerra civil española (1936), el cartel se utilizó para hacer propaganda política² y, en la posguerra (desde 1939), como medio de comunicación oficial para asuntos de la reconstrucción del país.³

En el estudio de la ilustración gráfica realizado por Ruiz Llamas (1992, p.28) se considera al cartel como uno de los géneros específicos de ilustración (géneros que surgen en función de las técnicas desarrolladas en cada época y de la demanda socio-política-religiosa, y que se diferencian por los requisitos gráficos y por el público al que se dirige) más tratados en la primera mitad del s. XX en España.

Además de los carteles destinados a ser pegados en la pared (denominados *affiche* en Francia), en España se imprimían carteles para columnas y vallas de exterior, y carteles para escaparate e interior de locales con elementos como los calendarios. Aparte de papel, se imprimieron carteles en materiales como cartón, cristal, metal y esmalte. Esta diversidad de tamaños, materiales y lugares donde se reproducía el cartel ha dado lugar a la formación del medio de publicidad exterior tal y como hoy se conoce.

² La observación de estos carteles ordenados en el tiempo y el espacio, y la orientación política ayudan a entender el dinamismo histórico de la guerra.

³ Podemos encontrar breves pero completos e ilustrativos resúmenes de la historia del cartel en España en los siguientes manuales de publicidad: Ortega, E. (2004, pp.132-133); Pérez Ruiz, M. A. (1996, pp.392-397); García Ruescas, F. (2000), etc.

Como ya hemos repetido, en el presente estudio no entendemos que toda la publicidad exterior sean carteles de mayor o menor tamaño, colocados en diferentes lugares y plasmados en distintos materiales. La adaptación y metamorfosis del cartel a los distintos soportes supuso la gestación del medio exterior y la madurez del mismo ha generado la especificidad de cada soporte (valla, marquesina, monoposte, papelera, etc.). Por esta razón, los anuncios han de crearse beneficiándose de las características distintivas de cada modalidad. Nuestro estudio se centra en los carteles para ser colgados en la pared, los affiches o posters.

En cuanto a los temas de los carteles, hay que resaltar que cada país presenta diferencias notables o especialidades propias de su idiosincrasia social. Por ejemplo, en Italia el cartel referido a la ópera ha sido tan prolífico que se ha estudiado en profundidad; en Inglaterra ocurre lo mismo pero con los carteles sobre el transporte público. En España el tipo de cartel que más títulos ha generado ha sido el referido a la fiesta nacional de los toros, tema que no se ha tratado en los países mencionados en los ejemplos.

Existe unanimidad de criterio en cuanto a reconocer que la sociedad de cada momento se refleja en los carteles, pero la incidencia/el reflejo también ocurre en el sentido opuesto. La influencia recíproca entre cartelismo y sociedad se puede ilustrar, por ejemplo, con la fuerte repercusión que tuvo el estilo de la ilustración de Penagos en la sociedad madrileña de 1915 a 1935, especialmente en el estilismo/la estética de las féminas. Efectos de esta envergadura se producían apoyados por circunstancias muy concretas: el cartel fue uno de los primeros medios de comunicación de masas y la sociedad no estaba saturada de mensajes publicitarios ni de otro tipo, es decir, no tenía competencia comunicativa y, por consiguiente, era percibido con atención; a esto se sumaba el alto grado de analfabetismo que todavía alcanzaba al 45% de la población española en 1936. Los ciudadanos españoles eran muy vulnerables o, dicho de otro modo, persuasibles. Hoy la publicidad forma parte de nuestra vida y la convivencia con ella nos ha instruido, de manera que estamos capacitados, incluso, para juzgarla y valorar su evolución desde su aparición a finales del s. XIX.

El cartel detentó gran poder comunicativo-persuasivo hasta la Primera Guerra Mundial (1918), desde entonces, se ha visto rodeado de nuevos medios de comunicación con características muy llamativas para el público. Primero llegaron la radio y el cine, después la revolucionaria televisión y, a finales del s. XX, el desarrollo de la informática, la digitalización y el nuevo mundo de Internet. El cartel ha estado presente en la evolución de la comunicación veintecentista.

Hasta la precipitación del desarrollo de la comunicación en las últimas décadas del s. XX, - antes de que se produjera la homegeneización⁴ de la cultura material que rodea a la sociedad de consumo-, el objetivo de los mensajes públicos se limitaba forzosamente al nivel regional. Las fiestas objeto de nuestro estudio tienen este alcance regional, e incluso local⁵, y, por eso, se acomodan al cartel como principal medio de sus campañas publicitarias.

⁴ "Globalización".

⁵ Las fiestas que estudiamos forman parte de la oferta turística de la Región de Murcia pero los carteles de las campañas locales que las anuncian se utilizan de forma esporádica como reclamo en campañas de ámbito nacional e internacional (este punto se tratará con detenimiento en el capítulo dedicado al cartel de fiestas de Murcia), luego las piezas publicitarias que estudiamos son, en principio, de alcance regional y local en su mayoría.

Ya hemos resaltado la importancia de la litografía para el desarrollo del cartel. Por esta razón hay que puntualizar la situación en la que se encontraban los talleres litográficos españoles para comprender el proceso histórico del cartelismo español.

A pesar de que existía un gran número de talleres en el territorio español (destacan las ciudades de Barcelona, Madrid y Valencia), se trataba de pequeñas imprentas formadas por dos o tres personas: un dibujante litógrafo y uno o dos operarios. La mecanización era muy poca y se suplía/compensaba el vacío tecnológico con un alto nivel de artesanía. La situación se mantuvo en este precario nivel hasta la segunda mitad del s. XX. Esta circunstancia ha de tenerse presente cuando se comparan los carteles de Francia y España. El país vecino se encontraba a gran distancia del nuestro en cuanto a los medios de producción de sus talleres especializados en carteles y, en consecuencia, los formatos y la calidad de los afiches eran muy superiores a la de los carteles españoles. Ya en 1890, los talleres de París utilizaban planchas de zinc de 120x160cm, e incluso de dos metros. No obstante, como ya hemos apuntado, la calidad artesanal de nuestros talleres se hizo palpable en los carteles de la época.

Como en los talleres españoles no había máquinas que imprimieran carteles de gran formato, los carteles de fiestas y toros de dimensiones superiores al estandar de 70x100 cm. se construían uniendo varios pliegos de este tamaño. Las únicas excepciones de carteles de gran medida de una sola pieza que confirman esta situación se realizaron en los talleres de Ortega de Valencia (varios de los carteles de nuestro estudio se imprimieron en esta taller), Mateu de Madrid y Henrich y Seix&Barral de Barcelona (Carulla y Carrulla, 1998, p.17).

La trascendencia de la litografía en la historia del cartel es tal, que se considera a Barcelona como el lugar de su nacimiento del mismo porque contaba con talleres litográficos desde 1840, en los que la impresión de carteles pequeños y medianos era una más de sus actividades.

Como ya se ha mencionado, Valencia acogió los talleres litográficos más grandes del país. Estas imprentas constituyen un factor fundamental en la historia del desarrollo del cartel español. Dos empresas valencianas dedicadas exclusivamente al cartel litográfico de gran formato - el taller de Ortega, S.A. (fundado en 1871) y el de Simeón Dura (fundado en 1871)- fueron los mayores impresores de carteles de toros y de fiestas patronales de las distintas capitales españolas. En sus talleres se imprimieron los posters de importantes fiestas como las fallas de Valencia, los Sanfermines, la Feria de Sevilla y de ciudades de toda Andalucía. El taller de Ortega destaca sobre todos los demás en su contribución al cartel español tal y como lo reconocen los estudiosos del cartel español Jordi Carulla y Arnau Carulla (1998) y Antonio Checa Godoy (2005).

Por nuestra parte, hemos encontrado varios carteles de fiestas de Murcia firmados por la litografía Ortega de Valencia como por ejemplo, dos carteles de fiesta de primavera de 1961 y otros tantos de 1962; y los dos carteles de Semana Santa de 1961 y un cartel del mismo tema de 1962.

En Madrid no hubo importantes talleres litográficos dedicados al cartel pues se dedicaban a imprimir revistas y semanarios ilustrados. El cambio se produjo en 1936 cuando las imprentas adaptaron su producción al cartel durante los años que duró la guerra civil española. Hasta que se desató la guerra, Madrid contribuyó al impulso del cartel con la celebración, desde finales del s. XIX (Prieto, 1987), concretamente desde 1892 (según se informa en la web del círculo visitada el 5

de mayo de 2014), del concurso anual del Círculo de Bellas Artes, cuyo ganador quedaba reconocido a escala nacional como cartelista de altura.

Para terminar el repaso de las imprentas en España, cabe destacar el taller de Laborde y Labayen de Tolosa que imprimió la mayor parte de los carteles vascos, el Portabella de Zaragoza que imprimió carteles taurinos y de fiestas de toda España, así como talleres andaluces de Jerez y Cádiz. En resumen, Bilbao, Zaragoza, San Sebastian, Vitoria, Valencia, Madrid y Barcelona se convirtieron en los centros gráficos y editoriales más importantes del país desde que se renovó la industria de las artes gráficas y la tradición artesanal permite la expansión de la litografía (Ríos Moyano, 2007) por todo el territorio.



El inicio del cartel propiamente dicho, que cumple con los requisitos publicitarios y combina texto e imagen dando protagonismo a la segunda, se atribuye al cartel de chocolates de Matías López⁶ realizado por Francisco Ortego (dibujante satírico de la revista semanal *Seminario Pintoresco Español* y del periódico *El museo universal*) que se imprimió hacia 1870. El mensaje del cartel, titulado “los gordos y los flacos”, que enlaza tres imágenes de forma secuencial, tuvo tal efecto en la población que el empresario lo continuó incluyendo en sus carteles hasta 1920 para mantener su eficacia.

Emeterio Melendreras⁷ (1985a) nombra como antecedente de este cartel en 1850 al empresario español -impresor de revistas y libros- Benito Hortelano, adelantado de su tiempo, que utilizó los carteles como herramienta comercial en una perfecta estrategia de marketing de creación y venta de un producto, en su caso los libros. Así pues, el citado fabricante de chocolate, Matías López, y Benito Hortelano son los primeros en recurrir a los carteles para anunciar sus productos. Si bien se consideran antecedentes de este género la litografía de 1830 de “El café de las siete puertas”, que se imprimió en Barcelona y se redactó en tres idiomas y los carteles del dibujante Tomás Padró para publicaciones de Barcelona como “Lo Noy de la Mare”.

⁶ Este empresario, adelantado a su tiempo, realizaba verdaderas estrategias de marketing (Piera, 1985).

⁷ Esta atribución la formula Emeterio Ruiz Melendreras (Madrid 1905-1996), cartelista español, cuyos conocimientos sobre la historia del cartel le confieren autoridad en la materia. Fue editor desde 1946 hasta 1955 de la revista especializada titulada *Arte Comercial*. Sobre Benito Hortelano, empresario español, encontramos sus memorias escritas y publicadas en 1936 por Espasa Calpe, según informa Ruiz Melendreras (1985 a).

Ya en la década de los ochenta (Checa Godoy, 2007) del s. XIX hay carteles renovadores con clara influencia del cartel parisino de Chéret pero con personalidad propia, como por ejemplo, el cartel de José Luis Pellicer de 1888 para anunciar la Exposición Universal de Barcelona. El cartelista catalán de finales de siglo Eusebio Planas, dibujante y litógrafo, realizó carteles para el Baile de Carnaval del Teatro del Liceo de Barcelona y para otras empresas como el cartel de 1883 anunciador del Baile de Máscaras de “El Mochuelo”. Eran carteles con dibujos desenfadados, con figuras femeninas alegres y atractivas. Otros diestros cartelistas de la época son Apeles Mestres (Baile de carnaval en el teatro Romea, 1882) y Labarta (Baile de Máscaras del taller “La Poma”, 1882).



Es a finales de siglo cuando aparece una generación de cartelistas (Casas, Riquer, etc.), casi todos pintores, que destacan en la historia del cartelismo español. Pero en la historia del cartel en España hay que distinguir lo ocurrido en Cataluña del resto del país. La razón estriba en que los artistas catalanes acogieron el modernismo con fuerza mientras que este movimiento fue muy débil en el resto de España. Este movimiento artístico presenta una personalidad propia en Cataluña⁸ tanto a nivel estético como por adquirir un carácter social y popular que no se dio en Europa y que coincide con la “Renaiçença” (Galán Quintanilla, 1983) y la búsqueda de la personalidad catalana, es decir, el periodo de la expansión nacional catalana. La doctora Ruiz Llamas (1992) describe el florecimiento del modernismo en España a principios del s. XX mientras que en el resto de Europa esto ocurría a finales del siglo anterior. Además, especifica que este auge del modernismo se produce “solo en Barcelona, con escasa incidencia en las demás regiones” (Ruiz Llamas, 1992, p.31). Por esta razón, encontramos una buena representación de carteles modernistas catalanes de principios de siglo, anteriores a 1936.

Entre los primeros artistas que se dedicaron al cartel litográfico destacan Pellicer, Labarta, Chuscas, Casas, Riquer, Rusiñol, A. Utrillo, M. Utrillo, Cidon, Gual Brunet y Camps (Carulla y Carrulla, 1998, p.7). Prueba de la importancia de este peculiar desarrollo es el reconocimiento del cartelismo catalán en Europa. En la década de 1890 la inexistencia del coleccionismo en España se hace notar ya que contrasta con la mayoría de los países europeos que viven el momento más elevado del cartelismo con la aparición de coleccionistas que aprecian y estudian el cartel. En España entonces el cartel se dedicaba a anunciar actividades taurinas y festivas (fiestas, ferias y bailes de máscaras), y los únicos contactos con el modernismo se produjeron a través de artistas catalanes que vivían en París como Casas, Riquer, Rusiñol, Picasso y Utrillo. Lo cierto es que en Cataluña en la década de los noventa del s. XIX existe una actividad cartelística importante (Salom Vidal, 1979). El cartel de Antonio Utrillo de 1894 (“Navidad 1894, magnífica publicación española”)

⁸ Victoria Salom (1979) establece una tipología del cartel modernista atendiendo a su temática, significación y tratamiento y distingue tres tipos: cartel simbolista, cartel realista (con tres subcategorías: inspirados en el elemento popular, dedicados al mundo del trabajo y humorísticos), cartel decorativista y cartel de inspiración académica.

no pertenece al modernismo pero es sin duda un cartel moderno en cuanto a la predominancia de la imagen sobre el texto. En 1896 ya se observan los rasgos modernistas en los primeros carteles que, por ejemplo, Riquer realiza para firmas comerciales que dejan ver un nuevo sentido de la publicidad.

Sin embargo, esta visión de los hechos no es compartida por todos los estudiosos del cartel español. En distintas obras sobre publicidad y cartelismo local español se acota la época dorada del cartel como medio publicitario en España desde finales del s. XIX hasta la guerra civil (1936).

Sirven como datos históricos del esplendor de la actividad cartelística de esta etapa los concursos convocados por empresas comerciales para publicitar sus productos y por instituciones para anunciar festejos como por ejemplo: el primer concurso convocado en 1897 (resuelto en 1898) por el licorero badalonés, Vicent Bosch, para Anís del Mono que ganó Ramón Casas y al que se presentaron 167 concursantes; en agosto del mismo año se convoca el primer concurso público en Barcelona para anunciar la IV exposición de Bellas Artes e Industrias Artísticas; el de Codornú de 1898 convocado en Madrid por Manuel Raventos (el cartel que presentó Ramón Casas fue utilizado en 1969 en vallas publicitarias); en 1900 el de la Caja de Previsión y Ahorro; el de Blanco y Negro de 1901 y el diario "El liberal"; el de las fiestas de la Merced del Ayuntamiento de Barcelona en 1902, el de las fiestas de mayo del Ayuntamiento de Madrid, el concurso para anunciar los papeles Roca para fumar de la empresa de Palma de Mallorca Eduardo Roca i Germá y la convocatoria internacional que para el cartel de cigarrillos "París" hizo desde Buenos Aires Manuel Malagrida en octubre de 1901 pero que se dio a conocer en febrero de 1902⁹; el de la Unión Alcohólica de 1907; y el que organizó la Sociedad de Atracción de Forasteros con carácter internacional; el de chocolates Amatller de 1914 (que reunió 596 piezas); el tan citado por su trascendencia en la historia del cartelismo español de la perfumería Gal de 1916 convocado en Barcelona. Estos concursos desde sectores muy variados de la economía son una muestra del uso cada vez mayor del cartel en la actividad publicitaria de España. A esto se suma la ya mencionada convocatoria del concurso del Baile de Carnaval del Círculo de Bellas Artes de Madrid, cuyo primer ganador en 1892 fue el valenciano Cecilio Plá, pero que desde 1903 catapultaba a la fama al artista ganador mediante la exposición de las propuestas y la repercusión mediática que de ella se producía. Esta asociación convocaba también concursos para anunciar los bailes de disfraces infantiles que celebraba.

La celebración del citado Baile de Máscaras se inició, según aparece publicado en la página web del Círculo de Bellas Artes de Madrid, en febrero de 1881 y según Aznar Almazán (1991, p.419) en 1891, y continuó hasta la Guerra Civil. Este último autor informa en su libro de 1991 de que en los primeros años no se convocó concurso de carteles para el evento y se encargaba el cartel directamente a artistas de "lenguaje tradicional" como Cecilio Plá (en 1892) o Juan Francés (en 1902) y que el prestigioso concurso se inició en 1903. Sin embargo, la información que difunde el círculo en su sitio web apunta que el primer ganador del concurso fue Cecilio Plá en 1882. Lo que parece cierto es que hasta 1918 (Villalba, 2008) -1919 o 1920 según Santos Torroella (1949) - solo se

⁹ En 1903 (Salom, 1979) comienza una etapa de declive (1904, 1905, 1906) del cartel modernista en Cataluña y la prensa deja de ocupar espacio en sus páginas hablando de carteles, la industria deja de convocar concursos durante unos años y el cartel vuelve a anunciar acontecimientos culturales, publicaciones y fiestas. "Con la caída del modernismo el cartel perderá sus medios de expresión, comenzando una larga época de incertidumbre, claramente motivada por una crisis de identidad." (Salom, 1979, p.91)

podían presentar al concurso aquellos artistas que fueran socios del Círculo lo que llevaba consigo el favoritismo y la mediocridad, en ocasiones, de las obras Premiadas. Con la apertura del concurso a participantes ajenos al Círculo se inauguró una época de brillantez y aciertos hasta el final de su celebración. En ocasiones, se llegaba a verdaderas disputas sobre la calidad de las obras presentadas, de sus autores, del mérito o no de los premios concedidos, etc. Como en el caso de la edición de 1919 en el que ganó Bartolozzi con el cartel de “la destrozona” que rompió con los estereotipos utilizados y escandalizó por la vulgaridad de la figura típica del carnaval callejero y por llevar colgado de la escoba el emblema de la institución.

En todo caso, el artista ganador del concurso veía reforzada su reputación y sus posibilidades de recibir encargos o saltaba a la fama como en el caso del madrileño Félix Alonso que rompió con las costumbres estéticas y de composición del concurso con su cartel llamado del *caretón* en 1923. La realidad es que los carteles galardonados durante estos años abarcan un amplio abanico de estilos y reflejan las modas que se fueron sucediendo. Santos Torroella (1949, p.48) en su obra enumera un listado de artistas, catapultados a la fama desde estas convocatorias, muy ilustrativa para conocer las figuras del cartelismo español:

“Rafael Penagos, Sócrates Quintana, José Bermejo, Néstor Fernández de la Torre, Carlos Sobrino Buhigas, Agustín López, Federico Ribas, Carlos Verger, Pascual Capuz, Enrique Varela de Seijas, Salvador Bartolozzi, Pedro Antequera Azpiri, Fernando Villodas, Gabriel García Maroto, Joaquín Valverde, Enrique Ochoa, los hermanos Auroroa y Tomás Gutiérrez Larraya, Fonatanals, etc. Y ya en una etapa posterior, Serny, Alonso, Hortelano, Ramón Gaya, Prieto, Roberto Martínez Baldrich, Picó Espert, Teodoro Delgado, Hidalgo de Caviedes Caballero, Morales, etc.”

Esta relación de cartelistas muestra la proliferación de artistas de estas décadas y en ella queda patente la representación de Murcia en el cartelismo nacional en la figura de Gaya. A continuación, volveremos a nombrar con más detenimiento a algunos de estos personajes.

El elevado número de participantes que presentaban sus obras a concurso, que llegó a alcanzar la cifra de 596 (chocolates Amatller, 1914), es otro dato revelador del movimiento del cartelismo en España. Así mismo, en los concursos se refleja también la participación en el panorama del cartel en España de autores de distintas provincias. Además de representantes de Cataluña, se puede comprobar, por ejemplo, la participación de los sevillanos Sanz y Arizmendi que lograron el accésit del concurso para cigarrillos París en 1902, junto a Fernando Alberti, el madrileño Luis Palao, así como Pedro Ribera que participó desde su residencia en París (Quintas Froufe, 2008).

Hay que matizar, por lo que respecta a esta investigación, que el número de carteles publicitarios comerciales en esta época es muy superior al de carteles artísticos destinados a anunciar temas relacionados con el arte, los artistas y los actos conmemorativos de fiestas. Podemos nombrar como ejemplo (Aznar Almazán, 1991) el cartel para la celebración de la coronación de Alfonso XII en 1902 de Fernando Alberti, el de Semana santa y Feria de Sevilla de 1912 realizado por José García Ramos o el de 1915 de Penagos para anunciar la Exposición nacional de Bellas Artes.

Para no perder de vista el contexto publicitario del panorama español de final de siglo, apuntamos la fecha de aparición de las primeras agencias de publicidad en Madrid y Barcelona: en Madrid, en 1891, Valeriano Pérez Pérez crea la agencia Los Tiroleses, con un fuerte impulso creativo e innovador en formatos (desde cajas de cerillas a telones de teatro pasando por tranvías y estaciones de tren) y será la primera agencia del país que cuente con un departamento de creatividad con dibujantes contratados; en Barcelona, es Rafaél Roldós el fundador de la primera agencia de publicidad española que, si bien inicia su actividad en 1857, será en 1870 cuando se dedica plenamente a la publicidad. Ambas agencias intentaron trabajar unidas pero su fusión (en 1929) fracasó y siguieron su rumbo por separado. No nos detenemos más en el desarrollo de las agencias de publicidad en España pero somos conscientes de que el cartel (sobre todo de referente comercial) está intrínsecamente inserto en ellas como actividad propiamente publicitaria si bien la investigación se centra en el cartel de fiestas que se relaciona directamente, y casi por tradición, con los artistas de cada época.

La actividad formativa de los jóvenes artistas se nutre de la celebración de distintos eventos como las muestras celebradas en 1896 y 1898 en la Sala Parés de Barcelona de carteles de los autores más conocidos a nivel internacional como Chéret, Graset, Toulouse-Lautrec, Steilen Mucha, Dudley Hardy, John Hassal y Beardsley, entre otros, o La exposición de 1989 en el salón de la Vanguardia de la colección de Santiago Rusiñol.¹⁰ Otra muestra de este tipo de actos culturales es la exposición de carteles realizada en 1908 en el círculo Artístico de Barcelona organizada por el coleccionista Luis Planduria (Santos Torroella, 1949).

Los jóvenes fijan su centro de reunión en Els Quatre Gats de Barcelona donde comparten experiencias, noticias de las vanguardias y discuten sobre la teoría y la práctica artística pensando, reflexionando y construyendo una de las etapas más destacadas del cartel en España. Prueba de este movimiento cultural es la conferencia sobre carteles que impartió Riquer en 1901 para inaugurar una exposición de anuncios.

¡Ya tenemos carteles españoles! (Jardí, 1982 citado por Ruiz Melendreras, 1985a)¹¹ es el título de un artículo de marzo de 1898 aparecido en el periódico *La Publicidad* en un suelto donde se reconoce el nivel artístico de estos jóvenes españoles y su valor para ser reconocidos en todo el mundo. De hecho algunos de los carteles premiados en España son cotizados en el mercado internacional del coleccionismo de carteles. Este texto se difundió al día siguiente de la inauguración de la exposición en el salón Parés del concurso para Anís del mono de 1898.

En este grupo de artistas encontramos estilos diversos de los que vamos a dar unas cortas pinceladas. El autor más cercano a Lautrec y más alejado del modernismo es Ramón Casas que desde los dieciséis años conoce el ambiente artístico y la bohemia de París. Formó parte de Els Quatre Gats. Fue un dibujante virtuoso y pintor reconocido que alcanzó grandes éxito con carteles como el de Anís del Mono de 1898 con el que logró el primer premio del concurso de carteles para este producto. Doscientas reproducciones de este cartel se vendieron en París por el marchante Edmon Sagot al mismo precio que piezas/carteles de Chéret y Toulouse-Lautrec. Coincidimos con la

¹⁰ En el artículo de García Fernández, María S. (1985) "Arte y Publicidad", aparecen más datos sobre exposiciones y muestras que evidencian esta actividad.

¹¹ Sobre el mismo dato ver Piqueras Moreno, J. (2004, p.28).

historiadora de arte M^a Soledad García Fernández (1985, p.27) en que “interpretar su obra como una derivación de Toulouse-Lautrec o hablar de flamenquismo nos parece un error”¹².

El modernismo se presenta en la obra de Riquer que conjuga las ornamentaciones florales y preciosistas en un naturalismo idealizado. Se deja influenciar por Grasset, Mucha¹³ y los ingleses, presenta rasgos medievales y renacentistas, y se rodea de una atmósfera mediterránea personal. Esta forma de proceder en la concepción de los carteles al estilo Mucha fue criticada de forma rotunda por Prat Gaballí (1917, p.94 citado por Eguizabal, 2002, p.67) por estar, en su opinión, “reñida con los principios más elementales de la publicidad”. El entendido publicitario expuso, en relación al mismo tema, la falta de estrategia de los carteles del entonces prestigioso italiano Capiello por la ausencia de relación entre la imagen y el referente del anuncio. Alejandro Riquer es el cartelista más importante del modernismo catalán (Galán, 1983) y junto a Adrián Gual son los que siguieron las tendencias europeas de forma más estrecha. Ambos fueron artistas polivalentes que cultivaron el modernismo en diversos campos pues se trata de un movimiento de conjunto que integraba el Arte en la producción de todo tipo de objetos utilitarios.

Junto a estos autores hay que recordar a Miguel Utrillo que destacó más como crítico y promotor de iniciativas artísticas que como cartelista para lo cual organizó la exposición, en el Ateneo de Barcelona la primera exposición¹⁴ de carteles impresos, de una treintena de carteles catalanes para nutrir a un coleccionismo que, en cierta medida, miraba la producción española. Este dato queda validado por el elogio que hace John Hassall en la revista inglesa *The Poster* en 1899, a los carteles catalanes y a Riquer como autor, al que acompaña la reproducción del cartel de Casas para Anís del Mono. Para constatar la existencia desde finales del s. XIX del coleccionismo de carteles en Cataluña, tenemos el anuncio de la compra y venta de carteles en los locales de la ciudad, de noviembre de 1897 de la revista de arte “Luz”. Esta revista publicó elevado número de carteles de gran calidad, tanto catalanes y como de fuera de España lo que contribuyó a la expansión de este género.

Para describir el panorama del cartelismo hay que añadir otros nombres como el del escritor y director de teatro Adrián Gual –hijo de litógrafo y que tuvo su propio taller-, Joan Llimona, Santiago Rusiñol, Gaspar Camps, Joan Llaverías, Carlos Vázquez, Francisco de Cidón, Joseph Triadó, Xavier Gosé y José Mongrell. El dibujante catalán Xavier Gosé, vivía en París y publicaba sus dibujos de corte elegante de la época en *Mundial*, impactó con fuerza a Ribas, Penagos y Bartolozzi.

La celebración de los concursos de carteles de esta etapa desembocaba en exposiciones que servían de impulso para el coleccionismo nacional e internacional. No se puede hablar de coleccionismo de carteles en España (Prieto Benítez, 1987) sin mencionar a D. Luis Plandiura (Barcelona, 1882-1956). Este industrial catalán es uno de los más grandes coleccionistas

¹² Sobre la personalidad artística de Casas libre de influencias modernistas ver también Ruiz Melendreras (2003, pp.68-70).

¹³ En palabras de Manuel Prieto (1987, p. 4) en esta época en el cartel “imperaba el austriaco Mucha y sus seguidores, con un decorativismo insulso, basado en el pre-rafaelismo inglés.”

¹⁴ Este dato contrasta con el dato aportado por Victoria Salom Vidal (1979) que atribuye la realización de la exposición a “Riquer, por ausencia de Casas, entonces en París”. Lo importante aquí es constatar la actividad del cartelismo en la última década del s. XIX.

del s. XX. En 1900 comenzó a coleccionar carteles que expuso en el Círculo Artístico de Sant Lluç lo que estimuló el interés y entusiasmo por estas obras en el país.

En muchos de los carteles de esta época continúan apareciendo imágenes académicas que reflejan el desconocimiento del medio. Los carteles casticistas de guapas andaluzas y argumentos recurrentes están, en todo caso, bien dibujados.

En Madrid no se produjo una transformación artística importante, el modernismo lo encontramos en casos aislados como el del ilustrador Eulogio Varela. En general, en las ilustraciones perdura el academicismo, eso sí de gran calidad como el de Cecilio Plá o Mariano Benlliure. Como autor de carteles festivos de otras regiones, cabe destacar al valenciano Arturo Ballester.

Como hemos apuntado, los concursos catapultaban a los artistas a la fama. Ribas, Penagos y Bartolozzi son los tres artistas que representan a la generación que marca la transición hacia la ilustración de los años veinte. El cartel estuvo atento a las tendencias de vanguardia en estos años de entreguerras: años de clima sin crispaciones (Santos Torroella, 1949, p.39), de gran benignidad “muy propicios, (...) a esa amable retórica artísticocomercial que, desenfadada y alegre en unos casos, o lánguida y con rezagos de romanticismo en otros, alcanzará su máxima floración en el cartel.” En las primeras dos décadas del s. XX tuvo gran influencia la revista alemana *Das Plakat* (1910-1921) Para los jóvenes cartelistas especializada en el cartel que servía de apertura al mundo para los jóvenes cartelistas.

Se consideran como los mejores dibujantes que se adentraron en el Art Déco a Penagos, Federico Ribas, José Zamora y Sáenz de Tejada (Andrés del Campo, S. de y Alvarado López, M^a C., 1999). Y junto a ellos, nombres como Emilio Ferrer, Eduardo Tener o Roberto Martínez Baldrich se comprometieron con la publicidad del momento.

Rafael de Penagos Zabaland, nació en Madrid (1889) donde estudió Bellas Artes y obtuvo una beca en París en el año 1913 y en Londres becado por la Junta de Ampliación de Estudios. Comenzó entonces a participar y ganar diversos concursos de carteles como el convocado por chocolates Amatller en 1914 y el del baile de Máscaras del Círculo de Bellas Artes de Madrid en 1911 y 1912. Desde 1914 vive en Madrid y trabaja como dibujante, ilustrador y cartelista. Sus obras obtuvieron éxito y las mujeres que dibujaba, estilizadas y a la moda, se convirtieron en un signo de la época y eran imitadas por las señoras y señoritas de Madrid, sobre todo. Sus creaciones representan la elegancia y el optimismo del Art-decó español y las escenas que dibuja forman parte una sociedad ideal donde nada es negativo. Sin embargo, Melendreras (2003) presenta a un artista que conocía en profundidad las vanguardias artísticas de su tiempo pero que no presentaba influencias en su personal estilo de alta calidad. Esta forma de hacer le valió el primer premio del concurso del círculo de Bellas Artes de Madrid durante siete años consecutivos. Además, es muy representativo su cartel anunciador de la Exposición general Española de Sevilla y Barcelona, 1928-1929. Realizó portadas para libros y revista y contribuyó a la modernización del diseño en España (Checa Godoy, 2007).

Federico Ribas nació en Vigo (1890) y emigró a Buenos Aires muy joven. Más tarde estuvo cuatro años en París, hasta 1916 cuando regresó a la Península. Se adentró en el estilo Decó de raíces cubistas sin comprometer su estilo propio. Tras ganar el concurso de carteles de 1916 de la

perfumería Gal, ejerció como director artístico de esta marca durante veinte años. Sus figuras femeninas también dieron mucho que hablar. Su pertenencia al mundo publicitario le llevo a trabajar en la agencia Véritas – creada en 1928 para reconvertir el departamento de publicidad de la empresa Gal – junto a P. Prat Gaballí¹⁵, figura imprescindible del origen de la publicidad técnica en España como demuestran sus textos y su biografía profesional y personal. Su trabajo conjunto llevó a Gaballí a reconocer la contribución de Rivas por *su arte y su ingenio* a la puesta en práctica de *los principios de la moderna técnica norteamericana* en “(...) nuestro país con un sentido enteramente español y una realización artística sensible, en muchísimos casos superior a la de los mejores anuncios estadounidenses de la época” (Eguizábal Maza, 2002).

Ribas trabajó en Véritas con Emilio Ferrer, dibujante de gran calidad que, sabía adaptarse a las circunstancias de los productos a publicitar. Tuvo una formación de calidad junto a grandes maestros como Gargallo o Mogrell y las vanguardias dejaron en él una influencia que supo dirigir con talento en sus ilustraciones. En cuanto a su labor publicitaria y cartelística podemos recordar su famoso anuncio para Artiach, cuyo personaje protagonista recuerda a “Chiquilín” (sobrenombre por el que se conoce en España al niño protagonista de la película de Charles Chaplin de 1921 “the kid” “El chico”) y traspasa su nombre a las galletas de esta empresa. Mientras que en el cartel de “El salón de la moda” de 1922 emplea un estilo barroco y decorativo, en el cartel para Cordorníu de 1934 introduce rasgos cubistas de vanguardia.

Como España no participó en la I Guerra Mundial, vivió un gran desarrollo en los años veinte que propició el progreso de las agencias de publicidad, la publicidad radiofónica, la consolidación de las revistas ilustradas y la expansión del cartel comercial.

Salvador Bartolozzi era hijo del italiano que fue conservador de la sección de Escultura y jefe de taller de reproducciones de la Academia de San Fernando de Madrid. Estuvo también en París, donde, después de mucho esfuerzo, consiguió el espaldarazo de Jean Lorrain que le encargó algunas portadas de libros. A su regreso a España, trabajó como ilustrador de cuentos de la editorial Calleja en la que desempeñó la profesión de director artístico desde 1917. Creó personajes de tebeo e historietas humorísticas muy populares como “Pipo y Pipa”. En cuanto a su labor como cartelista, ganó diversos premios importantes de la época (Baile de Máscaras del Círculo de Bellas Artes y Jabón La Toja, por ejemplo) y realizó carteles de turismo y diversidad de productos como Ceregumil Fernández o para la empresa de perfumería Floralia. Esta marca de perfumes optó por la participación en su publicidad de diversos artistas mientras la otra gran marca del momento, Gal, prefirió la permanencia de Ribas como autor de sus ilustraciones publicitarias. La tercera competidora de este mercado, Myrurgia, también mantuvo como creador de sus ilustraciones a Jener (Alvarado López, y Andrés del Campo, 1998).

¹⁵ Sobre Prat Gaballí y su contribución al desarrollo de la profesión publicitaria en España hay bibliografía y documentación muy adecuada para su conocimiento: desde sus libros -Una nueva técnica. La publicidad científica. de 1915, que fue el primer libro de Publicidad escrito en España; Publicidad Racional de 1934; El poder de la publicidad de 1939 y Publicidad combativa de 1953 -además de capítulos en otros títulos-, pasando por gran número de artículos sobre aspectos publicitarios tan actuales como los medios, los targets (“la publicidad para damas” *La propaganda*, abril 1920), la ética, la enseñanza o aspectos psicológicos (“la apelación a los sentidos por medio de las imágenes” *La propaganda* febrero 1920), hasta las publicaciones fruto de su faceta artística como poeta. extendernos más en este punto.

En estos años el Patronato Nacional de Turismo encargó carteles para anunciar distintos lugares del país a pintores como Daniel Vázquez Díaz (postcubista y pintor constructivo profesor de Bellas Artes de Madrid de gran repercusión en décadas posteriores), Nestor de la Torre, Erwin Hubert, y también carteles de fiestas que se anuncian como atractivo para fomentar el turismo, sirven de ejemplo artistas como Emilio, J. J. Arjona Varela o el murciano Ramón Gaya con su cartel para "Alicante. Fogueres de San Chuan".

En los años 20 surgen artistas espectaculares como Antonio Moliné, Ribera y Joseph Morell que, en opinión de ciertos autores, configuran un verdadero cartelismo español, a pesar de que fueran ignorados fuera de España por los círculos internacionales y revistas especializadas de su tiempo. Algunas agencias internacionales vendían materiales gráficos a anunciantes españoles como ciertos dibujos de Capiello, y otras de autores anónimos. En esta década el cartel continúa siendo en España la base de las campañas publicitarias.

En el terreno cultural todo se vive de manera muy apasionada, la polémica sobre el arte y sus características esta servida en las revistas de arte y literatura. En 1928, Dalí Sebastián Gasch y Montanyá suscriben el "Manifiesto Antiartístico" catalán, donde exponen la intensidad del momento. La forma en que el maquinismo cambia el mundo.

Otros autores españoles de carteles de los primeros años veinte son Félix Vázquez, Félix Alonso, el pintor Julio Romero de Torres (de forma ocasional), los valencianos Pascual Capuz y José Segrelles (además de cartel comercial realizó carteles de fiestas), y Luis García Falgas, entre otros.

La actividad de los cartelistas españoles dentro de esta tendencia Art Decó, cuyo lenguaje artístico es complejo y ambiguo, se hace palpable en su participación en la Exposición Internacional de Artes Decorativas e Industriales Modernas de París en 1925 en la sección de arte e industria del libro. Se trata de: Bartolozzi, Gutiérrez Larraya, Sócrates Quintana, Quintanilla, Ramón Manchón, Roberto Martínez Baldrich, Rafael de Penagos, Bon Tejada y Tono. Sirven de ejemplo de obras gráficas de estilo decó que se hicieron muy populares, las portadas para la revista *Vogue* de Benito o las del semanario *Blanco y Negro* de Penagos o de Baldrich, sin olvidar los carteles de esta época.

En los años veinte la modernidad se vincula a un concepto de lujo muy determinado. Surge el dandismo, y el hombre y la mujer tienen un elevado concepto de sí mismos. Los perfumes caros, trajes de fiesta y boquillas largas para ellas, y de etiqueta con sombreros de copa y monóculo para ellos, barcos de lujo, cristales y collares largos de piedras preciosas y telas de ensueño, muebles decó, esculturas de cristal y marfil, coches deportivos, fiestas nocturnas, casinos, cruceros, aviones, velocidad... todos estos signos de modernidad aparecen dibujados en la publicidad.

Para comprender mejor el nivel publicitario español y la preocupación de los profesionales españoles por estar al día y elaborar sus propios conocimientos sobre el hecho publicitario, tenemos noticias de la exposición bibliográfica (Eguizabal Maza y García-Ochoa Roldán, 2001) sobre publicidad celebrada en 1928 como actividad complementaria del Curso de Publicidad y Organización que tuvo lugar en la casa de la Lonja de Mar de Barcelona. Se reunieron más de dos mil ejemplares de autores latinos, ingleses, americanos, alemanes, suecos, rumanos, japoneses, etc., según narra el organizador del curso, Rafael Borí, en el texto introductorio de las ponencias. La controversia sobre si la publicidad es un arte o una técnica estaba en pleno auge pero el interés de

este dato reside en la evidencia de la actividad intelectual de los profesionales más importantes de la publicidad en España.

Para entender las circunstancias en las que se forman las bases de la industria publicitaria española, Mercedes Montero (2011) presenta un artículo donde repasa dos décadas del s. XX, los años 20 y 30. En estos años en España se dan una serie de acontecimientos clave que hubieran permitido instaurar la sociedad de consumo con el impulso de la publicidad. El despegue que se produjo quedó apagado entre otras cosas por la Guerra Civil española. La autora pone de relieve la brillantez del publicitario catalán Pere Prat Gaballí que trabajó al nivel de los mejores publicitarios norteamericanos. Estudioso de las estrategias publicitarias internacionales y propagador de sus conocimientos mediante la formación de los profesionales publicitarios españoles, propuso soluciones excelentes que nunca se llevaron a cabo, para sectores y colectivos que necesitaban empuje y dirección para su crecimiento como el de los vinos y licores. Fue capaz de captar la relevancia de la mujer en el desarrollo económico y de valorar su intervención en la construcción de la sociedad moderna.

La descripción de esta primera sociedad de consumo presenta unos medios publicitarios escasos –periódicos y revistas- cuya audiencia no se puede medir. Una publicidad exterior en auge pero con unos costes de uso elevados –sobre todos los luminosos- que provocaban el rechazo de su contratación por parte de los anunciantes. Y un cartel en pleno esplendor con famosos protagonistas como Ribas, Penagos o Casas, entre otros, pero a juicio de la autora, de escasa eficacia publicitaria. No faltó la intervención internacional en el territorio empresarial español, con la llegada, por ejemplo de la agencia multinacional J.W.T. aunque su filosofía de negocio no cuadró con la desconfianza de los pequeños empresarios españoles. Estas circunstancias no impidieron sin embargo, la formación de sólidas marcas que han llegado hasta nuestros días como Codorníu o las galletas María de Artiach.

Tras el primer momento de auge de los concursos de carteles, se produjo un descenso del número de convocatorias que volvió a tomar fuerza entre los años 1925 y 1935 época de mayor auge del cartel (Prieto Benítez, 1987). Durante esta década las competiciones eran convocadas por empresas españolas y entidades como la Cruz Roja, el Patronato de Turismo, el Instituto Nacional del vino y el del aceite, entre otras. En 1925 se convoca, en Madrid, el concurso para anunciar Ceregumil Fernández, donde Tono -Antonio Lar- y Bartolozzi presentaron una obra que resultó premiada en segundo lugar.

Los recursos técnicos y de ingenio se enriquecen desde las fuentes de los ismos de la pintura; éste hecho logra que el cartel pierda rigidez y busque sorprender con nuevas síntesis expresivas cargadas de intención mediante nuevos conceptos formales, separación de planos, nuevas perspectivas, etc.

No es el objetivo de este capítulo nombrar a todos los cartelistas de la época por lo que añadimos aquí otra pequeña lista de autores de los años veinte y treinta: Enrique Herreros, Helía Escuder de Aragón, Agustín Blanco Varas, Carlos Sáinz de Tejada, Germán Horacio, Peinador, J.J. Pedraza Blanco, Orlando A. Santullano, José Loygorri, K-ito, González de Ubieta, los pintores José Caballero, Juan Antonio Morales, Vicente Viudes y Juan Esplandiú, José Caballero y Juan Antonio Morales, entre otros.

La década de los treinta contó con un espectacular trabajo de publicidad gráfica en general, y del cartel en particular. De todos los autores españoles, la obra del grupo catalán es sobresaliente. Algunos de sus nombres son: los ya citados A. Moliné y J. Morell, Emilio Ferrer, Antonio Clavé, Teodoro Delgado, Joseph Obiols, Ricardo Fábregas, Evaristo Mora, Martí Bas, Luis Muntané, Lau (Nicolás Miralles), Emilo Grau Sala, José Espert, Miret, Carbonell, Ortiga, Benigani, Bon, Piñana, Millastre, Josep Renau, los fotógrafos y diseñadores gráficos Llovet, Josep Sala, y P. Catalá i Pic. Estos dos últimos junto con Josep Massana, son los fotógrafos publicitarios españoles más interesantes hasta la mitad del s. XX (Lens, 2004). El movimiento moderno llegó a Cataluña a través de la Exposición Internacional de Barcelona. Para dicho evento se hicieron carteles como los realizados por Francesc d'Assís Galí de estilo gráfico "noucentista", corriente que sucede al modernismo, que consiste en fusionar elementos clasicistas y mediterráneos, con algunos rasgos decó.

Teodoro Delgado¹⁶ fue un gran cartelista desde muy joven. Su formación tuvo grandes resultados y la eficacia de sus carteles residía en la sencillez y claridad de sus mensajes. Como ejemplo de su labor cartelística, señalamos el encargo que le hizo la Dirección General de Turismo de las Regiones Turísticas de España que incluye carteles de Semana Santa. Realizó, también, carteles de fiestas como el de las Fiestas de San Isidro de Madrid de 1948, del mismo tipo de los que en este trabajo se estudian.

Emilio Vilá trajo a España su experiencia parisina cuando trabajaba como dibujante litográfico. Practicó un método que consistía en fotografiar la escena que iba a representar la ilustración.

Como autor catalán representativo, nombramos a J. Morell que fue imitado por sus contemporáneos con la técnica del aerógrafo y utilización del cepillo. Antes de la guerra, sus carteles presentaban ya rasgos propios del moderno grafismo europeo de la época, como la disposición constructiva de los signos que sintetizan la idea a comunicar evitando los elementos superficiales. Realizó carteles comerciales, de turismo nacional y local, y político.

Lo cierto es que el cartel español no solo existía, sino que lo hacía de la mano de entregados profesionales que prestaban sus servicios a todos los sectores (en su mayoría económicos) de la sociedad española. Confirma esta situación, en primer lugar, la existencia de la Unión de Dibujantes Españoles y, en segundo lugar, el acuerdo al que llega la citada asociación con los empresarios anunciantes, a través de la celebración del "Salón del Cartel Publicitario". En estos eventos, celebrados desde 1932 hasta 1936, los anunciantes participantes en el Certamen encargaban los carteles y podían elegir a los cartelistas que los realizaban (Ruiz Melendreras, 1985a y 2003). Se exponían más de cien originales y la muestra desencadenaba los comentarios y artículos de prensa que mantenían al cartel en plena actualidad social. En la primera edición, la medalla de oro se le otorgó a Amado Oliver por su cartel para el insecticida Chas del que destaca el logro de matices cromáticos conjugando cuatro tintas planas con el aerógrafo.

¹⁶En el artículo de Ruiz Melendreras (2003), el autor recoge información de los siguientes cartelistas: Ortego, Casas, Antequera Azpiri, Bartolozzi, Penagos, Ribas Félix Alonso, Teodoro delgado, Morell, Oliver, Renau, A. Moliné, Espert y Artigas.

El valor del virtuosismo en el trabajo con esta técnica –aerógrafo- de los cartelistas lleva a Melendreras a afirmar, cuando presenta una serie de autores vascos –concretamente cuando describe los anuncios de Nicolás Martínez Ortiz de Zárate-, que este recurso técnico “desde un estudio de la evolución del cartel en general, contribuyó a ir creando un lenguaje formal específico que lo independiza del dibujo y de la pintura” (Ruiz Melendreras, 1985, p.24).

En estos años la publicidad salta del cartel a las fachadas de metro, a los transportes, a la iluminación de las calles y se materializa en azulejos de cerámica lo que ha hecho llegar hasta nuestros días muchas de estos primeros diseños comerciales y marcas de prestigio.

Encontramos a finales de los años treinta la actividad cartelística del valenciano Joseph Renau¹⁷. Una figura del cartelismo español que superó las fronteras locales con su trabajo teórico y práctico, desde el arte hasta el cartel como medio de acción social. Este artista (Ruiz Llamas, 1992, p.45) “debe pasar a la historia como creador y protagonista del fotomontaje en España”, introdujo en el cartel el fotomontaje, el manejo aerógrafo y el manejo del color.

El cartel español, en las primeras décadas del s. XX, abarca desde artistas clásicos, como Julio Romero de Torres, hasta estilos más alegres e incisivos, como el de Bartolozzi y Tono, pero el gran renovador fue Josep Renau (Checa Godoy, 2007).

Esta figura vanguardista importó a España las formas del fotomontaje político de Alemania y la URSS. Encontró en el arte una herramienta para la transformación revolucionaria del mundo del proletariado. Quiso poner su arte al servicio de la clase trabajadora, de su país, y del mundo e instar a sus contemporáneos a hacer lo mismo. Aunque era un fiel y entusiasta seguidor de las técnicas de fotomontaje de Heartfield y George Grosz, no llega al extremo de plantear la destrucción del arte como hicieron estos. En la obra de Renau (Mancebo Roca, J. A., 2004, p.8):

“Hay una visión esperanzada, un camino hacia la utopía. Partir de cero sí, pero para crear un nuevo mundo. Y esta visión no esta exenta de compromiso. Su arte era, ante todo, una herramienta de lucha y por lo tanto no era inútil, tenía una finalidad, debía ser algo utilitario.”

Renau es el primer teórico sobre cartelismo en España que deja constancia de sus ideas de forma escrita desde 1937. Los textos más significativos se recogen en su libro titulado “Función Social del Cartel” (Renau, J., 1976). En la introducción del libro, el autor del libro, aclara que, si bien no tiene intención de abordar la historia del “arte publicitario”, por la complejidad y cercanía del fenómeno, su objetivo consiste en concretar determinados aspectos del cartel por ser éste el máximo representante del “movimiento de plástica publicitaria”. El autor parte de una concepción artística del cartel y presenta una visión de la historia del cartel en España con el fin de alcanzar una perspectiva de desarrollo del mismo.

Introducimos aquí un breve resumen de los aspectos de la obra de Renau que consideramos más relevantes para nuestro estudio porque nos presentan una perspectiva de la historia y

¹⁷ Josep Renau (1907 Valencia – 1982 Berlín). Fue Director General de Bellas Artes con el gobierno de Largo Caballero y organizó la evacuación del Museo del Prado. Perteneía al PCE y fue muy crítico con otros cartelistas con los que mantuvo duras polémicas. Era conocido internacionalmente y fue el más grande de los cartelistas republicanos, además de pintor, dibujante y fotógrafo. Existe abundante bibliografía sobre este autor y se pueden encontrar sus carteles en Internet, por ejemplo, en <http://www.sbhac.net/Republica/Carteles/Renau/Renau.html> [visitado el 3 de mayo de 2010].

concepción del cartel de aquel tiempo. Esta visión de Renau beneficia el estudio en dos aspectos: por un lado, nos sitúa en el momento en que escribe el autor, es decir, nos hace ver las cosas emplazándonos en los años treinta, lo que permite apreciar aspectos que escapan a la mentalidad del siglo veintiuno, imperceptibles para nosotros si no cambiamos de punto de mira; por otro, nos presenta una visión del cartel como herramienta social cargada de ideales sociopolíticos que presenta una actitud de reconocimiento de eficacia de este soporte publicitario que va más allá de la mentalidad económica, e incluso social, que se le confiere en nuestros días. Todo ello no implica que estemos a favor o en contra de los ideales sociales y políticos que defiende como de cualquier otra postura que se introduce en la investigación.

Renau estructura la historia del cartel en España hasta ese momento (1937) en dos etapas: la *infancia del cartel publicitario* y la *edad de oro del cartel comercial*. Tras describir estos dos momentos añade las previsiones para el futuro inmediato del cartel a partir de la tendencia que se está viviendo bajo el título *Hacia un nuevo realismo*.

Para este autor la historia de la publicidad va unida al desarrollo del capitalismo “tanto en su primera etapa de significación positiva y creadora como en la ulterior y actual decadencia de sus formas”.

La *infancia del cartel publicitario* en España parte del s. XIX cuando aparece el cartel como hecho concreto en el ambiente de la pequeña burguesía unido a los restos del artesanado. Se trata de un cartel, cuyo radio de acción es local y sus autores eran artistas desafortunados que los realizaban como último recurso laboral por lo que seguían las pautas academicistas de la época.

En 1900 cuando se realiza la Exposición Internacional de París, comienza una nueva etapa en el desarrollo publicitario provocado por la nueva burguesía cosmopolita en pleno crecimiento y las nuevas tendencias artísticas neobarrocas del *modern style* cargado de *exotismos coloniales*. El cartel adquiere un estilo decorativista que le confiere personalidad plástica. En esta subetapa se utiliza cada vez más el cartel comercial hasta el comienzo de la guerra en 1914.

En los años de la guerra la caída de los valores sociales y humanos son para Renau la causa de que aparezca en el cartel la frivolidad y el erotismo perdiendo el estilo decorativo anterior.

Terminada la guerra las formas de expresión del cartel toman un nuevo camino caracterizado por el *realismo expresionista*. Muestra la vuelta a las viejas formas dejando ver la falta de entusiasmo resultante de la guerra.

La siguiente etapa del cartel comercial según el autor, está marcada por la incorporación del arte abstracto al cartelismo de manera que éste lo integra en sus formas de expresión y en su función.

La *edad de oro del cartel comercial* corresponde según Renau, a los últimos quince años que, como el texto data de 1937, se refiere a los años 20 y los transcurridos de los treinta. Esta etapa supuso el desarrollo pleno del cartel que alcanza su independencia del arte puro y se configura dentro de la publicidad como hecho que tiene formas propias de expresión lo que conlleva la especialización de la industria del cartel.

Entre las causas que provocan el esplendor del cartel el autor destaca el desarrollo de recursos técnicos porque amplía las posibilidades expresivas del artista. Concretamente la renovación de la litografía y progreso de los procedimientos fototécnicos. Además, el cartel se

convierte un medio de expresión de su época al reflejar los problemas socioeconómicos por su forma de funcionar.

En Norteamérica la publicidad se desenvuelve de forma esencialmente práctica y el cartel se realiza perfeccionando su función persuasiva mediante los procedimientos psicotécnicos. Pero la plástica publicitaria continúa con el caduco realismo academicista decadente europeo importado en el s. XIX. Gracias a estas circunstancias, cuando la industria norteamericana invade Europa, las técnicas de publicidad no influyen de la misma forma en las gentes europeas, más profundas y complejas que *las masas medias norteamericana*, y la publicidad europea configura la personalidad plena del cartel a partir de sus propias formas de expresión originarias/ de origen.

En esta etapa del cartel conviven infinitos estilos y tendencias, sin embargo, Renau subraya dos aspectos que parten de la plástica moderna francesa y fueron determinantes para lograr el esplendor del cartel.

El primer aspecto es la incorporación del cubismo de tendencia purista en la publicidad alemana que genera una expresión plástica en el cartel que supuso un hito en la historia del cartelismo. Alemania sentó las bases racionales del cartel incorporando la estructura equilibrada en su concepción. Lo hizo colocando como elementos plásticos esenciales del cartel las máquinas y los dispositivos mecánicos. Las bases estilísticas publicitarias serán entonces el equilibrio frío de las piezas mecánicas y el juego de los volúmenes. Se maquinizan los seres humanos y las cosas y la forma geométrica invade todo lo existente. Las formas se depuran mediante la síntesis y los colores se utilizan puros.

Alemania acabó con lo que quedaba de decorativismo y sentó las bases racionales del cartel para lograr la estructura equilibrada del mismo. Sobre este equilibrio, superando la especificidad del carácter (condición psicológica) y el lenguaje del pueblo alemán, Francia produjo la etapa más brillante del cartel comercial incorporando nuevos valores de espíritu y humanidad. El Mediterráneo llegó a la publicidad donde se unieron los colores sensuales del impresionismo francés con los valores del cubismo y surrealismo. Toda esta combinación de elementos, tendencias y caracteres desarrolló la personalidad propia del cartel comercial.

La tendencia de la publicidad desde los primeros años 30 consiste en mostrar en los anuncios las características materiales y cualidades de los productos de forma directa y concreta. En el cartel esta tendencia se identifica por el uso de la fotografía que imprime realismo a los mensajes. Las expresiones sensuales y sentimentales dejan paso a la realidad. El cartelista profesional acusa la falta de libertad de creación del artista en pro de los intereses del mercado.

El proyecto de futuro del cartel es, según Renau en ese momento, *un nuevo realismo* que conlleva una postura nueva, activa, ante el mundo. Un nuevo humanismo en el que el hombre es el protagonista absoluto de la nueva historia y tiene la intención consciente y voluntaria de influir en la realidad que le rodea. Los movimientos artísticos abstractos excluyeron el tiempo de las obras de arte y dejaron al hombre solo en el espacio llegando a fundirse con las cosas en el cubismo y lo reincorporaron como un fantasma en el surrealismo. En el ámbito artístico e intelectual este nuevo realismo humanista impulsa a los artistas e intelectuales a pintar, escribir y pensar sobre aquello que incorpore al individuo en el plano de los valores universales de humanidad en favor de la convivencia social incorporando lo individual al plano de lo universal. Pero “la posibilidad de un

realismo publicitario de significación humana entra en contradicción con la práctica y fines de la <<reclame burguesa>>” (Renau, 1976, p.49). El artista publicitario se encuentra privado de su función humana sin intervenir en el desarrollo de la sociedad.

Cuando estalla la guerra en España el artista se ve impulsado a posicionarse de una de las partes en conflicto puesto que su función es resolver *problemas en el ánimo de las masas*.

En 1936, el 18 de julio, los cartelistas españoles se encuentran ante la fuerte demanda de carteles políticos que conlleva la guerra civil. La inmediatez de la actividad cartelística de la guerra propició la adaptación de las fórmulas plásticas de la publicidad comercial a los motivos de la contienda. Pero estos recursos eran insuficientes para expresar y exaltar los valores humanos. Los simbolismos y representaciones genéricas, los convencionalismos expresivos no son capaces de transmitir la realidad viva. El momento histórico y social demanda que el cartel sea un estímulo emocional para lo cual necesita una plástica superior de contenido humano en el contexto universal del antes descrito, *nuevo realismo humano*.

Para Renau no se puede abordar el cartel político sin partir del cartel soviético. La construcción del socialismo ruso necesitó del cartel como herramienta de construcción social lo que provocó la renovación de los valores expresivos del arte. Sus carteles conmocionaron el terreno de la expresión gráfica. Los rusos erigieron sus valores sobre los elementos de la inmediata y primaria realidad donde el hombre es redescubierto en el arte como actuante en la historia.

Estas nuevas formas del realismo soviético influyeron en el arte occidental en las formas artísticas del cine, la fotografía, la escenografía, entre otras, y de una manera especial en el cartel. La renovación del cartel europeo en la búsqueda de nuevas formas de expresión más directas y concretas encontró su base en este realismo ruso. Sobre todas las aportaciones soviéticas destaca la utilización de la fotografía en el cartel que los países europeos supieron desarrollar a nivel técnico y formal con mucha eficacia.

Sin embargo, Renau propone fundamentar el desarrollo del cartel político en España partiendo del realismo de la pintura española del s. XVII que propugna la exaltación del valor “individuo”. Los pintores del s. XVII inmortalizaron en sus obras de arte con el mismo valor individual a Reinas, enanos, mártires y ascetas, niños sonrosados y monstruos deformes, cortesanos e idiotas. Un realismo español magistralmente elaborado por Velázquez, que rompe con los convencionalismos en los recursos de expresión y supera el renacimiento pictórico importado de Italia, mediante la aproximación hacia las formas concretas de la realidad humana con franqueza, audacia y emoción. Este realismo del s. XVII ha superado la decadencia de los s.s. XVIII y XIX para ser redescubierto, según Renau, por los cauces del nuevo realismo y responder a la necesidad humana y social del cartelismo político.

Hemos expuesto la visión histórica del cartel de Renau porque nos permite entender los aspectos fundamentales que, este autor y los contemporáneos que compartían sus ideas, sostenían sobre el presente y el futuro inmediato –de los años en que escribió su libro- del cartelismo en España, las influencias externas sobre éste, y su función como herramienta de influencia social. En estos mismos años, desde otra posición sociopolítica, la labor social del cartel se explicaba de otro modo pero su competencia social era, y sigue siendo en la actualidad, la misma.

El cartel español durante la guerra civil española ha sido estudiado por M^a Cruz Alvarado López y Susana de Andrés del campo (2008) desde una doble perspectiva publicitaria/social que interesa para completar esta contextualización de nuestro estudio. Cuando estalla la guerra, como hemos visto, ya existe un entorno publicitario donde el cartel era el medio más popular. Como muestran las autoras, en España, las instituciones utilizaban, ya antes de la guerra, el cartel social en campañas que dejan ver todos los problemas que aquejaban a la población española. El incremento del paro, el empobrecimiento del proletariado rural, la migración, la mortalidad infantil, el cáncer, la higiene dental, las enfermedades venéreas, la lepra, y el analfabetismo. La publicidad cobra más importancia como instrumento social cuando la guerra agrava todas estas circunstancias, y tanto el Gobierno, mediante los órganos oficiales, como las instituciones sociales - asociaciones, organizaciones, ligas sindicatos, etc.-, fomentaban sus acciones utilizando en sus campañas el cartel por su facilidad de difusión y de comprensión por parte de la población. En España se había incorporado la técnica racional, como la denominó Prat Gaballí, al quehacer publicitario, de manera que cualquier causa podía utilizar sus servicios. En lo que esto significa para el cartel, ya existía un cartel social, un cartel político y un cartel comercial. Si bien es cierto que en el conflicto se utilizan carteles de referente social pero con un mensaje claramente político, partidista.

Los carteles sociales y de guerra jugaron un papel tan importante durante el conflicto que se llegó a denominar a los segundos como "soldados de papel y tinta". Aunque el citado Renau no lo viera así, los artistas estaban tan directamente implicados como parte de un pueblo en guerra, que impregnaban los carteles de fuerza, violencia y visceralidad aumentando tremendamente su eficacia.

En realidad, el publicitario -y como tal el cartelista- creaba para conseguir notoriedad y buscaba motivos simbólicos con los que provocar mecanismos de identificación y proyección en los ciudadanos, como siempre en busca de su espacio de integración social.

A partir de los años cuarenta, España vive la posguerra y el cartel con ella. Los mensajes que se transmiten en este medio se refieren a programas de reconstrucción y reajuste. Encontramos carteles de fomento de turismo, ferias industriales y artesanía local. Los bienes de consumo y las fiestas de carnaval no desaparecieron en su totalidad como referentes pero disminuyeron de forma drástica.

Tras la segunda guerra Mundial los empresarios intentan volver a activar el mercado y se valen del cartel como medio publicitario pero los concursos que se organizan no obtienen los mismos resultados de participación y de calidad de las obras. Esta circunstancia cuenta con dos excepciones: el concurso de galletas Artiach que reunió 502 carteles y el de coñac Fundador que rozó el medio millar de anuncios.

El cartelismo, durante el periodo llamado de autarquía, desde el final de la guerra civil hasta el año 1959 con el Plan de Estabilización, vive con más fuerza del realismo a nivel estético puesto que lo vanguardista era rechazado por defecto por el Movimiento Nacional. El crítico de arte Gil Fiol (1951 en Ríos Moyano, 2007), con motivo de la exposición de carteles de la década de los cuarenta, alaba la maestría a los dibujantes-cartelitas-pintores que continúan utilizando el dibujo como medio primordial de expresión del cartel. Un cartel cuya crítica todavía se hacía desde los

cánones de belleza del arte no de la publicidad comercial. Gil Fillol (1951, p.7) enumera los temas de las obras seleccionadas para la exposición que son el reflejo de la propaganda del régimen franquista, “(...) para dar a conocer al mundo nuestras bellezas naturales, nuestras creaciones artísticas, nuestras variedades folklóricas, nuestros progresos mecánicos o nuestra cultura nacional (...)”. En opinión de Boni en esos años no se podía hablar de cartel español porque casi todos eran carteles oficiales o carteles de ocio. Como ya hemos indicado, el régimen ensalzaba el tradicionalismo de los pueblos de España lo que queda impreso en los carteles de fiestas y espectáculos. Fuera de las fronteras españolas la publicidad exterior se caracterizaba por el uso de la fotografía (Lens, 2004) como medio de expresión publicitario. Los fotomontajes estaban en pleno auge por su capacidad narrativa y de construcción de mundos icónicos adecuados a los mensajes publicitarios.

Gil Fillol escribe una serie de artículos en la revista *Arte Comercial* sobre los dibujantes y artistas comerciales¹⁸ más destacados de la década, todos ellos se caracterizaban por la perfección técnica y por no adoptar los movimientos artísticos contemporáneos. Se sentían orgullosos de *la tradición figurativa y la sutileza gráfica de sus trabajos* (Ríos Moyano, 2007, p.91), lo que refleja el paso atrás dado respecto de los carteles de las décadas anteriores a la Guerra Civil. Pero, ante todo, Gil Fillol fue el primer crítico de arte comercial y publicitario que impulsó en España la crítica de arte comercial.

La preocupación por el avance en la publicidad del país queda patente en la citada revista dirigida por Melendreras. Una muestra de la importancia del cartel como medio publicitario clave en el momento, es la encuesta realizada a expertos de la materia con la pregunta *¿Qué opina usted del cartel español?* (Ríos Moyano, 2007, p.75), que aparece en los primeros números de la publicación. Las respuestas coinciden en la falta de preparación y especialización de los autores de carteles al considerarlo una faceta del arte. Reconocen también, la falta de conocimientos publicitarios, así como el desconocimiento por parte de los cartelistas de los medios litográficos o de reproducción que emplean los impresores lo que impide la fiel reproducción de los originales. Otras circunstancias, consecuencia del régimen político, que afectaban a la publicidad española, eran la escasez de papel y el retraso tecnológico de las industrias gráficas del país.

Los cartelistas anteriores a la guerra mantenían una posición muy discreta o se encontraban en el exilio. En España siguieron trabajando la mayoría de los dibujantes publicitarios como: Teodoro Delgado, Baldrich, Enrique Herreros, Sáenz de Tejada, Alonso, Boni, Pampa, Mairata, Ricard Giralt Miracle, Emilio Ferrer, Penagos Parrilla, Serny, A.T.C., Morell, Amado Oliver, Nike, Pérez Bailo, y Alberto Duce, entre otros.

Hay que destacar en este periodo el caso del pintor Manolo Prieto Benítez (1912-1991) uno de los grandes autores de los cincuenta, que cosechó grandes éxitos en esta época. Manolo Prieto (Gil, 2007, pp.270-287 y Satué, 1997, pp.104, 311, 378 y 381) artista, pintor y dibujante, trabajó en reconocidas agencias de publicidad como diseñador y director artístico. Es mundialmente reconocido por ser el creador del Toro de Osborne para el coñac Veterano. Fue un extraordinario cartelista, y destaca por sus carteles taurinos, de producciones teatrales o para fiestas municipales como el que realizó para Cartagena: “Festivales de España 1956. Cartagena”. En sus carteles de

¹⁸ José Morell, Bayo, Segundo José Freire, Federico Ribas, Ferrer Sama, A. Gil, José García Ortega, Emilio Ferrer, Manolo Prieto, Mairata.

toros se alejó del costumbrismo y realzó las emociones del encuentro toro-torero en las suertes de la lidia.

En el ambiente de los carteles de esta época se rechazaban los modernismos. De forma que el estilo de cartelistas como Morell o Ferrer (Eguizábal Maza, 2003)¹⁹ pasan de ser considerados vanguardistas (en los años 20 y 30) a resultar convencionales. En los años venideros comienza la decadencia de los dibujantes en beneficio de los fotógrafos. El número tres de la revista *Arte Comercial* incluye un artículo titulado *¿Fotografía? ¿Dibujo?* (S'Agaró citado por Ríos Moyano, 2007, p.95) de cuyos párrafos se desprende el rechazo de la fotografía en comparación con el dibujo publicitario argumentando su bajo poder de seducción debido a la falta de imaginación y fantasía de la fotografía porque impone las formas naturales.

Desde 1945, cuando cae el fascismo en Europa, España queda aislada a nivel internacional. La publicidad mantuvo un leve contacto con el exterior, para permanecer al día en cuanto a teorías y formas de hacer publicitarias, gracias a diversas publicaciones. Entre estas últimas, destaca la labor de la revista *Arte Comercial* (1946-1952) donde se difundieron artículos sobre la publicidad en América, Argentina, y Europa, concretamente en Francia, y, de forma destacada, en Suiza (Eguizábal Maza, 2003 y Ríos Moyano, 2007). Otros intentos, como *El Anuario Artístico Publicitario Garú*, editado por García Ruescas, solo pudo ver la luz dos años pues su proyecto era demasiado ambicioso para una situación como la que se vivía en España. Se editaron dos grandes obras sobre publicidad de Casas Santasusana; Prat Gaballí continuó escribiendo; se publicó la colección titulada *Biblioteca Moderna de Publicidad*; se editó en castellano (en Buenos Aires) el manual de *Publicidad* de Otto Kleppner en 1947, etc. Sirvan estas notas para describir la actividad de los publicitarios españoles que se mantuvieron firmes contracorriente e impidieron la total desaparición de todo lo logrado hasta entonces en este ámbito. Por ejemplo, desde la revista *Arte Comercial* (Ríos Moyano, 2007) se empezó a construir el corpus teórico de la publicidad, como se puede comprobar, con una serie de artículos sobre cuestiones terminológicas del ámbito publicitario, y sobre aspectos concretos, vg. del cartel²⁰.

Sobre la situación de la ilustración publicitaria durante la autarquía, hemos encontrado una visión que traemos aquí porque observa lo sucedido desde una perspectiva para la reflexión. Raquel Pelta Resano (1999c) parte del hecho de la falta de datos e investigaciones sobre esta oscura época del franquismo español. Siguiendo la postura de Ángel Llorente, los medios de masas y la publicidad que se inserta en ellos, aunque lo parezca en los anuncios, no rompen con los gustos del público para no ser rechazados. Conforme las novedades se incorporan a la cultura, se van introduciendo en las manifestaciones populares. En España los artistas de vanguardia lucharon, desde antes de la guerra civil, para modernizar los criterios estéticos frente al academicismo, pero no lograron la comprensión de todos. La autora deja ver que las ilustraciones de los carteles, y de la publicidad en general, al estilo vanguardista, no estaban tan generalizadas ni eran bien aceptados por la población, como puede parecer en lo escrito sobre estas tendencias. Tras la contienda civil, el arte español continuó la misma línea académica que antes de la guerra, pero reforzada por la situación política del país.

¹⁹ Sobre la obra cartelística de estos autores ver entre otros, el artículo de Ruiz Melendreras (2003).

²⁰ Ver Azcoaga, E. (1950), Courchinoux, E. (1948), VV AA (1951).

El régimen político utilizó como herramienta ideológica la propaganda, y se sirvió de la censura para controlar a la población. El control de todo lo que se publicaba en el país incluyó a la publicidad -lo que contiene a las imágenes de los anuncios y que resultan fundamentales en los carteles- para evitar lo inmoral y lo estéticamente incorrecto. Para estos menesteres se crea el Servicio Nacional de Propaganda en 1938, y, tras diversos cambios de estructura y denominación, se organiza la Sección de Plástica de la Delegación Nacional de Propaganda que, además de realizar trabajos como carteles, escenarios, etc., revisaba todas las imágenes publicitarias, pues concedía la autorización para la creación y difusión de las ilustraciones de todo género - desde las portadas de novela a los recortables de las niñas, pasando por los carteles y pasquines -, para evitar que los símbolos y las composiciones de los mismos transmitieran significados contra el prestigio nacional.

“(…) se pasó del cartel político al arte comercial que debía propagar unos valores sociales y morales. El arte comercial y la publicidad se emplearon para forjar una idea nacional que fuera el espejo donde se debían mirar los españoles, inventando una imagen de España típica y tradicionalista que sería exportada fuera de nuestras fronteras”. (Ríos Moyano, 2007, p.31)

En estas circunstancias la publicidad tuvo cierta libertad porque su ilustración no era considerada dentro del arte noble, y las líneas estéticas se marcaron y extendieron de la mano de teóricos como los mencionados Prat Gaballí, Rafael Bori y Emeterio Melendreras en sus libros o revistas, como *Arte Comercial*²¹ ya nombrada.

En 1951 la citada revista menciona la conferencia impartida por Melendreras²² titulada “Trece carteles en la historia” que, en opinión de Ríos Moyano (2007, p.110), es “una de las primeras referencias de un palpable intento por ofrecer una historia del cartel español”.

Prat Gaballí (1953) propuso el realismo²³, en la publicidad y la fotografía, como forma que mejor entendía el público, dejando a un lado los intentos vanguardistas, pero reconociendo las aportaciones expresivas de la modernidad, en concreto, del surrealismo. La línea realista incluye formas muy diversas que se desenvuelven, desde el uso de la fotografía realista, al de encuadres de cine, llegando a extremos como el realismo costumbrista regionalista, o la estética del fascismo italiana. Todo ello dispuesto para lograr un fuerte impacto visual propio de la época. Enrique Azcoaga (1950) expone esta situación mediante una clara distinción entre el cartel *antiguo*, el cartel

²¹ Sobre la trascendencia de la actuación de esta revista profesional en los años de la posguerra, como plataforma para la renovación e implantación de la publicidad y el diseño gráfico en España, así como de la apertura al exterior, es muy relevante el trabajo de Sonia Ríos Moyano (2007) por el análisis contextualizado que realiza de los contenidos de los números de la citada *Arte Comercial*.

²² Con motivo de la *Exposición Antológica del Cartel 1940-1950*, organizada por el Centro de Instrucción Comercial en colaboración con La Asociación de Dibujantes y la revista *Arte Comercial*, tuvo lugar un ciclo de tres conferencias sobre temas publicitarios: la referenciada de Melendreras, una del dibujante Ferrer Sama y otra del publicista García Ruescas. En el número 30 de la revista *Arte Comercial*, aparece un artículo sobre ellas titulado *Tres conferencias sobre el cartel*.

²³ Pedro Prat Gaballí (1953) en su libro *Publicidad Combativa*, entre otros aspectos muy ilustrativos de la época, explica la adecuación de las imágenes de los anuncios al tipo de productos y al público al que se dirige. Distingue entre *superrealismo artístico de intención* y *superrealismo de ejecución*, indicando que, éste último, sería el más idóneo para la ilustración publicitaria; y redacta las directrices -sencillez, claridad y simplificación de los anuncios-, para que sean comprendidos por el receptor.

moderno y el cartel *actual* describiendo brevemente sus principales características: el cartel *antiguo* era una estampa anacrónica, el cartel *moderno* consistía en una síntesis inteligente muy arriesgada que gritaba para llamar la atención, pero el cartel *actual* debe, además de sorprender, persuadir desde el “encanto”, y no con un grito, sino con una conversación que enamore al que lo contempla, de manera que llegue a creer que, el producto anunciado, le proporcionará algo de felicidad.

En España se da un segundo estilo para la ilustración en publicidad, la estilización propia del *art déco* todavía vigente en Francia. El estilo *déco* continuará durante mucho tiempo en la ilustración de la publicidad española, eso sí, desprovisto de los rasgos del cubismo y del futurismo. Lo caracterizan “*la linealidad de la forma, las tintas planas, y una iconografía juguetona y feliz que admite guiños al humor y a ese superrealismo de intención del que habla Prat Gaballí*” que muestran las creaciones de Manolo Prieto, por ejemplo. Esta tendencia ilustrativa mantuvo el contacto en la medida de lo posible con la modernidad.

La *publicidad moderna y atrevida* (Ríos Moyano, 2007), capaz de adaptar los lenguajes del arte a las necesidades comerciales, quedó interrumpida por la guerra civil. Al acabar la contienda, en los años cuarenta, la publicidad adoptó *las formas amables del arte más realista, académico y mimético*, que era muy bien aceptado por el público porque le servía de evasión ante la dureza de las condiciones de la sociedad de posguerra. Los críticos de arte respaldaban este *arte comercial anodino y ecléctico* evocando a los ilustradores de la época dorada del cartel como Ribas o Penagos. La situación se prolongó en los años cincuenta lo que no impidió la relevancia de profesionales como Manolo Prieto o Ferrer Sama.

La intervención de los artistas en el cartelismo continúa sobre todo para anunciar sus propias exposiciones y por sus compromisos sociales y políticos. Es el caso del mencionado Pablo Picasso que realizó bastantes carteles políticos y pacifistas. El éxito del cartel para el Congreso de la Paz de 1949 convirtió al dibujo de su paloma en símbolo internacional de la Paz. Realizó carteles para espectáculos, algunos taurinos, y de turismo.

El grafismo suizo de los años cuarenta llega a España, concretamente a Barcelona a través de Sandro Bocola e impregna el trabajo de los ilustradores de la época, de modo que, a finales de los años cincuenta, las artes tipográficas se depuran y racionalizan. En este contexto, el entonces joven Josep Artigas realiza el cartel para el antipolillas de Cruz Verde -“Polil”-, en el que la imagen de un hombre invisible, que descubre un agujero con forma de polilla en el abrigo, consta de un tono de humor de sorpresa y surrealista acorde con el “gag visual”, corriente en boga en esos años. Compuso tres versiones en 1951, 1958 y la tercera, casi una década más tarde, en 1969.

El interés por el cartel continúa y en 1951 (Gil Fillol, 1951) tuvo lugar la “Exposición Antológica del Cartel (1940-1950)” en el Centro de Instrucción Comercial de Madrid organizada junto con la ADE y la revista *Arte Comercial* que reunió carteles de la década de los cuarenta. Esta exhibición evidenció el cambio en la forma de hacer de los dibujantes y la gran distancia entre estas piezas y las de la década anterior (años 30). La muestra inspiraba confianza en el futuro pues la flexibilidad para adaptarse a las tendencias y modas del momento de los autores permitía que el cartel español conservase su personalidad reconocida en el panorama internacional.

A mediados de los años cincuenta, se inició en España²⁴ un periodo aperturista que se concretó en la realización de Bienales Hispanoamericanas (la primera se celebró en 1951) para promocionar el arte español y acoger las corrientes artísticas del exterior. Con estos eventos, el régimen quiere ser aceptado fuera de las fronteras; y este aperturismo del arte repercute directamente en la publicidad y, por tanto en el cartelismo.

“España estaba resurgiendo (...) de sus propias cenizas, de un estancamiento que durante años le había llevado a una reiteración de formas y modas de comunicación que se consideraban caducos. Pero todavía, habría que esperar algunas décadas más para que se produjera una verdadera revolución formal. Así que durante estos años, décadas cincuenta y sesenta, lo que se produjo fue una renovación teórica y conceptual que sirvió como base para la posterior renovación formal.” (Ríos Moyano, p.136)

En este ambiente el grupo de pintores de Madrid denominado “El Paso” (1957-1960) introdujo el informalismo en el país. Uno de sus integrantes -Antonio Saura- plasmó en sus carteles el trasfondo crítico de su pintura, en la que sus expresivas formas se transformaron en seres que viven entre la abstracción y la figuración que recuerdan a A. Jorn y W. De Kooning. Otro pintor, Feito creó un cartel en 1953 para anunciar el Congreso Nacional de Estudiantes con rasgos poscubistas y elementos geometrizarantes.

También encontramos rasgos de la segunda etapa surrealista (1950), en carteles de varias décadas como el de 1949 de Petroleo Gal de Pepe Caballero o el de 1971 para el diario la vanguardia realizado por Amand Doménech.

En los años sesenta, la publicidad, en general, comienza una escalada debido al desarrollo económico español ocasionado por: el Plan de estabilización iniciado en la década anterior, el progreso de la producción industrial y el consumo; a lo que se unen el fenómeno de la emigración y el turismo. La apertura social y cultural, aunque no política, así como la bonanza económica se dejan ver en el crecimiento del sector publicitario y, por supuesto en los carteles de estos años que, aunque sufren un fuerte descenso, dejan paso a las gráficas de las vallas.

La empresa RED (1962) introdujo la actividad de las vallas en España. Su director, Alfonso de Zunzunegui (Ruiz Melendreras, 1985, p.25) emprendió una campaña de lanzamiento de las vallas invitando a los grafistas y cartelista de la época a participar en ella. Los participantes eran miembros del “Grupo 13” de Madrid y “Grafistas Agrupación FAD” de Barcelona. El resultado fue la difusión, en el centro de Barcelona, de más de una treintena de carteles originales, bajo el lema “Conozca España en Barcelona”, y, de la misma actividad, en Madrid en la Calle Alcalá. Dos escenarios magníficos para la exhibición de los anuncios que mostraban las posibilidades del nuevo soporte de la mano de obras de alta calidad estética. Sin embargo, este tipo de anuncios no se siguió elaborando, debido, sobre todo, a los nuevos criterios que impuso la publicidad en televisión en busca de la eficacia comercial.

²⁴ El impulso de la publicidad y el diseño gráfico queda patente en la creación de asociaciones y en la celebración de actividades por parte de las mismas. Por ejemplo: en 1947 aparece el Club Publicitario de Barcelona dentro del F.A.D., en 1950 se crea el Círculo Publicitario de Barcelona y en 1951 se constituye el Instituto de Publicidad de España (I.P.E.).

Desde entonces, se han desarrollado otros soportes de publicidad exterior, verbigracia el mobiliario urbano (como las marquesinas en las paradas de autobús que en 1964 introduce la empresa *JCDecaux*), para competir con el medio audiovisual que marcó el cambio de rumbo de la publicidad: la televisión.

En los años sesenta los diseñadores gráficos trabajan para conseguir el reconocimiento social de la profesión mediante el asociacionismo²⁵, la fundación de Escuelas de Diseño, el impulso de la formación académica en el sector y la celebración de congresos y otras reuniones académicas y científicas. Los profesionales publicitarios y los grafistas de la época, así como las citadas agrupaciones (Grupo 13 y “Grafistas Agrupación FAD”, ambas creadas en 1961) trabajan en los nuevos espacios con un concepto global donde se integra el cartel. Refuerzan el rigor en la tipografía y defienden la libertad en la composición al tiempo que respaldan la funcionalidad que puede tener la obra de arte. Elaboran la estructura del diseño gráfico e intentan dar a conocer la profesión. La enseñanza oficial del dibujo publicitario se lleva a cabo en las Escuelas de Artes Aplicadas y Oficios Artísticos desde 1964 ya que, como ya hemos mencionado, el lenguaje básico de la publicidad sigue siendo el artístico. Se crean las primeras Escuelas oficiales de Publicidad en 1964 en Madrid y en 1969 en Barcelona que son la base de los estudios universitarios en publicidad y relaciones públicas en las facultades de Ciencias de la Información desde 1971.

Es, a finales de los años sesenta, cuando se produce una renovación del diseño en publicidad con la introducción de la fotografía en el lenguaje publicitario; aparece de lleno entonces el cartel fotográfico. Sin embargo, ya se utilizaba en publicidad la fotografía en España desde hacía varias décadas. Concretamente, la agencia Helios, en 1928, fue la primera en utilizar este recurso gráfico. En los años treinta ya había fotógrafos de gran calidad que realizaron trabajos publicitarios como Josep Masana o Josep Sala y, más tarde, en los años sesenta como Leopoldo Pomés, Oriol Maspons y Xavier Miserachs. Tras ellos se suman fotógrafos como Eduardo Maclean y Manuel Outomuro.

El cartel desempeñó un papel histórico en la transición política en España. López Yera (1999, p.148) describe el periodo entre finales de 1975 y diciembre de 1978 “a través de la historia viva que nos miraba desde las paredes en aquellos días: los carteles.” Del cartel electoral de estos años destaca, por su creatividad, el éxito de los dibujos de José Ramón Sánchez para el Partido Socialista Obrero Español. El resto de partidos recurrieron a la fotografía de sus líderes y a dibujos de baja calidad. No nos detenemos más en este tema que ha sido objeto de estudio específico porque nos alejaría del tema central de la investigación.

Nombres como Joseph Pla-Narbona, Fermín Garbayo, Cruz Novillo, Tomás Vellvé o Ernesto Moradell trabajan en sus estudios para los diversos anunciantes y continúan presentando sus propuestas de carteles pictóricos a los concursos que convocan empresas e instituciones. Como ya se ha apuntado, la fotografía se integra en la obra gráfica publicitaria. Un buen ejemplo de este hecho es la colección de carteles que realiza Francesc Catalá Roca, junto a otros autores como Alberto Schommer, para la campaña de turismo de España en 1961. El prestigio de los diseñadores

²⁵ Las raíces asociacionistas del diseño gráfico en España se remontan a 1903 (Ríos Montoya, 2007) cuando, en Barcelona, se funda FAD –Fomento de las Artes Decorativas-. Décadas más tarde, esta asociación albergará dos secciones esenciales para el posterior desarrollo del diseño industrial y gráfico español: ADIFAD (Asociación de Diseñadores Industriales) y ADGFAD (Asociación de Diseñadores Gráficos). Otra asociación pionera de principios de s. fue GATEPAC.

españoles se extiende fuera de las fronteras del país al tiempo que se renuevan los códigos estéticos y surgen nuevas estrategias publicitarias para anunciantes más cultos.

La publicidad comienza a tener representación oficial con la creación en 1964 de la Subdirección de Actividades publicitarias del Ministerio de Información y Turismo. Al año siguiente, 1965, se crea El Instituto Nacional de Publicidad y, como ya hemos visto, se abren Escuelas oficiales de Publicidad en Madrid y Barcelona; todo lo cual ayuda al impulso y la profesionalización de la publicidad.

En esta década y la siguiente, una parte de los artistas españoles utilizan el arte para la lucha activa contra el franquismo mediante la llamada corriente cultural del *realismo crítico* que realiza la crónica de la realidad de su momento histórico. La imagen simbólica de las multitudes, de Joan Genovés -uno de los artistas de este movimiento-, se plasmó en diversos carteles. Este autor realizó otros carteles, más adelante, como el de la celebración de la Feria de agosto de Játiva de 1994. Desde el exilio, el madrileño Eduardo Arroyo creó imágenes contra todo lo conservador. Es un artista madrileño que pasó por París y es considerado como un sagaz manipulador; es el creador de *imágenes-como-palabras*. Su producción cartelística desde los años ochenta es muy importante.

El Equipo Crónica es la máxima representación del pop español. Lo formaron dos jóvenes artistas, Manolo Valdés y Rafael Solbes, que utilizaron las imágenes de los medios de comunicación de masas, con mecanismos retóricos y narrativos, con la intención de interpretar el arte desde la crítica y en clave de humor. Algunas de sus imágenes se plasmaron en carteles y, tras la muerte de su compañero, Valdés aceptó, en las décadas posteriores, encargos de carteles de corte cultural.

El pop madrileño contó con un autor que se mantuvo fiel a esta estética durante toda su andadura artística. Se trata de Eduardo Úrculo conocido, a nivel popular, por la metáfora del viajero, que creó en los ochenta -con su figura de espaldas y con sombrero- y sintetizó en los noventa en objetos que lo identifican, como la maleta el sombrero o la chaqueta, que aparecen, por ejemplo, en el cartel de los Veranos de la Villa de Madrid de 1999.

Otro de los artistas, que comenzaron en estas décadas y han llegado al cartelismo hasta finales del s. XX, es Luis Gordillo. Representa la neofiguración con influencias del pop. A partir de los años ochenta, el simbolismo gana terreno en su obra frente a la representación. Un ejemplo de cartel, vinculado a la temática que nos ocupa, es el del Baile de Máscaras del Círculo de Bellas Artes de 1994.

A partir de los años setenta, el cartel se dedica más a los referentes culturales y artísticos, así como a las causas sociales y a las campañas institucionales de turismo, sanidad, educación, tráfico, etc. Es decir, se aplica a los campos cultural, festivo, ideológico y artístico donde se desarrolla una gran creatividad. Este desarrollo del cartel en campañas institucionales tomará más fuerza desde principios de los ochenta como consecuencia del desarrollo autonómico. El cartel no se enfrenta a los nuevos soportes publicitarios pero reorganiza sus funciones.

Para Eguizábal (2009) en España entre los años 1975 y 1982 acontece la *Transición Publicitaria* que integra la *revolución creativa*, el uso de la publicidad en la nueva democracia y se caracteriza por ser los años del destape. Con la muerte de Franco comienza el llamado periodo de transición para instaurar la democracia en España. En plena crisis económica se abre, sin embargo, el escenario de la competencia tanto a nivel económico como a nivel político. En esta nueva realidad la publicidad

y la comunicación en todas sus formas adquieren una especial relevancia y han de ajustarse a las nuevas demandas. La llegada de las empresas de publicidad multinacionales junto con la reducción de agencias nacionales y puestos de trabajo provocó la profusión de los free-lance, profesionales que trabajaban por su cuenta para las agencias y empresas. El modelo de agencia publicitaria que hasta entonces se daba en el país se dedicaba casi al cien por cien a la gestión de compra de espacios publicitarios para el anunciante y la creatividad, cuando la hubiera, era una labor secundaria, las ideas se despreciaban, lo importante era el negocio y no la profesión publicitaria.

La apertura al mundo publicitario supuso la repercusión en el panorama publicitario español de la Revolución Creativa que estaba sucediendo en Estados Unidos cuyo máximo representante fue David Bernbachn (agencia DDB) y que se caracteriza por la incorporación de los servicios técnicos y creativos como principal tarea de la agencia de publicidad. La revolución llegó a España a través de agencias como Arce& Potti que fue de las primeras que adoptó este modelo y sin lugar a dudas por MMLB fundada el 1de septiembre de 1971 por Marçal Moliné, Miguel Montfort, Joaquín Lorente y Eddy Bornsten, y que en su famoso *manifiesto MMLB* defienden la profesionalidad en la publicidad cuya esencia es la creación y no la compra de espacios y el trabajo en equipo. Las agencias se especializan en crear, planificar y distribuir campañas y subcontratan los servicios de producción a empresas especializadas en ellos por lo que aparece la figura del *producer* en la agencia que se encargará de la gestión con las empresas y free-lance encargados de la producción (casting, fotografía, realización, postproducción, impresión, etc.) de las piezas publicitarias.

Al espacio publicitario que ocupaban hasta entonces los dibujantes especializados llegan los profesionales de la fotografía y los realizadores (Jose M^a Solanes, Leopoldo Pomés, Oriol Maspons, Michell Malka, José Luis Borau, Manuel García Cuadrado, entre otros) que contribuirán al reconocimiento internacional de la publicidad española en los festivales publicitarios internacionales de las dos próximas décadas. La agencia nacional más representativa de esta década por el estilo de sus campañas fue Clarín. Sus inolvidables anuncios (para Heno de Pravia, El Almendro, Codorniú, Fundador, etc.) captaron y utilizaron en sus mensajes los valores a los que aspiraba la sociedad española - a pesar de la persistente crisis económica, luchaba por el progreso y la libertad en todos los ámbitos (lo que incluye la exhibición del cuerpo femenino)-. Los mensajes publicitarios apelaban a lo natural, tradicional y auténtico como eje de la comunicación y el ahora conocido como concepto ecológico se incorpora a la publicidad y llega hasta nuestros días. En esta década nace la agencia Ricardo Pérez creadora de los slogans más recordados de los setenta y un estilo humorístico y atrevido que caracterizó la publicidad española del momento.

Una anécdota del dinamismo de estos años, es el concurso de carteles para Navidad destinados a las vallas publicitarias que convocó Codorniú en 1981. De los datos sobre el mismo, nos interesa resaltar la constitución del jurado porque sirve de espejo de la actividad profesional publicitaria de estos años en España y, concretamente, de los agentes que intervienen en la creación y producción de un cartel (García Fernández, p.34): "(...) diseñadores gráficos, un técnico en publicidad, un fotógrafo, un pintor, un crítico de arte, un especialista en artes gráficas, un miembro de la empresa organizadora y un técnico de publicidad de la misma."

En España se da a conocer la abstracción informal que han investigado algunos artistas en años anteriores. Joan Brosa fundó el grupo surrealista catalán *Dau al Set* (1948-1953) junto a Antoni

Tapies, Arnau Puig, Cuixart, Ponc y Tarrats. Con los materiales cotidianos como vasos, cartas de baraja o candados, construyó los objetos poéticos de sus obras. En 1978 tenemos un ejemplo de sus carteles con el que realizó para la Semana Internacional del Mimo, donde aparecen las imágenes taquigráficas basadas en los jeroglíficos, los juegos de palabras, lo lúdico y el humor en general. Antoni Tapies, tras su etapa surrealista, se introdujo en el informalismo manipulando materiales humildes que se adherían a la superficie del cuadro. En su obra podemos ver huellas, cruces, letras, grafismos, manchas, cortes, etc. Tapies se convirtió en un referente del nuevo arte. Es autor de carteles que anuncian eventos -culturales y de todo tipo-, y algunas obras sociales. Un ejemplo de cartel de fiestas de este autor es el que ha realizado en 2002 para las Fiestas de la Mercé de Barcelona.

Se merecen una mención especial, aunque breve, un grupo de artistas cuya unión en la capital española provoca el nacimiento de la movida madrileña (Cruz, 2004) en la segunda mitad de los 70. El protagonista es el joven pintor José Alfonso Morera Ortiz conocido en el mundo artístico como El Hortelano que llega a Madrid para hacer la mili. Busca y conoce a Cessepe (Carlos Sánchez Pérez) y de su mano a un grupo de artistas noveles entre los que destaca la pintora y fotógrafa Ouka Leele. Los tres amigos, a los que se unirá su hermano Fernando, comienzan su andadura juntos compartiendo un piso que se convierte en el centro de reunión de los personajes –como Alberto García Alix, Miguel Ángel Arenas, Alaska, entre muchos otros- que vivieron y disfrutaron del ambiente cultural divertido y singular de la movida. que estéticamente mostraban la revuelta de sentimientos de una parte de los jóvenes españoles de esta etapa. El grupo de artistas de la movida creó un ambiente cultural en Madrid del que disfrutaron con energía. Se trasladaron a Madrid, viajaron por todo el mundo y en 1982, tras la muerte de Fernando, volvieron a instalarse en Madrid.

Como describe Juan Manuel Bonet (2004), en los años de transición a la democracia aparecieron nuevas realidades en cuanto a infraestructuras culturales se refiere. La Fundación Juan March inició este impulso a la cultura y el Estado se encargó desde el año 1977 de revelar el arte en el territorio español y se marcó como meta exhibirlo a nivel internacional.

“Los cambios de los años ochenta, época en que abrieron sus puertas el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía –donde finalmente se instalaría el Guernica–, el Instituto Valenciano de Arte Moderno (IVAM) de Valencia y el Centro Atlántico de Arte Moderno (CAAM) de Las Palmas de Gran Canaria, fueron en buena medida consecuencia de la acción de grupos e individuos presentes ya en los setenta. Para la vuelta a la pintura fue clave la acción de los neo-figurativos de Madrid: Carlos Alcolea, Chema Cobo, Carlos Franco, Rafael Pérez Mínguez y Guillermo Pérez Villalta. Zaragoza con José Manuel Broto, Barcelona con Xavier Grau, Valencia con Jordi Teixidor, Sevilla con Gerardo Delgado o Manuel Salinas, Granada con Miguel Rodríguez-Acosta o Julio Juste, fueron ciudades donde se practicó la nueva abstracción. Luego vendrían las colectivas 1980 y Madrid D.F., y se consolidarían las respectivas obras de pintores como Miguel Ángel Campano, Alfonso Albacete, Juan Navarro Baldeweg, Miquel Barceló, Ferrán García Sevilla, José María Sicilia, Juan Uslé, Frederic Amat, José María Larrondo o El Hortelano, y de escultores como Adolfo Schlosser, Eva Lootz, Miquel Navarro, Susana Solano, Pepe Espaliú,

Francisco Leiro, Juan Muñoz, Cristina Iglesias o Jaume Plensa, entre otros, no faltando tampoco casos híbridos, como los de Carmen Calvo o Jordi Colomer...".(Bonet, 2004, p.10)

Guinovart ha realizado carteles, que presentan un gran sentido del color y tipografía escritural, para diversos temas, entre los que se cuentan las Fiestas de la Mercé. Este artista, que recibió el Premio Nacional de Artes Plásticas en 1992, cuenta con una obra multidireccional optando unas veces por los objetos desechados, otras por la acumulación orgánica, ora por la manipulación de la materia, ora la gestualidad y, siempre, por la intensidad plástica de su pincelada.

Un artista de prestigio internacional que participó en la creación de carteles es Antonio Saura. Su obra ya era valorada en los sesenta y su interés por el cartel le llevó a formar parte del grupo *Estampa Popular* desde donde realizó obras con intención política en las que apoyaba la abstracción en pretextos figurativos simbólicos. Le fue concedida la Medalla de Oro de Bellas Artes del Ministerio de Cultura en 1982, este mismo año realizó el cartel para la Copa del Mundo de Fútbol en España.

La pintura de Manuel Hernández Mompó forma parte de la abstracción informal. Plasma la realidad de manera espontánea y fresca hasta llegar a hacer la materia transparente. Sus obras han sido utilizadas en carteles de corte cultural. Un ejemplo de cartel de fiestas de este autor es el creado para la Feria de Játiva en 1988 donde el color y la luz son los protagonistas.

Otro gran artista, que produjo carteles en los ochenta, fue el escultor Eduardo Chillida. Los temas que ha tratado en ellos son del mundo de la cultura y de los problemas sociales, ha trabajado, por ejemplo, para la organización Amnistía Internacional.

En las tres últimas décadas del s. XX, el *tipismo* (Ríos Moyano, 2007, p.156) deja paso a las autonomías que poseen sus propios rasgos sociales y culturales. Los mercados sin explotar de las regiones, y posteriores autonomías, "se fueron desarrollando y poniendo en valor como signo de una sociedad española contemporáneo preocupada por su cultura, tradiciones y que emplea la publicidad para exportar y atraer al turismo nacional e internacional".

Con el desarrollo de la democracia y de las autonomías en los años ochenta el cartel de interés público y social, y el cartel cultural gozan de gran esplendor siendo un vehículo importante de las campañas institucionales. Como acabamos de ejemplificar con diversos autores, el denominado "cartel de artista" sigue siendo una prestigiosa herramienta para administraciones públicas y entidades corporativas. Estas figuras del arte suponen un valor añadido a los carteles y ofrecen en ellos la visión personal de los eventos culturales o deportivos que anuncian, a través de los más novedosos movimientos artísticos, como en los casos que ocupan esta investigación.

Dos ejemplos de grandes artistas españoles con una profusa obra cartelística son Joan Miró y Salvador Dalí. Miró realizó la mayor parte de sus carteles para sus exposiciones. También creo carteles ideológicos como los que reivindicaban la identidad catalana. Sus dibujos aparecen en carteles para fomentar el turismo. A nivel internacional, trabajó para la UNESCO y Amnistía Internacional. Su código personal de símbolos como las mujeres, pájaros, constelaciones, etc., con grandes trazos negros y variedad de colores con los que muestra su mundo surreal, se dispone en los carteles en los que integra su grafía en la mayoría de los textos.

Salvador Dalí, con su imagen de excéntrico y genial artista, supo acomodarse a la obra cartelística que se le encargaba. Como Miró, trasladó sus obsesiones surrealistas al cartel a través de una técnica detallista y los recursos de trampantojo. Además de sus exposiciones, anunció productos como los ferrocarriles franceses en 1961.

Superada la Transición Publicitaria comienza para Eguizábal (2009) la Etapa Creativa (1983-1993) protagonizada por *La movida Publicitaria*, la publicidad política para el referéndum sobre la entrada en OTAN y las elecciones generales de 1986 y 1989, las controversias de la publicidad (caso del toro de Osborne, campaña del SIDA “sí da”, etc.) y la invasión de los valores hedonistas y la personalización a la *Publicidad-Sexo, Fantasías y Publicidad*-. En los ochenta el capital americano coloniza el mercado publicitario español de manera que las agencias multinacionales abren sucursales en el territorio español o se asocian o compran empresas locales. La creatividad del momento, sin embargo, está representada por Contrapunto (Madrid) y RCP (Barcelona), empresas españolas que reunieron cerca de cuarenta premios en el Festival de Cannes de Publicidad uno de los más recordados es el Gran Premio del Festival otorgado al spot “perro y maleta” realizado por la empresa catalana para TVE.

En esta década la publicidad institucional comienza un recorrido que llega hasta la segunda década del s. XXI. Que el Estado será uno de los mayores inversores en publicidad en estos años muestra la confianza alcanzado por el sistema publicitario que ya había demostrado su eficacia en las elecciones políticas y que ahora se utilizaba para mejorar el tráfico, impulsar el pago de los impuestos, formar en hábitos saludables, impulsar el reconocimiento de la mujer en la sociedad, impulsar el turismo de España a nivel internacional o algo tan específico como la moda (“Moda de España” Ministerio de Industria, 1986). La preocupación por la imagen corporativa de las instituciones queda patente en todas las acciones de comunicación de los organismos públicos. Este impulso de las acciones publicitarias lo siguieron al mismo tiempo las organizaciones de carácter social y cultural. En 1988 se publica la Ley General de Publicidad para regular los contratos publicitarios, perseguir la publicidad ilícita y dar forma a los procedimientos de rectificación, etc., todo ello con el fin de armonizar la regulación española de la publicidad con la europea al incorporar al país en la Comunidad Europea.

En los años ochenta creció el negocio de la publicidad y la industria que lo sostiene, se incorporan al mercado de la producción las empresas que integran todos los trabajos de sonido y no solo la creación de los jingles que caen en desuso. La fotografía publicitaria se consolida y aparecen productoras como Ruggiero Films creada en Barcelona a mediados de los ochenta. Y la Asociación española de fotógrafos profesionales de publicidad y moda.

En estos años de movida madrileña, de estética posmoderna que protegía el casticismo y de miraba hacia atrás defendiendo los valores en desuso *-Kitsch-*, se consiguen proteger de la retirada del paisaje español las vallas del toro de Osborne por su valor cultural como icono pop español (Eguizábal, 2009, p.225) y surgen otras polémicas de referente publicitario que dieron ocasión para discutir y reflexionar sobre publicidad y comunicación.

La posmodernidad llega al arte en la generación española de los ochenta entre cuyos artistas se encuentran García Sevilla, Miquel Barceló, Broto o Robert Llimós. Este último representa el arte joven catalán de rango cosmopolita del momento. Su trabajo como autor de carteles se extiende

desde los ochenta y fue uno de los pintores elegidos para la serie de carteles artísticos de los Juegos Olímpicos de Barcelona 1992 junto con Chillida, Guinovart, Saura, Folon, Arroyo, Clavé y Pérez Villalta. Este último, se alejó de la corriente neoexpresionista de su generación y adoptó una nueva figuración de tradición clásica y mediterránea con evocaciones mitológicas y metafóricas. Llevó al cartel su obra pictórica de lo cual es un ejemplo el cartel para el Baile de Máscaras del Círculo de Bellas Artes de 1990. El artista español más cercano al movimiento posmoderno internacional en los ochenta fue Barceló. El tratamiento de la materia y el nuevo expresionismo llegó a los carteles que anunciaron sus exposiciones y otros asuntos sociales y de medioambiente. Desde otras corrientes artísticas llegan las innovaciones estéticas en cada momento al cartel. Es el caso del geometrismo constructivista minimalista de Andreu Alfaro. Escultor valenciano purista radical que elaboró, en los años ochenta y noventa, carteles conmemorativos en los que sus construcciones geométricas e industriales cobran una dimensión poética en el contexto exterior para donde son concebidas.

El arte de final del s. XX se caracteriza por el eclecticismo. Es una época de neos y de post- de todo -donde todo vale y se reinventan tendencias de forma incluso oportunista- y se mezclan los lenguajes por criterios personales del artista que no deja de espaldas a la moda. Del movimiento Pop al Constructivismo, el Minimalismo, del Dadá al Neo-Dadá, del Hiperrealismo de macro y micro fotografías al comic, todo cubierto de posmodernidad, de simulacro y paradoja, de consumo simbólico y sobresignificación²⁶, de incredulidad en las promesas y el progreso, de hedonismo y narcisismo (culto a la imagen, al cuidado del cuerpo y de la mente), sensualidad, a veces erotismo, y de impacto visual, egocentrismo e individualismo, consumo y derroche; hay que disfrutar a tope, aquí y ahora, todo vale y todo ello es atrapado por la publicidad según le convenga a lo anunciado, el tiempo se para, y todo es fácil. Para entender la creación artística y la producción publicitaria es preciso conocer los rasgos de la cultura posmoderna pues las condicionan. Y, por supuesto, este conocimiento es imprescindible para vislumbrar los rasgos artísticos cuando estos se dan en la publicidad. "La propia publicidad se consume con placer: es divertida, ligera, ocurrente, (...) llamativa, lujosa, alegre, (...) agradable, encantadora, seductora, porque es infinitamente superficial, porque halaga nuestra vanidad" (Eguizábal, 2009, pp.254-255) y nos presenta los productos personalizados en el mundo simbólico publicitario.

El cartelismo de cine español deja ver las innovaciones artísticas y gráficas que, si bien son pocas en cantidad, son de gran calidad por sus aportaciones. Un caso aislado lo tenemos en Iván Zulueta, director de cine y cartelista que introdujo la estética psicodélica y del pop en un cartel del año 1969. Ha sido Pedro Almodóvar el director de cine que más ha demandado la obra de artistas y diseñadores de primera línea para la realización de los carteles de sus películas: el citado Zulueta, Ceesepe (Carlos Sánchez Pérez), Juan Gatti y Oscar Mariné Brandi -autor del cartel para el film "Todo sobre mi madre" que ha servido sin apenas cambios para todos los países donde se ha divulgado la película-, entre otros. El mismo Mariné es el autor de otros carteles para películas de Alex de la Iglesia y de Julio Medem.

²⁶Rodrigo González Martín trata de forma magistral las relaciones entre el arte y la publicidad y divide en cuatro grandes etapas el estudio de las mismas: "Hasta el cambio de siglo (1900); la herencia de las vanguardias históricas; la crisis de las vanguardias y la madurez de la publicidad; la saturada crisis del arte y de la publicidad en la cultura postmoderna." en González Martín, R. (1999).

Los avances tecnológicos en el terreno de la imagen digital y del diseño gráfico revolucionan el mercado publicitario. El cartel artístico queda por unos años con una imagen descontextualizada del tiempo pero pronto recobra su valor al extenderse los diseños gráficos de las nuevas tecnologías. El diseño dedicado a dotar a los objetos de funcionalidad moderna en los setenta debe en la posmodernidad envolver a los objetos en valores emocionales.

Al llegar a las últimas décadas del siglo, además del apogeo de la televisión, la calidad y las posibilidades fotográficas publicitarias han ido en aumento y se ha desarrollado la tecnología informática aplicada al diseño, en general, y, en consecuencia, a la publicidad, en particular.

Una nueva generación de diseñadores generalistas se ha formado desde los ochenta en España que también se dedican al cartel. Grandes figuras del diseño gráfico como Alberto Corazón, Oscar Mariné, Turégano, Javier Romero, Carlos Rolando y los catalanes Claret Serrahima, *Peret* Pati Nuñez, América Sánchez, Juli Capella&Quim Larrea, Jordi Labanda el Premio Nacional de diseño Enric Satué y Javier Mariscal entre otros. Los valencianos Daniel Nebot, Nacho Lavernia o Paco Bascuñana integrantes del grupo La Nave, Miguel Calatayud, el pintor y diseñador Jordi Ballester y Artur Heras -autor del cartel para el Congreso Internacional Miguel Hernández del año 2003-. El cartel de fiestas (v.g. las fiestas de Moros y Cristianos o el Misteri de Elche) y ferias (por ejemplo, la Feria de Játiva) en Alicante cuenta con una lista de autores que son pintores de reconocido prestigio como los citados Artur Heras y Miguel Calatayud, Enric Solbes, Antoni Miró o Joan Genovés

El s. XX termina con imágenes híbridas fruto de la unión tecnología-diseño gráfico lejos de los códigos gráficos del Movimiento Moderno y de los carteles de la calle convencionales. En 1993 comienza la llamada *Era de la Planificación* que se cierra en 2000 y que Eguizábal (2009) caracteriza por el uso de *la imagen fascinadora*. Si en la etapa anterior las agencias apostaron por ofrecer a los anunciantes buenas ideas de comunicación y creatividad desbordante, a mediados de los noventa, con el advenimiento²⁷ de las centrales de compra²⁸ (y la consecuente desaparición de las distribuidoras y de los departamentos de medios de la agencia) de medios y la crisis del sector publicitario, el mercado publicitario se quiebra y los anunciantes demandan campañas baratas y creatividad regalada, pura negociación. Incluso las empresas puentean/precinden de a las agencias y admiten que los medios hagan sus anuncios gratuitamente. El resultado, a la vista de todos, fue nefasto para la creatividad publicitaria española. La complejidad de la planificación de medios, por la profusión de medios que inundan el espacio publicitario, supone el desarrollo e implantación de los sistemas de medición de audiencia que justifiquen la selección de los medios y soportes. A esto se suma la variedad de target que siguen apareciendo en la sociedad española desde la transición. Todo ello, trae como consecuencia la intervención la figura del planner o planificador estratégico en la empresa publicitaria encargado de marcar las directrices para optimizar la inversión publicitaria y lograr el máximo nivel de impactos sobre el público objetivo mediante el mensaje persuasivo más adecuado al objetivo de comunicación propuesto.

²⁷ La primera central en España se abrió en 1978 (Media Plannig) pero hasta los primeros años de los noventa y las circunstancias socioeconómicas favorables no se produjo la verdadera implantación de este tipo de empresas.

²⁸ Como apunta Eguizábal (2009) del sistema 4B para dominar el negocio de la publicidad se había complicado tanto que el sistema 4B utilizado hasta entonces era sustituido por otro donde había que dominar las nuevas técnicas y nuevas tecnologías aplicadas a la producción y sobre todo a la planificación publicitaria.

En la anterior etapa de esplendor publicitario se creó el Festival de Cine y Televisión, que ya en la segunda edición se celebró en San Sebastián y cuyos premios tienen el nombre de El Sol. En lo que respecta al cartel, es en 1993 cuando se incorpora la categoría de publicidad gráfica coincidiendo con la crisis que afectó de lleno a la inversión publicitaria. Posteriormente la radio e internet ocuparán su lugar en el certamen que en los primeros años diez del s. XXI goza de reconocido prestigio en España e Iberoamérica. De hecho su nombre desde 2003 es *El Sol. Festival Iberoamericano de la Comunicación Publicitaria* y sus contenidos ha sido en cada etapa de su andadura el reflejo de la actividad propia del sector publicitario por lo que en la actualidad es un festival multimedia e internacional (Egizábal, 2009). A pesar de todas las circunstancias adversas a la creatividad, en los noventa, España mantuvo el prestigio internacional de la década anterior y continuó ganando premios en los festivales de publicidad fuera del país.

Como hemos apuntado, desde los años sesenta buena parte de los mejores fotógrafos españoles se acercan a la fotografía publicitaria, y se consolidan productoras en el sector gracias a la demanda para las campañas. Se llega a constituir la Asociación Española de Fotógrafos profesionales de publicidad y moda. Y en los inicios del s. XXI la fotografía digital amplía el horizonte de la fotografía publicitaria (Checa Godoy, 2007). Pero la realidad es, en palabras de Egizábal (2009, p.314), que “La fotografía digital, la síntesis de imagen, etc. nos ofrecen muchas alternativas formales, más rápidas y económicas que los viejos trucos, pero los cambios más profundos se han producido en otro sitio, en la sustancia misma de las imágenes.” Imágenes que hacen patente los ideales de los públicos y su imaginario.

De 2000 a 2008 para Egizábal el *Mundo* se vuelve *Anuncio* -es decir, lo social se vuelve espectáculo (sobre todo en la política)- y es la etapa del *Transformismo publicitario*. La publicidad se desborda e interviene en las series de televisión, los concursos, el cine, la información, los juegos, competiciones, acciones sociales, en definitiva todo tipo de contenido comunicativo, los medios publicitarios superan los clásicos mass media para incluir a los llamados no convencionales, todo ello para alcanzar a un target cada vez más atomizado y específico. Los límites entre la publicidad y la información son difíciles de definir a pesar de los marcos legales que intentan cercar al hecho publicitario pero cuyos vacíos legales dejan paso a la publicidad encubierta denunciada desde todos los estamentos sociales. Al mismo tiempo las empresas e instituciones adoptan la mentalidad de la comunicación corporativa con el fin de generar la imagen deseada en la mente de sus públicos por lo que todo tipo de comunicación se convierte en estratégica (incluida por supuesto, la estética de su edificio y toda la identidad gráfica), es decir, en acciones intencionadas, diseñadas para conseguir un fin predeterminado que en ningún caso deben ser contradictorias.

Los carteles en los primeros años del s. XXI se realizan por ordenador pero el proceso creativo -cuando lo halla- todavía pertenece al conjunto de aptitudes del ser humano denominada creatividad. Estos anuncios son el fruto del trabajo de creativos publicitarios y diseñadores gráficos. Sin entrar en el concepto de diseñador gráfico, hemos de destacar que artistas plásticos, fotógrafos y arquitectos han trabajado como diseñadores publicitarios por ser una salida profesional que les aporta recursos económicos.

Como afirma Checa Godoy (2007), desde la recuperación de la democracia en España, último cuarto del s. XX, hasta la primera década del s. XXI, la actividad publicitaria ha crecido y se ha

diversificado por la apertura hacia otros países y el nuevo marco de libertades. Este aumento de la calidad de los publicitarios españoles ha sido reconocido a nivel internacional, por ejemplo, en figuras como Alberto Corazón, Luis Bassat, Joaquín Lorente, Oscar Mariné, Leopoldo Pomés, etc. Y, en la actualidad, la publicidad no presenta ningún retraso internacional y afronta cada día las exigencias de una sociedad en constante cambio y que sufre una honda crisis.

En los años noventa aparece Internet en el espacio de la comunicación. Se trata de un espacio que posibilita la libertad de expresión sin control de los gobiernos, que reduce al instante las relaciones internacionales y resulta muy barato. Este abaratamiento del coste unido a las facilidades de acceso cada vez mayores ha conseguido una penetración social del medio en todos los niveles de la sociedad, los internautas no son jóvenes de clase alta como lo fueron en un principio. La red ofrece a la sociedad todo tipo de contenidos específicos que se adaptan a cada individuo, desde los niños hasta las personas mayores encuentran con facilidad opciones de ocio e información para su vida cotidiana y laboral. Ante esta realidad, aunque se sigue contando con el cartel como soporte publicitario, al terminar la primera década del s. XXI, la publicidad se ve envuelta en la realidad ya consolidada del espacio web. Internet es caldo de cultivo de nuevos soportes y formatos publicitarios emergentes que requieren de la creatividad de los profesionales de la comunicación para su aprovechamiento. La especificidad de la publicidad de Internet está reconocida en los festivales de publicidad donde se incluye esta categoría para valorar la creatividad desenvuelta en este medio. Desde los primeros años del s. XXI la fotografía digital mejora las posibilidades de la fotografía publicitaria. Entrada la segunda década del s. XXI, los nuevos estrategias observan los nuevos espacios, como las redes sociales, para integrar en ellos sus mensajes de manera que impacten a los públicos que interactúan en ellos. En estas circunstancias, y como en otras décadas, el cartel no ha de luchar contra estos elementos sino reinventar su propia función sin morir en el tiempo.

Cuando la mirada es global, y por tanto alejada de los detalles, la intervención del arte en la realización de los carteles vía pintores, en el caso español, se desvanece. Sin embargo, al acercarnos a las regiones españolas, y, todavía más, cuando llegamos a cada ciudad y pueblo que las forman, encontramos que sus artistas locales (noveles y maduros) han participado en los carteles del lugar. El tipo de carteles que elaboran los artistas están vinculados al ámbito de la cultura, de forma concreta a la cultura local donde aparecen las fiestas (tanto religiosos como civiles) y ferias autóctonas, artesanía, exposiciones y actividades culturales en Museos, Iglesias, Cajas Rurales y demás Instituciones públicas o privadas que se dediquen a ello.

**PARTE II: DELIMITACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO: EL CARTEL
DE FIESTA EN MURCIA Y SU CONTEXTO HISTÓRICO**

5. LAS FIESTAS DE MURCIA

Son las Fiestas de Murcia el tema de referencia de este estudio. Los carteles que componen la realidad que observamos nos hablan sobre las fiestas de esta ciudad, como parte de la memoria colectiva de la capital murciana. Es necesario que nos detengamos en conocer las raíces históricas de estas manifestaciones sociales en Murcia para interpretar los carteles desde la comprensión y el entendimiento de los elementos que las conforman y del significado de los signos/símbolos que entran en juego en sus representaciones.

Para el estudioso e investigador murciano Francisco Flores Arroyuelo (1994), la mayoría de las manifestaciones de las fiestas de Murcia se pueden clasificar en los siguientes apartados o fórmulas prototípicas: *las romerías, el teatro religioso, el carnaval, la explosión de los espíritus maléficos, correr los toros, el paraíso perdido y la vuelta al pasado*. El autor resalta que estos actos rituales en principio aparecen como enigmas porque se olvida su origen y carácter iniciático y, al final, expresan la forma de ser de una sociedad.

Para contextualizar los carteles que estudiamos presentamos una breve historia de la fiesta en Murcia. En esta ciudad las fiestas se remontan a tiempos lejanos. La búsqueda de referencias que acrediten tales prácticas nos lleva por ejemplo, al día 18 de mayo de 1226 cuando el rey Alfonso X El Sabio otorga el privilegio que permite a la ciudad organizar la Feria de Septiembre, o al año 1280 con la primera referencia a los desfiles procesionales en Semana Santa.

Tenemos referencias de otros festejos como por ejemplo, los actos para celebrar los nacimientos de los infantes Carlos y Felipe en 1784. Se trataba tanto de actividades públicas (adorno de la Casa Consistorial y bailes) como privadas. Como ejemplo de éstas últimas, los gremios de plateros, joyeros, etc. organizaron una cabalgata con carros adornados desde los que repartían productos de su oficio y caramelos. Todo ello acompañado por comparsas y mucha afluencia de gente en el recorrido.

Más tarde, en el siglo XIX encontramos documentos mediante los cuales las autoridades ponen orden a las fiestas que se celebraban. Las más numerosas eran las mascaradas, es decir, las fiestas de disfraces. Podemos ver esta forma de regular los festejos en el bando que en 1807 el intendente general Don Martín de Garay hizo saber a los murcianos con motivo del nombramiento de Godoy, ministro del rey Carlos IV, como Generalísimo Príncipe de la Paz. En el bando se daba permiso para celebrar las fiestas adornando con luces diversos edificios, con castillos de fuegos artificiales, reparto de comidas a los presos y mojiganga. Esta última se refiere a los disfraces, pero tal escrito incluye los límites de la celebración prohibiendo, entre otras cosas, los disfraces de personajes de la iglesia y de la justicia, así como llevar ningún tipo de arma. Tales comportamientos eran penados con multa y cárcel.

La celebración de corridas de toros para festejar los acontecimientos civiles se suma a los tipos de fiesta más antiguos en la ciudad de Murcia. La suelta de toros desde la puerta del Sol (actual Calle de Tomás Maestre) de la muralla por las calles de la ciudad era otro evento festivo.

Las bodas del rey Fernando VII y su hermano Carlos María Isidro con las infantas de Portugal celebradas en 1816 han dejado su rastro en el Archivo de la Catedral de Murcia (Belda, 1992-1993). En el expediente de los festejos se reúne toda la información sobre los mismos. Desde las partidas económicas de cada actividad hasta el folleto anunciador de las fiestas impreso en la imprenta Bellido, pasando por la descripción de los oficios religiosos, las dotes caritativas matrimoniales a las huérfanas y la iluminación de la ciudad.

La organización de las fiestas en la ciudad de Murcia comenzó cuando los cabildos eclesiástico y municipal recibieron el comunicado oficial de los esponsales, en este caso a través de una Real Cédula. La ciudad debía dejar constancia de la difusión de la noticia y de la alegría de los súbditos por el doble enlace de la casa real, para lo cual las dos instituciones más importantes del momento se pusieron a trabajar en la preparación de los actos dejando huella documental de todo el proceso. El programa de fiestas integraba los eventos religiosos junto a las actividades de recreo.

La situación política era muy tensa puesto que la restauración de la monarquía en España supuso el enfrentamiento de los liberales y la burguesía con la sociedad tradicional y este clima quedaba reflejado y evidenciado en las formas de celebrar las mencionadas bodas. Por esta razón, tanto el cabildo catedralicio como el cabildo municipal se esforzaron en expresar su inclinación a la casa real. Tanto el lenguaje de las cartas dirigidas al rey como todo “el aparato simbólico de la fiesta” (Belda, 1992-1993, p.35) ensalzaban la vuelta a los valores y privilegios tradicionales: los mensajes escritos en las inscripciones conmemorativas, las referencias a la unión entre la realeza y la iglesia, el ritual de los toques de campana, y el protocolo (disposición de las personalidades de ambas instituciones) en todos los eventos festivos. La comisión de fiestas decidió mantener el ritual de fiestas de 1775 propio de la fiesta barroca por lo que la diferencia de la fiesta “fernandina” radicaba en el lenguaje y la semiótica, es decir, en los signos simbólicos utilizados.

Para anunciar la fiesta se hizo un bando en cabalgata y un refresco. En aquella ocasión todavía no se realizaban carteles pero sí, como consta en el expediente mencionado, un folleto sobre las fiestas titulado *Aviso al público*. La petición de la casa real de que se guardaran los documentos que registraran la actividad para preparar y desarrollar las fiestas ha hecho posible que tengamos evidencias de la existencia de lo que ahora denominamos estrategia de comunicación que integra tanto acciones de relaciones públicas como publicitarias. Tal estrategia se lleva a cabo para hacer público y notorio el estado a favor de la opinión pública respecto de lo celebrado. Los medios han cambiado pero la intención es la misma. Belda Navarro¹ (1992-1993) recoge datos sobre estas prácticas como los siguientes:

El mensaje transmitido a través de estas fastuosas luminarias reforzaba la alianza del rey con la Iglesia, simbolizada en el cabildo catedralicio. Pero la portada principal, en la que se exhibía en piedra la alianza secular del reino, la monarquía y la Iglesia, fue el escenario apto para acomodar unos símbolos, cuyo significado se sumaba a los misterios y hechos del pasado local.

¹ El autor nombra al profesor Antonio Bonet Correa que estudia la fiesta pública como herramienta del poder político. Por ejemplo en su libro de 1990, titulado *Fiesta, poder y arquitectura: aproximaciones al barroco español*, editado por Akal.

Entre los actos de las fiestas estudiadas hallamos un antecedente de los desfiles actuales. El investigador hace referencia a la alternancia de dos tipos de cabalgatas: el desfile de carros adornados con mucho esplendor que financiaban y sacaban los gremios de la ciudad y los desfiles que repartían alimentos a los más necesitados como los enfermos, presos y huérfanos. Para tales eventos se diseñaba un recorrido que muestra la importancia de los colectivos que intervenían en el mismo, y si se quería la participación y el conocimiento o no del pueblo.

5.1. SEMANA SANTA

La Semana Santa y las Fiestas de Primavera forman un todo que no se debe separar a la hora de su estudio y comprensión.

Cuando la última celebración religiosa de la Semana Santa -la Pascua- anuncia la Resurrección de Jesucristo, comienza la semana de Fiestas de Primavera en la ciudad de Murcia.

En la clasificación de Luis Agromayor ambos festejos se encuentran en ciclos sucesivos pero diferentes: la Semana Santa se sitúa en el tercer ciclo de Cuaresma y la Pasión, y las Fiestas de Primavera de Murcia pertenecen al cuarto ciclo de mayo y de la flor.

En la historia de este conjunto festivo encontramos un documento de 1783 que se refiere a la organización de los actos de estas semanas festivas. Se trata de la Real Cédula que dispone la división de tales festejos en “fervorosos cultos religiosos” y “festivos regocijos”. Este documento perseguía zanjar las discusiones sobre el tema festivo que suscitaba enfrentamientos entre los murcianos.

En los documentos que hemos analizado encontramos la misma polémica. Los datos que arrojan los carteles al respecto, presentan las dos posturas: integrista y de separación. Podemos reconstruir la secuencia temporal que ha seguido la inclusión de ambos festejos en el mismo cartel o la realización de un cartel para cada fiesta.

Para poder entender y valorar los elementos de los trabajos que analizamos es imprescindible conocer los elementos que conforman un festejo y su significado.

Los desfiles procesionales de la Semana Santa de Murcia cuentan con más de siete siglos de antigüedad (Agromayor, 1987). El documento más antiguo del que tenemos constancia data de 1280. Se trata del privilegio real de Sancho IV de 17 de junio a los frailes de San Francisco. En él se nombra la procesión del Entierro de Cristo en relación a que se autoriza la construcción de un monasterio, entre la Puerta de la Fuente y la Arrixaca, desde el cual saldría el desfile.

Un grupo de seguidores de San Vicente Ferrer fundaron en la Iglesia de Santa Eulalia de los Catalanes la Cofradía de la Preciosísima Sangre de Nuestro Señor Jesucristo.

Flores Arroyuelo (1994), explica el nacimiento de las procesiones de la Semana Santa como manifestación del llamado *teatro religioso*, una de las categorías de fiesta de Murcia que propone el mismo. Fruto del concepto que imperaba en los siglos barrocos nacieron los llamados pasos de los desfiles procesionales. Estos pasos consistían en la representación de una serie de escenas sin movimiento de la Pasión del Señor. Las estampas teatrales eran representadas por actores y estaban colocadas en diversos puntos del recorrido de la procesión formada por los penitentes y

cofrades del lugar. En el siglo XVII los actores se sustituyeron por tallas y los pasos se integraron en el desfile procesional.

Es en los comienzos del s. XV cuando se tiene conocimiento de la cofradía más antigua de la ciudad, La Real, Muy Ilustre, Venerable y Antiquísima Archicofradía de la Preciosísima Sangre de Nuestro Señor Jesucristo, popularmente conocida como la de Los Coloraos (año 1411), así como de la Real y Muy Ilustre Cofradía del Santo Sepulcro (año 1570), la Real y Muy Ilustre Cofradía de Nuestro Padre Jesús Nazareno o Los Moraos (año 1600), y así hasta las quince cofradías que en la actualidad protagonizan los desfiles procesionales que dan comienzo el Viernes de Dolores y finalizan el Domingo de Resurrección, sacando a la calle un total de noventa y tres tronos o pasos llevados a hombros por los nazarenos estantes de cada hermandad. Se trata de una de las Semanas Santas más importantes de España, tanto por su excelente patrimonio escultórico – destacando las tallas de Nicolás de Bussy (s. XVII), Francisco Salzillo (s. XVIII) – como por tener un estilo propio de celebrar la Pasión, que la diferencia de las demás manifestaciones españolas.

Las procesiones son generalmente por la tarde o por la noche, a excepción del Viernes Santo y el Domingo de Resurrección, que se celebran por la mañana.

La primera en salir a las calles de Murcia es la *Venerable Cofradía del Santísimo Cristo del Amparo y María Santísima de los Dolores*, fundada en 1985. Con túnica de color azul, procesiona el Viernes de Dolores desde la iglesia de San Nicolás.

El Sábado de Pasión desfilan dos cofradías: La del *Santísimo Cristo de la Fé* (año 1999), con túnica marrón y que sale de la Iglesia de San Francisco de Asís, y la *Muy Ilustre y Venerable Cofradía del Santísimo Cristo de la Caridad* (año 1993), con túnica color corinto, desde la Iglesia de Santa Catalina.

El Domingo de Ramos desfila la *Pontificia, Real y Venerable Cofradía del Santísimo Cristo de la Esperanza, María Santísima de los Dolores y del Santo Celo por la Salvación de las Almas*, fundada en 1754. Esta procesión, en la que visten túnica verde y sale de la Iglesia de San Pedro, fue durante muchos años la que inauguraba la Semana Santa.

El Lunes Santo tiene lugar la procesión de la *Real y Muy Ilustre Cofradía del Santísimo Cristo del Perdón*, una de las más populares y que remonta sus orígenes hasta el año 1600 con la fundación de la Hermandad del Prendimiento. Su túnica es de color Magenta y parten de la Iglesia de San Antolín.

El Martes Santo salen dos cofradías: por una parte, la *Hermandad de Esclavos de Nuestro Padre Jesús del Rescate y María Santísima de la Esperanza* (año 1946), con túnica azul y capa blanca, desde la Iglesia de San Juan Bautista, y por otra la *Pontificia, Real, Hospitalaria y Primitiva Asociación del Cristo de la Salud* (año 1957), de túnica blanca y capa roja, desde la Iglesia de San Juan de Dios.

El Miércoles Santo es el día del popular desfile de la procesión de los Coloraos, La *Real, Muy Ilustre, Venerable y Antiquísima Archicofradía de la Preciosísima Sangre de Nuestro Señor Jesucristo*, (año 1411), con sus túnicas rojas “colorás” salen de la Iglesia de El Carmen. Se trata de una de las más típicas procesiones del estilo tradicional murciano, la que más nazarenos cuenta y quizá la que más público convoca en las calles de la ciudad de Murcia.

El Jueves Santo tienen lugar dos procesiones: por la tarde la solemne procesión de la Soledad, organizada por la cofradía de Los Coloraos, y por la noche la solemne Procesión del Silencio, de la

Cofradía del Santísimo Cristo del Refugio (año 1942). Su túnica es de color negro y morado, y parte de la Iglesia de San Lorenzo, haciendo un recorrido por las calles del centro de la ciudad en oscuridad y silencio que sólo se rompe con el canto de los tradicionales grupos auroros y corales.

El Viernes Santo desfilan cuatro cofradías, iniciando la jornada a las seis de la mañana, hora solar, la *Real y Muy Ilustre Cofradía de Nuestro Padre Jesús Nazareno*, fundada en el año 1600, que parte de la Iglesia de Jesús. Con sus túnicas moradas constituyen el momento cumbre de la Semana Santa de Murcia, con la salida a las calles de las imágenes de Francisco Salzillo.

El mismo Viernes Santo por la tarde desfilan La *Cofradía del Santísimo Cristo de la Misericordia* (año 1949), desde la Iglesia de San Esteban con túnica negra y capuz magenta, así como la *Real, Muy Ilustre Cofradía de Servitas de María Santísima de las Angustias* (año 1754), desde la Iglesia de San Bartolomé y con túnica negra y azul. A primera hora de la noche desfila la *Real y Muy Ilustre Cofradía del Santo Sepulcro* (año 1570), con túnicas de color negro que parte también de la Iglesia de San Bartolomé.

El Sábado Santo desfilan dos procesiones, una organizada por la Cofradía del Santísimo Cristo de la Caridad, desde la Iglesia de Santa Catalina, y la procesión de la *Cofradía del Santísimo Cristo Yacente y Nuestra Sra. de la Luz en su Soledad* (año 1986), con túnica blanca y negra desde la Iglesia de San Juan de Dios.

El Domingo de Resurrección se cierra la Semana Santa con la procesión de la *Real y Muy Ilustre Archicofradía de Nuestro Señor Jesucristo Resucitado* (año 1910), que parte de la Iglesia de Santa Eulalia. Con sus túnicas blancas y doradas y el desfile de personajes tales como el demonio encadenado, se convierte en la más colorista y alegre de las procesiones.

5.2. FIESTAS DE PRIMAVERA

La semana siguiente a la Semana Santa se celebran en Murcia las Fiestas de Primavera que, junto con la Feria de Septiembre, son las fiestas más importantes del municipio. Durante la semana se suceden una serie de festejos de entre los que cabe destacar El Bando de la Huerta y el Entierro de la Sardina. A través del tiempo se han sucedido otros festejos en esta semana de fiestas, unos más antiguos que ya no se celebran, tales como la *Batalla de las Flores*, y otros más modernos que se han incorporado a la fiesta recientemente como el *Día del Pastel de Carne*, o el *Desfile de las Flores*.

El origen como tales Fiestas de Primavera data del año 1899, y las formaban únicamente la Batalla de las Flores y el Entierro de la Sardina (Jiménez Martínez, 2003) aunque éste último, junto con el Bando de la Huerta, viene desde cincuenta años antes.

El *Bando de la Huerta* se celebra el primer martes de Pascua es el día grande de las Fiestas de Primavera, y es una explosión de color, de alegría y de exaltación de las tradiciones huertanas en el que participa toda la ciudad y la Huerta. Durante toda la jornada, que comienza con la Misa Huertana en la Plaza de la Catedral, la ciudad se inunda de murcianos ataviados con el traje típico que deambulan por sus calles, por los jardines, y por las barracas típicas que las peñas han instalado ofreciendo productos y gastronomía típica de la huerta murciana. Por la tarde, el desfile del Bando de la Huerta cruza toda la ciudad, compuesto por carrozas huertanas, bandas de música

y grupos folclóricos de las distintas peñas huertanas. En el año 2012 obtuvo la declaración de Fiesta de Interés Turístico Internacional.

El Entierro de la Sardina nace en 1848, cuando un grupo de estudiantes murcianos afincados en Madrid, copiaron de manera burlona la comitiva que se celebraba el Miércoles de Ceniza en esta ciudad desde el siglo XVII, portando por las calles de Murcia hachas de viento, capuchones negros y un féretro con los restos de una sardina que finalmente quemaron en una pira (Valenciano Gayá, 1981). En 1899 se incorpora este festejo a las Fiestas de Primavera de la ciudad.

En la actualidad, la organización corre a cargo de los Grupos Sardineros, con nombres tomados de la mitología griega y romana, y se concreta en un desfile de 23 carrozas (una por grupo sardinero) rodeadas por jóvenes portando antorchas (hachoneros), y donde se intercalan atracciones y grupos de carnaval locales y de diversas partes del mundo. Se trata de una fiesta de gran aceptación popular, convocando una cifra de público de un millón de personas. En el año 2006 fue declarada Fiesta de Interés Turístico Internacional.

5.3. FERIA DE SEPTIEMBRE

La Feria de Septiembre es la fiesta de mayor tradición en Murcia y se celebra en la primera quincena del mes de septiembre -de ahí que también se refieran a estos festejos como las fiestas septembrinas-. Su celebración se inicia el día 18 de mayo de 1226² (Valcárcel, n.d.) fecha en la que el rey Alfonso X El Sabio otorga este privilegio a la ciudad. En sus comienzos tenía lugar a finales del mes de julio y se mantenía entre treinta o cuarenta días. Se trataba de una feria comercial³ en la que, poco a poco, se introducen actividades de recreo y festivas para atraer la asistencia de público. Los festejos taurinos y las atracciones de la feria han perdurado en el tiempo y cada vez se han incorporado más actos a estos días de septiembre que han logrado que las fiestas representen a esta feria. En realidad el sustantivo Feria se utiliza como nombre colectivo ya que se refiere a una pluralidad de actividades que se distribuyen durante más de diez días.

La *Feria Taurina* de septiembre de Murcia es la más importante de toda la Región de Murcia y sus carteles reúnen a los diestros más destacados de cada temporada. La fiesta de los toros se celebra en el coso de la Condomina desde su inauguración el 6 de septiembre de 1887, tras ocupar otros espacios de la ciudad como la Plaza de Camachos en el siglo XVIII.

Los inicios de estas fiestas son las ferias medievales, entonces necesarias para el intercambio de todo tipo de mercancías, que en Murcia eran, sobre todo, de ganado y productos de artesanía. *La Feria de Ganado* dejó de celebrarse durante la segunda mitad del siglo XX hasta su recuperación en 1995. Se celebra en el recinto ferial del paraje de la Azacaya, en los sotos del río (Beniaján) donde se reúnen multitud de ganaderos durante los cuatro primeros días de la Feria de Septiembre.

Hasta poco antes de la guerra civil, se iluminaba la Torre de la Catedral a base de bombillas que dibujaban su silueta, y era una señal de que la feria se estaba celebrando en la ciudad de Murcia. El ruido de los cohetes y las tracas junto con los espectáculos de fuegos artificiales enmarcaban los días de fiesta. Por el aire se elevaban globos con formas figurativas y la feria estaba

² En otro documento aparece el año 1266 (Ayuntamiento de Murcia, n.d.)

³ El rey al día siguiente, 19 del mismo mes, otorga el privilegio de los mercados de cada jueves.

dispuesta para que los vecinos y visitantes disfrutaran de las casetas de juguetes y golosinas, de los puestos o ventorrillos donde comer y beber, y las mesas donde se podía saciar la sed con el agua de un botijo o cántara. Las atracciones para grandes y pequeños eran muy variadas: desde el Tío Vivo con los caballitos y el teatro de guiñol, también llamados “cristobitas”, para los más pequeños hasta los coches de choque y la noria para los jóvenes y adultos pasando por la sala de los espejos y los laberintos para todas las edades. Durante los días que duraban las fiestas se podía bailar en las verbenas, escuchar los conciertos de música, presenciar los desfiles de bandas de música, asistir a encuentros deportivos o disfrutar de corridas de toros entre otros actos que cada año preparaba el alcalde con el consentimiento de los concejales del Ayuntamiento. A la par se celebraban los actos religiosos que conmemoran las fiestas de la Patrona de Murcia, la Virgen de la Fuensanta que incluyen *La Romería*, ofrendas de flores, eucaristías y reparto de alimentos y otros bienes a los pobres del municipio.

Ya en 1816 el *AVISO PÚBLICO* (Belda, 1993) informaba de los actos lúdicos tanto religiosos como civiles y nombraba las luminarias y desfiles junto a los oficios religiosos y la concesión de dotes a huérfanas y comidas y ayudas a los pobres. En 1882 el programa de actos incluía la feria de ganado, las corridas de toros, las exposiciones, la música y las iluminaciones. Los actos religiosos se omitieron en el programa de 1934 por razones políticas pero se repetía el elenco de actividades con actos deportivos, exposiciones culturales y ganaderas y la distribución de pan entre los más necesitados. La peculiaridad de este folleto es la nueva denominación de los lugares donde se ubican los festejos, cambiados por el nuevo régimen político (Paseo 14 de Abril o Plaza de Pablo Iglesias) y la secularización de los pasos de Salzillo ahora denominadas *el Joyel de las efigies de Salzillo* cuya visita estaba abierta al público como parte de la oferta festera.

El periodo de la Feria de Murcia comienza el jueves anterior al día 8 de septiembre con la bajada de la Virgen de la Fuensanta desde su Santuario a la Catedral y termina el martes de la romería – el día del monte – en la que cientos de murcianos acompañan a la Patrona⁴ a su residencia habitual. Durante su estancia en la ciudad la Virgen es venerada por los murcianos con diversos actos religiosos. El domingo siguiente al 8 de septiembre se celebra la festividad de Nuestra Señora de la Fuensanta por lo que la Feria de Murcia también es conocida como el periodo en el que se celebran las *Fiestas patronales de Murcia* en honor a la Virgen de la Fuensanta.

El programa de la Feria de Septiembre es muy amplio debido a que mantiene casi todos los antiguos festejos y se ha enriquecido con actividades de calidad consolidadas en el tiempo como las barracas del Huerto del Malecón donde se pueden degustar viandas de la Huerta murciana y los vinos de toda la Región, exposiciones de arte o festivales de música.

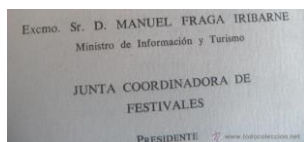
En los carteles de la Feria de 1959 y 1963 encontramos la mención en mayúsculas de FESTIVALES DE ESPAÑA que precede a la relación de actividades culturales. En nuestra investigación hemos buscado la información necesaria para encajar este organismo dentro de la



⁴ La Virgen de la Fuensanta se convierte en la patrona de la ciudad a mediados del siglo XVIII debido a la sequía que asoló la región a finales del siglo XVII muchos fieles imploraron a la Virgen y en 1694 tras la romería al templo cesó la sequía esto sucedió en varias ocasiones.

organización de la Feria septembrina. Las fuentes han sido los programas de actividades de Festivales de España para distintas ciudades y la web del Ministerio de Turismo. Se trata de un organismo dependiente del Ministerio de Información y Turismo⁵ que organizaba programas de actividades itinerantes por todo el territorio español. Se trataba de actuaciones de Música, Teatro y Danza. En el diario La Vanguardia Española del domingo 13 de junio de 1954 (Alcance, 1954) aparece relatado que la organización de los eventos se lleva a cabo a través del recién creado Patronato nacional de Información y Educación Popular⁶ en colaboración del Ayuntamiento y la Diputación provincial del lugar.

En el programa de Festivales de España de 1963 de Murcia aparece mencionado el Excmo. Sr. D. Manuel Fraga Iribarne -Ministro de Información y Turismo- y la JUNTA COORDINADORA DE FESTIVALES⁷, dependiente del citado ministerio, como responsable último e institución, respectivamente, responsables de esta difusión cultural en el país. Este programa es diferente al programa de la Feria de septiembre del mismo año y como ya hemos apuntado en el cartel que



Conte ilustró para anunciarla aparece escrita la relación de espectáculos preparado por este organismo. Como se describe en la prensa El objetivo de esta iniciativa cultural era poner en contacto al pueblo con espectáculos de alta calidad artística (Alcance, 1954).

Tenemos evidencias de la labor de esta organización hasta 1977 cuando desaparece el Ministerio de Información y Turismo y sus competencias se dividieron entre el Ministerio de Cultura y el Ministerio de Comercio y Turismo (Censo Guía de Archivos de España e Iberoamérica, n.d.).

La Feria ha contado desde 1968 con la celebración del *Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo* hasta el año 2012 en el que la concentración de grupos de todo el mundo celebró sus actividades durante el mes de julio. Sobre este festival hemos escrito un apartado específico puesto que su relevancia actual le otorga la consideración de fiesta independiente.

Desde 1983 *los moros y cristianos* rememoran la fundación de la ciudad de Murcia en tiempos de Abderramán II y la lucha contra los cristianos que ganó Alfonso X el Sabio con representaciones de teatro en las plazas más céntricas de la urbe. Los grupos de moros se organizan en kábilas y los cristianos en mesnadas que desfilan durante la feria por las calles de la ciudad e instalan su campamento medieval en el Malecón – a continuación de los Huertos –. Años atrás acampaban en lugares como el jardín de San Esteban en pleno centro urbano.

Los *Huertos del Malecón* es el nombre que reciben las casetas de artesanía y mercadillos, las barracas gastronómicas y los escenarios de música y teatro que se instalan en el recinto del Malecón

⁵ El Ministerio de Información y Turismo fue creado por Decreto-Ley de 19 de julio de 1951 por el que se reorganizó la Administración Central del Estado. El Decreto 15 de febrero de 1952, estableció su estructura orgánica, donde se le encomendó las actividades de Prensa, Propaganda, Radiodifusión, Cinematografía, Teatro y Turismo (Censo Guía de Archivos de España e Iberoamérica, n.d.).

⁶ En 1954 se crea el Patronato y Junta Técnica de Información y Educación Popular, se constituyen las Juntas Provinciales y Locales de Turismo en todas las provincias y se crea la Comisión Interministerial de Turismo. (Censo Guía de Archivos de España e Iberoamérica, n.d.).

⁷ En 1963 se constituye la Junta de Censura de Obras de Teatro y la Junta Central de Información, Turismo y Educación Popular. (Censo Guía de Archivos de España e Iberoamérica, n.d.).

y que recibe durante los días que dura la feria la visita de cientos de personas que disfrutan del espíritu murciano hecho cultura popular tradicional y moderna. Su origen lo encontramos en los *Huertos del Festival* ideados e iniciados en 1988 por el entonces director del Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo, Luis Federico Viudes como lugar de reunión y espacio para vivir el festival y la feria en general. La iniciativa fue un éxito y ha llegado hasta el presente con todas las mejoras y adaptaciones al contexto actual de las fiestas.

En la actualidad cuenta con un programa con actividades tales como el pregón de la fiestas y un pregón infantil, la recepción a la Patrona de Murcia; las atracciones situadas en la Fica; los actos (pregón, tertulias, exposiciones, concursos, documental, aperitivos) y corridas de la Feria Taurina; las travesías por el Río Segura; el Trofeo Nacional de Petanca "Feria de Murcia"; la Feria del Ganado en la Azacaya con exhibiciones caninas entre otras actividades; los Huertos del Malecón; la Feria del Vino y la Alimentación Gastrovin; actuaciones musicales y gran variedad de conciertos de diferentes estilos, números de malabares, acrobacias, monólogos, trovos, talleres de animación infantil y risoterapia repartidos por toda la ciudad en los Huertos del Malecón, la Plaza de las Flores, el Auditorio de Fofó, el Puente Nuevo, el Puente del Hospital, el Cuartel de Artillería, Jardín de Santa Isabel, plaza de Santo Domingo, jardín del Salitre, plaza de san Juan, plaza de la Cruz Roja, Murcia Parque; el Festival de música Lemon Pop; el Festival de Teatro de Calle; los actos (exposiciones, concurso infantil, ruta del Medieval, fiesta joven), desfiles y campamento de Moros y Cristianos; cine en el Teatro Circo; representaciones en el Teatro Romea, Encuentro de Tangos; actos en el Museo de la Ciencia y el Agua; exposiciones y la tradicional Romería para acompañar a la Virgen de la Fuensanta desde la Catedral a su Santuario, hecho que marca el fin de la feria septembrina.

El programa de la Feria, se ha adaptado a las nuevas tecnologías y, además de impreso, desde la segunda década del siglo XXI aparece colgado en las páginas web murcia.es y en la web de Cultura y se puede descargar al escanear un código QR impreso en los carteles anunciadores de la Feria distribuidos en 120 mupis de la ciudad mediante una aplicación para smartphones.

La Feria ha tenido distintas ubicaciones. Comenzó instalándose en la orilla del río Segura (actual Plano de San Francisco), en el Arenal (hoy Plaza de Martínez Tornel) y en la margen del río que linda con la Glorieta de España. Cuando se llevaron a cabo las obras de mejora en la Glorieta la feria se trasladó al Parque de Ruiz Hidalgo (construido en los sotos del río), espacio que desde los años sesenta ocupa la Avenida Teniente Flomesta. Así en 1929 las casetas de la feria se instalaron en el jardín para evitar el deterioro de la Glorieta. La idea fue criticada por los vecinos porque en una ocasión ya se había utilizado este lugar y resultó un desastre por la falta de condiciones sobre todo luminosas (Botías, 2012). Para salvar este obstáculo el Alcalde del momento ordenó instalar cerca de seis mil bombillas, algunas de colores, que iluminaron y adornaron la feria y los alrededores junto con guirnaldas de flores. Cuando en 1955 se clausura el parque para acometer obras de encauzamiento del río - por el mal estado del terreno, plagado de escombros, y el consiguiente por el peligro de inundaciones - las casetas y atracciones de la fiesta septembrina se instalan en el Jardín Botánico frente al Mercado de Verónicas. El último destino de la feria es la antigua FICA de donde ha salido en varias ocasiones para montarse en la Calle Gutiérrez Mellado que linda con la Avenida Alfonso X El Sabio (años 70) y en el polígono Infante Don Juan Manuel.

5.4. FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE DEL MEDITERRÁNEO

Este apartado sobre la historia del Festival es una de las aportaciones más novedosas de la tesis puesto que no existe obra monográfica ni bibliografía que desarrolle en profundidad este evento. Es fruto de un trabajo de campo que ha consistido en la búsqueda de datos en periódicos locales y nacionales, en los programas del propio festival y de la feria de septiembre, así como en los Archivos municipales donde encontramos las hojas del Ayuntamiento de Murcia de las últimas décadas del s. XX. Con la información obtenida de estas fuentes y de los carteles del evento hemos escrito la breve historia del festival donde describimos su filosofía, razón de ser y organización, reconstruimos su devenir en el tiempo y nombramos a las personas que lo han hecho posible. Por motivos de pertinencia investigadora hemos detenido el trabajo que, sin embargo, continuará en un posterior desarrollo.

En el *Boletín de Información del Excmo. Ayuntamiento de Murcia* de agosto-septiembre de 1968 “Por primera vez, nuestra ciudad será escenario del Folklore Mediterráneo. Un festejo insólito, creado por el Excmo. Sr. Gobernador Civil de la provincia, que hará ondear el nombre de Murcia, su folklore y color por gran parte de la geografía. Coincide su celebración dentro del amplio y variado programa de nuestra Feria Septembrina 1968”. En este documento se atribuye a D. Alfonso Izarra – Gobernador Civil y jefe provincial del Movimiento de Murcia – desde junio de 1967, la creación del Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo.

La noticia se difundió a nivel nacional. El diario ABC (Pyresa, 1968) en la edición de la mañana del 9 de septiembre de 1968 presentaba el Festival del Folklore del Mediterráneo y explicaba que el Gobernador Civil se encargaba de su patrocinio. La noticia detallaba los países que intervenían en la primera edición y los actos preparados para este encuentro internacional. Grupos de Francia (de Confolens y Niza), el ballet del Teatro Nacional de Argelia, cuatro representaciones de Italia (de Bolzano, Cerdeña, Génova y Valle de Aosta) y los grupos de Coros y Danzas de la Sección Femenina de España de las ciudades de Alicante, Lorca, Granada, Málaga, Mallorca, Valencia y, por supuesto, la ciudad anfitriona, Murcia. El escenario de los espectáculos se preparó en la Plaza de Toros de Murcia. El Festival comenzó el día 14 con un desfile de los grupos vestidos con el traje regional de su lugar de procedencia en carrozas que los condujeron a la recepción oficial en el Ayuntamiento. La siguiente jornada comenzó con una misa presidida por la Patrona de Murcia, la Virgen de la Fuensanta ante la que cantaron los coros participantes del Festival. El encuentro culminó el tercer día con la entrega de premios y de recuerdos a los grupos invitados.

La noticia firmada por Pyresa (Agencia de Noticias) incluye el reparto gratuito a los asistentes al festival de vino embotellado exclusivamente para la ocasión de la cooperativa San Isidro y de mermeladas envasadas por la agrupación de conserveros de Murcia.

Tras su celebración, el día 17 de septiembre ABC (Folklore del Mediterráneo, 1968, p.5) recogía en sus páginas la noticia “FOLKLORE DEL MEDITERRÁNEO Murcia es la sede del I Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo, en el que participan grupos representativos de

los países que se asoman a este mar. Ataviados con sus trajes típicos, los integrantes del grupo italiano del Valle de Aosta desfilan por las calles de la capital murciana” que acompañaba con la fotografía de un desfile.

En esta imagen ya se puede observar la organización de los desfiles o pasacalles propios del festival que llevan a la cabeza del grupo un cartel horizontal con el nombre de la localidad y su bandera y van a pie bailando, cantando y regalando su música a la ciudad. Otro rasgo esencial que caracteriza este evento, que perdura en el tiempo, es que durante toda su estancia en Murcia los grupos pasean por las vías de la urbe vestidos con sus trajes típicos y se detienen en las plazas a mostrar parte de su espectáculo provocando que los ciudadanos los encuentren a su paso lo que convierte este acontecimiento en una transmisión abierta de culturas.

Como cuenta el periodista murciano José García Martínez (1992), la figura indiscutible del origen del festival es Manuel Fernández-Delgado, encargado de la Oficina Municipal del Turismo de Murcia que ideó el festival junto con un grupo de amigos que lo apoyaron con entusiasmo. Fernández-Delgado supo explicar y transmitir su proyecto al Gobernador Civil que aprobó y patrocinó la primera edición del festival. Como consecuencia del beneplácito de esta autoridad las instituciones políticas aceptaron el evento sin reparos, pero la contribución económica era muy escasa por lo que el director del festival acudió a sus amigos que gratuitamente concedieron su tiempo y sus esfuerzos a la realización del festival. El periodista, amigo personal de Manuel Fernández-Delgado, recuerda a *Perico* Tudela que actuaba de secretario y hablaba inglés cosa que facilitaba los contactos con los grupos, y al dibujante y artista Baldo que donó sus dibujos, entre otros. Como no tenían sede se reunían en la oficina de turismo, en la imprenta de los Belmar y en el edificio de la Confederación Hidrográfica del Segura. La primera edición fue un éxito y el público murciano acudió a las sesiones en gran número. Las noticias del festival se difundieron ampliamente en los medios de comunicación locales y el propio festival editó la Hoja Informativa del festival impresa en papel muy fino usado entonces para la correspondencia “por avión” que se repartió por los buzones de las casas.

El FIFM es el festival de folklore más antiguo (La Plaza..., 2014) que se celebra en toda España y por consiguiente en la Región de Murcia y en la capital de la misma. En 1980 obtuvo la declaración de Fiesta de Interés Turístico y la Placa de Bronce de la Orden al Mérito Turístico dato que recogemos del cartel de ese año y el siguiente. Esta declarado de interés turístico Regional desde el año 1996 cuando aparece por primera vez esta mención en el cartel de la XXIX edición.

Desde su segunda edición ya se reconocen sus cualidades como festival internacional. En 1969 se comienza a editar la Hoja Informativa del festival (1969, 25 de julio) donde encontramos testimonios como el de Maruja Sampelayo que valoran el festival con una calidad tal que le permite competir *holgadamente* a nivel internacional y de la visión de futuro del mismo como en la noticia que aparece en la Hoja Informativa del Festival (1969, 18 de julio, p. 1) donde se informa de que el “secretario del festival,...pedirá el ingreso del Certamen en la Federación Internacional de Festivales de Folklore”. Maruja Sampelayo conocedora del folklore mundial ayudó a Valcárcel (1992) a seleccionar los grupos y a informar de los mismos al C.I.O.F.F. y a las embajadas a través de sus agregadurías culturales. Con el fin de convocar al evento a personas de fuera del país,

tenemos noticias de la primera campaña publicitaria que consistió en el envío de diez mil carteles y cartas a hoteles de Europa (Hoja Informativa del festival 1969, 25 de julio) .

En pocos años (Valcárcel, 1976) el C.I.O.F.F., Consejo Internacional de Organizaciones de Festivales de Folklore, asociación internacional que agrupa las manifestaciones folklóricas, lo había clasificado como festival de folklore internacional de primera categoría lo que avala la consideración del mismo como del mejor festival internacional de folklore organizado en España.

Desde sus orígenes el festival persigue que el arte y la cultura lleguen a todos los hombre y es en sí mismo un punto de encuentro entre los pueblos de todo el mundo, que pretende establecer lazos de convivencia fundamentados en la paz a través de la música, la danza, los trajes tradicionales y todos los elementos típicos que los acompañan. Este veterano festival ha mantenido a lo largo de su trayectoria esta misión de construir la paz entre las naciones, y así lo han expresado los directores que se han ido sucediendo en la labor de organización del mismo:

El festival del folklore de Murcia se funda con una intención que supera el mero disfrute de la belleza musical y danzarina de los participantes y busca la unión armoniosa y pacífica del ser humano, así lo explica Manuel Fernández-Delgado Maroto (1969), primer director y cofundador del patronato del mismo, en el programa del segundo año de celebración en octubre de 1969:

“Por encima de los sonoros ritmos (...) el Festival pretende unir a los hombres de tierras diferentes, en una misma empresa de paz y de alegría.(...)se asienta en valores trascendentes, quiere tener una motivación del más alto nivel humano y cultural.

El contacto humano que el Festival posibilita, y por el que hombres y mujeres de pueblos alejados van, durante unos días a conocerse mejor en el lenguaje común de la canción y de la danza, puede ser la llamada primera por la que los corazones de buena voluntad lleguen a entenderse.

Esta es la razón primordial de la convocatoria que hace el Festival Internacional de Folklore del mediterráneo en el nombre de Murcia;”

En la tercera convocatoria Manuel Fernández-Delgado Maroto (1970), se despide de la dirección del festival por razones de salud y eleva un canto de alabanza por haber logrado para Murcia un festival que se cuenta entre los mejores de Europa al tiempo que recuerda que “debe ser como una bandera de unidad entre los hombres (...). Para entablar un diálogo esperanzador en el que sólo se hable de paz.”

Toma el relevo Carlos Valcárcel (1971) que continúa con el proyecto que su antecesor impulsó y al que dedica un afectuoso recuerdo en el saludo del programa de 1971 donde se refiere al festival como “embajada de comprensión y hermandad”. Durante los años en los que dirigió el festival sigue reforzando la misión de paz del festival y en el programa de 1976 describe como la principal cualidad del Festival “la de promover y provocar una corriente de afectos y simpatías” que genera la paz “dentro de un marco ideal de concordia de que tan necesitado está el mundo de hoy”. El director (Valcárcel, 1992, p. 118) con motivo del veinticinco aniversario del festejo recuerda que éste debe generar “lazos que unen y estrechan en apretados abrazos de fraternidad, por encima de religiones, razas, idiomas, culturas y sistemas políticos”.

El cartel del festival de 1982 lo protagoniza una paloma blanca estampada de personajes (recorte de hombrecillos-monigote-unidos por las manos) rellenos de las banderas de distintos países. Con este diseño el festival ofrece su esencia o razón de ser última que consiste en ser un

medio para la convivencia pacífica y amistosa de las personas de distintas culturas, de distinta nacionalidad. La paloma de la paz fue utilizada con este significado por Pablo Picasso en el cartel para anunciar el Congreso de la Paz de 1949 y convertida desde entonces en el símbolo de la paz del mundo.

El tercer director del festival, Adolfo Fernández Aguilar, en el saluda del programa de la XVI edición (Ayuntamiento de Murcia, 1983), agradece a sus predecesores y a todos sus colaboradores que han convertido a Murcia en un lugar de encuentro donde conviven personas de todo el mundo y la “solidaridad se hace realidad una vez más y es posible que distintas culturas, idiomas, razas y creencias, vivan días de ilusión y alegrías comunes”.

En 2005 el director del festival Manuel Fernández-Delgado Cerdá (2005), hijo del primer director del certamen, saludaba a los asistentes a la XXXVIII edición con un texto titulado *Por la Paz* donde reforzaba la idea del folklóre como arma que fomente y potencie la paz. Al ser el folklóre una de manifestación cultural y la cultura un camino que hace al hombre más libre, entonces el primero ha de construir “y reforzar vínculos de amistad, de solidaridad y de paz entre los pueblos.” El texto concluye con la declaración de intenciones del festival:

“El festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo debe de ser, y queremos que sea, un grito contra las guerras, contra las injusticias y contra el terrorismo el mundo, contra la violencia familiar y el abuso de menores, gracias a los bailes y los cantes de los pueblos del mundo. Por esto, Murcia se convertirá durante unos días, en la capital de la paz, de la tolerancia, de la concordia y de la amistad.”

Cargos directivos y comité organizador del Festival durante su evolución: Los fundadores de este evento fueron *Alfonso Izarra* -Gobernador Civil de la provincia- como primer Presidente del festival y *Manuel Fernández-Delgado* Maroto como Primer Director con el apoyo de Manuel Muñoz, catedrático de la Universidad de Murcia y Mr. Lassagbe agregado cultural de Francia, especialista en folklóre.

El segundo director fue desde 1971 *Carlos Valcárcel Mavor* (qué decir de él, cronista, escritor, periodista, amante de la cultura e hijo de Murcia) con el que colaboraban formando el Comité organizador, el marido de Isabel Santo Medina, Luis Fernández (locutor de Radio Juventud), Mariló Navarro, Pedro Tudela y Amelia que hacia las labores de secretaria.

La colaboración durante estos primeros años era desinteresada y trabajaban en la sede del festival que se encontraba en el Palacio de San Esteban (en la Plaza de la Iglesia de San Miguel). Durante estas ediciones los grupos invitados obsequiaban al festival con trajes folklóricos de tal belleza que Valcárcel creó y organizó el *Museo Internacional del Traje Folklórico* o *de Trajes de Folklore* según Juan García Serrano (Rabadán, 1992, p. 20) donde se conservaron y expusieron al público todos los regalos de los grupos, que en ocasiones se trataba de instrumentos musicales u objetos del lugar de origen. La austeridad y el entusiasmo caracterizaban a todos los colaboradores. Este Director recuerda que el festival recibía un millón de pesetas de las corporaciones del momento (Diputación y Ayuntamiento) que subieron a dos millones en sus últimos años en el cargo por lo que contaban con pocos recursos económicos para organizar un festival cada vez más importante. El Comité se las ingeniaba para sacar el máximo aprovechamiento del capital disponible, por

ejemplo, poniéndose de acuerdo con los Festivales de Ronda y Barcelona para traer otros grupos de forma que se abarataba el coste.

Desde el inicio del festival los grupos han sido atendidos por los “guías”, jóvenes voluntarios de confianza de la organización que acompañaban en todos los recorridos y actos a los participantes del festival durante su estancia y velaban para que no les faltase de nada. Los grupos se albergaban en el Convento de María Inmaculada y otros centros como colegios mayores y residencias. En las primeras décadas del festival los guías y los grupos celebraban en el convento una fiesta de despedida que dejaba evidencias de la buena relación que se lograba entre los grupos y la organización.

Carlos Valcárcel fue director hasta la 15ª edición. Le sucedió en el cargo *Adolfo Fernández Aguilar* en 1983, año en el que el Ayuntamiento de Murcia asume la responsabilidad del festival. Desde entonces el Alcalde de la ciudad es el Presidente del Comité ejecutivo del Festival. En esta primera ocasión le tocó a Antonio Bódalo Santoyo (Ayuntamiento de Murcia, 1983) asumir el cargo y expresaba así el propósito de su actuación: “conservar y potenciar para Murcia esta singular manifestación folklórica que forma parte sustantiva de nuestras Fiestas y feria de septembrinas”. Esta edición contó con la Presidencia de Honor del entonces Príncipe de Asturias, D. Felipe de Borbón y Grecia, hoy Rey de España.

En 1984 asumió la dirección *Juan García Serrano* que en aquellos momentos presidía la Federación de Peñas Huertanas de la Región de Murcia, durante cuatro años y trabajó para que el festival continuase su andadura bajo “una dimensión generosamente humana y cultural” (Rabadán, 1992, p.20). Tras él, *Luis Federico Viudes* (1992) dirigió dos años el festival, el primero de ellos en 1988, lo recuerda como “las mil y una noches” y merece la pena leer la descripción de lo ocurrido en esta edición dedicada a Marruecos donde todo se desbordó y llegaron a Murcia “cuatrocientas ochenta personas, entre artesanos, organizadores, grupos...!¡cinco ministros, diecisiete directores generales, todas las cámaras de comercio de Marruecos...!. ¡Y toda la Liga árabe! (Viudes, 1992, p.22-23). Los helicópteros cargados de enseres, productos y personas no cesaban de aterrizar en España. Y el embajador, junto con todos los representantes políticos españoles, protagonizaron la cena más impresionante por el lujo y el derroche nunca visto en la ciudad. El entonces director compara (Viudes, 1992) el apoyo al festival del Rey Hassan - que corrió con los gastos de su país, y que superaron los treinta millones de pesetas - con la dejadez de las autoridades públicas regionales y nacionales que no le concedieron ningún tipo de subvención. Con este director el festival se celebró de nuevo en el Murcia-Parque y como novedad se instalaron por primera vez los “Huertos del Festival”. Los huertos consistían en una especie de bares instalados al aire libre en espacios rodeados por vallas decorados como los huertos murcianos de antaño que había en los jardines del Malecón semejantes al Huerto Manú y al Huerto de los Cipreses (Rabadán, 1992, p.32). El objetivo de los Huertos del Malecón era servir de espacio de reunión donde participar del festival del folklore y de La Feria de Septiembre en su totalidad. Los huertos han ido modificando su aspecto (construyendo decorativas fachadas que reproducen las casas de la huerta con sus torres) y su oferta (en principio servían cenas frías y pronto instalaron cocinas para dar servicio al público que lo pedía con insistencia) con el paso de los años. El segundo y último año que Luis Federico se encargó de la dirección del evento el país invitado fue Portugal que tuvo un gran éxito.

Desde la edición de 1990 le sucedió en el cargo *Milagros Carrasco*, la primera y única mujer que ha dirigido el festival en los cuarenta y siete años de existencia del mismo. La directora se hizo cargo del festival durante once ediciones entre las que destaca la celebración del veinticinco aniversario de 1992. En la XXV edición se estrenaron actividades como el I Ciclo de Música de Raíz y como recuerdo se grabó un disco y se recopilaron los carteles que anunciaron el festival desde su primera edición, que se reunieron en una caja de postales.

En 2001 *Manuel Fernández-Delgado Cerdá* se hace cargo de la dirección del festival, labor que continúa hasta el presente.

Por los datos que encontramos en los programas de actos, el Festival Internacional del Folklore en el Mediterráneo se rige mediante un Patronato dependiente de la autoridad local más importante cuyo máximo representante es el Presidente del Festival. Estas instituciones han sido, en sus inicios la Diputación y, desde 1983 hasta el presente, el Ayuntamiento de Murcia. La presidencia ha correspondido al Gobernador civil y al Alcalde de la Ciudad respectivamente. Hemos encontrado el cargo de Vicepresidente – uno o varios- en los programas de varias ediciones que correspondía al rango de Teniente de Alcalde.

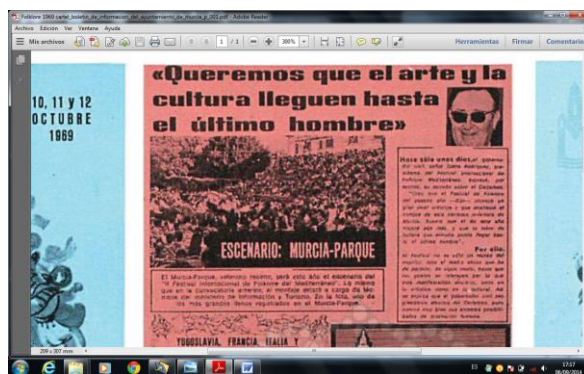
Con los años y los cambios políticos en las Instituciones Públicas, la composición del Patronato ha cambiado y se han incluido una serie de vocales tanto de la Comunidad Autónoma (Consejeros de las áreas de cultura, turismo y educación –los nombres se han combinado de muchas formas y desgajado en varias consejerías-) como del Ayuntamiento (en forma de comisión informativa en ocasiones, pero siempre formada por concejales de diversas competencias – de Juventud, deportes, del ayuntamiento- y Teniente-Alcalde de Servicios Sociales, Sanidad y Consumo) y de la Universidad de Murcia (el Rector Magnífico). Repetimos que los cambios en la composición son constantes en el número de personas responsables y en la denominación de los cargos por lo que nos hemos limitado a presentar el panorama general para que se puedan percibir las constantes esenciales y los cambios coyunturales. El Patronato cuenta desde sus inicios con el Comité Ejecutivo con el Director a la cabeza que se apoya y trabaja en equipo con el Comité Organizador o Comité Técnico compuesto por un Secretario General o secretario de dirección y una serie de responsables de las distintas áreas de trabajo que en ocasiones se han presentado como comisiones y que varían en función del número de actividades que se realicen y de su complejidad: secretaría, administrador o control presupuestario, mantenimiento y control del recinto, asesor técnico o servicios técnicos, realizador artístico, realizador acto ecuménico, locución, regidora de escenario, coordinador de escenario, presentadores, antorcha de la amistad y coordinación desfiles, huertos, huerto del festival, actividades folklóricas, actividades culturales (coordinación música de raíz), actividades cinematográficas, relaciones públicas y coordinadora de azafatas, gabinete de prensa, medios de comunicación social, distribución de propaganda, coordinador de anfitriones, coordinación intérpretes y guías, coordinador de actividades del país invitado especial, alojamiento o residencias y comedores, transportes, asistencia sanitaria. Bajo la supervisión de los responsables de cada área trabajan durante el festival el número de personas, voluntarios en su mayoría, necesarias en cada edición para que todo se realice satisfactoriamente. El festival cuenta desde sus orígenes con el apoyo de la sociedad murciana que se materializa en la colaboración y patrocinio del mismo de medios de comunicación (Radio Juventud), asociaciones (Asociación de la Prensa de Murcia, Federación Murciana de Folklore. Federación Española de agrupaciones de Folklore

(FEAF), Real Sociedad de Tiro de Pichón, Casino de Murcia, etc.) y empresas privadas como Caja de Ahorros Provincial, Caja de Ahorros del Sureste, Caja de Ahorros de Alicante y Murcia, Estrella de Levante, etc...

En la 46ª edición el festival recibe la visita de Francisco Fanegas (la verdad, 2013), representante del Consejo Internacional de Organizaciones de Festivales de Folklore (CIOFF), con el objetivo de evaluar la petición del certamen para convertirse de miembro adherido a miembro numerario de esta organización. Esta nueva relación con el CIOFF permite al festival tener voz y voto en las asambleas del comité. Y, lo más importante, es que garantiza la calidad del festival murciano y asegura a los grupos contratados como participantes (que no son grupos profesionales) las condiciones de calidad por las que vela el Comité Internacional. Para optar a la condición de numerario del CIOFF los festivales han de cumplir unos requisitos básicos que consisten en que la duración del festival sea de cinco días y que participen cinco grupos extranjeros. A esto se suma la valoración del trato dispensado a los grupos participantes, alojamiento, tiempo libre y demás condiciones que garanticen que sean bien atendidos.

Los lugares de celebración del festival se han ido modificando en función de su sincronía con los actos de la feria de septiembre, y ha supuesto un caballo de batalla para la dirección del festival que en ocasiones ha visto como se relegaba a lugares apartados y se le alejaba físicamente del centro de la ciudad dificultando así la participación del público en las galas.

En sus primeras ediciones el escenario de las galas principales del festival se ubicó en el recinto Murcia-Parque de El Malecón (Hoja Informativa del “II festival Internacional de Folklore del Mediterráneo”, 1969, 18 de julio) y su instalación corrió a cargo de técnicos del Ministerio de Información y Turismo. La ubicación del escenario aparece en la Hoja Informativa publicada por la dirección del festival en julio de 1969 y reproducida (fotografiada) en agosto del mismo año por el Ayuntamiento (1969, 1 de agosto) en su Boletín de Información, en él se hace mención al lugar como el “mismo que en la convocatoria anterior”, lo que indica que en el primer festival también se montó en el Murcia-Parque.



Sin embargo, en la noticia de ABC de 1 de septiembre (Pyresa, 1968, 11 de septiembre, p. 64) se informa de que “El festival tendrá como escenario la plaza de toros, convenientemente engalanada e iluminada.” Entendemos que la información de la publicación local corresponde a la realidad y que lo publicado por Pyresa en ABC obedece a los datos de una primera decisión que fueron comunicados a la agencia de noticias, si bien el escenario se instaló finalmente en otro lugar. En el programa de veinticinco aniversario del festival también se menciona (Rabadán, 1992) el

albero de la plaza de Toros de la Condomina como lugar de representaciones del festival en las dos primeras ediciones. Pero la evidencia del montaje del escenario en el Murcia-Parque encontrada en el Boletín Municipal es un dato que verifica que la realidad es la aquí expuesta. El acto de Clausura de la segunda edición (1969) se celebró en el Teatro Romea. Los escenarios se continuaron instalando en el Murcia-Parque mientras se realizaban las obras del Auditorium Municipal de Murcia.

El Ayuntamiento cedió como nuevo escenario del festival el Auditorio Municipal ubicado en el Parque de Fofó, donde se mantuvo estable unos años. Ambos eran escenarios al aire libre que se adecuaban perfectamente al clima de las noches septembrinas de la ciudad. El éxito del festival fue tal que Carlos Valcárcel, director en estos años, ideó realizar sesiones de clausura en dos escenarios a la vez, el Auditorio y el Pabellón de Deportes. Él mismo cuenta (1992) que ante la gran demanda de localidades, un año instaló tribunas alrededor del Auditorio pero no resultó buena solución y fue entonces cuando organizó la *clausura simultánea*. Los grupos folklóricos actuaban en el Auditorio y rápidamente repetían su actuación en el Pabellón de Deportes.

El escenario principal de las galas pasó a la Plaza del Cardenal Belluga en 1983 (Martínez Ripoll, 1983), año en el que Adolfo Fernández Aguilar asumió la dirección. Marco incomparable “al amparo de la Torre y delante del retablo más barroco español, en el corazón vivo y latente de la ciudad, (...) para mostrar a los cinco continentes la riqueza histórica de la tierra murciana” (Ayuntamiento de Murcia, 1983).

En los años siguientes las sesiones vuelven al Auditorio y después al Murcia-Parque (como en 1988), a excepción del año 1990 que se suben al escenario del Teatro Romea por el miedo que provocó la inundación de 1989, que estuvo a punto de provocar la suspensión del festival en el recinto Murcia –Parque.

En las últimas décadas, el escenario de las actuaciones del festival ha pasado por la Plaza de Julián Romea (2000) y la Plaza de la Universidad hasta volver a la Plaza de Belluga.

Podemos concluir que un rasgo esencial del festival es que los escenarios de sus representaciones se instalan al aire libre.

El acceso a las representaciones principales, celebradas por la noche en el escenario del festival, ha sido de pago unas temporadas y de libre acceso otras, como en la actualidad. En las primeras décadas la entrada al recinto del festival no era gratuita puesto que las colaboraciones de la Diputación y del Ayuntamiento eran escasas para cubrir los gastos lo que hacía necesario cobrar la entrada al recinto de las sesiones diarias. El festival nace y crece merced al trabajo generoso y gratuito del comité, los intérpretes, los artistas (como Muñoz Barberán o Baldo), las guías, etc. un grupo de amantes y amigos del folklore y de Murcia.

Programa de eventos, actos que continúan desde su origen y aquellos que han tenido un periodo concreto.

Los actos esenciales que se mantienen en el programa del festival son las *sesiones* (como se les llama en los programas del festival), representaciones o funciones nocturnas de los grupos en el escenario central de cada edición donde se exhiben todos los grupos invitados a lo largo de las jornadas que ocupa el certamen. En las primeras ediciones del festival el programa contenía únicamente la hora de las sesiones y los países que intervenían en cada una. En los programas se

distingue la *sesión inaugural* y la *sesión de clausura* de las del resto de los días porque suelen tener ciertos detalles especiales como *entrega de obsequios* (como vinos y productos de la tierra, medallas, banderines, diplomas), *interpretación de los himnos nacionales* de los respectivos países u *homenaje a las banderas*. En la sesión de clausura suelen actuar todos los grupos invitados. En los primeros años había sesiones de tarde y de noche, pero esto duró pocas ediciones ya que por las tardes se iniciaron otro tipo de actos y actuaciones públicas. Como anécdota apuntamos que la segunda sesión del festival de 1983 fue retransmitida por Radio Televisión Española que colaboró para enviar las imágenes a Argelia en directo y a otros países en diferido.

Todos los años hay un acto de bienvenida a los participantes del festival por parte de las autoridades públicas de las que depende el mismo. Desde su inicio la Excm. Diputación organizaba la *Recepción Oficial* hasta que en 1983 pasa a ser el Excmo. Ayuntamiento quien se encarga de recibir a los grupos asistentes que son acogidos por los representantes de la ciudad y los responsables de la organización. Desde que se constituye como Comunidad Autónoma la Región de Murcia, el Presidente ha asistido en alguna ocasión tanto a este acto como a la recepción conjunta con el Alcalde de Murcia en 1983. Valcárcel (1992) recuerda que la Diputación ofrecía el vino de recepción y el Ayuntamiento el vino de despedida. En estos encuentros es habitual que tanto los visitantes como las autoridades se entreguen regalos. Hay que destacar que este encuentro con las autoridades no se ha realizado siempre el primer día del festival, sino que aparece adaptado en el calendario de actividades de cada edición.

A lo largo de los años la ciudad disfruta de un primer *Desfile inaugural* donde se dejan ver todos los grupos participantes de la edición. El primer y segundo año que se celebró el festival (1968-1969) cada grupo desfilaba con una carroza (Rabadán, 1992) decorada con motivos propios de la tierra de procedencia. En la XXV edición se recordó este detalle con la construcción de una carroza diseñada con alusiones a los veinticinco años del evento. En los programas del festival encontramos las menciones del *Desfile de Banderas*, y del llamado *Desfile de las Naciones* el día de la clausura del festival (1985). Carlos Valcárcel introdujo en el desfile la gran bandera azul del festival. Puede haber también desfiles diarios y pasacalles de los grupos folklóricos que ataviados con sus trajes regionales se detienen en plazas y calles para danzar y compartir su música y canciones (los itinerarios que siguen los grupos en estas actuaciones han aparecido en los programas unos años sí y otros no). Estas exhibiciones itinerantes a lo largo de los años han recorrido todos los lugares de Murcia y el espectador podía disfrutarlas a su paso por las calles y plazas de forma espontánea o saber de antemano el lugar y hora concretos donde presenciarlas porque se concretaban en el programa de actos de determinadas ediciones. En alguna ocasión, además de en las vías públicas, estas muestras de baile y música popular han entrado a locales cerrados, pero de tránsito público, como en las plazas de abastos en la 42 edición del año 2009 que con el nombre de "El Folklore en el mercado" se anunció en el programa la actuación de un grupo de folklore en estos locales.

Los grupos se han trasladado a las pedanías murcianas para que disfruten de sus actuaciones en estos lugares más alejados de la ciudad y a los pueblos de Murcia que lo han solicitado.

El *Encendido de la Antorcha de la Amistad* ya se puede considerar un acto clásico característico del festival que se mantiene en el tiempo. Esta ceremonia de encendido de la *Llama de la Amistad* se inicia con la llegada del desfile de todos los grupos que, en ocasiones, como en 1987, 1992 hasta

2000, han portado la *Antorcha de la Amistad* hasta el lugar de encuentro. El desfile desemboca en el lugar donde se ha instalado y adornado el pebetero. Junto a él se colocan las banderas de todos los países visitantes y se efectúa la *izada de banderas* que forma parte del mismo acto. Ha habido años en los que se incluía la lectura del *Pregón* en este acto de inicio del encuentro de los grupos como en 1985 en el que el Ministro de la Presidencia hizo la lectura del mismo. La llama se coloca en una plaza céntrica donde todos los grupos participantes se reúnen para iniciar su convivencia. La Antorcha se ubicó frente al Ayuntamiento de Murcia desde el primer festival hasta la edición de 1988 que instaló la llama en el Jardín del Malecón y la rodeó de las banderas de los países asistentes junto con la bandera del Festival. En el mismo lugar donde arde la llama de la amistad se procede al *Apagado de la Antorcha* y *arriado de banderas* que marca el final de la edición de ese año. Cuando los actos del festival comienzan días antes de la llegada de los grupos folklóricos el acto de encendido de la antorcha espera a que estén todos en la ciudad.

Era habitual celebrar una *misa* en la primera jornada del festival que, con el paso de los años y los cambios sociopolíticos ha desaparecido. El acto litúrgico toma normalmente una forma folklórica como la misa huertana o la misa de campaña cantada por un grupo rociero como en 1994. En otras ocasiones se celebra, por ejemplo en la última edición, una *ofrenda de flores a la Patrona* de la ciudad.

Se han celebrado *exposiciones* de todo tipo: pintura, escultura, fotografía, arquitectura, carnavales, así como de todo clase de objetos relacionados con el folklore (tapices) y el Festival (banderines); *seminarios*: Seminario sobre Folklore y Etnografía; *ciclos de cine* como el de cine egipcio de la XIX edición (Patronato Municipal de Folklore, 1986), el de cine italiano de 1985 (Ayuntamiento de Murcia, 1987), el cine francés en 1987 (Ayuntamiento de Murcia, 1987), el de cine y folklore de 2004 (Fernández-Delgado, 2004), el ciclo de la edición de 2014; representaciones de *teatro*; *cursos* (v.g. curso de baile infantil); *ciclos de música* de raíz (que constó de varias ediciones desde 1992); *conciertos* de música de raíz, música medieval, música tradicional, recital de música folk, etc.; *concursos*, como el concurso de escaparates (p.ej. en 1983); *encuentros* como el de Directores de Festivales Internacionales de Folklore Europeos pertenecientes al Consejo Internacional de Organizaciones de Festivales de Folklore (C.I.O.F.F) de 1983 o el de cuadrillas de la Región de Murcia en 2004; *fiesta* infantil; inauguración, muestras de los grupos folklóricos y actuaciones musicales y de baile de otros artistas y clausura de los *Huertos del Festival*, esta última con fuegos artificiales (p.ej. en 1994); *juegos* tradicionales en la calles (p.ej. en 2004); baile o fiesta de despedida de los grupos que a veces se incluían en el programa.

La última jornada de este encuentro de grupos folklóricos se caracteriza por realizar algún tipo de *Acto Ecuménico* donde se exalta y pone de manifiesto el fin último del festival de sembrar y hacer crecer la concordia entre los hombres de todas las razas y culturas. En los años de gobierno socialista y para desvincular absolutamente el festival de la Iglesia Católica se especifica en el programa de fiestas que el acto ecuménico no es un acto religioso y aparece escrito en el programa (Ayuntamiento de Murcia, 1987) (anexo) de la siguiente forma: "11 mañana, en la Plaza de Belluga Acto Ecuménico, no confesional".

Desde 1983 (Carrasco, 1992, p.25) cada año el festival nombra a un país como invitado especial lo que supone la celebración de una serie de actividades dedicadas a conocer mejor su

cultura y tradiciones como las semanas culturales dedicadas al país elegido con espectáculos, muestras gastronómicas y artesanales, cena de gala, exposiciones y venta de productos típicos de su tierra.

A modo de ejemplo, el programa de la edición del festival de julio de 2014 constaba de las siguientes actividades⁸:

Recepción oficial de los grupos por las autoridades municipales en el Salón de Plenos del Ayuntamiento de Murcia.

Desfile de los grupos participantes desde la Glorieta de España hasta la plaza del Romea pasando por la Plaza de Belluga, la calle Salzillo, Trapería y Plaza de Sto. Domingo.

Tradicional encendido de la antorcha de la Amistad e izada de banderas, en la Plaza del Romea, donde encontraron todos los grupos participantes en esta edición tras el desfile por las calles más transitadas de la ciudad.

Actuación diaria de los grupos a las 22:00 en el escenario principal de festival en la Plaza del Cardenal Belluga.

Seminario sobre Folclore y Etnografía (14^a edición)

En distintos lugares (Avda. de la Libertad, Plaza de santo Domingo a las 20:00 y en la residencia de Personas Mayores Obispo Javier Azagra a las 12:00) “Ven a bailar con nosotros” que consiste en actuaciones de grupos por separado.

De las 22:30 a las 00 horas, en el Museo de la Ciudad. Audiovisual El museo al fresco, en el muro lateral del museo, cada 15 minutos.

A las 24 horas, en el jardín del Museo de la Ciudad, “Trasnochando”. Lecturas de poemas y textos literarios de distintos autores a cargo de Alberto Caride Brocal, Ignacio Martín Lerma, Isabel Buendía, María del Mar Sánchez Esteso, Encarna Carrillo, Pedro Iniesta, Begoña García Treviño, Laura Gómez Cortés, Carmen Gallego, José Antonio Martínez Muñoz y muchos otros, coordinado por Soren Peñalver.

Ofrenda floral a la Virgen de la Fuensanta.

Curso para niños “La huerta en la pintura y en la escritura de Ramón Gaya” en el Museo Ramón Gaya.

Exposiciones:

- Museo de la Ciudad “Hoy enseñamos. Banderines del Festival de Folklore”.
- Museo de la Ciudad “Faros de Papel” del pintor Esteban Bernal.
- Museo Ramón Gaya “Huertanos en la obra de Ramón Gaya”.
- Museo Ramón Gaya “La huerta vista por Jean Laurent. Fotografías de 1879”.
- Espacio Molinos del Río-Caballerizas “La comida tradicional en Murcia como patrimonio cultural” de la fotógrafo María Luján.

Conciertos:

⁸Omitimos fechas y horas exactas para centrarnos en el carácter de las actividades. El programa se puede encontrar digitalizado en

http://www.murcia.es/cultura/admon/archivos/documentos/Folklore_2014_versiondigital.pdf

- Plaza de la Cruz música tradicional: grupo Fusión Tradicional.

El programa de actividades pretende alcanzar los fines generales del festival que son, por un lado, acercar el folklore al público de manera divertida y fácil, y, por otro, unir las tradiciones al momento actual para lo cual se han añadido actividades culturales, de estudio e investigación, y que sirven para difundir las costumbres y el patrimonio de la ciudad de Murcia para su promoción. Y ante todo, es un intercambio de universos culturales, de identidades caracterizadas por una lengua, gastronomía, música, danza y toda representación artística, es un crisol de culturas.

En palabras del actual director, Fernández-Delgado (21/07/2003): “Recuperamos calles, actividades paralelas, la vida del café y la convivencia entre los hombres y las mujeres que venían y los que aquí estábamos. El festival era para la ciudad y la ciudad para el festival.”

6. DESARROLLO DEL CARTEL EN MURCIA

A la hora relatar el desarrollo histórico del cartel de Murcia hemos recabado la información sobre el tema y encontramos que se encuentra dispersa y diseminada en libros sobre ilustración o artículos para programas de fiestas locales. Esto ha traído como consecuencia que el presente capítulo sea una aportación original al conocimiento del cartelismo murciano fruto de la investigación documental y del análisis de los carteles de fiestas que se desarrolla en la tercera parte de la tesis de forma que incluimos aquí parte de los datos obtenidos en dicho análisis.

Los antecedentes del cartel de fiestas de Murcia (1960-2015) -objeto de estudio de la presente investigación- los encontramos en las décadas de transición del s. XIX al XX.



El cartel más antiguo que hemos encontrado de una fiesta murciana es el de la Feria de Murcia de 1878 publicado por el Ayuntamiento Constitucional de Murcia que se conserva en la Biblioteca Nacional de España. Esta ventana en el tiempo nos deja ver varios aspectos importantes que intervienen en el cartelismo de la ciudad como son la composición del cartel en cuanto a imagen y texto, el contenido del mismo y el lugar y nombre del taller de impresión. Este último dato indica que el cartel fue impreso en Murcia por *Hijos de Nogués, Impresores*. En el cartel aparece un texto que informa sobre la existencia de los programas de las fiestas donde se detallaban las actividades. El cartel tiene forma de contrata o decisión administrativa porque está cerrado con el lugar y fecha (Murcia 12 de agosto de 1878) y las firmas de dos personas que representan a las autoridades públicas que son el Alcalde Accidental (Rafael Almazán y Martín) y el secretario (José María Ballester). La composición del cartel presenta rasgos a resaltar como es la variedad de tipografías tamaños y colores de los textos que hacen del ejemplar un antecedente de los carteles

tipográficos de todos los tiempos. Como únicos elementos decorativos presenta una orla roja con detalles florales en las esquinas y tres separadores de texto con formas onduladas. El escudo de la ciudad en colores corona el cartel junto al texto del emisor Ayuntamiento Constitucional que le hace de techo con las letras primera y última muy decoradas. Es un cartel informativo en tanto que todo su espacio está ocupado por texto que transmite los datos de las actividades de la feria y los lugares de donde se realizan las mismas¹, sin embargo la belleza de las tipografías y la combinación

¹ Respetamos mayúsculas y minúsculas del texto original y señalamos los saltos de líneas con “/”: FERIA DE 1878 /en los días 1º à 15 de Setiembre / Las fiestas populares que se celebrarán en / dichos días serán las que siguen: / CORRIDAS DE TOROS DE MUERTE / de las ganaderías de D. J. Pérez Concha Sierra, de Sevilla y del Excmo. Sr. Conde de la Patilla antes D. Vicente Romero, de Jerez, que serán lidiados por las medias cuadrillas de/SALVADOR SANCHEZ (a) Frascuelo, de Granada. y MANUEL HERMOSILLA de Sanlúcar./FERIA DE GANADOS/ en el barrio de San Benito./ CUCAÑAS/ con premios en dinero y varios objetos./JUEGOS FLORALES/noveno Certámen, con dos premios a la LITERATURA y uno para la MÚSICA/VISTOSA ILUMINACIÓN EN COLORES/en la torre de la Sta. Iglesia Catedral/SOLEMNE

de tamaños y colores (amarillo, rojo, verde, azul, marrón, burdeos y negro) así como la colocación de los mismos dotan al afiche de un carácter lúdico fuera del rigor, seriedad y la monotonía del trabajo que transmite un tono de diversión, desenfadado con cierto ritmo y movimiento propio todo ello de las fiestas locales.

El estado de la Región de Murcia a punto de comenzar el siglo XX, 1899, en cuanto a desarrollo industrial, es muy pobre. En Alcantarilla, se acababa de instalar, en 1897, la primera fábrica de conservas (Hervás Avilés, 1999). El sector de las conserveras supondrá un cambio radical en la economía de la región que todavía a final de siglo se basaba en la agricultura. Tanto era así que no se habían implantado los servicios urbanos mínimos. Ni tan siquiera en la capital existía el alcantarillado, no había agua potable, los ciudadanos iban a por agua a las fuentes públicas, las calles estaban sin pavimentar, algunas calles salón del centro de Murcia, como Trapería y Platería, estaban provistas de toldos para combatir el calor y hacer más agradable el paseo. Pero este retraso en los servicios urbanos no significaba que los murcianos permanecieran al margen de la política y de la preocupación por el desarrollo cultural y social. Prueba de ello es el elevado número de publicaciones periódicas que contrasta con el panorama antes descrito. Al mismo tiempo, y dado el nivel de analfabetismo propio del estado de desarrollo, se organizaban lecturas colectivas en los lugares/centros de reunión de la ciudad.

Los entretenimientos de la época en la capital consistían en las tertulias de los cafés, los paseos de los domingos por El malecón y El Arenal, tomar un refresco en la terraza del hotel Universal –que más tarde se llamará Hotel Victoria- con música en directo –ésta era una alternativa para el que se lo pudiera permitir-, incluso las primeras películas de cine mudo se podían ver en alguna feria, y las fiestas populares que, como su nombre indican, reunían en sus actividades a todo el pueblo.

Prueba de estas celebraciones hemos encontrado en la Biblioteca Regional de Murcia el cartel de la Feria y Fiestas de Murcia que se celebraron del 1 al 15 de septiembre de 1895 y que como describe la catalogación lleva por el reverso el programa de actos. En esta ocasión se realizó en el taller de Impresión y Litografía. J. Ortega de Valencia. En esta ocasión toma relevancia la representación monumental de la ciudad que acoge los festejos así como la identidad de los murcianos representados por la pareja de huertanos protagonistas de la escena todo en torno al escudo de la ciudad que se funde en la ilustración como corazón de lo anunciado.



FUNCION RELIGIOSA/á la PATRONA MARIA STMA. DE LA FUENSANTA en la Sta. Iglesia Catedral./BAILE NACIONAL /en la plaza de Palacio./ILUMINACIÓN DE GAS/en el salon de la Glorieta, centro de la feria./ La banda de música municipal amenizará las veladas de la feria y concurrirá á los paseos matinales en la misma./Otros varios espectáculos ofrecerán á los concurrentes grata y entretenida distraccion./En todos los días de la féria podrán ser visitados gratis el MUSEO ARTÍSTICO ARQUEOLÓGICO y los GABINETES/DE FÍSICA Y QUÍMICA é HISTORIA NATURAL del Instituto de 2ª enseñanza./En los mismos dias se despacharán billetes de ida y vuelta, á precio reducido, en las estaciones de la línea férrea, y en los de las corridas de toros, habrá trenes especiales./Para más detalles veáanse los programas./Murcia 12 de agosto de 1878./ El Alcalde accidental, El Secretario,/ RAFAEL ALMAZAN Y MARTÍN. JOSÉ MARIA BALLESTER.

La transformación hacia la sociedad moderna se producía de forma muy lenta en Murcia pero las instituciones públicas, conocedoras de la necesidad de cambio y desarrollo, comienzan a poner de su parte. En Murcia y en la Unión se construyen mercados. Para preparar el cambio se planifica el ensanchamiento de las ciudades y se hacen planes de saneamiento que tardarán años en consolidarse.

En 1900, Murcia quiere mostrar que está a la altura de las circunstancias y lo que es capaz de hacer, para ello organiza una exposición en el jardín de Floridablanca. Consiste en una serie de pabellones (abiertos todo el año), entre los que hay una amplia galería de máquinas y pabellones para minería e industria, con productos que van desde los mosaicos y los curtidos hasta la seda, pasando por el vino, la gaseosa y la cerveza, el pimentón y el aceite. Pero, tanto la arquitectura como la decoración del recinto muestran lo distante que estaba la Región de Murcia de la revolución industrial, que empezaba a introducirse en Cataluña en los ámbitos tecnológico y artístico -éste último, como hemos visto, engendró el diseño gráfico en España-.

La puesta al día de los talleres de artes gráficas catalanes en la última década del siglo XIX potenció la llegada del modernismo a España. De esta forma el diseño gráfico se forjó en Cataluña y en las zonas más industrializadas de España como Valencia y Andalucía. Mientras, en la Región de Murcia, las artes gráficas y la fotografía avanzaban muy despacio, siempre cerca de la industria, como en Cartagena y la Unión a causa de la actividad minera. Por esta razón, los empresarios murcianos encargaban sus trabajos de impresión fuera de la región. En Alicante se imprimieron por ejemplo, los programas de la Feria de Murcia de Septiembre de 1917 y 1918, trabajo realizado por la Litografía Moderna; en Andalucía en ciudades como Jerez y Cádiz como consta en el Folleto de mano de la Feria y Fiestas de 1909, concretamente en la litografía y tipografía Rodríguez de Silva; y, por supuesto, en Cataluña.

En Murcia, en la calle Sociedad, uno de los primeros talleres litográficos fue Soler. La imprenta de Nogués con el tiempo, logró una alta calidad en sus trabajos. La litografía Pagán se fundó en 1906 y tras esta, Carmelo Bueno, abrió La Artística especializada en impresión a color en soportes metálicos.

En las primeras décadas del siglo XX la publicidad en prensa y los folletos comerciales continúan consistiendo en la combinación de orlas decorativas con textos en la tipografía de la época. En cuanto al uso de la fotografía, se dedicaba a los retratos y tardó en aplicarse al comercio y a los medios de comunicación impresos. En 1913, Antonio Nicolás (que estudió pintura en Madrid), instaló un taller en Murcia donde Pedro Flores trabajó como aprendiz. En la tipografía y en las ilustraciones y fotopostales se atisba la lenta llegada del modernismo. La estética modernista se manifiesta antes en Cartagena (aplicado, por ejemplo, a la arquitectura, marcas de productos o la portada del semanal *El Faro*) que en el resto de la región, pero son muy pocas estos trabajos de estilo modernista porque abundan las imprentas pequeñas que solo trabajan con tipografía e impiden la reproducción de la decoración propia del modernismo. Los comerciantes murcianos encargan sus reclamos publicitarios a empresas especializadas de Valencia y Barcelona. Un ejemplo de la incorporación del modernismo en el comercio murciano es la serie de etiquetas de la farmacia Ruiz Séiquer (fundada en 1887) impresa por la imprenta milanesa de C. Belloni. Pero es mejor el ejemplo de la revista *La Gaceta Médica*, que se edita desde 1907 hasta 1916, cuando se transforma en

la revista *Polytechnicum*, porque deja ver la evolución del diseño en esta localidad. El grupo de artistas del estudio de la calle Riquelme está involucrado en esta publicación que es el antecedente de las revistas literarias (incluye secciones de cultura y bibliografía)². Dionisio Sierra era el director artístico de la revista, Joaquín García (pintor) y Planes (escultor) eran redactores y Joaquín Guerrero formaba parte del comité de redacción. Pedro Flores se encargó de la primera portada y de varios anuncios.

Durante la primera guerra mundial, la pequeña industria murciana aumenta su producción lo que conlleva el crecimiento de las artes gráficas. A su vez, en las litografías de la capital, se da trabajo como dibujantes a los jóvenes artistas murcianos que brillarán en los años venideros. Como apunta Hervás Avilés (1999, p.15):

“la guerra constituye una frontera que separa una primera etapa, muy apegada a modelos tipográficos tradicionales, de otra en la que la evolución hacia el grafismo de los años veinte se desarrolla aquí en paralelo a otras zonas del país.”

M^a Gracia Ruiz Lamas (1992) aborda, con su estudio sobre “La ilustración gráfica en periódicos y revistas en el periodo de 1920 a 1950”, las características referidas a la ilustración, en general, de las décadas que preceden al periodo que estudiamos en la presente investigación; en su obra, dedica un apartado al cartel, al que considera un género de la ilustración gráfica, que aparece reproducido en la prensa de la etapa que ella analiza. La autora reclama para el cartel un lugar junto a las otras formas de arte y declara la necesidad de realizar una investigación especializada sobre el cartel de Murcia, en la etapa que ella investiga, porque en su estudio solo aparecen de forma esporádica reproducciones de carteles en la prensa y revistas.

El dibujo se libera de su única función como boceto previo a la obra y pasa a ser la esencia de la ilustración moderna (Belda, 1993). Los artistas del momento no lo tuvieron como arte menor y supieron reconocer sus posibilidades como forma de expresión capaz de resumir en sencillo trazos la esencia de las noticias tanto de los acontecimientos como de las personas que se utilizó en los medios de comunicación impresos lo que incluye al cartel.

En la segunda década del siglo XX, después de la trágica guerra llena de sufrimientos, se produce una etapa de prosperidad económica que, junto a las ganas de olvidar lo vivido, trae consigo un ambiente de optimismo y brillantez que inunda la vida de las ciudades en todos los aspectos y que, por supuesto, se puede observar en las manifestaciones artísticas.

En los primeros años de esta década, los nuevos medios de comunicación -la radio, el cine y la proliferación de revistas y diarios-, acabaron con el aislamiento informativo, sobre todo cultural, que se vivía hasta entonces en la ciudad. En lo económico, la prosperidad llegó de la mano del sector de la exportación de conservas y de frutas, lo que atrajo al capital y éste, a su vez, propició la apertura de bancos. Aumentaron los viajes de los murcianos y la apertura al exterior favoreció los intercambios en todos los ámbitos. Entre otros, los mencionados artistas del estudio de la calle Riquelme ampliaron sus contactos con los viajes al extranjero. Por ejemplo, Planes se marcha a

² Para entender el clima cultural de la Murcia de principios de siglo, la obra de María Arroyo Cabello (1994) sobre periodismo cultural del primer tercio del siglo XX es muy enriquecedora porque presenta la forma en que el movimiento cultural murciano se plasma en el medio de comunicación más importante del momento.

estudiar escultura a Madrid. Para ganarse la vida, este artista diseñaba las portadas de la revista de arte y literatura, por ejemplo, Orospeđa que se imprimía en Valencia, primero, y, después, en Murcia.

También favorece la expansión cultural la estancia en Murcia de artistas foráneos como los pintores ingleses Tryon, Japp y Gordon (Hervás Avilés, 1999). Fruto de estos contactos es, por ejemplo, el viaje de Pedro Flores a Francia a visitar a Japp, a cuyo regreso recorre diversas ciudades para conocer a artistas de la talla de Pío Baroja, Solana y Vázquez Díaz. El joven artista en esta ocasión acudió al café Pombo, lugar que frecuentaba Planes, para asistir a la tertulia de Ramón Gómez de la Serna. Hervás Avilés (1999, p.28) describe muy bien esta circunstancia:

“Juan Guerrero, Jorge Guillén, Cristóbal Hall, Darsie Japp, Juan Bonafé, Esteban Vicente, José Ballester, Joaquín García y algunos otros tejen desde Murcia una compleja red de relaciones entre poetas, pintores, críticos, literatos, periodistas...que abarcan a casi todos los protagonistas del arte español del momento y a la nómina completa de los poetas de la generación del veintisiete.”

Como ya se ha expuesto, el nacimiento del cartel en España se produce con el perfeccionamiento de la litografía y la potenciación de la industria a principios del siglo XX y se va depurando hasta llegar a figuras tan relevantes, como Ribas, Penagos, Bartolozzi y un largo etc., que consiguieron superar la imagen del cartel español en el extranjero todavía vinculada a los cartones taurinos.

Los afamados cartelistas que se ganaron su reputación demostrando, una y otra vez, su buen hacer en los concursos de la época, ejercieron una gran influencia en toda España y, por supuesto, en Murcia. Ruiz Llamas (1992) destaca la repercusión sobre los cartelistas murcianos de las tres figuras del momento mencionadas, a saber: Rafael de Penagos, Federico Ribas y Salvador Bartolozzi.

Penagos, ganador del concurso de carteles de los bailes de máscaras del “Círculo de Bellas Artes” durante siete años consecutivos desde su primera convocatoria y de tantos otros premios, hizo vibrar a la sociedad burguesa del momento con el estilo personal de sus ilustraciones. Ribas se empapó de las tendencias artístico-ilustrativas de vanguardia durante su estancia en París y, cuando se instaló en Madrid en 1916, supo desenvolver un estilo propio que repercutió en Murcia de manera especial, al igual que Penagos. El tercer estilo que impactó en los artistas murcianos del momento fue el estilo no convencional de Bartolozzi que, entre otras cosas, aplicó la técnica del óleo a la creación cartelística.

Los jóvenes artistas murcianos comienzan su andadura exponiendo su obra, y las instituciones públicas los apoyan con becas para su formación dentro y fuera del país. Por ejemplo, Pedro Flores y Garay exponen por primera vez en Murcia en el Círculo de Bellas Artes. Mas tarde, en 1927, participan en una exposición colectiva en Barcelona en la famosa galería Dalmau; y unos meses más tarde, con ayuda institucional, llegan a París acompañados de Gaya, donde conocen a Picasso y a otros artistas españoles que residen allí en esos momentos. Todo esto los pone en contacto con el arte de vanguardia lo que trasladarán a la ciudad en sus obras, escritos y tertulias.

En cuanto al cartel se refiere, es un vehículo de información donde la combinación de imagen-texto debe hacerse de manera que llame la atención, sea comprensible y persuada al público. Desde 1900, el cartel era un instrumento publicitario fundamental donde los artistas de la época integraban la creación artística y decorativa con el objetivo práctico de la publicidad. Los pintores de esta etapa componían los carteles mediante una expresividad descriptiva, con naturalidad y sencillez, utilizando los cuatro planos tonales básicos.

Técnicas como la ilustración, la estampación (Belda 1993, p.7) y la fotografía artística fueron muy bien aceptadas por los ciudadanos porque reconocían al instante “la silueta majestuosa de la torre catedralicia, la belleza de la huertana y el colorido de su refajo o sentir, bajo las abigarradas líneas del dibujo, el trazo fugaz de los fuegos artificiales”.

Se puede hablar de tres vías de desarrollo (Ruiz Llamas, 1992) que impulsaron el cartel en Murcia: los concursos anuales del Círculo de Bellas Artes de Murcia, la difusión de las fiestas por parte de las instituciones públicas de la ciudad (Ayuntamiento, Diputación, etc.), y las entidades comerciales para ayudar a vender sus productos. Sobre estos tres tipos de actuación, damos, a continuación, algunos datos que se interrelacionan. Por ejemplo, si hablamos de los concursos de carteles de ciertos años, hablaremos de las polémicas sobre los fallos del jurado que saltan en ese momento a la prensa.

Las funciones principales que cumple el cartel murciano en aquel momento, por el uso que de él hacen las empresas privadas y las instituciones públicas eran, a juicio de Ruiz Llamas (1992, p. 261), “básicamente: la cultural, recreativa o de información, y la puramente comercial, esta última considerada como el arte de la calle, puro, simple y, como tal, popular.”

En la etapa que integra los años veinte y los treinta -hasta la guerra civil española de 1936-, ciertos grupos de artistas y críticos de arte apuestan por un nuevo concepto de arte. El debate sobre la noción de arte (*nuevo arte, nuevo clasicismo, retorno al orden*) se convierte en una discusión habitual que tiene como foro las publicaciones especializadas en arte y literatura que, como hemos apuntado, emergen por todo el país. En estos momentos, en Murcia el mundo del cartelismo en la ciudad estaba en pleno apogeo y esto trasciende a la prensa, donde los críticos de arte, los propios artistas y los periodistas, departen sobre cómo debe ser un cartel y cómo lo hacen los artistas. Los cartelistas salen al paso en los mismos medios y expresan su desacuerdo sobre los criterios que deben regir la obra cartelística de este género de ilustración.

El Liberal es el periódico más referenciado como fuente en la que aparecen estos comentarios de ida y vuelta sobre el cartel. Todo lo cual pone de manifiesto tanto los problemas locales que surgen con determinados carteles, como las ganas de igualar la calidad del cartel murciano al nivel nacional siguiendo las tendencias del momento. Junto a estas manifestaciones la actividad en torno al cartel se revela en exposiciones, concursos y teorización sobre el mismo.

El empuje del cartel lo dio en Murcia, como en casi todas las ciudades españolas, el “Círculo de Bellas Artes” que convocaba sus concursos emulando la labor de la misma institución en la capital de España. En cuanto a las convocatorias de concursos de carteles, Murcia sigue el ritmo nacional, sin retrasos provincianos. Prueba de ello es la mención que hace en su libro Santos Torroella (1949) del concurso que en 1920 convoca en Murcia la revista *Estudios Médicos* al que se dota con un fuerte premio (cinco mil pesetas).

Los artistas noveles de Murcia impulsados por las nuevas normas decorativas intentan situar sus obras en un terreno todavía reacio a los cambios. En estos años se llevan a cabo una serie de actividades que van a potenciar la elaboración cada vez más profesional del cartel. Estas actividades son los mencionados concursos, las exposiciones que de ellos se derivan, y las exposiciones que se organizaban en otros lugares del país, junto con los debates provocados por las primeras manifestaciones acerca de los criterios que se deben seguir para crear y realizar un cartel, así como las críticas a los artistas por los carteles que presentaban a los concursos de renombre.

Uno de los protagonistas de estas polémicas sobre el cartel es un personaje peculiar y representativo de los años veinte en Murcia llamado Gil de Vicario. Natural de Burgos (1898), llegó a Murcia con diecisiete años y una buena educación artística que compartía con sus amigos como Luis de Garay. Estuvo siempre muy bien relacionado con los pintores de la época sobre todo en Madrid, donde expuso con cierta frecuencia y donde colaboró en proyectos editoriales. Se trata de una persona polifacética en sus actividades (pintor, ilustrador, diseñador gráfico, crítico de arte, escritor, escultor y profesor), y destacaba por representar a la perfección al dandy de la época según lo describe Luis Garay en un artículo de *El Liberal* de 1923. En el texto encontramos lentes circulares de gruesos arcos de concha, guantes de gamuza amarillos, camisa de puños blancos y almidonados, fuerte perfume de última moda de marca, sombrero de piel de topo, corbata al batik, que frecuenta lugares como el teatro, el casino, viaja en un veloz automóvil gris Hispano de cuarenta caballos y que, por supuesto, filtra y alterna en fiestas con bellas señoritas.

Gil de Vicario, además de pintor, realizó trabajos de diseñador gráfico, como el catálogo que compuso en 1924 para los almacenes La Alegría de la Huerta -abiertos por Joaquín Cerdá en la calle salón Platería- que muestra la variedad y calidad de todos los productos que se podían encontrar en ellos, y da fe de que la ciudad estaba al día en modas y costumbres. Se presentó en varias ocasiones al concurso de portadas de la revista Blanco y Negro, y mostró su obra en la Exposición Internacional de Venecia. Desde 1920 Gil de Vicario realiza ilustraciones y cabeceras para la revista Estudios Médicos y desde 1924, anuncios para distintos productos. Prepara la cabecera de la *Gaceta del Automovilismo*. Desempeña la labor de director artístico de la editorial Levante de 1920 a 1928 año en que fallece el dueño y cesan las publicaciones. Desde 1921 ilustra la revista *Región Gráfica* y las tres portadas de la revista Levante y las entradillas de sus secciones, así como la cabecera de Levante Agrario en 1922. El 11 de enero de 1926 *El Liberal* lanza el "almanaque artístico-literario-humorístico" cuya portada es obra de Gil de Vicario que era director artístico del periódico, además de ilustrador y crítico de arte (Arroyo 1994, p.84). Diseña, además de la cabecera de una revista anual que lanza el comercio llamado El Bazar Murciano. Realizó una intensa actividad en la ciudad hasta 1930 cuando se marcha a Vigo a trabajar en su cátedra de Dibujo y tras esto a Barcelona donde ejerce como profesor y colabora en el periódico *La vanguardia*.

Para el profesor Belda Navarro (1993) Luis Gil de Vicario tuvo una influencia decisiva en el desarrollo del cartel en Murcia al señalar los ejes básicos de su composición. El artista expuso sus teorías en cuanto a los métodos a seguir para la creación del cartel, la necesidad de comprender su lenguaje y acerca del sentido de sus ilustraciones como temas. Argumentó la independencia del cartel y entendió sus formas visuales como complemento del arte contemporáneo.

Como la pintura no daba para vivir, la mayoría de los pintores de la época trabajaban en los medios impresos. Al igual que su amigo Garay, Gil de Vicario realizó ilustraciones para periódicos, diseñó portadas de libros y revistas y se presenta a los concursos de carteles. Garay trabaja como dibujante litógrafo y pinta por la noche como Pedro Flores. Los principales periódicos editaban números extraordinarios con los acontecimientos más importantes del año que incluían muchas ilustraciones. En los extraordinarios de *La Verdad* podemos ver los dibujos de Pedro Flores, las ilustraciones de Zaragoza (en 1925) y Garay, y las realizadas desde 1928 por Gaya para estos números especiales -así como para un almanaque del mismo título- y la obra de Almela Costa que se encarga de números enteros en cuyas portadas aparecen sus cuadros. Gaya colaboró, así mismo, en la revista *Mediodía* de Sevilla hacia 1929. De Luis Garay podemos ver también dibujos y cabeceras en los anuarios de *La Verdad* y *El Liberal*. Pero este pintor, que realiza su obra pictórica en su estudio de la calle De la Gloria por las noches, trabaja de litógrafo durante el día y colabora como ilustrador con los medios de forma constante, no esporádica, como muchos de sus contemporáneos. Además de dibujante y caricaturista, Garay escribió artículos sobre arte. De Joaquín García se puede ver una ilustración en el periódico *El Liberal*.

El grupo formado por Garay, Gil de Vicario Joaquín García, Pedro Flores y Ramón Gaya, que era muy joven por entonces, se presentaban a los concurso de carteles del baile de carnaval convocado por el Círculo de Bellas Artes de Murcia.

Es muy enriquecedor leer los textos que entresaca la investigadora Ruiz Llamas (1992) en su libro sobre ilustración para entender el clima que se vivía en la ciudad respecto del cartelismo. En estos debates periodísticos destaca la intervención del polifacético Gil de Vicario. A continuación, recogemos una serie de acontecimientos y comentarios escritos en la prensa, relativos al cartel y a los cartelistas de estos años, en orden cronológico.

En 1920 Gil de Vicario (1920, 4 de febrero citado por Ruiz Llamas, 1992, p.262) en un artículo publicado en *El Liberal* de Murcia titulado "Exposición de carteles" expresa de la siguiente manera el concepto que del cartel se tenía en nuestra ciudad por parte de los artistas que los creaban:

"Un cartel no es un cuadro ni nada que se le parezca. Son armónicos colores que han de gritar; dispuestos planamente y supeditados a un superior dibujo (...) Ha de tender a un ideal: la simplificación. Y dentro de él aunar el sumun de belleza humanamente posible".

En estas líneas quedan patentes varias cuestiones. La primera de ellas es la clara distinción entre un cartel y una obra de arte (cuadro). Esta delimitación se hace en pro de la calidad del cartel puesto que supedita la belleza a la función de reclamo que debe cumplir (han de gritar); no obstante, el cartel debe ser tan bello como sea posible, es decir, la estética de la gráfica forma parte de la esencia del cartel.

En segundo lugar, se destaca la importancia de la imagen y la función del color para cumplir este objetivo. Se reconoce la distribución de los elementos en una composición regida por lo que ahora conocemos como diseño gráfico.³Por último, se reconoce la intervención del espectador en el

³ Ver las coincidencias de estos conceptos con lo expuesto sobre el diseño por Joan Costa en 2010 en el documento marzo-abril'10 en su página web. J.Costa.com.

proceso creativo ya que el cartel ha de ser sencillo en función de que sea comprendido de forma correcta por el público.

Uno de los artistas del momento que integró las formas del arte en los carteles publicitarios fue Luis de Garay. Este pintor realizó sus posters utilizando diversas técnicas como acuarelas, temple y litografías. Garay fue premiado en diversos concursos de carteles desde 1919, año en el que se presentó por primera vez al concurso del cartel para anunciar la novela de Jara Carrillo titulada "Las caracolas". Como cartelista, el pintor destacó en su momento por la ruptura de las formas aceptadas, en definitiva, fue un revolucionario del género en Murcia. En 1921 le concedieron un accésit en el concurso de carnaval a su cartel titulado "Viva el carnaval". Este carácter rompedor del artista lo podemos constatar de la mano de Gil de Vicario (1921, 6 de febrero, citado por Ruiz Llamas, 1992, p.262) que se refiere a Garay en un artículo de *El Liberal* donde reconoce que en sus carteles se permite "ciertas libertades" que los dotan de calidad artística por sus colores y formas. El ganador del concurso de ese año fue Joaquín -reconocido pintor murciano- que presentó un cartel valorado por su fuerza de atracción y porque expresaba la esencia del carnaval.

En la siguiente edición del concurso de carteles de carnaval del Círculo de Bellas Artes de Murcia, en 1922, Garay ganó el primer premio. Su cartel está pintado al temple con cuatro tintas planas sobre fondo blanco y gran simplificación lineal procurando el impacto visual. Para Ruiz Llamas (1992), la técnica para elaborar carteles de Garay se compone de contrastes, colores simples y superposición de matices definidos. El segundo premio de esta convocatoria se otorgó a Pedro Flores que demostraba ser tan buen dibujante como pintor; de su estilo cartelístico destacan sus "figuras vigorosas y cálidas entonaciones" (Ruiz Llamas, 1992, p.264). El pintor mostró su aplicación de las nuevas tendencias estéticas en un segundo cartel presentado este mismo año de estilo cubista picasiano que también recordaba a los carteles de Toulouse-Lautrec. El cartel premiado con el tercer puesto fue realizado por Ramón Gaya que entonces contaba solo doce años y destacó por la sencillez de su composición y su concepto decorativo.

Aparece en la prensa la crítica de Gil de Vicario sobre el cartel presentado a esta edición por Ramos Esbry al que acusa de plagiar a Riera y Ribas en su anuncio para una marca de discos (Odeón). Se establece una disputa entre ambos artistas mediante artículos en el periódico *El Liberal*⁴. El criticado responde acusando a su vez a Gil de Vicario de copiar un anuncio de productos musicales de Kessles para el cartel que presentó fuera de concurso. El debate se concluye con la demostración de Gil de Vicario de que el dibujo del cartel era suyo porque estuvo expuesto en Madrid antes de la aparición del anuncio del alemán. Desde este año se suceden los debates sobre nociones del cartelismo y sobre las decisiones de los jurados a la hora de premiar los trabajos que se presentan a cada edición.

⁴ Gil de Vicario, (1922, 19 de febrero). Exposición Concurso Carteles Carnavalescos. *El Liberal* 19-2-1922; Gil de Vicario, (1922, 24 de febrero). Artículo. *El Liberal*; Ramos Esbry, (1922, 25 de febrero). Mis Últimas Palabras. *El Liberal*. Y Gil de Vicario, (1922, 26 de febrero). Exposición Concurso Carteles Carnavalescos. *El Liberal* 26-2-1922. Citados por Ruiz Llamas, 1992, pp.263-264.

En el concurso de carteles de carnaval del año siguiente (1923), el trabajo de Garay es criticado por un anónimo que lo acusa de imitar a Bagaria⁵ al que, al mismo tiempo, desprecia por muy reconocido que este fuere a nivel internacional. El desconocido califica al cartel de sordo e inexpresivo y critica el descuido del dibujo. Estos comentarios dejan ver el enfrentamiento de las nuevas formas creativas y movimientos artísticos, frente a los cánones clásicos del arte en general, y de la pintura y el dibujo en particular. Garay (Ruiz Llamas, 1992, p.263) responde a su detractor ensalzando la figura de Bagaria, seguidor del arte japonés, considerado uno de los mejores dibujantes y caricaturistas de la primera mitad del siglo XX y validando las raíces que los artistas tienen en otras figuras del arte.

La actividad de los artistas murcianos a nivel nacional era un hecho. Como muestra cabe reseñar el premio concedido a Julián Alcaraz en 1924, por su cartel anunciador de la Feria de Bilbao. Este artista murciano dominaba a la perfección el tema taurino.

Al año siguiente, 1925, la participación en el concurso de carteles de carnaval del Círculo de Bellas Artes de Murcia fue menor, pero, según los comentarios de Gil de Vicario (1925, 17 de febrero, citado por Ruiz Llamas, 1992, p.267) en *El Liberal*, los carteles presentados muestran que los artistas siguen las normas propias del concepto de "affiche". Destacamos en este punto la calidad de las obras y la puesta al día de los artistas murcianos en todo lo tocante al arte de vanguardia y a la diferenciación conceptual de las distintas manifestaciones gráficas en las que el arte interviene. Estos años constituyen la época del auge del cartel en Murcia.

En 1926 Pedro Flores critica en la prensa la decisión del jurado del concurso de carteles de carnaval del Círculo de Bellas Artes de Murcia, y propone que fuera la Asociación de Dibujantes Españoles (Madrid) quien organizase el jurado. Este comentario vuelve a corroborar las relaciones con el exterior mantenidas por un importante grupo de pintores y artistas murcianos (por su calidad intelectual y por su obra), frente a la imagen de aislamiento provinciano que Murcia puede proyectar, por desconocimiento de los movimientos culturales llevados a cabo en la vida, y de la mano, de los citados artistas y de su entorno.

Una de las revistas especializadas más importantes de esta etapa, a pesar de su corta duración, fue la revista de Juan Guerrero y Jorge Guillén *Verso y Prosa*. Se publicó en Murcia como continuación del suplemento literario del periódico local *La Verdad*. Vieron la luz doce números entre enero de 1927 y octubre de 1928. En sus páginas participaron todos los poetas de la Generación del 27 como Rafael Alberti, Dámaso Alonso, Federico García Lorca y Vicente Aleixandre y pintores como Pablo Picasso, Cristobal Hall, Benjamín Palencia, Bonafé, Esteban Vicente, María Mallo, Pedro Flores, Ramón Gaya y Luis Garay. Además, *Verso y Prosa* dió cuenta de todas las exposiciones en las que participaron Flores, Garay o Gaya, tanto en España como en el extranjero (Arroyo 1994, p.98).

Junto con la aparición de *Verso y Prosa*, *El Liberal* publica un número extra en el que Gil de Vicario, como director artístico, consigue colaboraciones de personajes de reconocido prestigio

⁵ Luis Bagaría (Barcelona, 1882 - La Habana, 1940) ilustrador renovador del género de la ilustración por sus trazos sintéticos y expresivos que publicó en la prensa catalana (hasta 1912) y madrileña (hasta 1936). Trabajó en la revista *España* y el diario *El Sol*. Ver *Luis Bagaría, 1882-1940*. (1983). Cat. Expo. Madrid: Biblioteca Nacional, Ministerio de Cultura.

como Federico Ribas, Barbero, Roberto Martínez Baldrich. Los números extraordinarios de poesía de la época: *El Faro de Vigo*, *El Liberal* y *La Verdad* contaron con magníficos colaboradores tanto literarios como artísticos que dieron gran impulso a la cultura murciana (Arroyo, 1994, p.86).

El Círculo de Bellas Artes continúa sus concursos de carteles de carnaval. En 1929 los ganadores son: primer premio para Joaquín García, segundo para Juan García Calvo y tercero para Antonio Alcaraz.

A finales de los años 20 Francisco Fuentes López ganó durante dos años consecutivos el Primer Premio del concurso del Círculo de Bellas Artes.

Hacia 1933 (Ruiz Llamas, 1992, p.47) “la centralización de convocatoria de concursos para carteles de Bellas Artes y entidades comerciales produce un desplazamiento de talentos provincianos a la capital.”

Además de este cauce, el cartel se desarrolló de la mano de entidades y empresas privadas que encargaban a los artistas murcianos los carteles para promocionar y vender sus productos.

Los anunciantes que se decidieron a utilizar este instrumento para hacer publicidad -algo también novedoso- fueron los pioneros de la actividad empresarial que luego llegará a esgrimirse como mercadotecnia o con el término más extendido marketing. Se trataba de los fabricantes de pimentón y conserva y de medianas empresas como almacenes El Águila.

Por lo que al cartel se refiere tenemos ejemplos de su uso a nivel comercial en los aparecidos en la revista *Estudios Médicos* (1920-1923) que anunciaban medicamentos cuyo autor era Gil de Vicario. En sus carteles se puede observar la convergencia de la variedad de movimientos artísticos del momento, subrayando la influencia del dibujo japonés y el uso del color. Otro ejemplo de cartel comercial lo tenemos en los dibujados por Nicomedes Gómez para anunciar películas que se divulgan en la revista *Ilustración Levantina* en el año 1928. No ahondamos más en este tipo de cartel para no desviarnos del tema pero hay que dejar constancia de que existía tal actividad.

Todavía en estos años los carteles no se imprimían para colocarlos en las calles. Se podían contemplar en las exposiciones organizadas, por ejemplo, por el Círculo de Bellas Artes para los carteles de carnaval, o en los periódicos y revistas. Esto último ocurría con los carteles comerciales y muy poco con los carteles de fiestas o de productos culturales. Cuando Penagos ganó el concurso de la exposición Ibero-Americana se empieza a pensar en esta práctica, pero todavía hubo que esperar unos años para que esto ocurriera.



Como ya hemos apuntado, la tercera vía de desarrollo del cartel en Murcia fueron las Instituciones Públicas como la Diputación y el Ayuntamiento. Por lo que atañe a esta investigación hay que señalar que los carteles de fiestas eran encargados o sacados a concurso por dichas instituciones, es decir se trataba ya de publicidad institucional.

En 1922 y 1923 Gil de Vicario realiza los carteles y programas de mano de la Feria y fiestas de Murcia de septiembre.

En 1926 Luis Garay ganó el concurso del cartel de la



Feria de Septiembre que no fue difundido por ningún medio, el lema de su obra era “caballitos”.

Debemos mencionar para conocer el contexto específico del cartelismo en Murcia, que durante estos años, para los carteles taurinos se traían las ilustraciones ya impresas de la imprenta de José Ortega de Valencia y aquí, Carmelo Bueno, que ejercía de corresponsal de la imprenta valenciana, imprimía los textos. De estos años son el cartel de 1926 de Ruano Llopis y el de 1927 de Roberto Domingo que dominaban el género y eran reconocidos en toda España.



En 1927 Gil de Vicario presenta un cartel en el concurso organizado para la exposición Ibero-Americana con el que consiguió un premio de 250 pesetas. Es otra prueba de la intervención fuera de Murcia de los artistas del momento (Ruiz Llamas, 1992). Este mismo año realiza el cartel (óleo) con motivo de las Fiestas de abril y de la coronación canónica de la Virgen de la Fuensanta, Patrona de Murcia, por encargo del Ayuntamiento (siendo alcalde Francisco Martínez).

Sin embargo, se convocó un concurso de cuya resolución no se tuvo noticia. Al mismo tiempo apareció en un extraordinario de *La Verdad* un cuadro del pintor Almela Costa.



De 1927 hemos encontrado un cartel de Alcaraz que anuncia las Fiestas de Abril y de la coronación canónica de la patrona María Santísima de la Fuensanta. En el mismo cartel aparece la referencia de la imprenta de Valencia de Ortega y el texto que especifica que el “representante en Murcia” era “Carmelo Bueno”.

El cartel de las Fiestas de Primavera y Semana Santa de 1928 podemos verlo en la revista Flores y Naranjos encontrado por Ruiz Llamas (1992, p.266) en su ya mencionada investigación.



En 1929 Gaya realiza el cartel que anuncia al mismo tiempo las Fiestas de Primavera y la Semana Santa.

La llegada de los años treinta se caracteriza por el cambio de panorama entre los jóvenes artistas de la ciudad. A la ausencia de Gil de Vicario se une la marcha a París de Pedro Flores y las estancias cada vez más prolongadas de Gaya en Madrid para estar con Bonafé y Esteban Vicente. A esto se suma la repercusión del crac del 29 en Europa que afecta de modo especial a los artistas provocando la vuelta al país de los pintores que residían en París. El gobierno de la república convoca oposiciones para profesores de dibujo de los institutos y liceos del país a las que acuden los artistas que necesitan trabajar.

La situación económica empeora lo que genera tensiones y conflictos entre trabajadores y empresarios. En la región se producen altercados como la manifestación de trabajadores en Lorca de 1931 que fueron reducidos por la fuerza. En 1934 se llama a la huelga general entre los trabajadores de las localidades más industrializadas. Se producen paros en diversos sectores y los medios de comunicación se ven afectados por el nuevo panorama. Muchas de las publicaciones de

los años veinte desaparecen y se sustituyen por títulos de corta vida como la revista heredera de *Verso y Prosa*, que bajo el nombre de *Sudeste* publica cuatro números, ilustrada por Maruja Mallo, Bonafé, Garay y Gaya.

Siguiendo con los carteles festeros, en 1930 la Casa Regional de Madrid convoca un concurso de carteles en el que resultó premiado Joaquín García y se le concede el mérito artístico a Juan García Calvo.

En esta nueva década los artistas que más trabajaron fueron Gaya, Garay, Almela Costa, Torrentbó y en menor medida Joaquín García y Vicente Viudes. Gaya era conocido a nivel nacional entre otras cosas por las portadas para Blanco y Negro y las cubiertas de libro. Almela y Torrentbó realizan ilustraciones para *La Verdad*. Mientras Garay colabora con *El Liberal*, diseña portadas de libro y logotipos y carteles para empresas, y continúa pintando y exponiendo su obra, como en 1934 en el Ateneo de Alicante.

En estos años un grupo de jóvenes fotógrafos siguieron los pasos de los veteranos Juan Almagro y Mateo, y sus imágenes de edificios y monumentos murcianos sirvieron de fondo de los carteles de la época.

En 1932 el Ayuntamiento encarga a Garay el cartel de las Fiestas de Primavera y gana varios premios con los bocetos para las carrozas de la Batalla de Flores.

Con motivo del concurso de carteles de la Federación de Estudiantes Católicos, Joaquín García obtiene el segundo premio en 1933 junto a Sánchez Azcoitia y Vicente Viudes que obtienen respectivamente el primer y segundo accésit.

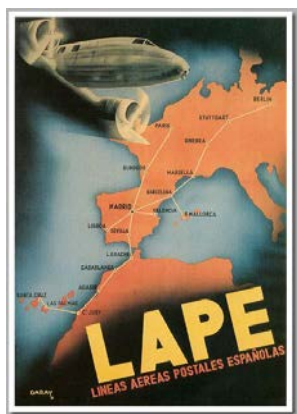
Otra prueba de la proyección fuera de Murcia de los cartelistas del momento fue el tercer premio que obtuvo Juan Bonafé (que vivía en Murcia) y la mención honorífica de Ramón Gaya en el Concurso de carteles de El Norte de Castilla. Cabe también destacar que se imprimió y difundió el cartel de Gaya por su calidad técnica por encima de los carteles de Penagos y Cossío a los que se les concedió el primer y segundo premio respectivamente.

En 1933 se crea la Escuela de Artes y Oficios de Murcia, pero su despegue se ve truncado por el estallido de la guerra civil. Entre los profesores de la misma se encuentran Garay, Planes, Joaquín, Victorio Nicolás y Clemente Cantos.

En 1933 el cartelista valenciano Renau, realizó la portada del folleto de las Fiestas de Primavera. Este mismo año, el cartel se empieza a utilizar con fines políticos. Es un medio que sirve para difundir los ideales políticos y alcanzar el interior de las personas que en estos momentos vivían una situación política muy intensa. Ruiz Llamas recoge la situación de estos años de las aportaciones de Joseph Termes (1978, citado por Ruiz Llamas, 1992, p.270) con motivo de la exposición de carteles de la República y de la Guerra civil de 1936. Entonces el cartel competía con los medios propagandísticos de la época –radio, cine y mitin sobre todo– con el



objetivo de incardinar en la población sus consignas e ideales políticos.



Los artistas se posicionaron en los distintos partidos políticos utilizando sus obras para lograr la adhesión de los ciudadanos a sus filas. Los carteles políticos sí se imprimieron y cubrieron las paredes de las calles. Por ejemplo, en Murcia, Ambros trabajó para Acción Popular e hizo varios carteles difundidos a su vez en el diario *La Verdad*. La izquierda política murciana cercana al periódico *El Liberal*, contó con las aportaciones de Garay, Joaquín y Torrentbó. Por ejemplo, Garay realizó un cartel tamaño 70x100, para las Líneas Aéreas postales españolas en 1936 y otro para el quinto regimiento en 1937 cuyo texto es "Limpio de fascistas nuestro país".

Los artistas se organizaron formando colectivos con el objetivo de crear y realizar carteles políticos que divulguen sus consignas. El colectivo de propaganda que se reunía en el Claustro del Monasterio de Santa Clara era el más relevante en la ciudad. Lo integraban, entre otros Palmero, Almodóvar del Campo y, según Ruiz Llamas (1992, p.117), Garay, Garrigós, Victorio Nicolás. Sin embargo, (Ruiz Llamas, 1992, p.120 y Hervás Aviles, 1999, p.150), el grupo de artistas dirigido por Garay trabajó para Izquierda Republicana en el ático de la Sociedad Económica de Amigos del País, y junto a Garay, Garrigós, Victorio Nicolás y otros (al parecer Palmero también colaboró con este grupo), elaboraron dibujos y pinturas de gran formato al estilo soviético que fueron enseñadas al público en una exposición. En el Salón Grande del Romea trabaja otro grupo que contaba con Bonafé entre sus integrantes. Los artistas debían moverse con libertad puesto que hemos encontrado datos que sitúan a Garay, Garrigós, Victorio Nicolás y Palmero tanto en el grupo de las Anas como en el de la Sociedad Económica.

Por su parte, los estudiantes católicos continuaron con su convocatoria del concurso de carteles, que en 1935 ganó una mujer, Sofía Morales y al año siguiente, 1936, León Martínez Saavedra. Otro ejemplo de la actividad cartelística de estos años, lo encontramos en el concurso de carteles de propaganda organizado por la revista de la FUE (Federación Universitaria Escolar), que ilustra Garay, en 1937.



Ramón Gaya traslada su residencia a Valencia en 1936, donde realiza carteles de diferentes temáticas, como el anuncio de la revista mensual *Hora de España* de cuyo comité de redacción forma parte, el cartel para el II Congreso Internacional de Escritores para la defensa de la cultura de ese

mismo año, el cartel de la representación de la obra “María Pineda” dentro de los actos del congreso, y otro para el Patronato Nacional del Turismo con el siguiente texto: “El arte en España es un objetivo de la aviación fascista”.

Hay que resaltar la polémica protagonizada por el pintor murciano Ramón Gaya y el reconocido Joseph Renau (1976, pp.88-100) en torno a la concepción artística del cartel que tuvo lugar en la citada revista, *Hora de España*, como medio de intercambio de opiniones. Incluimos estas cartas en Anexo 1 porque son documentos de una inmensa grandeza artística tanto por su contenido como por su forma, así como por la valía de su procedencia, nos referimos a dos artistas contemporáneos españoles cuyo reconocimiento ha superado las fronteras de nuestro país.

En estas cartas se expone una cuestión sobre la concepción del cartel aún hoy vigente. Esta cuestión trasciende en nuestros días al cartel y alcanza a toda la producción publicitaria. Se trata de la combinación arte/eficacia en la creación de los manifiestos⁶ publicitarios.

Como hemos apuntado, aún hoy se debate sobre la importancia de la expresividad artística, en términos de impacto visual, en pro de la consecución de los fines que se quieren alcanzar con las campañas publicitarias, es decir, en pro de la eficacia.

La controversia comienza con la carta de Gaya titulada *Carta de un pintor a un cartelista* aparecida en enero de 1937 en el número uno de *Hora de España*. El pintor denuncia la situación del cartel en tiempos de guerra en España. A su entender, estos manifiestos de guerra no dicen nada ni llaman la atención porque los cartelistas no supieron superar la creación de carteles no comerciales. Es decir, los carteles que no anuncian un producto o marca para que sea comprado. Gaya reflexiona en esta epístola sobre el objetivo del cartel bélico y del referente del mismo. Critica la falta de libertad artística que el “pintor de carteles” sufre en la publicidad comercial que, además, ha sido la causa de la poca calidad de los carteles de propaganda política. Recogemos a continuación una selección de frases del propio Gaya (reproducidas en Renau, 1976, pp.88-91) para ilustrar el espíritu de la carta:

“Nuestra guerra civil tuvo y tiene a prueba no solamente al cartelista, sino al propio cartel.

(...)En España hay, había muy buenos pintores de carteles.(...)Pero ahora los mismos cartelistas, con la guerra y en la guerra, no han sabido acertar.(...)La misión del cartel dentro de la guerra no es anunciar, sino decir cosas, cosas emocionadas más que emocionantes. Por eso hasta los mejores cartelistas se han equivocado ahora, se han equivocado porque nunca se les pidió más que eficacia, cálculo, inteligencia, hasta el punto de dejar que olvidasen aquello que, en cambio, tanto se pide al pintor, al músico, al poeta total, es decir, el alma, el sentir. De tanto perfeccionarse en la frialdad y en la sequedad, cuando los cartelistas decidieron decir cosas, es más decir cosas humanas, no les obedeció la voz.”

Gaya reflexiona sobre la diferencia entre los carteles en función del referente, es decir, según la realidad de la que hablen y denomina “cartel-pintura” al cartel de guerra. Mientras en los carteles comerciales el cartelista puede quedar emocionalmente al margen de lo anunciado, el cartel de guerra demanda de su autor al artista que “desnuda, aclara, hace más transparente la historia”, frente al artífice que “cubre y esconde con adornos aquello que tratamos de ver”.

⁶ Tomamos la noción de *manifiesto* de Joannis (1986).

Desde esta perspectiva del cartelista-pintor expresa su desprecio hacia las técnicas más novedosas que entonces suponían *La Vanguardia* del diseño cartelístico. Concretamente el uso de tintas planas, el sombreado mecánico, el fotomontaje y los carteles en los que solo se utilizan tipografías.

Para Ramón Gaya los carteles de guerra deben “*expresar, decir, levantar, encender* aquello que *habita ya de antemano* en las gentes”. Y el único camino para conseguirlo es el arte “libre, auténtico, espontáneo, sin trabas ni exigencias, sin preocupación de resultar práctico y eficaz” (Renau, 1976, p.92).

Nos detenemos en este punto porque este debate sobre la forma de creación específica del cartel de guerra se podría referir al cartel de fiestas. Cartel no puramente comercial, que ha encontrado en la expresión artística su mejor cauce de la mano de los pintores de cada época, y que aún hoy, se pueden denominar “cartel-pintura”.

Por otra parte, Gaya ha encontrado ya la clave de la creatividad publicitaria que tanto ocupa y preocupa a los comunicadores en la actualidad. Se trata del conocimiento del receptor en términos de comunicación y del público objetivo en términos de comunicación publicitaria. Es decir, buscar qué y cómo expresar el mensaje para incidir en “aquello que *habita ya de antemano* en las gentes” es la esencia de toda estrategia de comunicación.

Renau responde a Gaya por la misma vía. Para el primero la postura de Gaya es contradictoria porque no distingue entre la función del artista libre y del cartelista. También discrepa sobre el desprecio de las técnicas cartelísticas del momento. Renau (1976, p.95) expresa con claridad la especificidad del autor de carteles en términos que trascienden a su época y que hoy están en absoluta vigencia, a excepción del término “masa” superado por el de receptor y que recogemos a continuación:

“Por eso el cartelista necesita de un *concepto objetivo* sobre las cosas, *calcular* profundamente sobre la *eficacia* de sus procedimientos expresivos y de una continua comprobación de su *capacidad psicotécnica* con relación a la naturaleza de las reacciones de la masa ante su arte.”

Las palabras que aparecen en cursiva de la mano del que escribe resaltan gráficamente la claridad de la postura de Renau sobre el cartel, su función y la de su autor, el cartelista. El resto de la carta lo dedica a defender la licitud y adecuación del uso de técnicas vanguardistas de expresión atacadas por su contemporáneo: la tinta plana utilizada por Picasso y los cubistas, el elemento fotográfico con el que los dadaístas expresaron sus emociones y el fotomontaje del revolucionario Heartfield. El autor de la carta se despide dejando abierta la posibilidad de hablar de otro cartel refiriéndose al cartel de guerra, pero no de otra manera de creación del cartelista e insta al perfeccionamiento de los medios técnicos de vanguardia en su uso cartelístico.

El intercambio de opiniones termina al mes siguiente con una carta de Ramón Gaya en la que vuelve a mostrar su posición cuando distingue entre la publicidad comercial y la publicidad política (propaganda bélica en este caso). Gaya ha trabajado para marcas comerciales y conoce “los rigurosos compromisos, deberes, exigencias, obligaciones, a que está sometido un dibujante o cartelista” lo que no está reñido con su posición frente a un cartel que habla sobre algo que atañe al autor directamente, porque el cartelista es uno más de los ciudadanos inmersos en la guerra y, por

eso, podrá expresar y suscitar emociones con sus carteles. Se despide de Renau en tono muy cordial y reconoce que están de acuerdo aunque no hayan logrado entenderse.

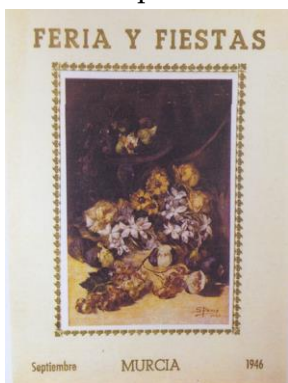
Nos hemos detenido en estos textos porque demuestran la puesta al día del cartelismo murciano de la mano, eso sí, del pintor murciano y cartelista Ramón Gaya. Las relaciones personales, profesionales y privadas, que mantuvo Gaya con sus contemporáneos sirvieron de red de transmisión que mantuvo a Murcia conectada a la actualidad cultural de su tiempo. En esta generación Murcia contaba con pintores, escultores, literatos, filósofos, pensadores, periodistas, dibujantes, fotógrafos, un conjunto de personas, en definitiva, preocupadas y ocupadas por los ideales culturales. Ideales que pasan por el desarrollo intelectual de los participantes en estos movimientos, reflexionando y buscando el sentido de la creatividad que es búsqueda de *La Verdad* y encuentro con la belleza (Ricarte Bescós, 1999).

Sirva como muestra de estas relaciones, el siguiente texto escrito por Isabel Fuentes a tenor de una breve biografía sobre Francisco Fuentes López (1900-1988) que forma parte del catálogo de una exposición sobre el artista realizada en 2009 en el Museo Ramón Gaya de Murcia (Fernández-Delgado, 2009, interior de contraportada):

“En su juventud asistió a las clases de dibujo de Círculo de Bellas Artes de Murcia junto con Alejandro Séiquer, Pedro Sánchez Picazo, José Planes, Joaquín o Clemente Cantos. Entabló gran amistad con muchos de aquellos compañeros, así como con Luis Garay, Ramón Gaya o Pedro Flores entre otros. Manuel Fernández-Delgado le escribía en una carta de 1974: *Echo de menos el confort de la amistad. Añoro aquellos años treinta en que éramos pobres, pero lo pasábamos bastante bien, espiritualmente al menos (...)*. Su primer éxito lo obtuvo como cartelista (...). Tras la guerra civil estudió con Gómez Cano, González Moreno, Hernández Carpe y otros.”

En el mismo catálogo Pedro Soler se refiere al artista como un hombre comprometido que formaba parte de la Junta de Salvación Artística junto con Garay y Joaquín, protegiendo piezas de gran valor que entonces se despreciaban sin saber qué se estaba haciendo. Este artista y Ramón Gaya, aprendieron de Garay y Flores la técnica del dibujo para la litografía en el estudio que los últimos tenían en la calle De la Gloria.

Se podrían añadir decenas de evidencias como esta que demuestran la



vida cultural de Murcia pero nos desviaríamos del tema central de esta investigación. Sirvan estas líneas para defender la existencia en esta ciudad de cartelistas que superaban el aislamiento provincial que por defecto se le supone a la cultura de las provincias españolas en la primera mitad del s. XX. De todo este grupo solo Sánchez Picazo no dejó paso a la nueva concepción de cartel que lo separaba de la pintura tradicional. El artista continuó aplicando los



esquemas pictóricos que dominaban el bodegón español a la hora de elaborar un cartel donde también se notaba su saber hacer como miniador (pintor e ilustrador de miniaturas) e iluminador.

Los carteles de fiestas no tienen una pura función de anuncio de los festejos sino que desempeñan una función muy importante para las instituciones públicas. En la historia de Murcia encontramos carteles que eran “una verdadera



declaración de principios relativa al nuevo orden más que una proclama festiva” (Belda, 1993, p.9). Como es el caso de los impresos de la “Feria de Septiembre” del año 1931 en el que se proclamó la II República. En la portada del folleto que contiene el Programa Oficial de los actos aparece una señorita que la representa. La joven levanta la bandera con la mano izquierda y con la derecha sostiene una espada hacia abajo mientras pisa la corona con el pie izquierdo, es decir, toda una



imagen significativa de la forma de entender el poder que ha de regir. Como anota Belda, en el interior del programa aparecen los retratos de los diputados de acción republicana, radicales y socialistas y por la imagen de la portada podría tratarse de la celebración de la citada proclamación más que de una fiesta local. Y es los aspectos festivos y políticos tienden a mezclarse en este tipo de publicidad institucional que son los anuncios de las fiestas locales. Cada propuesta política tiene su propio código de significados que reúne tanto el vocabulario como las imágenes que mejor transmiten su ideología. En consecuencia las referencias simbólicas que se utilizan en las proclamas festivas forman parte del lenguaje publicitario de los carteles a partir de los elementos visuales y escritos que funcionan como signos y que se articulan según la gramática semiótica y dotan de significado en el componente semántico con los códigos propios de cada colectivo. Del mismo año es el folleto ilustrado por Fuentes donde encontramos los elementos que se han mantenido en el tiempo para significar la feria de Murcia como veremos en el análisis, por ejemplo, los fuegos artificiales, farolillos y adornos, la noria y las carpas de la feria y el perfil de la catedral de Murcia entre los que destaca la emblemática torre.

El cambio de rumbo en la política del país rebosa en el programa de fiestas de año 1939 con un diseño sobrio al estilo de los carteles de propaganda falangista. En la portada aparece la Torre de la Catedral de Murcia y el perfil de la fachada de Belluga sobre el texto *AÑO DE LA VICTORIA*.

En 1939 en un concurso celebrado en Madrid por la Organización Juvenil es premiado el murciano José Aguirre que junto a su hermano Antonio son colaboradores de *La Verdad*.



Las consecuencias de la guerra en lo que se refiere a los artistas fueron, entre otras, la condena a Joaquín García a nueve años de cárcel en Ocaña; la suspensión de empleo como profesor de dibujo en la escuela de Artes y Oficios de Garay; Gaya marcha a México exiliado; Pedro Flores pasa un tiempo en un campo de refugiados en Francia.

En la década que comienza, hay un especial número de artistas que se trasladan a Madrid donde se formarán y lograrán reconocimiento por su trabajo artístico. Entre los que se quedan en la ciudad, se encuentran los reconocidos como Garay y Almela Costa, los que se reafirman por su

valía como Manuel Muñoz Barberán, Mariano Ballester, Molina Sánchez, Antonio Hernández Carpe y José María Falgas y continúan su formación jóvenes como Blas Rosique. En la década de los cuarenta se vuelve a impulsar el arte y la cultura dentro de la sociedad murciana tanto con acciones institucionales -a través de becas para estudios de arte, como de iniciativas de formación-, como por actividades desde ámbitos privados como las exposiciones que comienza a organizar El Casino de la ciudad. A esto se suman los círculos que se irán reuniendo en torno a reconocidos artistas como Joaquín.

La Guerra civil y la posterior guerra mundial paralizaron la marcha de la industria en la Región. La falta de materias primas, como el azúcar, y de materiales como la hojalata implica que en 1940 las conserveras estuvieran sin producción, y en consecuencia, las industrias gráficas que se dedicaban a la impresión de etiquetas y demás elementos necesarios para la conservación y exportación de los productos estaban bajo mínimos. Esto mismo ocurre con otros productos que se comercializaban en la Región. Pero la situación cambia de rumbo durante la Segunda Guerra Mundial por la demanda de Inglaterra de las conservas españolas. Esto culmina a mediados de los años cincuenta cuando se dispone de más hojalata y la industria se reactiva con fuerza.

El aislamiento con que Europa se enfrenta al régimen de Franco hará más dura y difícil la recuperación del país y la población hace esfuerzos por sostener a sus familias. En estas circunstancias la actividad de los diseñadores se reduce a los encargos anuales de los Ayuntamientos para sus fiestas como son los carteles y los programas de mano porque las empresas privadas, salvo contadas excepciones, no estaban todavía en condiciones de contratar sus servicios.

En Murcia, terminada la Guerra Civil, hubo que esperar a 1942 para encontrar nuevos carteles. Ruiz Llamas destaca de esta época la influencia ejercida por Sáez de Tejada⁷ en los carteles murcianos a nivel temático y de pincelada, y de Domingo Viladomat⁸.

⁷ Sáez de Tejada nació en Marruecos. Estudió en La Rioja alavesa, hasta que en 1916 ingresó en la Escuela de Bellas Artes de San Fernando de Madrid. Mostró una especial preferencia por la ilustración, que practicó colaborando en periódicos y revistas madrileños, como *La Esfera*, *Nuevo Mundo* o *La Libertad*. En 1926 marchó becado a París, donde residió hasta 1935. Allí consolidó su prestigio en el campo de la ilustración trabajando en publicaciones como *Vogue* y *Fémina*, además de realizar escenografías. Tras el estallido de la guerra civil en España, se incorporó al bando franquista y fue uno de los máximos responsables de su imagen gráfica como colaborador, en Burgos, de la Delegación Nacional de Prensa y Propaganda; al mismo tiempo, continuó trabajando en revistas como *Vértice*, e ilustrando libros vinculados al alzamiento. Finalizada la guerra, en 1944 ingresó como profesor en la Escuela de Bellas Artes de San Fernando y en la Escuela de Artes y Oficios de Madrid, labor docente que compaginó con nuevos trabajos de ilustración y con la creación de escenografías para teatro. También se dedicó a la pintura mural.

⁸ Domingo Viladomat se caracterizó a lo largo de su vida por su interés por las más diversas disciplinas artísticas, desde la pintura a la escenografía, la ilustración o el cine. En este último campo desarrolló una importante labor como director, llegando incluso a ser galardonado con el Premio Nacional de Cinematografía por el documental *Hombres ibéricos*. Además de su labor como documentalista realizó 14 películas, entre las que destacan títulos como *Gayarre* o *Perro golfo*. Viladomat definía su pintura como un trabajo básicamente centrado en el color, la forma y la luz. En sus cuadros se mezcla el realismo con el surrealismo y la abstracción en un intento por llegar a la esencia de los paisajes, los objetos y las escenas que recoge en sus cuadros.

En cuanto a los carteles de fiestas de Murcia que estudiamos, tras la Guerra Civil, encontramos que unos años el cartel integra la Semana Santa y las Fiestas de Primavera, y otros años, se difunden las dos celebraciones festeras por separado cada una mediante su cartel.

En 1942 el cartel que aunaba la difusión de la Semana Santa y las Fiestas de Primavera de Murcia lo realizó Luis Garay (ver ilustración en Ruiz Llamas, 1992, p.268).

En 1943 se imprimen dos carteles en la litografía de Ortega de Valencia. Ambos incluyen en la leyenda tanto la Semana Santa como las Fiestas de Primavera. El cartel de J. Pérez Gil se compone



de una ilustración con motivo religioso de la semana de pasión. Presenta como elemento central del cartel el torso del ángel del paso de la oración del huerto con dos cirios encendidos. Parece que de forma complementaria, la ilustración del cartel realizado por Miguel del Moral tiene como centro motivos de las celebraciones más importantes de la semana de fiestas de Primavera: el entierro de la sardina (hachonero con bengala encendida y sardina pinchada con un tridente) y el bando de la

huerta - manta y sombrero huertano y el gayao o la gayá (Sánchez Verdú y Martínez Torres, 1999, p.89) - . Al fondo de la imagen (arriba hacia la derecha) en gris y negro, queda la silueta del paso de la oración del huerto, con el ángel y la palmera, y de los capuces de los andantes que lo cargan.

Luego ambos carteles tienen un concepto temporal y coordinado. Hemos encontrado también una ilustración de Semana Santa y Fiestas de Primavera que debe tratarse de la portada del programa de fiestas de ese año.



Según Ruiz Llamas en 1944 el cartel de Napoleón Campos obtuvo el premio de la Academia Alfonso X, anunciaba las dos fiestas al mismo tiempo y fue difundido por toda España para promocionar las fiestas por el Ayuntamiento. Sin embargo el ejemplar localizado por nuestra investigación realizado por el autor solo incluye las Fiestas de Primavera y lo une a la celebración del VII Centenario de la Reconquista por D. Alfonso X El Sabio.

Hemos encontrado el cartel de Semana Santa y Fiestas de Primavera de 1945 firmado por Diez y la portada del programa que ilustró Carlos Valenciano, ambos se imprimieron en el taller de Ortega en Valencia.

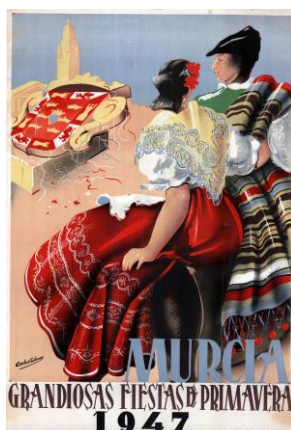


Los carteles de fiestas fueron la única manifestación del diseño en la segunda mitad de los cuarenta. Para Hervás Aviles (1999, p.151) estos carteles consisten en “un diseño de autor al que optan dibujantes como Laorden, Fuentes y Antonio Carbonell o artistas de las nuevas promociones como Valenciano o Carlos Gómez”.



En 1946 se imprimieron dos carteles en Granada en la litografía Anel. En ambos se anuncian a la vez la Semana Santa y las Fiestas de Primavera. Los autores fueron Antonio Laorden y Carlos Valenciano. Carlos Gómez realizó los carteles de Semana Santa y de las Fiestas de Primavera por separado en 1947 y 1948. Los del año 47 se reprodujeron en Granada en la litografía “Offset” Anel y los

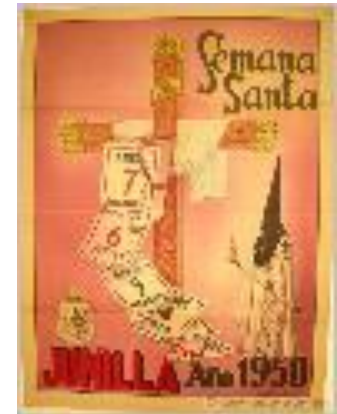
del año siguiente se imprimieron en Valencia en la litografía de Ortega.



En 1949 el mencionado Francisco Fuentes volvió a ganar el concurso de carteles de Semana Santa y Fiestas de Primavera y se concedieron tres accésit a Carbonell Artús y a Conte.



Durante estos años se extendió por los pueblos de la provincia de Murcia la elaboración de los carteles de fiestas, sobre todo tenemos noticias de carteles de Semana Santa. Sería objeto de otra investigación abordar el cartelismo en toda la provincia de Murcia pero sirvan de ejemplo del desarrollo cartelístico festero fuera de la capital, los siguientes casos: el cartel de Semana Santa de Cartagena de 1947 de Vicente Mustieles; el cartel de las fiestas de Almoradí de 1947 realizado por Valenciano Benavent;



Ruiz Llamas encuentra en estos cartelistas el afán por implicarse en las sensaciones y cambios artísticos de su tiempo para que sus obras cartelísticas fueran de calidad artística y persuasiva. La autora (Ruiz Llamas, 1992, p.273) detalla una serie de características de la ilustración en el cartel en la primera mitad de siglo XX: siluetas expresivas, símbolos de carácter regionalista con luz mediterránea, forma y color que atraen la atención del público “*consiguiendo ahondar en los motivos de orden psicológico, en los impulsos y en las reacciones deseadas*”.

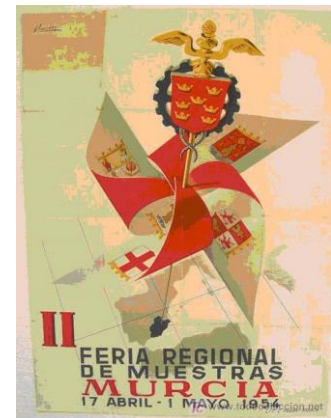
En 1950 el concurso de carteles de Semana Santa y de las Fiestas de Primavera queda desierto a pesar de las veintidós propuestas presentadas. El cartel que se imprimió en la litografía de Cristóbal Pagán fue de Antonio Laorden y anunciaba al mismo tiempo la Semana Santa y las Fiestas de Primavera. Ese año Muñoz Barberán ganó el concurso del cartel de Semana Santa de Lorca.

Ruiz Llamas (1992, p.152) resume el final de una época y los inicios de la siguiente etapa con las siguientes palabras:

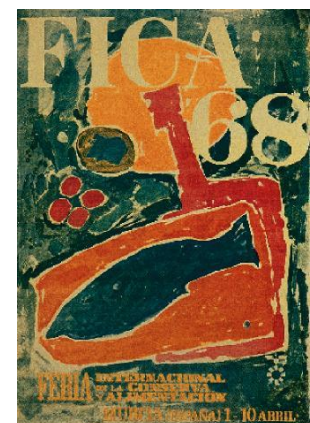
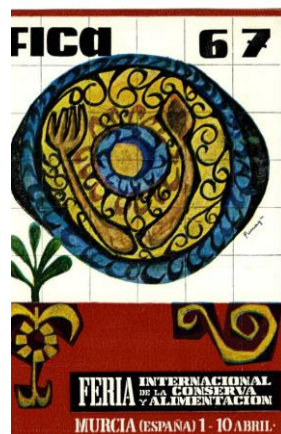
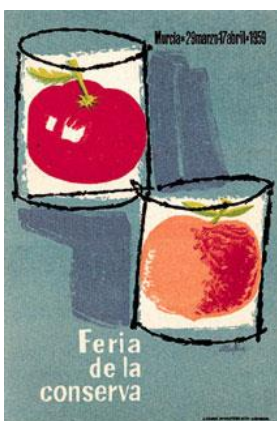
“La mitad del siglo -1950- podría tomarse como punto de partida de la formación de las nuevas vanguardias en Murcia, con un quehacer artístico iniciado en los difíciles años cuarenta, que a través de sus personales indagaciones y a costa de no pocos desgarramientos interiores, consiguieron triunfar o salir adelante con sus innovaciones. Época especialmente interesante para nuestro arte y nuestra cultura, que supone una renovación general de las formas anquilosadas y tradicionales, así como la recuperación de la perdida inquietud vanguardista.”

A principio de los años cincuenta se crea la Feria Provincial de Muestras por iniciativa de la Cámara de Comercio. En 1952 se convierte en la FICA (Feria Internacional de la Conserva), que se llegó a montar con stands fijos con el objetivo de ampliar e impulsar la industria y el comercio murciano y que perduró hasta la década de los setenta. Esta iniciativa reactivó el trabajo de los diseñadores de la Región por la demanda de los materiales gráficos que necesitaban. En lo que se refiere al cartel, la designación del autor era mediante concurso. Estos carteles tienen muchos paralelismos con los carteles de fiestas porque son así mismo carteles de autor. Incluimos aquí varios ejemplos de ellos junto con los nombres de sus autores para dejar ver que eran los mismos artistas (pintores, dibujantes, ilustradores, diseñadores, etc.) lo que realizaban todo tipo de trabajos:

- Año 1952, Mariano Ballester (cartel ganador) y Carlos Valenciano (cartel presentado a concurso y también impreso)
- Año 1954, realizado por Garay
- Año 1956 Molina Sánchez
- Años 1954 y 1958 (para la Feria nacional de la conserva) de Antonio Laorden
- Año 1958, Mariano Ballester



- Año 1959 cartel de la feria de la conserva de la Cámara de Comercio.
- Año 1964 Y 1967 José María Párraga,
- Año 1969, Ceferino Moreno



En los carteles de los últimos años se evidencian los avances en los estilos gráficos y pictográficos de los artistas que los crean.

En cuanto a los carteles que aquí se estudian, la Semana Santa y Fiestas de Primavera de los años 50 como ya hemos indicado, empiezan anunciadas juntas con un cartel de Antonio Laorden impreso en la Litografía de Cristóbal Pagán de Murcia, y terminan con dos carteles del mismo autor para anunciar uno la Semana Santa y el otro las Fiestas de Primavera, esta vez impresos en Valencia por la Litografía Ortega. De este año hemos encontrado una ilustración que, parece ser una portada de la revista o programa de Semana santa y Fiestas de Primavera.



Laorden era un reconocido maestro de la litografía industrial, y al igual que sus contemporáneos colaboraba en publicaciones y realizaba diseños para trabajos de publicidad.

Volvemos a encontrar los trabajos de Garay, que se reincorpora a su labor pedagógica en la escuela de Artes y Oficios y recibe encargos publicitarios y, por supuesto del Ayuntamiento para las fiestas, por ejemplo en los años 1951 y 1954 fue el autor de los carteles de Fiestas de Primavera y Semana Santa –impreso en Granada en la litografía de José María Ventura Hita-, el primero, y solo de las Fiestas de Primavera el segundo –impreso también en Granada en la litografía Anel -.



En 1952 el cartel de Muñoz Barberán anuncia la Semana Santa y el firmado por José Francisco Aguirre anuncia solo las Fiestas de Primavera. Hemos encontrado un boceto para el cartel mismo año.



El cartel de Semana Santa de 1953 es una bellísima ilustración de Antonio Carbonell impreso en valencia en la imprenta de Ortega, independiente del cartel de las Fiestas de Primavera de A. Laorden.



En 1954 y 1955 se sigue separando el cartel de Semana Santa, de los de Fiestas de Primavera. Estos dos años Márquez realiza un cartel de Semana Santa Además, Antonio Carbonell dibuja en 1954 otro cartel de Semana Santa y, en 1955 el cartel de Fiestas de Primavera. En 1954 la impresión se encarga en Granada a la imprenta y litografía Anel y al año siguiente el trabajo va a Gijón en Artes Gráficas, S. A.



La repercusión de los cartelistas murcianos, grandes creativos dignos de ser copiados, queda patente en el cartel de Francisco Mariscal Serrano para anunciar la misma fiesta de Semana Santa de Sevilla del año 1955 que es un verdadero calco del que el año anterior, 1954, creó virtuosamente Antonio Carbonell.



En 1955 Conte comienza a ilustrar las portadas de los folletos de la Feria de Septiembre utilizando una imagen simplificada cargada de simbología de feria que alargará en los años sesenta, de estos años solo conocemos la versión del cartel de 1963.

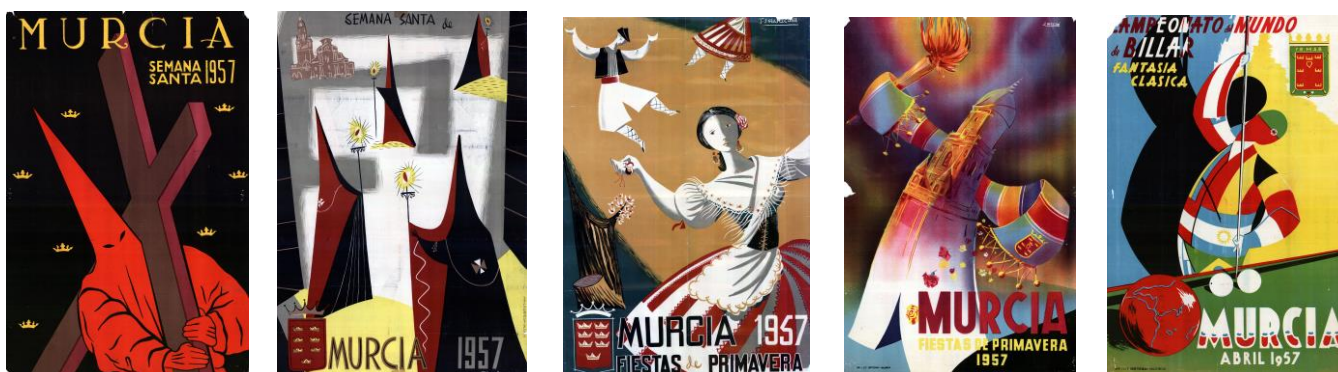




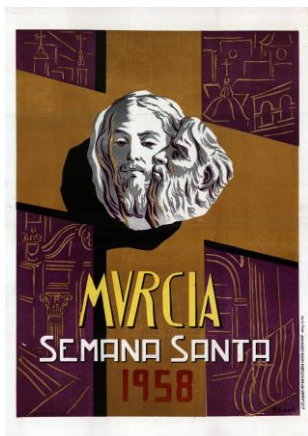
J. Hernández realizó el cartel de Semana Santa de 1956 y José Francisco Aguirre es el autor del cartel de Fiesta de Primavera y se imprime en Ortega en Valencia.



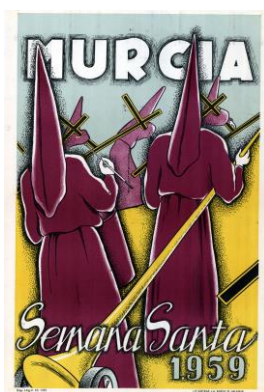
En 1957 se reproducen dos carteles para anunciar la Semana Santa –uno de T. Egea Azcona y dos para las Fiesta de Primavera- uno firmado por T. Egea Azcona, y otro de J. A. Mechó, que ese mismo año realizó el del Campeonato del Mundo de Billar y la portada del programa de la Feria de Septiembre-, estos tres carteles se imprimieron en la imprenta de Ortega de Valencia.



En 1958 Muñoz Barberán firma el cartel de Semana Santa y Ceferino se encarga del cartel de Fiestas de Primavera, se reproducen mil ejemplares de cada modelo, como aparece escrito en los carteles, en Granada en la litografía de José María Ventura Hita.



En 1959 se difundieron dos carteles de cada fiesta. Los de Semana Santa los hicieron Laorden y un autor anónimo. Los de Fiestas de Primavera, uno de Laorden y otro firmado por J. Sanchis, se imprimieron en Valencia en la litografía de Ortega.



Cuando se inicia la apertura de España a los mercados exteriores y finaliza la etapa de autarquía, la situación de la empresa publicitaria en Murcia es de *6 agencias establecidas* y *15 agentes de publicidad registrados* (Checa Godoy, 2007, pp.152-153). En los datos registrados por el Ministerio de Información y Turismo sobre el número de agencias de publicidad y agentes publicitarios de España en el año 1959, año del Plan de estabilización, podemos ver la posición de Murcia en este aspecto. La comunidad se encuentra justo en la media de número de agentes publicitarios del país (15/15), pero muy por debajo de la media de agencias (6/26). Hay una diferencia muy importante en el número de agencias que se concentra en Madrid, con 119, y Barcelona donde hay 84, seguidas de Andalucía con 61. Es significativa la diferencia entre la situación en la comunidad vecina Valencia con 36 agencias, y el escaso número de ellas en Murcia. Un dato sobre el gremio en ese momento es que la inclusión de la mujer en este ámbito profesional, que no llegaba a dos mil trabajadores en todo el territorio nacional, era todavía muy escasa.

La figura del agente de publicidad estaba muy difundida. En Murcia suponía un suplemento para trabajadores de los medios de comunicación local como lo dejan ver los datos que aporta Checa Godoy (2007): eran agentes de publicidad seis trabajadores del periódico *Línea*, cuatro de *La Verdad* y dos de *Radio Juventud de Murcia*. Estas cifras dejan ver que la falta de agencias que se dedicaban a la publicidad se suple con la dedicación a la venta de espacios de estos agentes, además que deja entrever que la actividad publicitaria se centraba en la venta de espacios y no tanto en el trabajo creativo.

Comunidad	Agencias establecidas	Ciudades con agencias	Delegaciones de agencias no locales	Agentes de publicidad registrados
Andalucía	61	11	6	31
Aragón	18	4	4	20
Asturias	9	2	1	4
Baleares	5	1	-	2
Canarias*	3	1	-	-
Cantabria	9	1	1	-
Castilla- La Mancha	7	4	-	1
Castilla y León	44	9	1	49
Cataluña	84	6	9	56
Ceuta y Melilla	-	-	-	-
Extremadura	8	2	-	1
Galicia	17	5	1	6
Madrid	119	1	-	60
Murcia	6	2	-	15
Navarra	2	1	-	4
País vasco	35	3	5	7
Rioja	5	2	-	8
Valencia	36	4	3	6
Total	468	59	-	270

Tabla 2: Relación de agencias de publicidad por provincias en 1960.

Fuente: Anuario de la prensa española, Ministerio de Información y Turismo Madrid, 1960, vol.1º. *

Faltan datos de la provincia de Tenerife. (Checa Godoy, 2007, p.153).

En los años sesenta la industria conservera atraviesa una buena temporada. La apertura propició los contactos con el exterior y fruto de estas posibilidades se abren imprentas en Murcia por lo que cada vez se encargan menos trabajos fuera (a Ortega de Valencia y Anel de Granada, sobre todo) de la región.

En algunas gráficas, como Belkrom se dispone de departamento de diseño donde se realizan litografías y trabajos como etiquetas, para las fábricas y exportadores de la región (de conservas, licores, dulces, frutas, pimentón y especias, etc.) que los solicitan. Uno de los profesionales más distinguidos de este momento es Antonio Carbonell Artús, que trabaja dirigiendo a los dibujantes de Belkrom a lo que suma su faceta de publicista comercial y dibujante de comics, además es el autor de carteles de fiestas como los que ya hemos mencionado.

Algunos ilustradores trabajaban por su cuenta y realizan trabajos para empresas murcianas por lo que entran en contacto con varias imprentas a la vez. Este es el caso de Antonio Laorden que, como hemos comprobado, deja ver sus actitudes como cartelista en los carteles de fiestas de la ciudad.

Pina Nortés aprendió en la Litografía de Cristóbal Pagán en Murcia y se marchó a Barcelona donde se formó en la técnica del fotocromo. De vuelta en Murcia se incorporó a la imprenta de Pagán y pasó más tarde a trabajar en Policrom. A finales de los sesenta trabajó como litógrafo en una imprenta de Colombia, de allí fue a Puerto Rico y regresó a Murcia donde continuó su profesión como litógrafo esta vez en la litografía de Martínez Murciano.

En los sesenta, artistas como Párraga y Benjamín Palencia dejan ver el cambio de estética en el grafismo donde se abre paso la modernidad. A nivel nacional los profesionales del diseño se intentan organizar para consolidar su profesión, lo mismo ocurre con la publicidad que construye una estructura empresarial y asociacionista de todos los agentes que la integran, agencias, medios, consumidores, fotógrafos, diseñadores, dibujantes, etc.

La necesidad y las expectativas del cambio político del país es el rasgo principal de la década de los setenta en España. A finales de los setenta llega el cambio a la democracia que comienza con la aprobación de la nueva Constitución y la primeras elecciones municipales de 1979.

La democracia trajo consigo el impulso de la cultura. Tanto desde los ámbitos privados y las asociaciones como desde las administraciones públicas, se organizaron actividades que provocaron el desarrollo del diseño gráfico en todo el país y el reconocimiento de la calidad de los diseñadores españoles a nivel internacional.

Tras la década de los setenta que sirve de puente sin sobresaltos especiales, en los años ochenta se produce el auge del diseño en Murcia. Hervás Avilés (1999) subraya la importancia del impulso que supusieron las actividades de las galerías de arte de Murcia en los primeros años para activar el apoyo a la cultura del Ayuntamiento. La Galería Yerba editó una revista y organizó importantes exposiciones, como la titulada "Viva Picasso" que contó con un ciclo de conferencias o la muestra de "Obra gráfica americana" en 1981. Zero es otra galería de arte que comienza su andadura en estos años y deja ver en sus eventos la intervención de diseñadores como Alejandro Franco. Y la labor continuada de la prestigiosa Galería Chys da cabida y difunde los trabajos de pintores, escultores y artistas de todos los ámbitos que muestran el empuje del arte y del diseño en la ciudad.

Salen a la calle los trabajos de Juan Antonio Molina, entre otros, en los carteles de la galería Yerba y los carteles del Teatro Universitario de Murcia que comenzó a realizar en 1977.

Alfonso Albacete y Antonio Ballester realizan el cartel para la inauguración de una nueva sede del Colegio de Arquitectos de Murcia. Paco Salinas maqueta una nueva publicación “El Rotativo Cultural”.

Las imprentas de Murcia no están muy avanzadas, por ejemplo, tienen que encargar las selecciones de color fuera de la ciudad, las composiciones de textos son lentas y los cambios de tamaño ralentizan el trabajo; pero el impulso de los encargos de parte de las instituciones públicas y la importancia que las empresas privadas comenzaron a darle a la imagen corporativa y a la publicidad en general, consiguió un efecto renovador en las imprentas más importantes – Artes Gráficas Novograf e I. G. Jiménez Godoy- que invirtieron en su renovación tecnológica,

Novograf incluye en su oferta el diseño e impresión de envases de cartón. En el departamento de diseño de esta imprenta trabajan diseñadoras que, si bien no son conocidas, no es menos cierto que han realizado trabajos para muy diversas empresas privadas e instituciones públicas, algunas de ellas: Lola Gómez (que trabajó más de una década), María Miralles, Lucía Pastor (entre otros muchos trabajos diseñó la mascota del Entierro de la Sardina y la identidad gráfica de la imprenta), Paloma Zamora y María José Navarro que permanece en el departamento en 2015. Por allí pasaban con sus encargos conocidos diseñadores, pintores, fotógrafos, dibujantes, arquitectos, que trabajaban en esos momentos y que se van dejando el relevo unos a otros, algunos de ellos son: Severo Almansa que trabajaba con el arquitecto Vicente Martínez Gadea, Marcos Salvador Romera, Paco Salinas, Ángel Fernández Saura, Eduardo Saro, José Luis Montero (que empezó como fotógrafo publicitario y acabó incorporándose a la agencia de publicidad *Tropa*), José María Vicente, Manuel Portillo Alcalde junto a Pablo Portillo del estudio de diseño llamado *Forma* y junto a del Sol desde 1986 en el estudio de diseño y fotografía *Portillo & del Sol*, José María Nuño de la Rosa, Julio García Abril o Pedro Gómez del Manzano.

En el panorama del diseño gráfico en Murcia durante las dos últimas décadas del siglo XX, años 80 y 90, se incluyen también las agencias de publicidad –a principios de los 80 las más famosas eran *Ekipo* (que contaba con Chipola –que paso a *Contraplano*- y Baldo, reconocido ilustrador murciano y el diseñador Soria) como *Contraplano* (con Chipola), *Tam-Tam* (donde trabajó Javier Alberdi) o *Tropa* (con José Luis Montero), así como otros artistas y diseñadores gráficos de la talla de Ángel Haro, Alfonso Albacete, Antonio Ballester, Antonio Martínez Mengual, Ángel Mateo Charris, López Guzman, Javier G. Alberdi, Giménez del Pueblo, Irene Moya y Manuel La Rosa (bajo el nombre *DNI*), la pintora Chelete Monereo, Virtudes Fenor, y el diseñador Eduardo del Fraile. Todos estos nombres y algunos más, han escrito la historia del diseño gráfico en Murcia y, terminada la primera década del siglo XXI siguen su trabajo con la calidad que les confiere la experiencia, y excelente profesionalidad. Junto a ellos, las nuevas generaciones se han beneficiado de los cursos de artes plásticas y la formación en diseño gráfico que existe en el país y fuera de él, así como de la tecnología aplicada al diseño que facilita en tiempo y espacio la labor del diseño gráfico. El prestigioso historiador del diseño gráfico en España Enriq Satué (1997b, p.484) nombra a Severo Almansa y Vicente Martínez Gadea como figuras “que aglutinan unas líneas de diseño gráfico autóctono inédito en nuestro país” representativas del diseño gráfico español en Murcia.

Recogemos algunos datos ilustrativos de estas décadas que han sido de gran brillantez en carteles de todos los referentes (fiestas, eventos culturales, exposiciones, teatro, festivales de

música, cafeterías, bares, discotecas, inauguraciones, cine, etc.), programas, libros, revistas, identidad gráfica corporativa (logotipo y aplicaciones) tanto institucional como de empresas privadas, señalética, packaging, etc.

El impulso desde las nuevas instituciones públicas (Hervás Avilés, 1999) de los primeros años ochenta a la cultura, el arte, y en consonancia, al diseño gráfico, consistió, entre otras cosas, en la convocatoria del concurso para anunciar las Fiestas de Primavera, organizar festivales de teatro en la calle y de música como el Jazz, para los que se encargaban carteles, y *movidas culturales* como “Contraparada”. Como lo público llevaba mucho trabajo a las imprentas, la Comunidad Autónoma abrió la Editora Regional. Como en otras épocas, en los carteles se recogen los avatares de la ciudad y los cambios políticos en los Ayuntamientos se filtran en los símbolos utilizados y los espectáculos que se anuncian. El gobierno municipal intenta transmitir la novedad de las fiestas mediante los carteles que las anuncian y, por supuesto, renovando la oferta de espectáculos como ocurrió en los 80 cuando se comienzan a celebrar festivales en la calle como el de teatro, que celebró su primera edición en 1980, o el de Jazz que comenzó al año siguiente, 1981. Desde entonces la imagen armoniosa y tranquila de los carteles de las fiestas de Murcia se verá transformada en algarabía y movimiento y constante novedad.

El recién recuperado concurso para elegir el cartel que anunciase las Fiestas de Primavera hizo converger a artistas de calidad y prestigio con diseñadores noveles y aficionados a la pintura y la fotografía. Las decisiones de los jurados daban pie a opiniones sobre los galardonados y sus obras y se montaba una exposición con las obras presentadas. Tuvo tanta respuesta el concurso que en una ocasión solo se colgaron en la pared del recinto de la muestra –que se preparó en la Plaza de Santa Isabel– las obras premiadas y los carteles mejor presentados y quedaron apilados en el suelo el resto de las propuestas presentadas. En 1982 el cartel de Martínez Gadea, Severo Almansa y Antonio Ballester consistía en una bella sardina dibujada a base de confeti de papel de colores pegados unos sobre otros.

En 1980, una exposición titulada *El dibujador*, presenta al colectivo formado por Severo Almansa, Vicente Martínez Gadea, y Antonio Ballester. Como rezaba en el texto en mayúsculas, centrado inferior del cartel que anunciaba su muestra, *El dibujador* se dedicaba y presentaba “TRABAJOS PARA PUBLICIDAD CARTELES ILUSTRACIÓN FOTOGRAFIA PORTADAS DE LIBRO Y DISCOS MARCAS Y EMBLEMAS ETIQUETAS IMAGEN GRAFICA DE EMPRESAS ENVOLTORIOS Y EMBALAJES DISEÑO”. Este cartel fue seleccionado y se incluyó en 1981 en la *European Illustration* dando muestra de la labor profesional del diseño gráfico en Murcia fuera del país.

Antonio Ballester es uno de los cartelistas más ingeniosos de la época. Su formación como diseñador en la Escuela de Diseño Gráfico de la Sorbona, junto a su labor como pintor, escultor y fotógrafo le han valido el lugar que ocupa en el panorama artístico. En sus carteles rebosa el concepto que siempre impacta por su creatividad. Hervás Avilés (1999, p. 172) describe así su forma de trabajar:

“Sus carteles, siempre eficaces, cuentan con una imagen potente que se complementa con mensajes tipográficos muy directos (“Fiestas de Primavera: edición pirata”, “El ficus asesino”, “Sálvese el que pueda”...). También citamos por su interés los bocetos de la campaña

publicitaria para promocionar el Día de la Región, los carteles de 1981 que realiza para la Consejería de Cultura y el impreso en el que “La oveja negra les desea feliz Navidad 1993”.

Este enfoque cartelístico se puede observar en el llamativo cartel de Ballester para las Fiestas de Primavera de 1983 donde el mítico King Kong se aferra a la torre de la catedral de Murcia.



El arquitecto Martínez Gadea, es otro de los cartelistas del momento. Junto a Severo Almansa ganan el concurso de las Fiestas de Primavera en varias ediciones. Se convierten en uno de los referentes profesionales más importantes del diseño gráfico en toda su amplitud, de Murcia. Realizan por ejemplo, los carteles y la campaña “Murcia, ciudad de compras” de la Cámara de Comercio y la Consejería de Industria; los carteles y las publicaciones correspondientes para los festivales de Mérida, de Almagro y de Granada; los carteles y los catálogos de Contraparada en la edición 7ª dedicada a Bonafé y la 9ª sobre Canogar; el cartel de las II Jornadas de diseño de 1988. Ganaron así mismo el concurso que convocó la

Comunidad Autónoma de la Región de Murcia para el diseño de su logotipo y aplicaciones (Identidad Gráfica Corporativa). Otra prueba del nivel de estos diseñadores es la mención de sus nombres entre los mejores diseñadores de España, en el artículo “Creación en España” escrito por Dieter Urban para la revista “Novum Gebrauchsgraphik” en 1988.

El tercer integrante de El dibujador, Severo Almansa, seguirá su labor acompañado, durante unos años por Vicente Martínez Gadea, y más tarde en solitario, aunque vuelve a presentar trabajos con el arquitecto en algunas ocasiones como en 1995 cuando realizan la señalética de los edificios históricos de la ciudad de Murcia. Severo es un pintor de estética limpia y rigurosa, un fotógrafo de gran calidad, que ha llenado sus diseños de equilibrio compositivo y calidad profesional lo que le ha llevado a dos nominaciones al Premio Nacional de Diseño. Son muchos y muy variados los trabajos de Severo como diseñador de publicaciones (revistas, libros, catálogos, folletos, etc.), identidad corporativa, carteles, programas y demás elementos gráficos, para empresas e instituciones como el Museo Ramón Gaya, el Auditorio y Centro de Congresos de la Región de Murcia, Mutuamur, Hermandad Farmacéutica o el Colegio de Arquitectos. Su carrera profesional se ha consolidado en la década de los 90, donde comienza a trabajar junto a su hijo Pablo Almansa que se inicia como fotógrafo profesional. Un ejemplo de estos trabajos es el libro promocional de la UCAM en 1998 donde aparecen unas magníficas fotos del monasterio de los Jerónimos. Terminada la primera década del siglo XXI, siguen en activo con el poso de la experiencia que se vuelca en sus obras.

El pintor Marcos Salvador Romera forma parte de estos años de esplendor gráfico porque realiza trabajos como diseñador de carteles e ilustrador. De la misma forma Ángel Haro compatibiliza su trabajo como pintor con la realización de carteles y su afición al cine deriva su carrera profesional al trabajo de la escenografía en general, y del teatro en particular donde destapa todo su potencial artístico y creador. En estos días Javier Alberdi realiza carteles para lugares de ocio mientras trabaja como publicista y diseñador. Su temprana muerte no ha impedido que se le recuerde como uno de los integrantes del diseño en Murcia de final de siglo. Otro cartelista del momento, que se formó en Estados Unidos como diseñador, es Giménez del Pueblo que realizó,

entre otras cosas, los carteles y programas del Aula de Cultura que se crea en 1983, así como diseños de identidad gráfica corporativa para empresas.

En Novograf el departamento de diseño tiene cada vez más importancia y, en 1991, se incorporan al mismo los recursos informáticos más novedosos (equipos de ordenadores y pantallas de gran pulgada Mackintos) para el diseño gráfico y procuran la formación de sus trabajadores en los nuevos programas de diseño y maquetación más actuales. A partir de este momento se van informatizando todos los departamentos de dicha imprenta colocandola en el nivel competitivo nacional más alto.

La Exposición Universal de Sevilla de 1992, es uno de los momentos álgidos del fenómeno del diseño en nuestro país. El término "diseño" se aplica a ámbitos tan dispares y alejados que, junto con la falta de propiedad en su uso, termina por vulgarizar y depreciar su significado. No obstante, con la crisis económica del momento la demanda de trabajos de diseño gráfico por parte de las instituciones públicas desciende y los diseñadores que se incorporan a la profesión están ya formados en escuelas de arte y conocen los nuevos programas informáticos que han revolucionado los procesos de producción.

Pedro Manzano diseñó durante varios años el programa de fiestas de Murcia utilizando originales diseños en cartón donde combinó los dibujos tradicionales, como el juego de la oca, con elementos tradicionales de la región. Él mismo concibió, diseñó y coordinó dos publicaciones sobre los programas de las fiestas. La primera en 1992 con motivo de la Semana Santa y Fiestas de Primavera y que incluía el programa de las mismas y la segunda publicación en 1993, trataba de la misma forma las Feria de septiembre de Murcia. Ambos trabajos son de gran valor para el conocimiento de las fiestas de Murcia desde la perspectiva de la comunicación cultural. Al mismo tiempo, aportan amplio conocimiento sobre el diseño gráfico murciano en general, en cuanto a estilos, autores y su vinculación con el momento sociopolítico y cultural que las circunscribe. En los textos que documentan la investigación intervienen dos grandes expertos en la materia: Francisco Flores Arroyuelo –texto de 1992- y Cristóbal Belda Navarro –texto de 1993.

Formado en la Escuela Massana de Barcelona, José María Nuño de la Rosa se situó con rapidez entre los diseñadores murcianos de más marcada personalidad. Uno de sus trabajos de identidad visual más conocido es el que realizó con Eduardo Del Fraile para la empresa de autobuses Latbus de Murcia. Destaca por el impacto visual en los diseños de sus carteles tanto para instituciones públicas –donde encontramos el cartel de las Fiestas de Primavera de 1991.

El fotógrafo Carlos Moisés trabajó con la diseñadora Paloma Zamora desde los años noventa. Este fotógrafo es el autor del cartel de Semana Santa de 1992. Por su parte Paloma Zamora ha diseñado logotipos para empresas y desarrollos de identidad visual como por ejemplo, para la localidad de San Pedro del Pinatar y para Águilas. Virtudes Fenor, estudiante de la Escuela de Arte de Murcia, se incorpora al panorama del diseño gráfico a finales de los ochenta. En las primeras décadas del s. XXI las nuevas generaciones de diseñadores gráficos se han incorporado al ámbito publicitario. Por otra parte, la obra de los pintores se sigue demandando desde las instituciones públicas para ilustrar los carteles de fiestas de la ciudad de Murcia.

Entre los pintores que realizan trabajos de diseño destacan Ángel Charris y Antonio Martínez Mengual. Este último ha realizado una extensa labor como cartelista, en lo que a carteles de fiesta

se refiere ha realizado el del Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo de 2011 y el de las Fiestas de Primavera de 2015.

En el capítulo dedicado al cartelista presentamos el listado de los cartelistas murcianos que es uno de los aportes más importante al conocimiento del cartelismo en Murcia.

El cartel de las fiestas de Murcia se comenzó a utilizar para la divulgación de las fiestas entre los habitantes de la ciudad, es decir en campañas locales. Con el tiempo, el alcance publicitario de estos anuncios de fiestas ha ido creciendo conforme las fiestas han servido de reclamo turístico. El uso del cartel de fiestas para la promoción turística nacional e internacional de la Región de Murcia está directamente relacionado con la declaración de las fiestas de interés turístico nacional e internacional. En ocasiones se han elaborado carteles de las fiestas de Murcia junto con las de otras ciudades de la Región para la promoción del turismo como los carteles de la Semana Santa de 1991 y 1992.

El reconocimiento del interés turístico de una fiesta comienza a nivel regional y compete su concesión en 2015 a la Consejería de Desarrollo Económico, Turismo y Empleo a través del Instituto de Turismo de la Región de Murcia. Este organismo concede dos denominaciones: "Fiestas de Interés Turístico Regional" y "Fiestas de Excelencia Turística". La primera calificación se otorga atendiendo a la relevancia del atractivo turístico de la fiesta y la segunda calificación corresponde a una categoría superior por la significación de la fiesta y se puede conceder a toda la fiesta o a parte de ella. Los festejos se valoran según los siguientes criterios (Comunidad Autónoma de la Región de Murcia CARM, n.d.):

- a) Peculiaridad o singularidad del acontecimiento festivo en el conjunto de la oferta nacional de fiestas: antigüedad; diversidad y singularidad de los actos que la componen.
- b) Repercusión nacional o internacional.
- c) Afluencia de visitantes o participación ciudadana, justificada documentalmente mediante informes: fuerzas de orden público, ayuntamiento, medios de prensa, estadísticas de hostelería, etc.
- d) Programa del festejo, incluidos actos complementarios.
- e) Promoción realizada: material promocional y actuaciones promocionales; así como, repercusión en medios de comunicación.
- f) Interés desde el punto de vista de la promoción del sector turístico regional.
- g) Infraestructuras adecuadas para la recepción de visitantes: alojamientos, restauración, accesos y otros servicios.

La declaración de Fiesta de Interés Turístico Nacional e Internacional son distinciones de carácter honorífico que concede la Secretaría General de Turismo del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio del Gobierno de España.

En la actualidad las declaraciones de interés turístico se regulan mediante la *ORDEN ITC/1763/2006, de 3 de mayo, por la que se regula la declaración de fiestas de interés turístico nacional e internacional*, que mejora el régimen anterior contenido en la orden de 29 de septiembre de 1987 y

donde se mantiene el reconocimiento de interés turístico nacional e internacional a las fiestas que lo hayan obtenido al amparo de la O.M. de 19 de enero de 1979.

Las fiestas o acontecimientos que merecen este reconocimiento turístico deben suponer un atractivo para el turismo muy relevante y cumplir una serie de requisitos como son los siguientes: que supongan manifestaciones de valores culturales y de tradición popular, con especial consideración a sus características etnológicas y que tengan una especial importancia como atractivo turístico.

Dentro de los requisitos exigidos por el referido ministerio para la concesión de esta distinción se encuentran los siguientes:

- Antigüedad de la celebración y continuidad en el tiempo (al menos debe celebrarse cada cinco años).
- Arraigo popular y participación ciudadana, especialmente se valora la existencia de asociaciones que la respalden.
- Originalidad, diversidad, que sea relevante en cuanto a la promoción turística de España en el exterior.
- Repercusión en medios de comunicación internacionales, al menos diez actuaciones en uno o varios medios extranjeros.
- Poseer la declaración de Interés Turístico Nacional desde hace al menos cinco años.
- Que en su desarrollo no se maltraten personas ni animales y se cuide el entorno urbano, monumental y paisajístico.
- Existencia en la localidad o a menos de 50 km de alojamientos y servicios turísticos adecuados.
- Acuerdo de Pleno del Ayuntamiento e informe favorable de la comunidad autónoma.

Las fiestas de Murcia que han obtenido (hasta julio de 2015) el reconocimiento de interés turístico nacional e internacional son las siguientes:

Internacional: Semana Santa de Murcia en 2011⁹, Bando de la Huerta en 2012¹⁰ y Entierro de la Sardina en 2006¹¹ (ambas dentro de las Fiestas de Primavera)

Nacional: Moros y cristianos de Murcia en 2012¹²

Regional: Certamen Internacional de Tunas en 1997¹³, Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo en 1996 y desde 1980 declarado de interés turístico (sin especificar el alcance).

⁹ «BOE» núm. 92, de 18 de abril de 2011, páginas 40131 a 40131

¹⁰«BOE» núm. 79, de 2 de abril de 2012, páginas 27405 a 27405

¹¹ «BOE» núm. 115, de 15 de mayo de 2006, páginas 18740 a 18740

¹² «BOE» núm. 125, de 25 de mayo de 2012, páginas 37863 a 37863

¹³ BORM, Orden de 31 de julio de 1997 de la Consejería de Industria, Trabajo y Turismo.
<http://www.borm.es/borm/documento?obj=anu&id=448193>

7. EL CARTELISTA/ LOS CARTELISTAS DE LAS FIESTAS DE MURCIA/ CARTELISTAS MURCIANOS

“Lo único que le faltaba a la pintura era hablar, pues ya habla en los carteles, canta, grita, refunfuña, protesta, aconseja, es el diálogo permanente de la imagen con la masa” (Manuel Prieto Benítez, 1987).

7.1. EL AUTOR DE CARTELES: CONCEPTO DE CARTELISTA

El término cartelista designa a la persona que realiza un cartel. En el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española el cartelista es la “persona que tiene por oficio diseñar o pintar carteles, anuncios, etc.” En esta definición se dejan ver las raíces comunes de dos profesiones distintas, el diseño gráfico y la publicidad, en España. Ambas disciplinas se arraigan en las Bellas Artes, concretamente en las denominadas Artes Decorativas.

A través de la historia del cartelismo el autor de carteles ha tenido, y tiene en la actualidad, distintos perfiles de formación. Esta variedad es la misma que la diversidad de estilos y formas de hacer carteles que hemos estudiado en el desarrollo histórico del cartel en el capítulo tres.

La evolución del cartelista como profesional no se puede separar de la evolución del publicitario puesto que el cartel no deja de ser un soporte publicitario integrado hoy en el denominado medio exterior.

En las agencias de publicidad actuales convergen profesionales cuya preparación es muy diversa. La psicología, las bellas artes, el derecho, el marketing, las matemáticas, y, los recientes estudios de comunicación son campos del conocimiento necesarios para el trabajo publicitario.

Las agencias del s. XIX eran prácticamente distribuidoras de anuncios en prensa. En una primera época el publicitario tuvo su origen en el periodista. La agencia moderna, que ofrece servicio estratégico y creativo para la promoción de productos en mercados competitivos, se estructura en los primeros años del s. XX. Cuando al periodista se unió el ilustrador que adornaba los anuncios, la imagen invadió el espacio publicitario a medida que la tecnología lo permitió. Este cambio no sustituyó a un profesional por otro, sino que integró las actividades de ambos e hizo cobrar importancia a lo que realmente la tiene en publicidad: pensar. Pensar para encontrar ideas. Volver a pensar para seleccionar la más adecuada a la situación que la demandó. Seguir pensando para buscar el concepto que permita comunicar al público el mensaje. Pensar para producir el anuncio de la forma más adecuada. A este proceso de pensamiento se le denomina crear. Crear es pensar. Los estudiosos de la creatividad describen el pensamiento creativo¹ como actividad mental que procesa la información de tal manera que genera un resultado novedoso y eficaz de pensamiento. La explicación del proceso creativo no es el objeto de estudio de esta investigación

¹ La explicación del proceso creativo se encuentra perfectamente tratada por autores españoles como: José María Ricarte Bescós (1999), Miguel-Angel Echeverría (1995), Miguel Baños González, Manuela Romo Santos (2009 y 2003) y Matilde Obradors (2007).

pero hacemos referencia al mismo porque es la causa del nombre que recibe uno de los profesionales más populares de la publicidad: el creativo publicitario.

Manuel Prieto (1987) que considera al cartel una *especialidad de Arte*, explica su forma de crearlo y reconoce que lo primero que necesita para hacerlo es una idea. Para buscar la idea sigue los siguientes pasos: primero piensa en que ha de mantener una conversación con alguien que no habla su idioma para convencerle para lo cual buscará imágenes que de forma clara original atraigan, retengan y convenzan y si puede ser le provoquen una sonrisa; en segundo lugar, se le da forma gráfica a la idea para que se identifique con claridad en la distancia (visibilidad), bien compuesto en masas y color adecuado (armonía) e integrando el texto (muy corto y muy pensado) con la tipografía adecuada y en el lugar preciso.

Encontramos, pues, una serie de labores que se llevan a cabo para hacer un anuncio, que pueden ser realizadas por una misma persona o por varias según la organización empresarial.

Cuando estudiamos la figura del cartelista encontramos varios casos. Un cartelista que integra todas las etapas de la elaboración del cartel que resumimos en ideación, conceptualización y producción tanto textual como de imagen. Este perfil es al mismo tiempo “creativo publicitario”, “redactor de textos” y “director de arte” (San Nicolás, 2005). Es el caso de gran número de cartelistas de finales del s. XIX y primera mitad del s. XX.

Hay otros cartelistas que trabajan en la producción del cartel pero les viene definido el concepto que han de comunicar. Es el caso de Ribas que realiza la labor del denominado “arte” o “director de arte” desde 1916, para la empresa Gal, donde trabaja junto con el periodista Emiliano Ramírez Ángel que colaboraba como redactor de textos y como lo que hoy se denomina creativo publicitario. Como ejemplo del siguiente paso dado hacia la empresa publicitaria propiamente dicha - donde existen grupos creativos formados por, al menos, un copy y un arte dirigidos por un creativo-, es conocido el trabajo que realizaba Ribas en el departamento de publicidad de la empresa Gal y, desde 1928 en la agencia Veritas junto a Prat Gaballí. Según este último, Ribas era un artista comercial más que un publicitario en sentido estricto. Y no estaba capacitado para llevar a cabo la labor estratégica, que parte de los estudios de mercado para elaborar una estrategia y su plan de realización, basada en datos económicos y psicológicos, que pasa por realizar el plan de medios adecuado a todo lo anterior, y por buscar el concepto y los textos necesarios; sino que “su fuerza publicitaria radicaba en la intensa capacidad de visualización que poseía” (Prat Gaballí citado por Eguizábal Maza, 2002, p.66). Como consecuencia de esta labor profesional la empresa Gal logró construir una imagen corporativa, en términos actuales, cuya solidez llega hasta nuestros días.

La labor de los artistas en la publicidad ha tenido como consecuencia que buena parte de los publicitarios que trabajan en la creación y producción de anuncios se consideren artistas. Eguizábal Maza (2005 y 2009) apunta que esta concepción de sí mismos generó una crisis de identidad de los profesionales publicitarios debido a la distancia entre la realidad y lo que ellos piensan de sí mismos (identidad), así como de lo que las demás personas piensan de ellos, es decir, de su imagen. La falsa identidad de estos publicitarios que se creen artistas responde a tres factores: tienen un concepto de arte ingenuo o laxo, en definitiva, equivocado; saben el poder que la publicidad tiene sobre la cultura contemporánea y subestiman la categoría publicitaria. Esta situación provoca una

distorsión del trabajo publicitario que surge y se encamina hacia unos objetivos concretos sobre una población definida.

En la actualidad la denominación de “cartelista” ha caído en desuso por la profesionalización de la publicidad y la clara distinción entre el artista y el publicitario. Esta diferenciación no deja a un lado la intervención de un reconocido pintor, por ejemplo, en un trabajo publicitario. Pero tal actividad no convierte al anuncio en una obra de arte si bien le da un carácter artístico al mensaje publicitario.

Si que es cierto que los publicitarios necesitan una formación artística porque adquieren cultura visual (sobre todo los creativos y directores de arte), literaria y musical (para redactores), de cine, imagen y música (para los productores de audiovisual) y de diseño y fotografía (para los diseñadores gráficos). Además, el saber artístico proporciona al publicitario el método artístico del arte moderno. Pero estos conocimientos de arte y su forma de hacer artística no convierten a los publicitarios en artistas.

Eguizábal Maza (1999) argumenta dos razones de peso. Una razón consiste en que en los anuncios se tiene que utilizar formas que el receptor conozca y decodifique sin dificultad. Así las cosas, las formas artísticas que se utilizan en publicidad son tradicionales, responden al concepto renacentista del arte en el que se ha educado la sensibilidad de la población y que ha heredado la fotografía ya sea fija o en movimiento. El punto de vista único y la perspectiva de los retratos, los paisajes, los interiores, los bodegones, y de toda composición publicitaria responden a códigos artísticos históricamente conocidos, es “arte hipercodificado” que no pone en riesgo la comunicación. Pero el arte moderno es arriesgado y deja intervenir al azar en sus manifestaciones características de la que huye la publicidad porque es contraria a sus fines.

Otra razón es que la obra de arte actual se disfraza de formas para no parecer arte como un montón de escombros o escenas u objetos de la vida cotidiana alejados de la idea de arte generalizada y elitista que se distingue de forma clara. El *pop art*, por ejemplo, se valió de la publicidad precisamente por lo que esta tiene de no artístico. La publicidad tiene que mostrarse como tal y el arte como algo que no lo parezca². Así, esa evidente “forma de arte” la aleja del arte.

A esto se suma la diferencia en la posición ideológica del arte y la publicidad en la sociedad. La autoridad del arte es, según Eguizábal Maza, espiritual, no se pretende del individuo que contempla la obra de arte que haga nada en un tiempo determinado, sino que piense y reflexione cuando quiera, al contrario de la publicidad que impone sus obras para que, en un momento definido del presente, el público objetivo de los mensajes piense, algo concreto, sienta emociones específicas o se disponga a actuar de una forma también determinada. “La publicidad esta firmemente anclada a su contexto (...). En el arte pasa lo contrario. (...), el arte siempre puede ir más allá” (Eguizábal Maza, 2005).

El estudio de las relaciones entre esta manifestación intemporal del hombre que es el arte, que tiene sus raíces en el origen del hombre y la cultura, y los medios de comunicación de masa que son una característica propia del siglo XX, ayuda a comprender al hombre de nuestro tiempo (Eguizábal Maza, 2000). El hombre sin el arte, que le sirve de alimento espiritual y le ayuda a

² Sobre este planteamiento ver también Eguizábal Maza, R. (1999) b. Arte menos publicidad: Reflexiones al margen. *Publifilia. Revista de culturas publicitarias*, 2, diciembre, 31-36.

trascender puede quedar reducido a lo material. El arte invade las manifestaciones del hombre, desde la ciencia hasta lo cotidiano, desde su capacidad creativa y a través de todas las formas de expresión. Es, en definitiva, “un fenómeno profundamente humano” (Eguizábal Maza, 2000, p.7). Es por esto, que los medios de comunicación y sus lenguajes (televisión, cine, diseño, publicidad, comic, fotografía,...) se han integrado en el arte de nuestro tiempo. Han supuesto nuevas formas de expresión que se han incorporado, sin evitar las luchas con los géneros artísticos clásicos, a la historia del arte contemporáneo.

La publicidad (aunque muchos profesionales no lo sepan) comparte con el arte la capacidad que ambas realidades tienen para generar sensaciones y suscitar emociones. “El arte enfrenta al hombre con su sentido, con su capacidad perceptiva, pero también con su capacidad emotiva.” (Eguizábal Maza, 2000, p.7).

Las técnicas empleadas en la elaboración de los carteles, a su vez estrechamente vinculadas al desarrollo de las tecnologías de impresión y de reproducción gráficas, han propiciado tanto la fusión con el arte como la desvinculación del mismo. Cuando los artistas se dispusieron a pintar carteles se tenían que ajustar al empleo de un número determinado de tintas planas. Este requisito impuso la utilización del gouache, el temple y las acuarelas para conseguir transparencias. Desde los años sesenta, se pueden emplear otros materiales como la pintura acrílica. La fotografía se introdujo en el cartel por las posibilidades como recurso realista y su tridimensionalidad. Luego intervino el color en la fotografía, llegaron los fотомontajes y, por supuesto, el aerógrafo. Los carteles se han reproducido en litografía y cromolitografía primero, después en Offset y por último en impresión digital.

Otra cuestión que surge al estudiar al cartelista o autor de carteles es la consideración de los artistas que han realizado carteles como cartelistas. A partir de los años 20 el cartel deja de concebirse como obra pictórica en busca de la eficacia publicitaria. En este momento de profesionalización de la publicidad, muchos pintores que habían trabajado el cartel, se definen cartelistas o publicitarios. En diversas obras sobre historia del cartel y en textos de catálogos de exposiciones e incluso artículos sobre determinados autores, encontramos la denominación de “cartel de artista” para diferenciar estos carteles de los realizados por diseñadores gráficos o agencias de publicidad, en definitiva por profesionales de la publicidad. Las grandes figuras de la pintura del siglo XX han intervenido en la creación de carteles. En ocasiones se han vuelto a reproducir estas obras de arte originales en campañas posteriores por la valía del mismo.

Cuando una institución contrata a un artista de prestigio para elaborar un cartel, lo dota de categoría artística, pero esto no hace que el artista se convierta en publicitario. Si que es cierto que la publicidad se apropia de todo, de los lenguajes, modas, formas artísticas, etc. El anunciante que contrata a un artista en la actualidad busca su firma más que su trabajo, que también. Se apropia de lo que representa y simboliza para agregarlo a su producto, su partido político, sus normas de conducta, o cualquiera que sea el referente (productos, servicios, ideas políticas, creencias religiosas o normas sociales en sentido amplio). En los carteles que analizamos en esta investigación, la firma se considera un signo dentro del cartel por el significado que transmite, en el contexto local, de la institución que anuncia la fiesta.

Este cartel de artista es demandado sobre todo por las instituciones públicas para campañas de tipo cultural y social desde los años setenta hasta nuestros días. Esta categoría de carteles sigue sirviendo para dejar ver las novedades de los movimientos artísticos de cada momento y la personalidad artística de cada autor. Pero esto no significa que los pintores sean por defecto, profesionales publicitarios capacitados para desarrollar campañas para cualquier tipo de referente y situación comercial o institucional.

Refrenda esta idea la postura de Echeverría (1970, p.38) cuando escribe, a tenor de las intervenciones de refutados artistas en el cartel taurino como Sorrolla, Benlliure, Casas o Picasso:

“(...) son poco felices en la mayoría de los casos, debido principalmente a que, para su éxito popular, el arte comercial requiere unas condiciones de comunicación de orden práctico que rara vez consiguen expresar pintores acostumbrados a plasmar únicamente inquietudes estéticas o espirituales.”

Ya en 1914, al comentar los premios del concurso de la empresa Amatller para sus chocolates, el experto crítico de arte Manuel Abril, escribía sobre el cartel de Galí (Ruiz Melendreras, 1985, p.20) que es una obra “de artista, fina de color, pero que no es cartel”.

En 1933 Cassandre escribe al respecto (García Fernández, 1985a, p.36):

“Es difícil determinar el lugar que corresponde al cartel entre las artes pictóricas. Unos lo consideran como 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 exige una absoluta renuncia por parte del artista. Esto no debe afirmar en él su personalidad.

La pintura es un fin en sí misma. El cartel es solo un medio para un fin, (...)”

En los años 20 se comienzan a definir las características del artista profesional, que hoy puede ser diseñador, diseñador gráfico y creativo, porque debe tener en cuenta las necesidades de las personas a las que se dirige su obra. Prueba de ello son las siguientes palabras del Walter Gropius (García Fernández, 1985) fundador de la Bauhaus:

“Nuestra intención es fundar un nuevo tipo de artista creador, capaz de comprender cualquier tipo de necesidades humanas según un método preciso”.

Como ya hemos desarrollado en la historia del cartel en España (capítulo 4), Josep Renau investiga, desarrolla y organiza los conocimientos sobre el cartel desde Estados Unidos y Europa, pasando por Rusia y deteniéndose en la historia del cartelismo en España hasta donde él mismo vivió.

Todo el contenido de la obra “Función social del cartel” parte de la concepción artística del mismo. Según Renau la reacción del público ante un cuadro y un cartel es diferente. El cartel se encuentra en la calle y es recibido con familiaridad por el público que lo entiende sin trabas, mientras que el que contempla un cuadro en un museo lo considera fuera de su mundo cotidiano, no lo entiende e incluso lo llega a rechazar. Como el autor cree que el arte realiza una función social muy importante, encuentra en el cartel un vehículo del arte aceptado por el público con agrado capaz de realizar su función social con mayor eficacia. Hay que tener en cuenta que el contexto

sociopolítico desde el que estudia el cartel es muy intenso y el cartel de guerra cumple una misión social evidente.

El cartelista es el *artista de la libertad disciplinada*, condicionada a fines específicos ajenos a su voluntad electiva. Su función es plantear y resolver *problemas de lógica concreta* en el ánimo de las masas. Esta misión del cartel es idéntica en el cartel comercial y el cartel de guerra. Renau (1976, p.61) lo expresa de la siguiente forma:

“Por eso, en el artista que hace carteles, la simple cuestión del desahogo de la propia sensibilidad y emoción no es lícita ni prácticamente realizable, si no es a través de esa servidumbre objetiva, de ese movimiento continuamente renovado de la osmosis emocional entre el individuo creador y las masas, motivo de su relación y función inmediatas.”

Esta relación descrita por Renau entre el creativo publicitario – llamado cartelista cuando el soporte publicitario es el cartel- y las masas –denominadas públicos objetivos en la actualidad- coincide con la modelización del proceso de creación publicitaria que hace Joannis³ en 1986. Este último explica que en la creación publicitaria, el talento artístico se debe expresar a través del ir-y-venir del público objetivo-creador-público objetivo. Sirva esta relación de conceptos para ratificar que los conocimientos y planteamientos creativos de la época (el texto que comentamos de Renau data de 1937) no estaban por debajo de los europeos y americanos, y que los creativos publicitarios españoles han elaborado sus propias estrategias sin ser el eco de otros países que llega siempre repitiendo lo que otros han dicho y con retraso temporal.

En 1949 el Fútbol Club Barcelona convocó un concurso de carteles para conmemorar su cincuenta aniversario, que provocó el comentario en la revista de Barcelona Destino en el que se detecta el cambio de rumbo de los cartelistas al uso de las décadas anteriores (Ruiz Melendreras, 1985, p.24):

“¿Dónde están los cartelistas de antaño?(...)Nuestros grandes pintores, vueltos de espaldas a la tradición de un Casas, un Francisco Galí, no se sienten atraídos por el cartel, considerándolo quizá una actividad comercial antes que un ejercicio artístico. No hablamos ya de la carencia de cartelistas natos, de firmas especializadas en este ramo de la publicidad que tantos contactos mantiene con el arte puro.”

Hay en estas palabras una mezcla entre la añoranza de las formas pasadas, el desencanto de los artistas publicitarios, el reconocimiento de la independencia del cartel como instrumento publicitario y de los rasgos artísticos que debe tener el autor de carteles, que resulta muy ilustrativa de la crisis que conllevan los cambios, en este caso de los cartelistas españoles.

Fruto del esfuerzo de los profesionales del sector por estar al día, encontramos el concepto de cartel y la labor del cartelista que en 1948 se podía leer en el artículo traducido al castellano de Courchinoux (1948, p.49-51) citado por Ríos Moyano, 2007. p.103) en Arte Comercial:

“El cartelista debe trabajar únicamente para el anunciante (...). El público no debe acordarse de un cartel del dibujante X, sino de un cartel para el producto Y (...)

³ Joannis (1986) es uno de los autores de referencia cuando se estudia el proceso de creación publicitaria en el desarrollo de la labor publicitaria, conocido sobre todo por su modelo “la Z-creativa”.

Si hemos de hablar con propiedad, el cartel no es exactamente un arte, sino, más estrictamente, la estrecha unión del arte y de una ciencia moderna basada en la psicología; la ciencia publicitaria. Un verdadero cartelista es, además de un publicitario que concibe, un artista que realiza.

(...)

Ser cartelista es un oficio, pero un oficio que no permite la improvisación y que siempre está expuesto a la crítica.”

Santos Torroella (1949, p.12), a tenor de los antecedentes históricos del cartel, al compararlo con el pregonero, parte de la definición de cartel como grito pegado en la pared, y explica que “el cartel ha de consistir en la estridencia cromática, en las tintas vigorosas y espectaculares, que alarmen la mirada como aquél los oídos”. El autor hace hincapié en la relación de compromiso entre el arte y la industria a la hora de crear un cartel.

Azcoaga (1950, p.13), añade a la función de llamar la atención –hasta entonces reconocida como la principal de un buen cartel *moderno*⁴-, la de *conquistar* al público. Para lograr persuadir la receta es *el encanto*, y los cartelistas han de ser artistas y psicólogos a la vez.

Estas directrices sobre la labor del cartelista son esenciales en la acción publicitaria por lo que permanecen vigentes entrada la segunda década del siglo XXI. Y no solo son válidas para el cartelista sino que deben dirigir el trabajo de los creadores publicitarios (creativos, artes, copys, planners, etc.).

Ocurre lo mismo con la libertad que el cliente –anunciante- deja al publicitario en su trabajo. Ya en 1949 se denunciaba la situación en España de los clientes que cometen *el error absurdo del que cree que por pagar entiende* (Ríos Moyano, 2007, p.145) en comparación con la confianza en el saber hacer de los publicistas.

La denominación de cartelista es rechazada por los autores de la escuela de grafismo de Suiza –que se desarrolla en los años cuarenta- y que llega a Barcelona en los cincuenta-. Estos profesionales se autodenominan grafistas.

Según Josep Pla Narbona –perteneciente a Grafistas Agrupación FAD- (García Fernández, 1985, p.43): “El grafismo actual (...) tiende a crear unos hechos gráficos a los que hay que dotar de vida mediante la personal capacidad del autor”. En estos años el “Grupo 13” declara (Pelta Resano, 1999c) que el arte publicitario es una manifestación propia de su tiempo.

En la segunda mitad del siglo XX la profesionalización en la publicidad llega al cartel por lo que muchos artistas (Checa Godoy, 2007) que se dedican al cartelismo, se autodenominan publicitarios o cartelistas. Se produce un cambio importante en el cartel donde, a la influencia de las tendencias pictóricas de vanguardia, se suman la psicología, la fotografía y el cine. El cartel deja

⁴ En el artículo que se cita, Enrique Azcoaga (1950) hace una clara distinción entre el cartel *antiguo*, el cartel *moderno* y el cartel *actual* describiendo brevemente sus principales características: el cartel *antiguo* era una estampa anacrónica, el cartel *moderno* consistía en una síntesis inteligente muy arriesgada que gritaba para llamar la atención, pero el cartel *actual* debe, además de sorprender, persuadir desde el “encanto”, y no con un grito sino con una conversación que enamore al que lo contempla, de manera que llegue a creer que el producto anunciado le proporcionará algo de felicidad.

de concebirse como una obra pictórica y pasa a buscar la eficacia con imágenes más sencillas y directas.

En definitiva, nosotros entendemos que el publicitario, en general, y el creativo en particular, junto con los que se encargan de la producción de los anuncios, son productores de símbolos. En el caso del cartelista, esta función culmina en el mismo lugar donde los elementos del lenguaje publicitario son signos y sus obras son simbólicas.

Para referirse al cartelista encontramos desde cierta época, el término diseñador gráfico por lo que conviene añadir dos breves aclaraciones. Una sobre el concepto de diseño y otra sobre la denominación de diseñador.

Comenzamos por aclarar que el vocablo diseño engloba muchos significados y su utilización es muy amplia (Ríos Moyano, 2007). Se refiere tanto a la actividad creadora como al objeto creado sin tener en cuenta el soporte (bidimensional o tridimensional) del mismo ni la finalidad del proceso de creación (informativo o comercial).

La raíz etimológica del término diseño lo convierte en polisémico de manera que su significado se concreta en función del contexto y la actividad a que se refiera (Subiela, 2011, pp.18-30). Como ya hemos apuntado, esta voz sirve para designar tanto un proceso o actividad (el diseño como profesión) como el resultado de la misma (los diseños de producto del tipo que sean: ora de objetos, ora proyectos arquitectónicos, ora mensajes, etc.). La producción en serie es una de las características principales del diseño junto a la funcionalidad, la estética y la búsqueda de interacción con el usuario. Al parecer, fue el norteamericano A.D. Wiggins, creador de numerosos tipos de letra, el que utilizó por primera vez el término en 1922.

El diseño apareció a finales del s. XIX y principios del s. XX como una variante comercial del arte. Un *arte aplicado* tanto a fines comerciales mediante el cartel y el anuncio, como a fines editoriales con la creación de revistas, periódicos y libros, por supuesto. En el contexto estético del modernismo de renovación de la cultura que alcanza hasta las artes aplicadas, España se suma a esta corriente con el retraso que supuso la renovación de la industria de artes gráficas que permitió la propagación de la litografía.

El diseño publicitario sufrió cambios constantes las primeras décadas del siglo XX. De la composición modernista en los anuncios gráficos se pasa a una estructura más funcional que recibe la influencia de la revolución tipográfica que se produce en Alemania hacia una publicidad artística (Checa Godoy, 2007).

Los primeros profesionales que encontramos en el estudio de la historia del diseño gráfico en España, son los dibujantes comerciales. Se dedicaban al llamado *arte comercial* y se vieron inmersos en otra nueva disciplina, la *publicidad*. Pero ambas disciplinas no tienen los mismos principios, la primera los toma del Arte mientras la publicidad se sirve de la apariencia y estética artística con fines empresariales. Así, los ilustradores, artistas y dibujantes de la época llevaban a cabo su labor publicitaria sin conocimientos técnicos sobre publicidad hasta que entra en acción Prat Gaballí, que será el primer teórico-práctico español de la publicidad.

Pero los orígenes del diseño gráfico español se encuentran entre el Arte y la publicidad. En sus puntos de encuentro y en sus diferencias sustanciales. Sin embargo, el arte comercial no se puede entender solo como manifestación artística ni solo como técnica comercial por lo que se

utiliza como sinónimo la expresión *publicidad artística*. Algunos críticos de la época utilizaron la denominación de *arte puro* para diferenciar la obra de los artistas en el ámbito de las Bellas Artes de las otras realizadas para el arte aplicado o comercial.

“El arte comercial que se había puesto de moda a principios de los cuarenta, dejaba paso al término de arte publicitario. Una profesión dependiente de los nuevos avances que provenían del extranjero, pero, que en España dependía todavía de las características técnicas de lo artístico. Una técnica que implicaba el perfeccionamiento en el empleo de las herramientas y utensilios, de la belleza, el equilibrio,... y otra serie de principios que retenían el estrepitoso salto que caracterizaría a la publicidad y al diseño a partir de la década de los ochenta.”(Ríos Moyano, p.129)

La primera referencia al diseño en España se reconoce en 1899 en un artículo de Miguel Utrillo titulado “*El arte usual*” en la revista Comercio (Ríos Moyano, 2007, p.15) donde versa sobre el arte publicitario. El autor denomina arte usual al arte aplicado de los artistas, tanto pintores como ilustradores y dibujantes, en trabajos del ámbito comercial. A principios del siglo XX, el diseño gráfico nació como arte aplicado y, a su vez, las artes aplicadas se consideraban parte de las *artes decorativas*. Es en las primeras décadas del siglo XX cuando se produce el cambio de concepción de las artes decorativas y aparece el nombre de *arte industrial*. La publicidad se contemplaba dentro de esta parcela del arte hasta que a finales de los años treinta empieza a separarse de las artes mayores a base de hechos publicitarios relevantes y de profesionales de la publicidad que defendieron la identidad del hecho publicitario.

Los creadores gráficos se llamaban dibujantes publicitarios, artistas comerciales, cartelistas, ilustradores, etc.

En un artículo de la revista *Arte Comercial*, Gil Fillol (1950, pp.10-11, citado por Ríos Moyano, 2007, p.67) distingue entre los dibujantes los siguientes:

“(...) el dibujante íntegro, puro pudiéramos decir, para quien se creó sección autónoma en la exposición Nacional; el ilustrador, que abarca todas las frondosas ramificaciones de las artes gráficas, y el publicitario, especialidad técnica que participa de las particularidades de los otros dos grupos”.

En la citada revista dirigida por Emeterio Melendreras⁵ “*Arte Comercial*” (1946-1952), se utiliza por primera vez el término *grafista*. Como hemos señalado, esta denominación llega a España a través de la revista *Arte Comercial*, de la mano de su corresponsal en Suiza, Joaquín Mandaga. Las relaciones entabladas por la revista con la escuela Suiza de publicidad y grafismo la situaron como una referencia para el sector en España. La labor gráfica y tipográfica de Suiza comenzó en las primeras décadas del siglo XX y no se interrumpió durante la II Guerra Mundial por ser un país neutral. Uno de los técnicos publicitarios más importantes del país, Georges Caspari, entrevistado por el citado representante de la revista, declara que los contenidos de la revista la hacen tan

⁵ Emeterio Melendreras (1905-1986) notable ilustrador y uno de los primeros en aplicar la fotografía a la publicidad. Intervino activamente en el desarrollo de la publicidad en España por lo que su labor como publicitario y empresario de la publicidad, formador, organizador de exposiciones, escritor, etc. le fue reconocida en 1976 con la medalla de oro de la Publicidad.

apreciada por todos aquellos que están atentos a las nuevas manifestaciones del *arte gráfico* y la *técnica publicitaria*. (Ríos Moyano, 2007, p.142). Como señala Ríos Moyano esta nueva denominación sustituyó a la de arte publicitario o arte comercial y en la actualidad queda superada por la de *diseño gráfico*. En la actividad publicitaria se utilizaba cada vez más la fotografía como parte visual de los anuncios pero habría que esperar unos años para que se produjera la distinción clara entre el artista y el diseñador.

En la segunda mitad del siglo XX, el popular maestro francés del cartel, Savignac (citado por Checa Godoy, 2007, p.166), apuntó la siguiente comparación: “El cartel es a las Bellas Artes lo que el boxeo a las buenas maneras, es decir, que su academia no tiene nada de académica”. Con esta frase, referida al cartel, expresaba la diferencia entre arte y publicidad. Diferencia que en Europa estaba clara y que en España se empezaba a extender entre los profesionales de la publicidad. Si bien, como hemos visto en capítulos anteriores, desde principios de siglo ha habido en España grandes estudiosos de la publicidad.

En 1987 en el discurso de ingreso en la Academia de Bellas Artes de Santa Cecilia titulado “El cartel, arte y ciencia y lo que sé de su historia”, el pintor, dibujante y diseñador Manuel Prieto (1987, p.7) reconoce la especificidad de este género y describe el panorama de la profesión con las siguientes palabras:

“El cartel, además de todo lo que tiene de creatividad, de pintura por lo mucho que necesita del conocimiento del color, tiene de ciencia y eso es lo que le hace más difícil. Hoy esto se está olvidando, por la ignorancia de los “nuevos” que encargan y por los “amigos de los “nuevos” que aceptan “Terroristas del Arte”, que están destruyendo toda su trayectoria ascendente”.

Prieto (1987) critica la práctica habitual por parte de los pintores de prestigio en lo que se refiere a la realización de carteles que consiste en hacer su obra de siempre con unas letras debajo dónde se anuncian más ellos que lo que han de anunciar. En nuestros días se están realizando esfuerzos notables por estudiar el diseño gráfico español (Calvera y Mallol, 2001) de forma cada vez más precisa, con el fin de conocer la realidad de esta disciplina y de establecer, por ejemplo, las características formales de los trabajos y por supuesto, a los profesionales españoles⁶ más representativos desde sus orígenes hasta nuestros días.

En las primeras décadas del siglo XXI están perfectamente diferenciadas las disciplinas diseño y publicidad, y estas, a su vez de la pintura y el dibujo artístico. Junto a esto, en la realidad se propone como una salida profesional de los estudios de Grado en Publicidad y de Grado en Bellas Artes, la de diseñador gráfico. Esta circunstancia no es sino la herencia histórica de la denominada *publicidad científica* y del oficio llamado *arte comercial*.

Cuando nos referimos al diseño gráfico como actividad encontramos la diferencia con la publicidad. Ambas actividades se necesitan y se superan la una a la otra. No todos los anuncios son

⁶ Como ejemplo de lo investigado y escrito sobre es el diseño gráfico en España cabe destacar: Calvera, A. (2003, 1999), García Ruescas, F. (2000), Gil, E. (2007), Gil y otros (2000), y los diversos estudios de Sauté, E. (1992, 1996, 1997). A esto se suma el trabajo de estudiosos del tema como David Girar Miracle, Noverto Chaves o Raquel Pelta. Junto a la producción impresa proliferan los contenidos en Internet sobre diseño gráfico español en sitios web como el blog de Emilio Gil, el Centro Virtual Cervantes o el blog educastur que contiene una lista de diseñadores españoles ordenados de la A a la Z, entre otros.

realizados por diseñadores gráficos, ni el diseño gráfico se ocupa solo de producir anuncios, sino que se emplea en otros muchos ámbitos profesionales. Desde el diseño editorial hasta cualquier pieza de comunicación corporativa, y en general, todo material gráfico destinado a la difusión masiva (impreso o digital).

Para Sánchez López (n.d.) frente al estancamiento de los carteles de fiestas de muchos pueblos y ciudades españolas se pueden encontrar nuevos creadores profesionales que están haciendo realidad la *esperanzadora renovación de los idiomas gráficos* que conseguirá que el cartel recupere “el carácter innovador que siempre le distinguió y que por naturaleza le pertenece, tal y como cabría esperar de uno de los agentes pioneros del lenguaje mass-mediático”

Para concluir esta introducción, coincidimos con Melendreras en que existen cartelistas que conocen muy bien su profesión y que trabajan bajo la denominación de grafistas o diseñadores gráficos, cuya creatividad se ve limitada porque en las grandes campañas el cartel se ha reducido a plasmar un fotograma del spot de televisión y no se ha creado la pieza con las directrices que manda la adecuación a la propia naturaleza del soporte. Se observa además, que en España no ha llegado a constituirse ninguna escuela, en lo que a estilo cartelístico se refiere, pero es indiscutible que en todo tiempo han existido figuras con estilo y personalidad, es decir, talentos del cartel español.

7.2. RELACIÓN DE CARTELISTAS MURCIANOS

Para conocer la identidad de los creadores de los carteles de las fiestas de Murcia hemos trabajado en la ficha de análisis con un campo en el que hemos introducido textualmente, incluso respetando el estilo del texto (negritas, oblicuas, mayúsculas, minúsculas, versalitas), la referencia a los autores de cada ejemplar. Este epígrafe por tanto, es fruto de la investigación que presentamos en esta tesis. En el primer proyecto de investigación teníamos previsto ahondar en el conocimiento de los autores de cartel para determinar la formación de los mismos y poder describir la evolución del cartelista murciano. Diseñamos incluso una ficha para elaborar la base de datos de los cartelistas recopilando los datos tocantes a su formación y reunir los carteles realizados por cada autor para valorar la repercusión de cada uno en el cartelismo. Así mismo, pretendíamos determinar los estilos estéticos de las obras realizadas tanto en cuanto a diseño gráfico como a valor artístico. Por fin, el análisis se dirigía a determinar si la creación del cartel de fiestas se producía desde la perspectiva profesional de la creación publicitaria que tiene unos objetivos persuasivos determinados y claros. Sin embargo, el devenir del proyecto de tesis bajo la imposición del tribunal de DEA determinó un giro en el mismo hacia la búsqueda del dato cuantitativo y el valor del número de casos analizados y no tanto la cantidad de información que se transforma en conocimiento del cartelismo murciano (en este caso de un tema disperso y tratado de refilón al estudiar otros temas cercanos como la ilustración o la pintura local, o que profundiza tan solo en un aspecto que solo enfocado a matices muy interesantes pero que no ha llegado a tratarse de forma global como aquí lo hemos hecho). Todo lo expuesto tiene como fin justificar que en este epígrafe no aportemos la información deseada pero si una importante lista de autores desde los años 60 hasta la primera quincena de 2000.

Perfil	Cartelistas de la Feria de Murcia 1960-2015	Cartelistas del FIFM 1968-2015	Cartelistas de la Semana Santa de Murcia 1960-2015	Cartelistas de las Fiestas de Primavera Murcia 1960-2015
Pintor	<p>Enrique Nieto, Pedro Rómulo, Nicolás de Maya, José Ramón Lidó Rico, Esteban Linares, Manuel Pérez, Manolo Barnuevo, Sonia Navarro, Carlos Callizo Gutiérrez, Manolo Muñoz Barberán, Rosa Vivanco, Paco Ñíguez, Carmen Cantabella, Manuel Vacas, Antonio Tapia, Nono García, José Lucas, Carlos Pardo</p>	<p>Manuel Muñoz Barberán, José María Párraga, Antonio Carbonell, Ig.García, Alfonso Albacete, Ramón Gaya, Manuel Avellaneda, M^a Carmen Artigas, Chelete Monereo, Muher*- Francisca Muñoz y Manuel Herrero-, Nicolás de Maya, Pedro Serna, Antonio Ballester, Francisco Serna Serna, Esteban Linares, Manuel Martínez Torres, Miwako, Manolo Barnuevo, Rubén Zambudio, Paco Bernal, Antonio Martínez Mengual, Esteban Bernal</p>	<p>Antonio Carbonell, Mínguez, Antonio Laorden, José María Párraga, Mechó, Cánovas, Manuel Muñoz Barberán, José María Falgas, Mariano Ballester, Aurelio, Ramón Gaya, Manuel Avellaneda Gómez, J. Morejón, Balibrea, Luis J. Fernández, Pedro Cano, Juan Antonio Fernández Labaña*, Pedro Serna</p>	<p>Aurelio, Antonio Carbonell, Antonio Laorden, José María Párraga, Antonio Hernández Carpe, Ángel Hernansáez, Gema, Marcos Salvador Romera, Ramón Gaya, Obdulio Miralles Serrano, Francisco Cánovas, Manuel Muñoz Barberán, José María Falgas, Francisco López Soldevila, Ginés Vicente, Alfredo López, Luis J. Fernández, Rafael Terrés, Miguel Vivo, Molina Sánchez, Mariano Ballester, Antonio Ballester, Jesús Silvente, César Mercader, Luis Garay, Pedro Flores, Antonio Martínez Mengual.</p>
Ilustrador	<p>Conte, Momo***, Serafín Alonso***, Pablo Portillo</p>	<p>Julio Arruga, Chipola</p>	<p>Vicente Martínez Gadea, Tropa*, sgmstudio.es*, José Luis Montero</p>	<p>Pablo Portillo, Antonio Ballester*</p>
Diseñador	<p>Ekipo/Vértice(Agencia de publicidad)***, Lucía Pastor Prolongo, Paco Salinas*, Ángel Haro (pintor), Manuel Portillo, Pablo Portillo*, Pedro Manzano, Julio García Abril, Dardo (Agencia de publicidad)***, Ángel Hernansáez, Alberto Corazón</p>	<p>Ekipo (Agencia de publicidad)*, Vicente Martínez Gadea, Severo Almansa, Julio García Abril, Pedro Manzano, Creativos del Mediterráneo, S.L. (Agencia de publicidad)*, Manuel Martínez, Luis Federico Viudes, Pedro López Morales, M^a José Navarro Balibrea, José Luis Montero</p>		<p>Ekipo**S.L., Ekipo Vértice** S.L., El dibujador**: Severo Almansa*, Vicente Martínez Gadea y Antonio Ballester*, Pedro Manzano, José María Nuño de la Rosa Estudios**, Antonio Ballester, Manuel Portillo y Pablo Portillo*, Rafael García Meca, José María, Francisco Cánovas*, Antonio Sánchez, Paco Bernal, Estudio Severo Almansa**, Antonio Martínez Mengual*</p>

Fotógrafo	Tomás Alarcón***, Paco Salinas, José A. Acosta, Antonio López	Juanchi López, Juan Vicente Gil	Antonio López, F. Catalá Roca, Tomás Alarcón, J. Alarcón Ros, J.J. Pérez Gómez, Juan Jesús, Antonio José García Romero, Carlos Moisés García, Juan José Pardo Gómez, José Luis Griñán Escribano, Juani Madrici Ríos, Andrés Nortes Checa, M ^a Dolores Bartolomé Ríos, Miguel Alba Carrascosa, Rafael Francés Márquez, Angel Martínez Requiel, Israel Crespo, Manolo Quijada Pinar, Juan Ignacio Cerdá Meseguer, Juan Antonio Fernández Labaña*, Javier Asunción López, Alejandro Molina López, Juanchi López	Antonio López, Tomás Alarcón, Joaquín Cano y Manuel Fernández-Delgado, Eidos, Carlos Moisés.
-----------	---	---------------------------------	---	--

Tabla 5: Perfil de los cartelistas las Fiestas de Murcia en los carteles localizados de 1960-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

A los autores de la Feria de septiembre no se pueden añadir los nombres de los creadores de las portadas de los programas de fiestas de los años 60 y 70 por cuestiones de rigor investigador. Pero también es cierto que tales portadas tienen un valor documental porque registran el panorama de los diseñadores e ilustradores de estas décadas en Murcia. Nos referimos a Conte, Momo y Serafín Alonso (años 60); el fotógrafo Tomás Alarcón y la agencia de publicidad Ekipo/Vértice con ilustraciones de Chipola (años 70); y la agencia de publicidad Ekipo con Chipola como ilustrador en los 80. Estos autores aparecen en la tabla con tres asteriscos ***. Los nombres que firman la autoría de los programas de la feria de Murcia de los años anteriores al periodo en estudio son por orden de aparición: Gil de Vicario (años 20), Sánchez Picazo (años 20-40), M. Séiquer (años 20), J. Beltrán (años 20), J. Portero (años 20), Fuentes (años 30), J. Soler (años 40), Antonio Laorden (años 40) y A. Mechó (años 50).

Los autores de los carteles de fiestas anteriores al periodo estudiado son: Julián Alcaraz, Pedro Flores y Ramón Gaya (finales años 20), Gil de Vicario (finales de los 20, años 30 y 50), Luis Garay (años 30 y 50), J. Pérez Gil (años 40), Miguel del Mural Gómez (años 40), José Antonio Molina Sánchez (años 40), Carlos Valenciano (años 40), Diez (años 40), Antonio Laorden (años 40 y 50), Carlos Gómez (años 40), Tomás Fuentes (años 40), Antonio Carbonell (años 40), Manuel Muñoz Barberán (años 50), Márquez (años 50), J. Hernández (años 50), T. Egea Azcona (años 50), José Francisco Aguirre (años 50), Mechó (años 50), Ceferino (años 50), J. Sanchis (años 50).

Para conocer el devenir de la designación de los autores de los carteles de las fiestas de Murcia sumamos los datos obtenidos en cada fiesta por separado. Vemos si se encargaron a los mismos profesionales los carteles de varias fiestas y en qué años ocurrió esta práctica, es decir,

detectamos las épocas donde los autores de carteles no se repiten y aquellos periodos donde la autoría se concentra en unos pocos nombres. En los años sesenta Antonio Laorden y Conte realizaron los carteles de varios años. Los setenta son los años de las agencias de publicidad Ekipo y Ekipo-Vértice. En los años 80 y hasta principios de los 90 irrumpen los diseñadores cuyos nombres se repiten y se encargan de los carteles de las fiestas de varios años: Severo Almansa, Vicente Martínez Gadea, Antonio Ballester, Pedro Manzano, Pablo y Manuel Portillo. El pintor que ha realizado carteles de todas las fiestas estudiadas es Manuel Muñoz Barberán.

**PARTE III: CATALOGACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS CARTELES DE FIESTAS
DE MURCIA (1960-2015)**

8. PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO PARA EL ANÁLISIS DEL MENSAJE DE LOS CARTELES DE LAS FIESTAS DE MURCIA

“En este sentido, lo que parece más sensato, como siempre que se analiza la realidad con un mínimo de rigor científico, es estudiar en profundidad el tema, tratar de demostrar al máximo las afirmaciones que se vierten, ver el fenómeno en su complejidad e interrelación y, sobre todo, procurar huir de las posiciones apriorísticas que, como sabe cualquier aficionado a la metodología de las ciencias, contamina gravemente las hipótesis de partida y el desarrollo del análisis y estudio posteriores, sesgando las conclusiones finales.”
(Carlos Velasco Murviendo, 1999)

Como hemos desarrollado en la Parte I de este trabajo, Las piezas que vamos a analizar son mensajes propios de la publicidad institucional, cuyos emisores son los organismos oficiales y privados que se encargan de organizar y patrocinar las fiestas de la ciudad de Murcia.

El trabajo de campo realizado consta de varias fases:

En primer lugar, la búsqueda y recogida del material gráfico relacionado con los carteles de las cuatro fiestas en estudio. Los documentos reunidos proceden de diversas fuentes:

1. El Archivo Municipal situado en el Palacio del Almudí al que nos referiremos en adelante con el nombre abreviado de *El Almudí*: este archivo conserva parte de los carteles de todas las fiestas que abarca este trabajo, de los cuales tiene digitalizados 67. Nos han facilitado estos carteles en unos años en los que no los tenían expuestos en la web del archivo, además, hemos consultado los que tienen archivados, pero no hemos podido fotografiar aquellos que no hemos encontrado en otra fuente.
2. El Archivo de la Biblioteca Regional de Murcia: conserva parte de los carteles que cumplen los parámetros del estudio a investigar y que nos han permitido consultar y fotografiar.
3. El Archivo de la imprenta Artes Gráficas Novograf: guarda muchos de los carteles de las fiestas que se han impreso en la empresa. Nos han cedido los carteles para fotografiarlos y tenerlos durante el tiempo necesario y nos han mandado la imagen digitalizada de los que conservan con este sistema.
4. El Archivo del Museo Ramón Gaya: cuenta con originales de los carteles del artista que lleva su nombre y nos han dejado digitalizar la colección de postales del XXV aniversario del Festival de Folklore en el Mediterráneo.
5. El Real y Muy Ilustre Cabildo Superior de Cofradías de Murcia: conserva una colección de carteles de esta semana grande en Murcia y nos facilitó los ejemplares para hacerles fotografías. En su página web (<http://www.cabildocofradiasmurcia.net/>) se puede consultar un documento con la compilación de estos anuncios.
6. Páginas web de las Instituciones Públicas que organizan y colaboran con las fiestas y las promocionan para fomentar el turismo a nivel regional y local: http:

- www.murcia.es: página web del Ayuntamiento de Murcia. Concejalía de Cultura (antes www.fiestasdemurcia.es)
 - www.turismodemurcia.es: página web oficial de la Concejalía de Turismo del Ayuntamiento de Murcia.
 - www.murciaturistica.es: página web oficial de turismo de la Región de Murcia.
7. Páginas web de coleccionismo y/o compraventa de antigüedades como todocoleccion.net o www.rincondelcoleccionista.com.
 8. Páginas web y blogs de colectivos -como asociaciones, federaciones o amigos- relacionados con las fiestas de Murcia:
 - www.feriamurcia.es: página web de la Asociación Empresarial de Feriantes de la Región de Murcia.
 - www.murcianazarena.com: página web del foro Murcia Nazarena nacido de un grupo de asistentes al Foro de la Semana Santa de Murcia.
 9. La colección privada de Pedro Manzano: tras unas conversaciones muy enriquecedoras y una larga entrevista en profundidad sobre el cartelismo murciano de las últimas décadas el experto y coleccionista nos ofreció buscar en su colección los carteles de los años que no habíamos localizado en otros lugares para que pudiéramos tomar fotografías pero una vez enviado el listado, y tras repetidos intentos de localización, no hemos encontrado respuesta a las demandas hasta un nuevo contacto en julio de 2015 donde vuelve a ofrecer su colaboración que acogemos con ilusión de cara a posteriores investigaciones puesto que no podemos dilatar el cierre de la presente.
 10. La colaboración de diversos autores de carteles: Pablo Portillo, que nos contestó a la petición de sus carteles de la Feria de Septiembre que no los pudimos consultar porque había prestado los carteles a una persona que no se los devolvió. Por su parte Nicolás de Maya, si bien nos envió un cartel de Fiestas de Primavera que ya teníamos, sin embargo, no dio información sobre el cartel para el festival del folklore del año 2000, que no aparece en ningún archivo. Angel Haro y Julio García Abril no han contestado a la solicitud y Lucía Pastor nos dijo que buscaría el suyo para la feria de septiembre pero no lo hizo. Severo Almansa y Chelete Monereo se mostraron muy amables a colaborar pero no hemos llegado a formalizar ninguna transferencia de información.
 11. Colección de las revistas del entierro de la sardina de Isabel María Gómez Abia.
 12. Las Oficinas de Turismo de Murcia donde hemos recogido personalmente los carteles de los últimos años.

Esta fase ha resultado mucho más compleja y larga de lo previsto en el proyecto. La causa de este hecho estriba en que los carteles de fiestas del periodo estudiado no están en los archivos institucionales de Murcia como puede deducirse de la descripción de los fondos de estos organismos. En la página web del Archivo Municipal del Ayuntamiento de Murcia situado en el Palacio del Almudí se describen sus funciones como (www.archivodemurcia.es, visitado el 7 de julio de 2015)

“El Archivo es la unidad administrativa responsable de la conservación de los documentos producidos por la institución de la que depende, para que se utilicen como testimonio y garantía de los derechos de esta institución.

El Archivo Municipal de Murcia conserva, por tanto, los documentos producidos por el Ayuntamiento desde sus orígenes, y es el responsable de su recogida, organización y difusión para que sean utilizados por sus titulares, la administración municipal y los ciudadanos y, más tarde, por los investigadores, como herramienta de reconstrucción de hechos pasados.

El Archivo Municipal de Murcia es el responsable de la gestión documental del Ayuntamiento de Murcia.”

En relación a los carteles de fiestas de este fondo municipal hemos tenido acceso a la catalogación de los que tienen en depósito y el personal ha puesto a nuestra disposición las imágenes digitalizadas de los 67 ejemplares de fiestas. El resto de los carteles no hemos podido verlos ni fotografiarlos por problemas en el almacenaje y porque hemos decidido, con el paso de los años, recoger la localización de los elementos y continuar con el proceso fuera de la tesis.

Lo mismo ha ocurrido con otras fuentes como los autores de los carteles que, como hemos descrito, no nos han proporcionado ninguna imagen de los carteles originales.

Por su parte el Archivo Regional ha puesto a nuestra disposición los ejemplares de los carteles y programas de fiesta, que le hemos solicitado proporcionándonos el espacio para hacer las fotografías que necesitábamos.

Esta fase era determinante para la investigación, pero al dilatarse en el tiempo hemos decidido ir intercalando la construcción del marco teórico mientras que continuábamos buscando los carteles. Por otra parte, el rigor de los plazos de la elaboración de la tesis determinó que detuviéramos la búsqueda para proceder a la extracción de resultados del trabajo de campo. Por todo ello, la localización de los carteles, la captura de su imagen y de la información pertinente para cumplimentar las fichas constituyen una investigación en sí misma: una contribución a la reconstrucción del cartelismo de Fiestas de Murcia y ha esbozado un camino para posteriores investigaciones.

En segundo lugar, el diseño de la ficha *ad hoc* cuya estructura permite recoger los datos pertinentes para conocer el estado de la cuestión del campo definido como cartelismo murciano y que contenga los apartados adecuados para analizar el contenido de los carteles de la muestra. La descripción de la ficha y los fundamentos teóricos en los que se basa se desarrolla una vez descritas las presentes etapas ya que su extensión haría perder la visión de conjunto de las fases que aquí se enumeran. El software utilizado para la elaboración de las bases de datos es el programa *FileMaker_Pro12*. La base de datos *File Maker Pro* consiste en uno o varios archivos compuesto de una o varias tablas. Las tablas están formadas de registros (para introducir datos en un archivo se abre un archivo) y campos (almacenan, calculan y presentan los datos que se han introducido en los registros). El programa permite recoger los datos, ordenarlos, actualizarlos, realizar búsquedas y organizarlos para obtener la información precisa y presentarla de forma adecuada a la investigación en este caso.

El tercer paso, la redacción de los capítulos que contextualizan la comprensión del trabajo de campo donde convergen los capítulos dedicados a la perspectiva comunicativa del cartel (publicidad, publicidad exterior, cartel, cartel de fiestas, publicidad institucional) con la dimensión histórica del mismo (historia universal del cartel, historia del cartel en España ambos capítulos observando sobre todo el cartel institucional y el de celebraciones festivas) y con el conocimiento del desarrollo en Murcia del cartel, en general, y del cartel de fiestas, en particular. Este último capítulo ha supuesto una labor investigadora novedosa en su resultado y laboriosa en su construcción puesto que no ha sido abordado hasta la fecha, solo hemos encontrado referencias directas a los carteles de fiestas o a sus autores diseminadas en tres publicaciones: una sobre ilustración gráfica hasta 1950 (Ruiz Llamas, 1992), otro sobre diseño gráfico hasta los años noventa (Hervás Avilés, 1999) y los escritos sobre folletos de fiestas editados por el Ayuntamiento de Murcia con motivo de las fiestas de primavera de 1992 (Flores Arroyuelo, 1992) y la feria de septiembre de 1993 (Belda Navarro, 1993). Hemos trabajado con los datos arrojados por el trabajo de campo donde hemos recogido los carteles y programas de fiesta de los años anteriores al estudio.

La cumplimentación de los registros de la base de datos da paso a la extracción de los datos de los distintos campos. A partir de los cuales se obtienen unos resultados que han nutrido de información, por un lado, la construcción del recorrido/devenir histórico en el tiempo de los carteles de las fiestas de Murcia y por otro, el conocimiento de los mensajes a nivel formal y de contenido de dichos anuncios. Este último aspecto concluye con la reconstrucción del imaginario de las fiestas de Murcia a través de sus carteles institucionales.

Pasamos a abordar la descripción de la ficha de análisis de los anuncios objeto de la investigación. Para ello comenzamos por repasar las teorías y modelos de estudio en los que se fundamenta la inclusión de los campos elegidos y de las alternativas de cada campo.

La comunicación publicitaria se debe estudiar aunando el plano técnico de la publicidad (comercial y de mercado) con la dimensión cultural que supone este fenómeno comunicativo.

Los carteles que son objeto del análisis de nuestra investigación tienen como referentes las distintas fiestas y festejos que se celebran en Murcia durante el año (y a través de los años).

Como hemos señalado, las fiestas anunciadas son de raíz popular y constituyen una parte importante del folklore de los pueblos, regiones y países. Pertenecen a la cultura popular de Murcia y su estudio se ajusta perfectamente a la consideración del hecho publicitario como fenómeno cultural en dos sentidos o por dos razones: porque hablan sobre un hecho cultural (la fiesta) y porque la publicidad repercute/trasciende en la cultura.

El concepto de cultura en sentido comunicacional -que conlleva la interacción de los elementos que intervienen en la comunicación- propuesto por César San Nicolás¹ (2005, p.44-45) como “conjunto de normas, símbolos, mitos e imágenes que son asumidos por el individuo y determinan sus sentimientos e instintos” da cabida a la publicidad como parte de la cultura de masas. Así, la publicidad posibilita la creación de sentidos culturales con las mismas “técnicas de

¹ Para la construcción de la metodología de análisis de contenido seguimos el planteamiento que César San Nicolás (2005) construye para el análisis semiótico aplicado a los hechos publicitarios que ocupan los capítulos 3 al 6 de su obra referenciada *Introducción a la creatividad publicitaria. Fundamentos teórico-prácticos*.

producción, circulación y consumo de marcas y mensajes, en un camino hacia la mercantilización de las experiencias expresivas de unos colectivos sociales.”

Coincidiendo con la visión del cartel de Diego Coronado (2001), César San Nicolás (2005, p.45) encuentra en la publicidad actual “una forma de producción industrializada de la realidad” válida para que las culturas dominantes-institucionales y/o corporativas- actúen sobre la conducta de los colectivos sociales de su entorno inculcándoles sus criterios y pautas de actuación. Al mismo tiempo, es igualmente efectiva para que estas instituciones determinen

“las representaciones sociales de los diferentes públicos (receptores y consumidores, destinatarios culturales y prescriptores económicos), mediante la referencia artificial a valores y predicaciones simbólicas (...) con el fin de obtener- a tenor de unos objetivos planificados por los técnicos al servicio de los anunciantes- unos resultados objetivos en términos de participación dentro del mercado donde compiten.” (César San Nicolás, 2005, p.45)

En el caso de las fiestas que nos ocupa, las campañas de comunicación de las mismas utilizan como medio de publicidad por excelencia el cartel que es observable y analizable científicamente bajo la consideración de la publicidad como “campo de expresión”.

La publicidad como disciplina científica está capacitada para abordar este objeto de estudio porque existe un sistema de modelización de la Teoría de la Publicidad, es decir, contamos con un modelo capaz de representar la realidad que es objeto de estudio mediante un sistema semiótico (Nicolás Ojeda, 2006). Nicolás Ojeda basa el estudio científico de su tesis doctoral sobre publicidad y juventud en la modelización de la Teoría General de la publicidad construida por González Martín² (1996) a partir de cuatro modelos teóricos, sustentados por las teorías generales propias de cada ámbito, que convergen en la explicación del sistema publicitario y que sirve potencialmente para abordar los objetos de estudios propios del mismo.

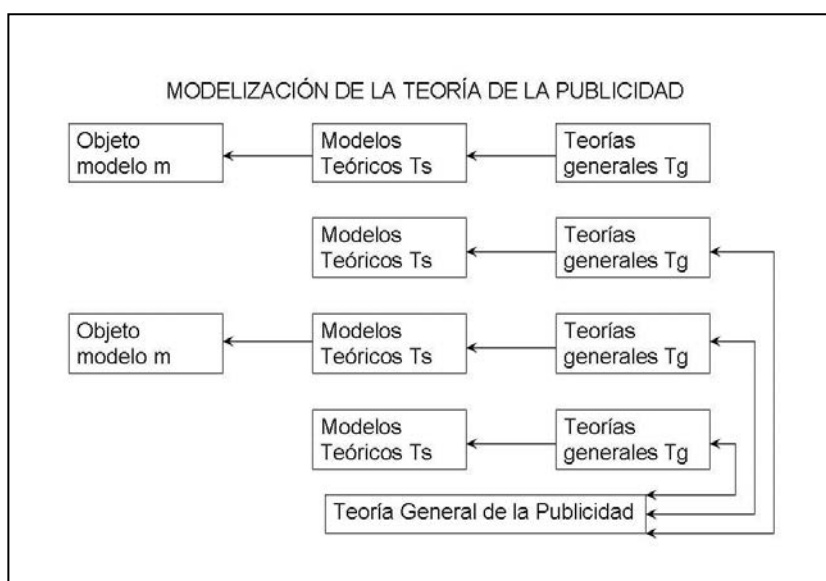


Figura 1: Modelización de la Teoría de la publicidad (González Martín, 1996, p.66).

² En el capítulo 3 de su obra de 1996 González Martín plantea la construcción epistemológica necesaria para la modelización de la teoría de la publicidad.

En el desarrollo de la metodología de su trabajo, Nicolás Ojeda (2006) recoge de forma sistemática el desarrollo de la investigación en comunicación social. Expone la repercusión de las corrientes de estudio en la formación de las escuelas y paradigmas que han tenido como consecuencia la formación de distintos modelos de estudio de la comunicación, en general, y de la comunicación publicitaria, en particular. El recorrido por las metodologías de estudio del mensaje publicitario se divide en cuatro apartados ordenados cronológicamente. Cada una de estas etapas metodológicas comienza con la exposición de los principios fundamentales de la corriente y culmina con la exposición pormenorizada del modelo aplicable al estudio del mensaje publicitario desde tal corriente científica. El funcionalismo, donde se empleó el análisis de contenido a la publicidad, seguido del estructuralismo, abre paso al método semiótico aplicado a la publicidad y termina con la explicación del modelo sociosemiótico y el denominado mitoanálisis de la publicidad.

Con el propósito de sustentar nuestra propuesta de análisis de los carteles en los conceptos metodológicos propios del estudio científico de los mensajes publicitarios recogemos a continuación los aspectos necesarios para contextualizar y explicar la investigación basados en los estudios mencionados.

Nuestra investigación se enmarca en la publicidad institucional cuya estructura se define con más claridad en grupos de población cada vez más urbanos. Desde este punto de vista, el funcionalismo de la escuela de Chicago estudiaba la comunicación de medios como herramienta para mejorar las relaciones sociales (socializadores) en la cultura de masas. Cobra consistencia la repercusión del “grupo primario” (grupo de personas que cooperan cara a cara) en la formación de los valores e ideales de los individuos y los medios de comunicación son criticados porque se considera que despersonalizan a los individuos de las ciudades y hacen superficiales las relaciones sociales. En este marco teórico, se desarrolló desde la psicología el interaccionismo simbólico. Al mismo tiempo, en Europa los estudios de comunicación tenían un carácter más globalizador. Se estudian las instituciones que las sociedades humanas construyen para cubrir sus necesidades de convivencia social y los mensajes que las mismas envían a la población. No se puede hacer referencia a la corriente funcionalista sin mencionar la enorme repercusión que tuvo el modelo de comunicación elaborado por Laswell, por cuanto estableció las posibilidades de estudio de la comunicación de masas. Desde esta corriente, si bien el concepto de individuo queda diluido en el de masa manipulable por las instituciones a través de los medios de comunicación, y esto no responde a la realidad, también es cierto que se produjo una gran profusión de investigaciones sobre los efectos y los contenidos de los medios que activaron la investigación sobre los medios de comunicación y sus mensajes lo que ha impulsado el estudio científico de la comunicación publicitaria hasta nuestros días.

El cambio de rumbo de la investigación en ciencias sociales se produce cuando la cibernética plantea el concepto de sujeto de la comunicación reconociendo la actividad del mismo en cuanto que selecciona e interpreta la información que recibe de los medios. Este cambio conceptual supuso el punto de inflexión en la psicología que ha llegado hasta nuestros días. Se trata de la superación del conductismo/neoconductismo y el desarrollo de la psicología cognitiva donde el sujeto es

considerado como procesador de información y su conducta será el resultado de una serie de variables internas y externas al mismo.

Cierra este apartado, la exposición del análisis de contenido por ser el modelo válido para el estudio del mensaje publicitario desde la perspectiva funcionalista. Para Raul Eguizábal (1989, citado por Nicolás Ojeda, 2006, p.215), el análisis de contenido tiene como objetivo “explicitar y sistematizar el contenido de los mensajes y la expresión” del mismo mediante la combinación de técnicas que, utilizando indicadores de las variables a analizar, permite elaborar conclusiones lógicas y justificadas sobre el emisor y su contexto y, raramente sobre los efectos de estos mensajes.

Este método de investigación ha llegado a nuestros días como herramienta válida para los estudios de comunicación social. Como afirma Rodríguez Maldonado (2005), es una herramienta cuantitativa que permite describir el contenido de una comunicación de manera objetiva y sistemática. En la actualidad, como resultado de su desarrollo, esta metodología se puede definir como “una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto” (Krippendorff, 1990, p.28, citado por Maldonado, 2005).

En el ámbito de la comunicación persuasiva publicitaria, para realizar el análisis del mensaje publicitario con este modelo de investigación, Eguizábal ha propuesto el modo de aplicación siguiente esquematizado por Nicolás Ojeda (2006) y que entendemos fundamental para nuestro trabajo por cuanto encontramos en él incluidas gran parte de las variables (aquí denominadas códigos) que utilizamos en nuestra plantilla de análisis propio, así como la división de los niveles de significación del mensaje publicitario (significación de referencia, denotación y connotación).

El análisis de contenido según este modelo se estructura en tres etapas sucesivas. A su vez, en cada etapa se llevan a cabo una serie de actividades que recogemos de forma simplificada en la Tabla 4.

La segunda gran corriente del pensamiento moderno más trascendente para las ciencias sociales es el estructuralismo. El método estructuralista aplicable al estudio del mensaje publicitario pretende superar al análisis de contenido en la búsqueda de las relaciones entre los elementos del mensaje con el fin de interpretar los significados del mensaje en función del contexto espacio-temporal y el tipo de mensaje de que se trate. Desde el modelo propuesto por Jakobson para describir los procesos de la comunicación verbal y con el cambio que supuso la lingüística general propuesta por Saussure, desde la que se estudia la lengua en el contexto espacio-temporal concreto en el que los individuos se comunican, “la comprensión de la lengua giró hacia la determinación de ésta como un sistema de signos” (Nicolás, 2006, p.221). Por tanto, la lengua se puede estudiar desde la perspectiva social como actividad del ser humano en el que los elementos que intervienen desempeñan una función en la formación del significado del mensaje. La lengua presenta una estructura de elementos relacionados por reglas que adquieren sentido dentro del conjunto total que forman.

Se desarrollan conceptos que evidencian la relación de la lingüística estructural con la Teoría Matemática de la Comunicación como el de redundancia, información, selección de la cantidad mínima de información y ruido semántico, entre otros. Lo importante para nuestra perspectiva de estudio es que la lengua se considera como principal código de información con fundamento

cultural, en palabras de Nicolás Ojeda (2006, p.222), “como sistema cultural de signos que para la semiótica se convertirá en el verdadero transmisor del significado final a partir de los procesos de semiosis y las dimensiones denotativas y connotativas de los signos.”

1ª etapa de preanálisis
a. Lectura flotante
b. Elección del material
c. Formulación de las hipótesis y de los objetivos
d. Localización de los indicios y elaboración de indicadores. Cuando se analiza <i>publicidad se determinan los modos de codificación:</i>
d.1. Códigos del mensaje publicitario
d.1.1. <i>código cromático</i> a dos niveles: d.1.1.1. impacto visual d.1.1.2. como lenguaje simbólico
d.1.2. <i>código tipográfico</i> para d.1.2.1. llamar la atención d.1.2.2. destacar elementos escritos d.1.2.3. sugerir modernidad o clasicismo
d.1.3. <i>código fotográfico pictórico</i>
d.1.4. <i>código gestual y posicional</i> para d.1.4.1. Elementos que hacen referencia al cuerpo humano: a. expresión facial y gestos con los ojos b. gestos con el cuerpo: designación, posiciones de los personajes... c. relación espacial entre las personas para indicar los grados de intimidad, respeto y jerarquía. d.1.4.2. Elementos pertenecientes al mundo de los objetos: a. relacionados directamente con las personas. b. los que se encuentran en su entorno. d.1.4.3. Elementos relacionados con el lenguaje verbal: timbre, tonos de voz,...
d.1.5. <i>códigos morfológicos</i> : varias formas d.1.5.1. construcción focalizada. d.1.5.2. construcción axial d.1.5.3. construcción en profundidad d.1.5.4. construcción secuencial
d.1.6. <i>código sociocultural</i> : significantes dirigidos por el soporte y las variantes. d.1.6.1. Utilización de los estereotipos por parte del lenguaje publicitario.
d.1.7. <i>código verbal</i> : significantes dirigidos por el soporte y las variantes. d.1.7.1. Eslogan (de marca, de producto/servicio). d.1.7.2. Cuerpo de texto.
d.1.8. <i>Trasvase de códigos</i>
e. Preparación del análisis
2ª etapa de explotación del material
Codificación fragmentando y agrupando el contenido en unidades de dos clases: 1. unidades de registro: segmento de contenido. 2. unidades de contexto: codifican las unidades de registro según los códigos determinados en el preanálisis. Requiere la división de los <i>niveles de significación del mensaje publicitario</i> : - significación de referencia: metalenguaje publicitario - denotación - connotación
3ª etapa de tratamiento de los resultados e interpretación

Tabla 4: Esquema del Modelo de análisis de contenido de Eguizábal.

Fuente: Elaboración propia a partir de Nicolás Ojeda (2006)

Encontramos en el modelo de comunicación de Jakobson la conexión de los elementos que intervienen en la comunicación con las funciones del lenguaje que desempeñan. Destacamos aquí solo aquellos aspectos relacionados con nuestro planteamiento de análisis.

En primer lugar, la función referencial, denotativa o cognoscitiva, cobra especial relevancia en nuestro estudio puesto que es el contexto de los mensajes que analizamos el que dirige el sentido de la comprensión por parte del público receptor. Además, introducimos el concepto de *contexto argumental* (Miralles, 2010) en nuestra investigación por cuanto la situación representada en los carteles interviene como marco referencial para construir el mensaje y transmitir el contenido deseado para lograr la eficacia pretendida.

La función expresiva o emotiva en los carteles de fiestas juega un papel principal puesto que el hablante, la institución en nuestro caso, suele cuidar especialmente la forma de expresión de su mensaje adecuándose a la población a través de los artistas locales.

Junto a la función expresiva, y complementándola, en la publicidad institucional de fiestas locales ocupa un lugar destacado la función poética del mensaje. La expresión artística del mensaje es uno de los rasgos más representativo de los carteles de fiestas. Como podemos observar en los mismos las ilustraciones que aparecen en ellos tienen como autores a figuras del arte local, la mayoría pintores reconocidos por su obra pictórica.

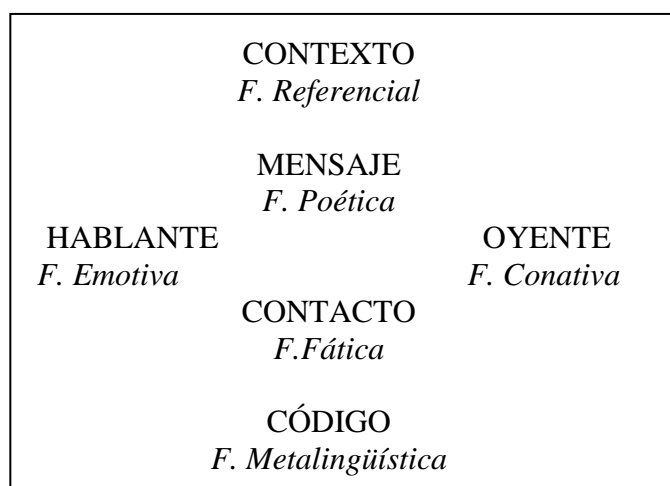


Figura 2: Elementos participantes en la comunicación y funciones que desempeñan (Jakobson, 1983, P.37, citado por Nicolás, 2006, p.226).

No menos importante es la función metalingüística que se desarrolla en el código utilizado en el proceso de comunicación. Los participantes en la comunicación deben compartir el conocimiento de este código para comprender el sentido del mensaje. En nuestro caso, el significado de los símbolos (y su combinación), utilizados en los carteles de fiestas, ha de ser compartido por las instituciones que los emiten y la población que las recibe. Este aspecto será tratado con detenimiento en nuestro análisis porque recogemos de cada caso aquellos elementos que funcionan en el cartel simbolizando la fiesta de que se trata. Por regla general, estos signos apelan a rasgos esenciales de las fiestas presentadas. En este sentido la población objetivo de este tipo de

publicidad institucional conoce las fiestas por contacto directo con ellas por lo que la decodificación del mensaje transmitido no suele inducir a error³.

El valor de este modelo reside, asimismo, en el reconocimiento del oyente como intérprete que establece el sentido último del mensaje por encima de actuar solo de receptor y decodificador del mismo, cosa que se acerca a la perspectiva semiótica desde la que todos los participantes en el proceso de comunicación intervienen en la transmisión de los significados connotados.

Nos interesa también destacar el planteamiento sincrónico del análisis de los carteles propio de la perspectiva estructuralista que consiste en estudiar la significación en función de las relaciones que se establecen entre los órganos que intervienen en la comunicación pero siempre situados en el espacio y el tiempo determinado, esto es, el contexto concreto en el que se desarrolla la acción comunicativa.

El concepto de código compartido entre emisor y receptor junto con la consideración de los factores externos que rodean al mensaje consiguen que la comunicación se empiece a comprender de una nueva forma que supera el modelo de Jakobson.

La concepción estructuralista fue internalizada en muchas disciplinas llegando a generar una corriente interdisciplinar en la cual la idea fundamental -independientemente de la naturaleza del fenómeno estudiado- consistía en conocer la estructura general del sistema para comprender el significado de las partes que lo integran. Desde esta perspectiva, la inserción de los signos en un sistema los dota de significado al presentar una forma y un contenido que corresponden a significante y significado. Esta integración les aporta un plano detonado como expresión patente y otro plano connotado que permanece latente, así como un metalenguaje, esto es, un modo de referirse a la formación, constitución y funcionamiento del sistema.

La escuela de Frankfurt es reconocida como el lugar de inicio tanto del estructuralismo como de la semiótica o semiología de la mano de sus máximos representantes, Adorno y Horkheimer. Ambos autores lucharon por demostrar que los poderes sociales dominantes de la sociedad intentaban someter la personalidad de los receptores introduciendo su ideología en los contenidos de los medios de comunicación de manera que el público la asimilase y la reprodujera en sus actividades de trabajo y de recreo. Introducen el concepto de pseudocultura⁴ como resultado de la intervención ideológica de los poderes en la población.

³ “Los símbolos han de ser claros, que puedan leer y entender hasta los más torpes. Los símbolos no deben explicarse. Esta es la parte científica del cartel. No vale eso, que el que no sabe, llama símbolo, que son cosas que se ponen y que luego se intentan justificar después de terminada la obra, que no explican nada y que el artista necesita explicar al que la ha encargado para poder cobrarla, y el que la ha encargado, que no sabe tampoco nada y que ocupa un cargo oficial, se queda como estaba antes, vacío pero descansando su mucha responsabilidad en el artista que lo ha hecho. No se ha tenido en cuenta que sea un cartelista porque esa necesidad se ignora, pero sí un pintor de moda. Al final, dinero perdido y resultado esperado ¡nulo! (Prieto, 1987, p.9)

⁴Es especialmente interesante el trabajo de Blanca Muñoz mencionado por Nicolás (2006), sobre los fenómenos que originan la “pseudocultura” como la “pseudoformación” en la que lo técnico sustituye a la formación de la mano de obra, las supersticiones de segunda mano y lo más importante, la pérdida de la racionalidad de los sujetos que asimilan los conocimientos sin prestar atención a su significado más perspicaz o tenue.

Desde este planteamiento se reconoce como Teoría Crítica a la metodología de estudio que se opone a los estudios positivistas de la comunicación de masas, puesto que la realidad esta sujeta a cambios irracionales que hacen necesaria la interpretación en la investigación social.

En este panorama aparecen los primeros cambios en la investigación que llevarán hacia la semiótica. Se producen un punto de inflexión hacia el concepto de sentido que no se puede abordar solo con el cálculo informacional. Así, el concepto de “pseudocultura” también denominado “cultura de masas” se acuña para denunciar la actuación del poder que despliega su ideología defendiendo la razón, que en realidad carece de significado, y sirve de vía para configurar la interpretación que hace el receptor de la realidad y que guía su vida según los intereses de dicho poder. En definitiva y en términos utilizados por Nicolás Ojeda (2006, p.233), “una recepción heterogénea que aspira a una homogeneización del pensamiento”. Desde esta dimensión la televisión y todas las tecnologías aplicadas a la comunicación se utilizan para socializar y amasar al pueblo y la democracia funciona como un régimen totalitario que impone sus ideas limitando la libertad crítica del individuo quedando, éste anulado y sin capacidad para disentir.

El modelo aplicable al estudio del mensaje publicitario desde el método estructuralista se presenta de la mano de Eguizábal Maza como el estudio de los textos para encontrar una estructura que deje ver la intención del emisor de los mismos. La propuesta de R. Barthes⁵ para el estudio de la imagen en los textos publicitarios supone para Eguizábal el paso del estudio estructuralista al semiótico. Si bien para Barthes existen tres tipos de mensajes en los anuncios -lingüístico (denotado y connotado), icónico codificado y literario no codificado-, lo que lleva a una explicación limitada de los planos de la significación; también es cierto que Eguizábal reconoce la correspondencia entre la sintáctica o nivel denotado del texto y la pragmática o nivel connotado inherente al contexto del receptor.

En nuestro análisis estudiamos los dos niveles de significación denotado y connotado por el mensaje en relación con el público al que se dirige la acción publicitaria, por eso hemos introducido este resumen sobre el devenir metodológico en el estudio del mensaje publicitario y continuamos con las aportaciones de los estructuralistas.

Estamos de acuerdo con Eguizábal (1989) cuando afirma que la comprensión del mensaje publicitario pasa por el estudio del contexto, aspecto que, como hemos repetido varias veces, es fundamental para el análisis en nuestra investigación. Y que supera la posición estructuralista de Lévi-Strauss que consideraba imposible estudiar el contexto. El autor ofrece tres tipos de contextos: el contexto sintáctico que aporta el significado global del mensaje; las relaciones situacionales entre los integrantes del proceso de comunicación y sus características que permite estudiar la situación de enunciación y las circunstancias en las que se comprende el enunciado; y el contexto social que aporta los rasgos sociales y culturales de la situación en la que se lleva a cabo la comunicación y que permite interpretar y comprender los significados en contacto con la realidad del emisor y el receptor.

⁵ Barthes separa la actuación de la imagen y el texto de los anuncios. Denomina operación de anclaje a la que realiza el texto guiando la lectura de la imagen, y operación de relevo a la misión de la imagen que consiste simplemente en ilustrar la información que transmite el texto.

El autor recoge de esta propuesta estructuralista tres niveles de descripción del relato publicitario: el nivel de las funciones, el nivel de las acciones y el nivel de la narración. En el nivel de las funciones, se definen las unidades mínimas operativas de la narración, siendo la función de la unidad de contenido mostrar lo que dice un enunciado, no la forma de decirlo. Las funciones se organizan entre sí de forma gradual, según su importancia. En el nivel de las acciones, se describen los personajes en función de sus acciones y no por lo que en realidad son. Comentamos estos dos niveles, porque se relacionan con la propuesta de análisis del contexto argumental, ya mencionada y que presentamos, más adelante que consiste en detectar los elementos que funcionan como signos cargados de contenido donde situamos la descripción de los personajes significantes.

En este sentido, la propuesta está armonizada con el desarrollo de lenguaje publicitario de González Martín (1996) cuya unidad sintáctica mínima es el signo, siendo los códigos, textos y contextos las unidades que se integran en los componentes gramaticales a tener en cuenta para interpretar los significados de los mensajes de la comunicación publicitaria como aparecen en la tabla siguiente:

		Unidades gramaticales del mensaje publicitario			
		signo	código	texto	
Componentes de la gramática semiótica del lenguaje publicitario	Sintáctico				
	Semántico				
	Pragmático				contexto

Tabla 5: Relación de unidades gramaticales y componentes de la gramática del lenguaje publicitario.
Fuente: Elaboración propia a partir de González Martín (1996, pp. 217-223).

Desde esta perspectiva, González Martín (1996, p.219) reconoce la función signo para integrar tanto a personajes como a elementos de cualquier naturaleza como signos que cobran su significado integrados en el texto publicitario⁶ en relación al significado que le confiere el contexto/contextos que afecta a la comunicación en el que se produce la comunicación. En palabras del autor su propuesta parte de la idea de que

“...el uso real de los lenguajes no es simplemente un reflejo de una serie de vinculaciones entre un signifiante y un significado, en la actuación participan otros factores lingüísticos, ya vistos, que exigen la introducción de un componente pragmático, que evidencie todos estos fenómenos que determinan, en gran medida, la propia eficacia del mensaje”.

Para terminar con esta fase metodológica, debemos resaltar que de estas propuestas estructuralistas emergen rasgos que se establecerán como esenciales en la perspectiva semiótica, que comentamos a continuación. Coincidimos con Nicolás Ojeda (2006) en la relevancia del cambio conceptual que aumenta la capacidad del sujeto de construir nuevas estructuras para cualquier tipo de discurso persuasivo o informativo, sabiendo que los significantes y signos pueden variar de

⁶Juan Antonio González Martín (1996) defiende la existencia del lenguaje publicitario y argumenta su estudio desde la Semiótica para lo cual desarrolla la descripción del mismo mediante un modelo gramatical semiótico que sirva tanto para describirlo como para descubrir sus propiedades productivas haciendo posible generar un número infinito de textos partiendo de un número limitado de elementos simples y reglas.

significado según las relaciones que se establezcan en el texto y el contexto. Eguizábal subraya la coincidencia entre la semiología y el estructuralismo cuando este último interpreta todos los aspectos de la cultura humana como signos. Y volvemos a repetir que esto coincide de lleno con la explicación del lenguaje publicitario del citado González Martín.

En su totalidad, la semiótica se conoce como la ciencia del signo y está compuesta por la sintáctica, la semántica y la pragmática. Pero el estudio del signo ha evolucionado en el tiempo y de la mano de los autores más relevantes cuyas aportaciones vamos a resumir a continuación hasta llegar a estudiar los textos como acto social. Al mismo tiempo, como señala Nicolás Ojeda se ha producido la especialización de semióticas que estudian sistemas particulares como es el caso de la publicidad.

El origen de la semiología está marcado por los estudiosos del tema en el “giro lingüístico” que supuso la distinción entre lengua y lenguaje propuesta por Saussure, para quien la lengua es una facultad del lenguaje, en tanto capacidad de utilizar los signos combinándolos según las reglas convenidas por el conjunto social. La semiología comienza a estudiar el lenguaje a partir del estudio de todos los signos que configuran el sistema social y no sólo de los de la lengua escrita.

La segunda gran aportación del mismo autor que llega hasta nuestro modelo de análisis es la distinción en el signo del significado o concepto y el significante o imagen acústica, siendo el signo la totalidad integrada por ambos componentes. La unión entre el significante y el significado, según uno de los dos principios que estableció Saussure para designar al signo, es arbitraria y, en general, responde a las reglas de cada lengua.

Peirce y Morris constituyen los pilares de la semiótica norteamericana como la ciencia de los signos.

Recogemos de Peirce aquellos aspectos que coinciden con nuestra comprensión e interpretación de los signos que componen los carteles objeto de esta investigación.

Peirce defiende que el individuo aprende mediante los signos asimilados por el colectivo social y construye su conocimiento relacionando estos signos de formas ilimitadas. Este autor distingue entre el signo o representamen, el interpretante y el fundamento del representamen (signo que representa solo un aspecto del objeto) que intervienen en el proceso mediante el que el individuo vive sus experiencias generando el conocimiento. En este proceso el representamen de un objeto es el signo que representa a algo. Cuando el individuo percibe ese signo genera en su mente un signo equivalente al que denomina interpretante, es pues otro signo que sustituye al anterior. De manera que conocemos mediante un proceso que U. Eco bautizó como semiosis ilimitada generando signos porque el pensamiento es sobre algo que ya conocemos, un signo, y no la realidad sin modificar. Desde esta perspectiva el hombre depende de los signos que le rodean para percibir la realidad y adquirir el conocimiento (reenvío entre los signos).

Aquí se encuentra una diferencia esencial entre el signo comprendido por Saussure por dos planos (significante -de la expresión- y significado-del contenido-) y el concebido por Peirce como globalidad que remite a otro signo. Nosotros adoptamos la doble estructura Saussuriana por su valor analítico, sabiendo que los signos en el ámbito social remiten a las convenciones sociales aprendidas en el entorno más que a la realidad pura.

Junto a Peirce hemos de resaltar las aportaciones a la teoría de la semiótica del norteamericano Morris. Para él, la semiótica es vital para cualquier ciencia que busca datos que sirvan de signos (sistemas de signos) de la veracidad de las conclusiones aportadas por los estudios científicos, además de que los resultados han de expresarse en signos lingüísticos. Para Morris, los signos forman parte del funcionamiento de la mente humana y por tanto, intervienen en la construcción de las civilizaciones. Coincidimos aquí de nuevo con la intervención de los signos en la construcción y transmisión de los sistemas sociales, que en nuestro caso se concretiza en la utilización de determinados signos en los mensajes enviados desde las instituciones públicas a la población.

En su desarrollo de la semiótica, Morris parte de la definición del *proceso de semiosis* como proceso en el que algo funciona como signo. Este proceso está constituido por tres factores que son: el *vehículo sígnico* que es lo que actúa como signo, el *designatum* que se corresponde con aquello a lo que el signo alude y el *interpretante* que se refiere al efecto que produce en un intérprete. Lo importante de este planteamiento es que la semiótica es comprendida como un proceso mediado en el que intervienen los factores apuntados y no es el estudio del objeto particular. Además, Morris apunta la existencia de un conjunto de reglas que determinan las relaciones entre los tres factores del proceso de semiosis que denomina niveles de mediación o dimensiones de la semiótica. Esta es la aportación principal que llega hasta nuestra investigación desde la teoría del lenguaje publicitario de González Martín.

Las dimensiones de la semiótica que establece Morris son tres: la sintáctica que estudia las relaciones de los signos con otros signos; la semántica que se dedica a las relaciones entre los signos y los objetos, y la pragmática que aborda las relaciones de los signos con los intérpretes. Morris añade a estos niveles de mediación las relaciones de implicación (entre los signos), designación (entre los objetos y los signos), denotación (entre objetos y signos) y expresión (entre los signos y los intérpretes). Para este autor el lenguaje es un conjunto de signos relacionados según las dimensiones sintáctica, semántica y pragmática.

La sintaxis se articula según las reglas de formación y de transformación y distingue entre signos indécicos, caracterizadores y universales en función del objeto denotado (un objeto, una pluralidad o cualquier objeto, respectivamente). Estas relaciones entre signos permiten distinguir en la oración los signos dominantes y especificadores.

En la dimensión semántica Morris establece la diferencia entre la semántica pura y la descriptiva. En esta dimensión se regula la aplicación de los signos según la situación. Y establece tres tipos de signos en función de la naturaleza de la relación con el objeto designado: índices (objeto indicado en el espacio/tiempo o parecido), iconos (objeto caracterizado por esquema o modelo) y símbolos (objeto caracterizado por convención).

La pragmática permite estudiar las relaciones de los signos con los sujetos que los utilizan mediante las reglas determinadas por las circunstancias del proceso de conocimiento de manera que (Morris, 1985, p.72, citado por Nicolás, 2006, p.257):

“Los signos indécicos (o sus sustitutos) presentes en una combinación sígnica centran la atención del interprete en partes del entorno; el signo caracterizador dominante determina alguna respuesta general (expectativa) a esas partes; los especificadores de caracterización

delimitan la expectativa general, y el grado de especificación y la elección del signo dominante se determina atendiendo al problema en cuestión.”

Nos hemos detenido en esta descripción tridimensional de la semiótica por la relación con el análisis que realizamos de los signos utilizados en los carteles. Al hablar del *contexto argumental* (Miralles, 2010) nos referimos a la situación que relaciona el significante con el contenido y el intérprete que hace a unos signos dominantes o cargados de información. Y, en definitiva, regula la transmisión de contenidos entre el emisor y el receptor/interpretante por medio de una materialidad cartel/significante.

Hasta aquí hemos repasado el inicio de la semiótica como ciencia de los signos y queda clara la diferencia entre esta disciplina planteada por la corriente americana y la semiología o corriente europea: la semiótica persigue elaborar la clasificación de los signos que se relacionan en el proceso de semiosis que se desarrolla en tres niveles: sintáctico, semántico y pragmático. Mediante este proceso se conoce la realidad que no se percibe de forma pura sino a través de otros conocimientos representados por signos; la semiología, de la mano de Saussure, entiende la lengua como proceso social del lenguaje, en la que los signos se relacionan en dos planos en su estructura (significante y significado) según las dimensiones sociales de forma que los significantes pueden variar en función de la lengua en la que se sitúen los conceptos.


Roland Barthes⁷ (corriente europea) continuó con las teorías de Saussure estudiando los sistemas de signos en la vida social y la organización de los componentes del signo (significante y significado). Respecto de la arbitrariedad en la unión del significante y el significado del signo marcada por Saussure, Barthes señala que el signo se debe apoyar en su entorno para permanecer estable, es decir, que el significante se mantiene por un contrato social porque la lengua permanece en el tiempo y es la que une al significante con el significado.

Pero la aportación más relevante para nuestro estudio es la distinción de los fenómenos de connotación y denotación desde los planos de la expresión y del contenido. Ambos planos se relacionan formando un conjunto que actúa como elemento simple de un segundo sistema donde se dan nuevas relaciones de significado en los planos de la expresión y del contenido del segundo sistema que permite distinguir entre denotación, connotación y metalenguaje. Barthes aplicó los planos de la connotación y la denotación a la publicidad mediante el estudio de la imagen entendida ésta última como producto cultural. Distingue tres tipos de mensajes: lingüístico (relación imagen/texto mediante las funciones de anclaje y relevo), icónico simbólico (interpretación/connotación) e icónico literal (identificación/denotación). Esta línea de investigación tuvo importantes seguidores como Jaques Durand, Guy Bonsiepe y Jean Baraduc entre otros, y fue criticada por plantear problemas terminológicos y porque la metodología inducía a sacar conclusiones de forma intuitiva poco rigurosa.

Umberto Eco se acerca al estudio de la publicidad desde la semiótica a través de la retórica, intentando relacionar la eficacia del mensaje publicitario con su estética. Este autor propone dos

⁷ Michéle y Armand Mattelart (1997, p.60) clasifican la obra de Barthes a partir de los elementos fundamentales de su proyecto, “válidos para la lingüística y las ciencias que en ellos se inspiran, en torno a cuatro secciones: 1) lengua y palabra; 2) significante y significado; 3) sistema y sintagma; 4) denotación y connotación.”

registros para el estudio semiótico de la publicidad: el verbal y el visual. El registro visual está comprendido por una serie de códigos que se combinan con el registro verbal considerando que el mensaje publicitario es un discurso retórico. Así los niveles de codificación de la imagen para el análisis del mensaje publicitario que propone Eco son los siguientes:

- ⇒ Nivel icónico: estudio retórico de la publicidad donde la imagen funciona como icono de presentación y representación.
- ⇒ Nivel iconográfico 
 - Histórico: iconos clásicos con significados tradicionales.
 - Publicitario: iconogramas utilizados por la costumbre publicitaria.
- ⇒ Nivel tropológico: los tropos verbales son equivalentes en la codificación visual.
- ⇒ Nivel tópico: topoi que reúnen los grupos de argumentación posibles, uso de iconogramas en el que la premisa se evoca mediante la connotación del campo tópico.
- ⇒ Nivel entimémico: relación recíproca imagen/ texto.

La visión semiótica del mensaje publicitario de Eco se limita a analizar la estructura retórica de la publicidad dirigida por la ideología de consumo. Esta perspectiva de análisis parte de una realidad comunicativa que reduce las posibilidades creativas y no responde a la complejidad del hecho publicitario.

Las aportaciones a la construcción de la ciencia semiótica de las corrientes repasadas hasta ahora han sido revisadas por Paolo Fabbri (2000) con el objetivo de plantear un nuevo enfoque, un “giro” en el estudio de la significación conocido por el título de su obra como *El giro semiótico*.

De esta nutrida aportación queremos subrayar la consideración de signo que propone Fabbri para el que los objetos que constituyen signos pueden ser de distinta naturaleza ora palabras, ora gestos, también movimientos e incluso formas de iluminación, es decir cualquier cosa capaz de comunicar. En este sentido encontramos la coincidencia con el planteamiento de González Martín ya comentado en el que los textos publicitarios están compuestos por signos, o lo que es lo mismo todos los elementos que aparecen en el anuncio son tratados como signos que se articulan en una unidad significativa (sintaxis), se relacionan con el referente (semántica) de manera que el sentido final de la comunicación se conforma en la acción comunicativa con el sujeto en una situación concreta (pragmática). Nosotros estudiamos los carteles bajo este concepto de signo.

Fabbri propone crear universos de sentido particulares, sin hacer generalizaciones, para estudiar como se organizan los sentidos mediante los signos que integran los textos. De la crítica a los paradigmas anteriores (corriente basada en Saussure, reforzada por Barthes, Hjelmslev y Greimas; y corriente encabezada por Eco, seguidor de Peirce) obtiene una visión de los signos como estrategias semióticas que articulan la significación organizando la cara significativa y la significada.

En el momento de la comunicación se produce el flujo de sentido y Fabbri propone la búsqueda del significado en la acción, en el proceso semiótico de la narratividad que entiende como combinación entre los signos y los agentes. Se pueden estudiar los gestos, el ritmo, etc. concebidos como acciones que transforman situaciones y modifican actores, espacios y tiempos. El significado está formado, para este autor, por cuatro elementos interrelacionados que componen la narratividad que son: el modo, el tiempo, el aspecto y la estética que actúan en la percepción. Para

Fabbri, la enunciación transforma un relato en un discurso dotado de subjetividad y de intersubjetividad. Aspecto este último aportado por el autor de manera que supera la división propuesta por Eco, entre la parte interna del texto -formada por la sintaxis y la semántica- y la parte externa del mismo que corresponde a la pragmática. Para Fabbri la pragmática tiene como objetivo el estudio de la contextualización interna del texto y no la interpretación de los significados del texto en los distintos contextos. La pragmática, semántica y sintaxis integran el discurso y los tres componentes del modelo gramatical semiótico propuesto por González Martín para el estudio del lenguaje publicitario que resumimos más adelante.

George Péninou continuó el estudio de la imagen publicitaria iniciado por Barthes y el de Durand respecto de la retórica. Centra sus estudios en los aspectos técnicos del mensaje publicitario y considera que la creatividad publicitaria tiene por objetivo producir una expresión poética, con rasgos artísticos. Aborda el estudio de la estructura de la publicidad y encuentra diferentes tipos de mensajes en ella. Diferencia entre manifiesto publicitario (el anuncio) y los mensajes que lo forman que tienen una función específica y se organizan en tres planos de la siguiente forma:

Planos de manifestación de los mensajes			
	Plano de la identidad	Plano de la denotación	Plano de la connotación
Tipos de mensaje integrados en el manifiesto publicitario	1.Mensaje de pertenencia al género publicitario	2.Mensaje de referencia al emisor	5.Mensaje de implicación
		3.Mensaje escritural	
		4.Mensaje icónico	

Tabla 6: Organización de los mensajes en los planos del manifiesto publicitario según Péninou.

Fuente: Elaboración propia a partir de Nicolás Ojeda (2006)

Los carteles en tanto que son anuncios (manifiesto publicitario), nos transmiten diversos mensajes: el que permite identificar que se trata de una comunicación publicitaria; el que denota la identidad del autor del anuncio, el texto lingüístico que aporta entendimiento de la proposición publicitaria, la imagen que significa y representa el proceso de simbolización; y el mensaje no figurativo, connotado, de implicación de valores.

Péninou aplicó la relación de las funciones de los elementos de la comunicación de Jakobson a la comunicación publicitaria delimitando como resultado las tres grandes funciones de la misma: la denominación, la predicación y la exaltación/exultación. La publicidad construye la identidad del producto dándole un nombre propio, lo diferencia de la competencia confiriéndole un carácter individual y lo exalta consiguiendo la adhesión del receptor a tal producto.

Estas tres funciones sirven de herramienta para Péninou cuando explica el trabajo de la publicidad en los dos grandes regímenes de la publicidad, el de la denotación y el de la

connotación. El paso de uno a otro se realiza mediante estas funciones de manera que del régimen de la denotación en el campo de la referencia, de la información del objeto, se llega al régimen de la connotación, del signo, de la significación, mediante la denominación, la predicación y la exultación.

En la corriente lingüística de la escuela semiótica de París con Hjelmslev, Jean-Marie Floch (1993) trabajó en el estudio de la forma de significación con el fin de conocer la producción y la comprensión del sentido. Uno de sus trabajos sobre la imagen publicitaria consistió en construir una semiótica plástica. Propone un análisis plástico-semántico que interpreta las relaciones afectivas mediante una matriz que cruza una serie de valores mediante técnicas de inducción y deducción. Para este autor el diseño no es mero significante sino que es a la vez significante y significado de manera que la disposición de los elementos, las formas, colores, etc. Participan en la construcción del sentido. En la ficha de análisis de nuestro estudio recogemos el esquema de la disposición de los elementos del manifiesto (lay-out) (Miralles y Martínez Pastor, 2006) en el nivel significante pero con la intención de descubrir la aportación en la producción de sentido⁸.

Tanto las palabras como las imágenes que configuran el anuncio se han de disponer en el espacio de la forma más adecuada para que sea percibido y comprendido correctamente por el receptor. Esta disposición de elementos se conoce como lay-out. Para su estudio vamos a utilizar el concepto de composición entendiendo como tal, la organización de los elementos en el plano. Tal como indica Reyzábal (2002, p.165):

“Componer consiste en disponer todos los elementos del encuadre de manera que alcancen la mayor expresividad posible. Hay que tener claro que la representación del espacio es una construcción ideológica (...).Y, por ello, cuando se aborda la composición, está presente la influencia de la tradición y la existencia de determinados intereses estéticos e ideológicos.”

Si bien la autora se refiere a la composición de las producciones audiovisuales, cuando trata la composición advierte que se le da el tratamiento de un espacio pictórico y fijo. Por esta razón podemos utilizar este concepto en el presente trabajo ya que los mensajes examinados son espacios fijos susceptibles de incluir imágenes (fotografía e ilustraciones tanto en color como en B/N).

Nos detenemos de nuevo en el modelo semiótico aplicable al estudio del mensaje publicitario que González Martín (1996) expone en su Teoría General de la Publicidad cuando argumenta la existencia del lenguaje publicitario. Ya hemos mencionado la propuesta que este autor hace de un modelo gramatical semiótico estructurado por los componentes sintáctico, semántico y pragmático –siguiendo a Morris- que describa y explique las posibilidades creativas del lenguaje publicitario que cumple las funciones de denominación, predicación e implicación tomadas de Péninou. El planteamiento de su modelo concibe la producción publicitaria armonizando los planos del significante y el significado y no como una relación directa con la realidad.

Esta triple dimensión gramatical coincide con la triple composición del signo según Peirce de manera que la relación signo-signo se desarrolla en la dimensión sintáctica que describe las

⁸ Esta consideración del diseño de la composición como signo cargado de contenido ha sido utilizada en el estudio de la publicidad del 11-M donde la composición propia de las esquelas se utilizó para significar el mensaje de adhesión ante la muerte de las personas sin que el texto ni los símbolos utilizados fueran la cruz o el nombre propio del fallecido. (Miralles González-Conde y Martínez Pastor, 2006)

unidades que componen este lenguaje y cómo estas se relacionan para constituir los textos publicitarios. Acepta la tipología de signos que diferencia entre iconos (rasgos comunes al objeto), índices (relación causa efecto con los objetos) y símbolos (relación por convenio). La sintaxis describe dos tipos de relaciones entre los signos: de implicación o de independencia. Los códigos que utiliza la publicidad al ser un sistema sincrético de comunicación son de variada naturaleza por lo que el lenguaje publicitario elabora sus mensajes con códigos perceptivos, de reconocimiento, de transmisión, verbales, visuales, tipográficos, no verbales, iconográficos, del gusto y la sensibilidad, y estilísticos. Además, los signos realizan unas funciones en su relación que puede ser de sostenimiento, de complementación y de amplificación del contenido del mensaje. La sintaxis llega hasta la formación del texto publicitario.

El nivel semántico describe la relación signo-significado y estudia el significado del texto publicitario. González Martín reconoce que la referencia de la publicidad no coincide con la realidad. Denomina *cultura del simulacro* a la construcción de mensajes que se refieren a otros discursos previamente contruidos, o bien se refiere al mundo de la producción y del consumo. Delimita tres modos de producción de sentido: crear nuevos elementos, la vigilancia semántica y las ingenierías semánticas. El autor reconoce que el lenguaje publicitario utiliza como recursos para la imposición de sentido la inclusión de estereotipos y la retórica. Siguiendo a Morris encuentra en el lenguaje publicitario cuatro modos de significar. La identificación o ubicación espacio-temporal, la designación o descripción de las características diferenciadoras del producto, la apreciación o juicios de valor que generan una actitud hacia el producto, y la prescripción de la conducta a seguir en el contexto apropiado.

La relación signo-sujeto se despliega en la pragmática que investiga y formaliza los contextos que intervienen en el proceso publicitario y la influencia del mensaje sobre el receptor. La investigación a nivel pragmático de la comunicación publicitaria hace patente que se trata de un sistema de comunicación para el consumo y la reproducción social. Este último aspecto del hecho publicitario es considerado cada vez más importante por los investigadores. Muestra de ello es la definición de publicidad como la institución social de la sociedad de consumo que trabaja para establecer la cohesión social (desterradas de esta función tanto la Iglesia como la Política) en el contexto histórico de la Tercera Revolución Industrial, propuesta por Antonio Caro (2007). Como veremos más adelante, para este autor, el estudio de la publicidad solo se puede abordar desde el *paradigma de la complejidad* que supone un cambio en los estudios científicos.

González Martín (1996) organiza seis tipos de discurso publicitario mediante la intersección entre el tipo de influencia racional o afectiva sobre el receptor y el móvil de la influencia que puede ser hedónico (orientado a sí mismo), pragmático (conducente a la práctica) o ético (dirigido a la obligación o prohibición) que son:

1. Seductivo: móviles hedónicos e influencias incitantes
2. Intimidatorio: móviles hedónicos e influencias inhibitorias
3. Obligatorio: móviles éticos e influencias incitantes
4. Prohibitivo: móviles éticos e influencias inhibitorias
5. Consejo: móviles pragmáticos e influencias incitantes
6. Disuasión: móviles pragmáticos e influencias inhibitorias

Nosotros incluimos esta tipología de discurso en la ficha analítica del estudio porque es un dato del nivel discursivo de los carteles investigados que aporta una característica a la descripción de los carteles de fiesta.

Para terminar con el componente pragmático del método semiótico, el autor encuentra cuatro variables que estructuran el proceso persuasivo que pueden ser estudiadas por sus rasgos característicos. De forma muy resumida son:

1. el universo del emisor: análisis de la competencia, la credibilidad de la fuente y la imagen que proyecta al exterior.
2. los modos de producción: teoría argumentativa de la elaboración del mensaje y la imposición de sentido.
3. la mediación de los canales: mediación técnica e influencia mass-mediática en la sociedad.
4. proceso de recepción: relaciones contextuales que determinan el proceso de asimilación del mensaje.

El siguiente escalón en el repaso científico/metodológico sobre el estudio del mensaje publicitario es la aportación de Miquel Rodrigo Alsina (1995) que propone un modelo sociosemiótico. Es un modelo creado para estudiar los contenidos de los medios de comunicación de masas (contenidos *massmediáticos*). Consta de tres partes formadas, a su vez, por una serie de factores analizables. La primera fase es la *producción* de los discursos de los massmedia. La segunda fase es la *circulación* de estos discursos en el mercado de la comunicación de masas. Y la tercera fase contempla el *consumo* de estos productos por parte de las audiencias llegando en esta fase a estudiar las reacciones de los receptores fruto de los efectos de la interpretación de los discursos en las circunstancias determinadas en las que se produce.

La fase de producción del mensaje es la que mejor se adapta al estudio de los anuncios, para conocer cómo se crean los mensajes que, en nuestro caso, anuncian las fiestas locales populares. En esta fase se contemplan las circunstancias político económicas que son cruciales en nuestro estudio porque como ya hemos repetido numerosas veces, se trata de un discurso institucional por lo que hay que tenerlas en cuenta. Como especifica Rodrigo Alsina, hay que contemplar el modelo de sociedad general y las políticas de comunicación del país y, cuando se den, las circunstancias comunicativas específicas, en nuestro caso, de la localidad.

Las industrias comunicativas son el siguiente factor a tener en cuenta en el modelo y se refiere a las instituciones productoras de los discursos, en este caso publicitarios. La industria publicitaria se divide según los servicios que oferta y por la ideología que determina los contenidos de los mensajes. Se tienen en cuenta también la ideología de los medios donde se insertan los anuncios.

Otro factor, la organización productiva, es importante para nuestro estudio porque pone de relieve el componente cultural y social que hace legible el mensaje. Resulta de la observación de los factores sociológicos que dirigen la producción del mensaje para dominar la estrategia persuasiva publicitaria.

Rodrigo Alsina diferencia a su vez entre las *estrategias discursivas* y las *características tecnocomunicativas* porque los productos comunicativos son el resultado de un proceso sociosemiótico donde intervienen ambos factores. Las estrategias discursivas se refieren al plano del contenido y se estudian en este modelo como el resultado de tres modelos: el modelo enunciador (el productor de los discursos que en nuestro caso está formado por el anunciante y el creador/elaborador del mensaje); el modelo de narración que sea adecuado para el contenido del anuncio; y el modelo enunciatorio de público objetivo al que se dirige el mensaje.

Las características tecnocomunicativas describen el plano de la expresión. En nuestro análisis éstas se recogen en el nivel significativo.

Por su parte, José Luis León (2001) propone un modelo para la interpretación científica de textos que utiliza la semiótica como herramienta para esta labor. Se trata del denominado *mitoanálisis de la publicidad* para el estudio de los textos publicitarios basada en la hermeneútica clásica pero que la supera para adaptarla al estudio del mensaje publicitario en los contextos de producción e interpretación actuales. Este autor entiende que el texto no tiene un sentido único sino varios en función de los usos diferentes que se hagan de ese texto. Desde su perspectiva la razón (eje de la hermeneútica clásica) no es la referencia de transparencia y de objetividad en la interpretación. León da cabida a la intuición y a la pluralidad de razones porque tiene en cuenta que en la interpretación interviene la intencionalidad del autor y que el interpretante se enfrenta al texto desde su realidad concreta e histórica, con una serie de limitaciones que salvará contrastando sus interpretaciones con las elaboradas por otros interpretantes.

León aplica al análisis publicitario el trabajo hermeneútico siguiendo tres etapas:

1. Primera etapa. Sentido inmediato:

- Sentido literal, de la narración, la historia narrada en el texto publicitario
- Sentido comercial, la estrategia comercial, el beneficio ofrecido y el posicionamiento del producto.

En nuestro análisis el sentido literal de la narración aparece recogido en el nivel del significado en el apartado titulado *descripción del cartel y escena representada* siendo éste el sentido denotado de la escena del cartel.

2. Segunda etapa. Sentido alegórico: simbolización de los elementos del anuncio por ejemplo, dignificación del espacio geométrico, sujetos representando clases sociales, etc.

En nuestro análisis el sentido alegórico se ubica en el nivel del significado en el apartado que titulado *convergencia denotación/connotación* en relación a los signos identificados en la tabla.

3. Tercera etapa: Reconstrucción del sentido tropológico reuniendo los anuncios que transmitan un valor común.

La investigación busca la identificación de los valores transmitidos en los carteles de fiesta así como la continuidad y repetición de los mismos en el tiempo.

García Gual (1994, citado por León 1998) encuentra en el mito la explicación los ritos que practica el hombre y sus hábitos de conducta; sirven para conocer las pautas de comportamiento y

las causas del valor etiológico y paradigmático que tienen las cosas. Para León (2001) en la cultura se cruzan las expresiones de los antagónicos logos y mitos. Mientras los vehículos del logos son los informes oficiales, libros, las declaraciones en los informativos, y todo espacio de seriedad social, los vehículos del mito son la publicidad, la literatura, el cine, etc. cuyos discursos se construyen con imágenes e historias suprarreales. El estudioso articula alrededor del mito la construcción y la interpretación de los mensajes publicitarios. Desde esta perspectiva el mito es un recurso utilizado para elaborar conductas, ideologías y significados. Parte del mitoanálisis de Durand para aplicarlo al estudio del mensaje publicitario reconociendo los componentes del mito que aprovecha la publicidad en sus mensajes y que son los siguientes: el proceder alegórico-críptico del mito que emite un mensaje cifrado oculto bajo el criptograma; la capacidad de superar las contradicciones y admite que la decodificación no sea única; para hacer atractivo el mensaje la publicidad como el mito deja ver el conflicto y acude a la deformación; el aderezo burlesco tiene mucho éxito en publicidad que trata las situaciones humanas con ironía; y, para terminar, señala (José Luis León, 2001, p.32) la capacidad para generar un espacio/tiempo arreferencial o fusionado como componente del mito aplicado al mensaje publicitario:

“(…) el mito y la publicidad no se atienen a un espacio/tiempo determinado, puesto que todos los espacios y todos los tiempos les pertenecen, por más que vistan la moda más percederamente actual”.

En la ficha de análisis introducimos el tiempo al que designamos dos categorías, definido e indefinido -y si no atendemos a la parte literal en los casos en que aparecen las fechas concretas- se demuestra que el tiempo en el contexto argumental es impreciso.

Con el concepto de *contexto argumental* (Miralles 2010) nos referimos a la situación en la que se desarrolla el argumento del anuncio y está compuesto por los elementos espacio-temporales en los que se desarrolla el mensaje así como por los personajes que aparecen en él. Es el contexto que lleva implícito el discurso publicitario y se constituye como una categoría fundamental para la comprensión del mismo por parte del receptor.

Este concepto de contexto argumental nos sirve de nexo perfecto entre el manifiesto que analizamos y la decodificación que de éste lleva a cabo el receptor. Esta aplicación del concepto de contexto al argumento del mensaje publicitario se basa en el concepto de contexto de Van Dijk (1978, p.93) de forma que

“(…) el contexto se entiende como la reconstrucción teórica de una serie de rasgos de una situación comunicativa, a saber, de aquellos rasgos que son parte integrante de las condiciones que hacen que los enunciados, den como resultados actos de habla. El objetivo de la pragmática es formular estas condiciones, es decir: indicar que vinculación existe entre los enunciados y este contexto.”

De este autor tomamos así mismo el concepto de marco. La noción de marco está relacionada con la coherencia del discurso y se refiere al conjunto de proposiciones que caracteriza nuestro conocimiento convencional de alguna situación más o menos autónoma (actividad, transcurso de sucesos, estado). Los marcos (frames) incluyen proposiciones que determinan las posibles

ordenaciones de hechos, por ejemplo siguiendo las líneas de causa-consecuencia, general-particular o el todo-la parte.

El contexto argumental se asemeja en muchos aspectos al marco de interpretación global del discurso que determina la estructura del mismo.

En el campo de la imagen la noción de marco ha sido tratada por Lorenzo Vilches (1984, pp.107-108), el cual distingue cuatro categorías en el espacio visual que corresponden a los niveles de marco y enfoques de la expresión, y tema y tópico en el contenido. El funcionamiento de esta configuración tal y como expresa Vilches es la siguiente:

“El autor muestra un marco y el lector enfoca su visión en el plano de la expresión. El autor exhibe un tema y el lector tipicaliza un espacio en el plano del contenido.”

El marco comprende, además del campo visible, un subsistema de conocimiento que tanto el autor como el lector tienen acerca de algún hecho que se realiza con la interpretación de personajes. Toda visión se realiza dentro de un marco y son sus límites los que determinan la escena a ver. Metodológicamente, como afirma Vilches, el concepto de marco puede estudiarse como marco visual y como marco de representación.

El contexto argumental se describe mostrando solo determinadas partes de los elementos que lo configuran (personajes, lugar, tiempo, acción, etc.). Se trata de los transmisores de significado que son los directores de la decodificación del receptor y responsables de la interpretación del mensaje en el sentido propuesto por el emisor. El discurso publicitario denota únicamente aquellos hechos que son pragmáticamente pertinentes. Esta idea es similar a la expresada por Pierre Francastel (1965, p.295, citado por Ruiz Llamas, 1992) de la siguiente forma cuando estudia las ilustraciones:

“La imagen, en efecto, lejos de constituir una suerte de duplicado de una realidad deseada y percibida es una suerte de “revelo”, de lugar de enlaces; un lugar materialmente constituido y poseedor de sus propias leyes y, a la vez, un lugar imaginario cuyos elementos heterogéneos remiten a saberes múltiples, a menudo evocados por una simple alusión a uno de sus elementos fragmentarios.”

Para lograr la satisfacción pragmática es necesario tener en cuenta el concepto de adecuación para lo cual es imprescindible el conjunto de conocimientos de las estructuras mentales plenas y que ha de integrar el conocimiento de los mundos en los que se interpreta la expresión, de los diversos estados de contexto (derivado de su carácter dinámico) y del lenguaje utilizado.

En el caso que nos ocupa se trata de publicidad institucional dirigida a un target poblacional. Este hecho tiene dos consecuencias inmediatas: por un lado, la publicidad institucional no debe buscar ningún objetivo en término de beneficio económico, y, por otro, se dirige al pueblo murciano que conoce sus fiestas de cerca. Este último aspecto es básico para interpretar los anuncios. El público objetivo principal es la población de Murcia. Aunque los carteles que estudiamos se han utilizado para su difusión fuera de la ciudad y de la Región de Murcia en ocasiones. Así, el público objetivo conoce los códigos folklórico-culturales de las mismas luego la interpretación se produce sin desviaciones en el sentido propuesto. Sí cabe, sin embargo, matizar

como han ido evolucionando los valores asociados a las representaciones festivas, así como observar la ideología transmitida, cuando la haya.

Para terminar esta revisión metodológica planteamos nuestra investigación en consonancia con el denominado *Paradigma de la Complejidad*⁹ adaptado al estudio del fenómeno publicitario por Antonio Caro (2007) que elabora un método de estudio descrito brevemente a continuación. El interés por este paradigma surge de la necesidad e intención expuesta en la introducción del trabajo de realizar una investigación holística, que tenga en cuenta la compleja organización de la publicidad como fenómeno emergente y partiendo del ámbito experiencial. En este paradigma los fenómenos se han de estudiar desde su realidad en interacción con el entorno, incluso con el investigador. El paradigma de la complejidad trata de encontrar la *organización* de los objetos de estudio superando la disección en elementos esenciales y comunes a todo el universo estudiado.

En el ámbito del conocimiento científico de la publicidad hay un problema de base que es la falta de substrato epistemológico. Esta carencia ha sido reconocida, entre otros, por el anteriormente mencionado González Martín que examina la dependencia epistemológica de su Modelo de la Teoría de la Publicidad de otras disciplinas científicas (psicología, sociología, psicología social, teoría económica, lingüística, semiótica).

Caro persigue contribuir a la construcción de la base epistemológica de la investigación científica del fenómeno publicitario diseñando un método de investigación científica acorde a la complejidad del mismo en las sociedades capitalistas actuales. Pretende construir las bases de la comunidad científica encargada del estudio teórico de la publicidad e ir marcando un programa de investigación científica cuyo centro es un conjunto de enunciados aceptados por un conjunto de científicos de reconocido prestigio.

Para ello presenta su trabajo en cuatro partes: la definición de la publicidad tal y como funciona en la realidad actual y no reducida a la industria publicitaria que debe ser objeto de estudio de la todavía inexistente ciencia de la publicidad; los fundamentos epistemológicos de la futura ciencia de la publicidad basados en la nueva idea de ciencia emergente en el paradigma de la complejidad; la propuesta metodológica que parte de la vivencia inmediata del fenómeno investigado, que en este caso es la publicidad y en la que casi todos los habitantes de las sociedades capitalistas actuales participan; por último, la descripción fenomenológica de la vivencia inmediata del fenómeno publicitario que da paso a la investigación científica propiamente dicha.

La primera parte persigue paliar la falta de concepto operativo de publicidad, que es la primera causa de la ausencia de una ciencia de la publicidad de consideración, elaborando una definición operativa de publicidad para lo cual el autor (Caro, 2007, pp.58-59) realiza:

“(…) un análisis semasiológico*, de naturaleza diacrónica de dicho término que nos permita descubrir el significado o significados que aquél *proclama, sugiere u oculta* en (o bajo) su uso actual y cómo tales significados han ido evolucionando a través del tiempo. (...) nos pondrá en contacto con la realidad* de la vigente práctica publicitaria (...) y nos permitirá apreciar la *distancia* que existe entre lo que postula dicha práctica y el alcance real que hoy tiene la

⁹ El desarrollo teórico de este modelo se muestra en el artículo de Antonio Caro Almela de 2007 así como en otros artículos y libros referenciados en el documento. Como cita el autor, su propuesta metodológica se inspira en parte en el trabajo de Humberto Maturana (1991) biólogo y epistemólogo.

actividad publicitaria, conforme ésta ha desbordado su inicial cometido *instrumental* para dotarse de la relevancia social, cultural e institucional que hoy la caracteriza.”

Para ubicar nuestro estudio nos interesa la definición actual en la que desemboca este análisis histórico de los distintos significados del término publicidad por lo que resumimos en la siguiente tabla las diferentes etapas del concepto de publicidad según Antonio Caro (2007):

Evolución histórica del significado del término “publicidad”
1. La publicidad como vehículo para elevar noticias privadas a la escena pública. (Grecia y Roma clásicas)
2. La publicidad como instrumento de intermediación entre la producción y el consumo.
3. La publicidad como instrumento para activar la demanda desde la oferta. (Segunda revolución industrial: <i>capitalismo de consumo v.s. capitalismo de producción</i> decimonónico), el consumo es el centro de la existencia social e individual, es activado desde el exterior y, por tanto, imaginario (cambio del modo de vida mediante la promesa de felicidad).
4. La publicidad como instrumento para la construcción de imágenes de marca. (<i>capitalismo de consumo</i> : la producción semiótica del valor de lo producido, la marca, con entidad imaginaria que carga de significación a los productos al margen de su materialidad, a la que el consumidor se adhiere con independencia de la necesidad de los productos que la soporta.)
5. La publicidad como instrumento para la construcción de imágenes institucionales. (Tránsito de la Segunda a la Tercera Revolución Industrial: paso del <i>capitalismo de consumo</i> al <i>capitalismo virtual</i> donde todas las entidades (desde partidos políticos, instituciones públicas y privadas, hasta ciudades y pueblos) construyen su marca corporativa revistiéndose de la significación que trasciende su materialidad y los eleva a la dimensión imaginaria ideal de la realidad de todas las marcas.
6. La publicidad como lenguaje social dominante. La publicidad es el lenguaje universal compartido penetrando en el sistema sociocultural a nivel institucional y cotidiano llegando a ser el alma de lo social.
7. La publicidad como institución social. La publicidad en nuestra época es la institución básica que organiza la cohesión social (papel desempeñado por la Iglesia primero y después por la Política) porque el consumo ejerce un papel esencial en el sistema capitalista vigente, y el consumo no existe sin la publicidad que es la creadora de las imágenes de los productos y las entidades de todo tipo.

Tabla 7: Etapas del concepto de Publicidad.

Fuente: Elaboración propia a partir de Caro Almela, 2007.

Hay que matizar que no se trata de cambios por sustitución de significados sino evoluciones del significado del término donde se superponen los significados manteniendo las características y funciones del fenómeno publicitario. De ahí la complejidad del mismo en las sociedades actuales y

la necesidad de un método de investigación experiencial como el que este autor propone en el marco del denominado paradigma de la complejidad que permite conocer la organización de este complejo fenómeno.

Como ya hemos mencionado está surgiendo una nueva idea de ciencia *compleja* de la mano de investigadores que, en distintos campos disciplinares, han superado la noción de método científico consistente en el análisis de lo complejo mediante su descomposición y el aislamiento de sus componentes. En este paradigma se tiene en cuenta la involucración entre el sujeto y el objeto en la observación científica, es en términos de Caro, una ciencia *concernida*, en la que el sujeto investigador no se limita a observar al objeto investigado desde el exterior sino que se siente concernido por él. Este nuevo concepto de ciencia es, a su vez, fruto del auge de los planteamientos sistémicos u holísticos y reconoce la existencia de sistemas autoorganizadores en casi todos los dominios de la naturaleza.

Se trata de una ciencia incierta que no reduce los fenómenos a sus componentes más simples, a su esencia, sino que se sitúa frente a la complejidad del mundo real que no se puede separar de las situaciones vividas. En palabras del físico Fritjof Capra (1996, p. 49 citado por Caro, 2007 p.70) la ciencia así entendida “no se concentra en los componentes básicos [de los fenómenos] sino en los principios esenciales de organización”. De esta manera, la naturaleza se puede controlar cuando ella lo permita por medio de unos *principios de organización* como lo son, por ejemplo, las leyes de Newton que son emergentes y no fundamentales. En esta idea de ciencia la *creatividad*, de la que forman parte la incertidumbre y la *emergencia* imprevisible de lo nuevo, no solo es una aptitud del ser humano sino que se reconoce, según el Premio Nobel de Química Ilya Prigogine (1997, citado por Caro, 2007), como rasgo de *toda la naturaleza*.

Según el estudio de Caro este concepto de ciencia es especialmente válido para estudiar la publicidad en la actualidad por cuanto es un fenómeno complejo cuyas manifestaciones específicas no coinciden con su significado básico, sino que sus significados han ido disponiéndose *a compás de su propia emergencia*. El concepto operativo de publicidad como fenómeno emergente que cumple una función institucional (no previsible en anteriores momentos de su historia) que supera su inicial actividad instrumental necesita un método de investigación para su comprensión desde la complejidad. El método propuesto por Caro (2007, p.72) “va de lo complejo a lo complejo” y se estructura en palabras del autor:

“(…) en tres estadios entrelazados entre sí en lo que concierne a la investigación científica propiamente dicha, que a su vez se sitúan en un específico *ámbito experiencial científico* flanqueado, en su inicio y su final, por un *ámbito experiencial fenoménico* donde “habita” el fenómeno que es objeto de la investigación.”

Según este método, la investigación científica se produce entre ese ámbito experiencial fenoménico porque adquiere el carácter de científica si alcanza resultados concernientes a la problemática del fenómeno conforme se manifiesta en el ámbito experiencial de partida y de llegada a los sujetos *directamente concernidos por su vigencia*.

El investigador es el que inicia la investigación por la pasión de explicar que le es propia y porque está concernido *por la problematicidad del fenómeno en la medida que lo experimenta* como todos los demás sujetos. Y elige el fenómeno a investigar porque su problemática es tan importante que

concentra en él su “pasión por explicar” para que “su vivencia inmediata del fenómeno, en la que coincide con el resto de los sujetos concernidos por su vigencia, se transforme en vivencia comprendida y por consiguiente actuable, como resultado específico de la investigación científica.” (Caro, 2007, p.72)

Partiendo de esta elección, el investigador explora el fenómeno desde su ámbito experiencial científico tras lo cual vuelve a su ámbito experiencial fenoménico de partida que se ha convertido en una vivencia comprendida y, en función de esta comprensión, en una vivencia actuable.

Resumimos a continuación los estadios de este método de investigación propuesto por el autor:

1. Primer estadio: *síntesis intuitiva* del fenómeno investigado. Es una forma mental frágil, inaprensible y presentida que tiene la virtud de actuar de *hilo conductor del proceso investigador* manteniéndolo conectado con el problema del fenómeno investigado tal y como ha sido experimentado por el investigador y todos los sujetos concernidos por su vigencia, en su *ámbito experiencial fenoménico de partida*.
2. Segundo estadio: *recorrido analítico generativo* del fenómeno vivido/investigado. Se trata de someter al fenómeno a un riguroso proceso de vivisección que revela las formas lógicas que constituyen los principios de organización de su interior y que, gracias a la pasión por explicar del científico, hacen comprensibles dichos fenómenos.
3. Tercer estadio: *síntesis intelectual*. Vuelta a la síntesis intuitiva inicial pero con la capacidad de exponer de forma argumentada las formas lógicas del fenómeno por el conocimiento obtenido de su disposición interna. En la síntesis de llegada quedan a la vista los principios de organización intuidos en el punto de partida de la investigación siendo ahora razonables y comprensibles para nuestras facultades intelectuales.

Para finalizar la investigación y ésta sea eficaz, se dará a conocer a los sujetos concernidos por su problematicidad la síntesis intelectual del fenómeno investigado de forma que puedan actuar sobre el fenómeno en su ámbito experiencial de partida poniendo fin al problema en función de la comprensión del fenómeno aportada por la investigación.

En el cuadro siguiente Antonio Caro sintetiza la investigación del fenómeno publicitario según este método de investigación:

ÁMBITO EXPERIENCIAL FENOMÉNICO PUBLICITARIO	ÁMBITO EXPERIENCIAL CIENTÍFICO CENTRADO EN EL FENÓMENO PUBLICITARIO			ÁMBITO EXPERIENCIAL FENOMÉNICO PUBLICITARIO
	VIVENCIA INMEDIATA	SÍNTESIS INTUITIVA	RECORRIDO ANALÍTICO GENERATIVO	

Figura 3: Estadios de la investigación científica y su ubicación con relación al ámbito experiencial fenoménico aplicado a la investigación del fenómeno publicitario de Caro Almela (2007, p.74).

A continuación el autor aporta una serie de postulados referidos a la investigación científica de la publicidad siguiendo esta propuesta metodológica. Se refieren, entre otros aspectos, a que toda investigación científica del fenómeno publicitario debe partir de la vivencia inmediata en la

que participa el investigador y los sujetos concernidos por su vigencia. Resalta la necesidad de toma de conciencia por parte de la sociedad de la problematización del fenómeno publicitario dada la magnitud actual del mismo de forma que los investigadores dediquen al mismo su pasión por explicar. La síntesis intelectual de la investigación de un aspecto del fenómeno publicitario hace comprensible a los científicos los principios de organización del fenómeno ya intuitivos en su ámbito experiencial de partida. Pero el objeto de la investigación va más allá de la comprensión de la problematización del fenómeno que es el medio para conseguir el objetivo. Sino que el objetivo último es la actuación de los sujetos concernidos sobre el fenómeno en su ámbito experiencial fenoménico logrando transformarlo.

Casi toda la población mundial se socializa en buena parte por la vivencia inmediata del fenómeno publicitario que es el punto de partida de toda investigación científica y que se caracteriza, según A. Caro, por una serie de notas que resumimos a continuación:

1. *La actual omnipresencia de la publicidad* que supera los espacios publicitarios invadiendo la escena pública llegando a identificar lo público con lo publicitario.
2. *La explicitud formal* de los manifiestos publicitarios de la publicidad convencional.
3. *La conciencia del objetivo intencional* que tienen los receptores de la publicidad que origina el desarrollo de mecanismos de defensa que los publicitarios intentarán salvar.
4. *La percepción de los receptores de la naturaleza instrumental de los manifiestos publicitarios* que produce sensaciones entre temor y fascinación.
5. *La sensación compartida por los receptores de estar directamente concernidos por los mensajes publicitarios* referidos a cosas que pueden ser suyas y que los diferencia de las informaciones periodísticas dentro de los medios de comunicación.
6. *El sentimiento de la mayoría de los receptores de un modo de hacer característico de la publicidad que la diferencia de otro lenguaje.* Como ya se ha comentado la publicidad actual tiene el significado de lenguaje social dominante.
7. *El sentimiento confuso con que se percibe la publicidad:* de fascinación por la promesa de felicidad siempre aplazada en el que la publicidad basa el decisivo papel institucional que cumple en la actualidad y de temor porque nadie sabe exactamente los efectos de la publicidad. Las actitudes frente a la publicidad oscilan entre la indiferencia, la negación impotente y la aceptación resignada.
8. *La existencia de una creciente cultura publicitaria* que se expresa en la consideración de la publicidad como producto cultural.
9. *El escaso papel de la opinión pública frente a la publicidad* que solo se moviliza en contra de campañas que rompen la normalidad publicitaria o se dirigen a sectores marginales.
10. *El sentimiento de fascinación y temor que inspiran los elaboradores de los manifiestos publicitarios como manipuladores simbólicos.*

En conclusión, la publicidad es la vivencia que está presente en la cotidianeidad de los habitantes de las sociedades capitalistas y es el contexto en el que se socializa el individuo por lo que influye directamente en su visión de la realidad (junto con las demás actividades de su vida cotidiana). Además, la vivencia cotidiana y repetida de la publicidad es una de las causas de la

ansiedad y el *presentismo* característicos de la existencia individual y colectiva de las sociedades capitalistas. Por estas razones, la comprensión del fenómeno publicitario resulta básica para la comprensión de la existencia individual y colectiva de las sociedades mencionadas.

Caro (2010 y 2008) plantea la visión de conjunto de la publicidad y la denomina *dispositivo operacional publicitario* (DOP). Este dispositivo desborda la intencionalidad de los que lo ponen en marcha y revela los principios de organización de la actividad publicitaria. Para el autor el DOP es “el conjunto de niveles, acciones y procesos que, coordinados entre sí e integrados en un conjunto organizado, se estructuran en el seno de una actividad definida por su carácter *publicitario*”. Sus componentes se disponen de forma vertical en niveles operativos y se relacionan con el precedente como aparece en el siguiente cuadro:

DISPOSITIVO OPERACIONAL PUBLICITARIO(DOP)
Marco (económico Insitucional)
Operativo semiolingüístico (OSP)
Situación comunicativa publicitaria
Efectos culturales, sociales y psicosociales
Función ideológica-institucional

Figura 4: Componentes y niveles del *dispositivo operacional publicitario* (DOP) de Caro Almela (2010, p.186).

De forma muy resumida, y tras repasar el desarrollo científico del estudio del mensaje publicitario, debemos resaltar, por la relación directa con nuestro planteamiento de investigación del cartel de fiestas local, la repercusión de la perspectiva semiótica en los estudios de comunicación y el presente estudio lo es. Desde el estructuralismo los fenómenos de comunicación se abordan a través de las estructuras dobles de significante/significado (F. Saussure) y de denotación/connotación (R. Barthes) y, más tarde, la teoría crítica ha añadido el abordaje de los estudios de comunicación desde el análisis de la ideología predominante en el sistema sociocultural concreto en el que se desenvuelve el fenómeno estudiado. Sobre este epítome metodológico hemos construido la ficha analítica de los carteles y emprendemos la investigación de este aspecto concreto del fenómeno publicitario desde la vivencia propia e inmediata de los carteles de fiestas de Murcia, publicidad institucional local que cumple la función anteriormente expuesta de fomentar la cohesión social. Por supuesto, la presente investigación surge de la pasión por explicar del investigador que elige un aspecto del fenómeno publicitario que aúna el arte local y la publicidad –institucional en este caso- en mensajes referidos a eventos de ocio como son las fiestas de Murcia. Eventos que forman parte y sostienen la cultura murciana en un ir y venir de la tradición a la novedad, de padres a hijos, de ancianos a jóvenes, y de murcianos a personas ajenas a esta tierra. Carteles que son una pieza del sistema del sistema sociocultural de Murcia y que cumplen una función ideológica-institucional propia de los gobiernos que han pasado por el Ayuntamiento y la Asamblea regional desde que esta existe.

Año: escribir	Fiesta: (opción desplegable)	Dos opciones a elegir según fiesta
Fuente: (espacio para escribir):		
Estado (opción desplegable) NO localizado Localizado NO imagen Localizado SI imagen	Tamaño (elegir) SI No /(escribir) cm /Nº de tamaños(elegir) 1 2	
NIVEL SIGNIFICANTE		
1. TEXTOS INFORMATIVOS (de identificación)		
1) Nombre fiesta: (escribir)	(elegir) SI No	Imagen del cartel
2) Lugar: (escribir)	(elegir) SI No	
3) Fechas: (escribir)	(elegir) SI No	
4) Anunciante: organiza y colabora (escribir)	(elegir) SI No	
5) Autor: (escribir)	(elegir) SI No	
6) Imprenta: (escribir)	(elegir) SI No	
2.TEXTOS PERSUASIVOS		
Slogan: (escribir)	(elegir) SI No	
Otros textos persuasivos: (escribir)	(elegir) SI No	
3. OTROS TEXTOS		(escribir)
ELEMENTOS VISUALES		
1. Tipo de ilustración: (opción desplegable)	1. Pintura de autor	Tipo de Lay-out: A,B,C,D,E,F,G,H,I,J,K,L,M,N,R
	2. Fotografía	
	3. Diseño gráfico	
	4. Tipográfica	
2. Margen (opción desplegable)	1. A sangre	Boceto del Lay-out (composición/disposición)
	2. Con marco	
	3. Mixto	
3. Identidad gráfica corporativa (escribir)	(elegir) SI No	Firma (elegir) SI No
Imágenes de la identidad gráfica		Imagen de la Firma
Elementos del CONTEXTO ARGUMENTAL		
1) Personajes (señalar opciones) persona animal vegetal objeto mascota otro		
Personajes detalle: (escribir)		(elegir entre) Real Fantástico
2) Lugar: (escribir)		(elegir entre) Real Fantástico
3) Tiempo:		(elegir entre) Definido Indefinido
Signos Semana Santa ó Fiestas de Primavera ó Folklore ó Feria (señalar opciones)		
Signos Murcia (señalar opciones)		
Signos Semana Santa de Murcia ó Fiestas de Primavera de Murcia ó Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo ó Feria de Septiembre de Murcia (señalar opciones)		
NIVEL SIGNIFICADO		
Tipo discurso: (desplegable) Seductivo Intimidatorio Obligatorio Prohibitivo Consejo Disuasión		
Descripción cartel y escena representada (escribir)		
Convergencia denotación/connotación (escribir)		
Otros datos (escribir)		

Tabla 8: Ficha de análisis de los carteles de fiestas de Murcia.

Fuente: Elaboración propia.

Por todo ello podemos decir que entendemos la investigación desde la perspectiva del paradigma de la complejidad. De tal forma que tras el recorrido analítico generativo en el ámbito experiencial científico logramos comprender el devenir del cartelismo murciano y podemos actuar en este ámbito experiencial fenoménico publicitario que es la publicidad institucional de las fiestas de Murcia en su formato cartelístico.

El análisis de contenido de los carteles se desarrolla a partir de la recogida de datos a dos niveles: en el plano significativo y en el plano del significado. En la tabla 5 presentamos el contenido de la ficha analítica que hemos concretado en una serie de campos de distinta naturaleza: numérico, de texto o de imagen, que según las necesidades se cumplimentará eligiendo alternativas cerradas o rellenando de forma específica la realidad del registro en cuestión. En la cabecera de la ficha se describen los datos de identificación y localización del cartel de manera que se pueda acceder al mismo en caso necesario.

Hemos creado un registro para el cartel de la fiesta de cada año del estudio. Durante la fase de búsqueda de los carteles hemos encontrado años en los que se elaboraron varios carteles en cuyo caso hay más registros que años en los que se ha celebrado la fiesta. En los archivos de cada fiesta se han incluido los registros de los carteles de dicha fiesta anteriores al periodo en estudio y que sirven de antecedentes.

En el examen de cada cartel cumplimentamos la ficha del estudio comenzando por registrar en la cabecera de la misma los datos de identificación y localización del cartel de cada año de manera que toda persona interesada conozca su paradero. Esta información consigue que este patrimonio de Murcia sea asequible y permite que se agilicen posteriores investigaciones en este campo.

- Año: se introduce el año de la fiesta anunciada.
- Fiesta: se refiere a la fiesta que se difunde en el cartel. Este campo presenta cuatro opciones excluyentes entre las que se identifica a la que pertenece el ejemplar del registro. Las fiestas son: Semana Santa de Murcia, Fiestas de Primavera de Murcia, Feria de Septiembre de Murcia y Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo.
- A la derecha de la cabecera aparecen dos opciones según la fiesta de que se trate: para Semana Santa y Fiestas de Primavera se especifica si el cartel anuncia las dos fiestas o solo una de ellas para ello se selecciona entre "SSFP mismo cartel" o "SSFP separados"; para la Feria de Septiembre se especifica si el cartel anuncia la feria en general o solo uno de las actividades programadas; en la ficha del Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo se concreta si en los carteles aparece por escrito que esta actividad pertenece a la Feria de Septiembre y se marca SI o NO en el campo "Mención Feria Septiembre".
- Fuente: en este campo hemos anotado los archivos (y la codificación del documento en dicho archivo) donde hemos encontrado el cartel de ese año así como otros documentos (libros, revistas, hojas informativas, colección personal, página web, etc.) donde se menciona el cartel o una referencia que sea cercana al mismo.

- Estado: elegimos la alternativa correspondiente al cartel entre las opciones “Localizado SI imagen” cuando sabemos dónde está y hemos capturado la imagen, “Localizado NO imagen” cuando conocemos su ubicación pero no contamos con su imagen, y NO Localizado cuando no tenemos noticias de su conservación.
- Tamaño: indicamos si tenemos el dato en las casillas “si” “no”, recogemos el dato en centímetros de alto por ancho (p.e. 50x70 cm) y marcamos el número de tamaños encontrados si es uno 1 o son dos 2.

Pasamos al Nivel Significante donde se especifican todos los elementos que aparecen físicamente en el cartel y que son de naturaleza textual y de imagen.

- En el análisis de la parte textual distinguimos tres tipos de texto en función del carácter del dato que aporta, es decir, del valor añadido al texto al emitir el juicio, por lo que se puede tratar de :
 1. Textos informativos: son aquellos que dan noticia sobre la fiesta. Permiten identificarla y conocer datos sobre su celebración, sobre quién la organiza y quiénes colaboran para que se pueda realizar; se recogen las referencias escritas acerca del propio cartel que especifican e informan sobre el autor de ese año y la empresa donde se imprimió. De todos los datos cumplimentamos el texto tal cual aparece en el ejemplar respetando el estilo (normal, negrita, cursiva) y los efectos (mayúsculas, versales, subrayado) de cada palabra escrita. Para informar de los saltos de línea de los textos utilizamos la barra inclinada “/”. En todos los campos marcamos “si” o “no” aparece el dato en cuestión. Son los siguientes: 1) Nombre fiesta, 2) Lugar, 3) Fechas, 4) Anunciante: organiza y colabora, 5) Autor, 6) Imprenta.
 2. Textos persuasivos: se trata de argumentos que emiten un juicio de valor sobre la fiesta -por ejemplo, con el uso de adjetivos como suntuosas, grandiosas, espectaculares, etc.- para animar al público a la participación.
 3. Otros textos: en este espacio podemos anotar otros textos que forman parte del cartel y que no pertenecen a los apartados anteriores como el código del Depósito Legal por ser una referencia no dirigida al público en general por su tamaño ilegible a la distancia del público receptor, solo perceptible para la comprobación de la legalidad del pasquín.
- En el análisis de las imágenes del nivel significativo que aparecen en el cartel hemos seleccionado los elementos visuales que pueden caracterizar el cartel de fiestas y los elementos del contexto argumental que aseguran la correcta interpretación del mensaje por parte del público. Otra fuente de información visual es la relativa a los signos utilizados en los carteles de estas fiestas que configuran el imaginario de las fiestas en estudio. Describimos a continuación los tres apartados en que hemos estructurado la ficha de análisis de la dimensión visual a nivel significativo:
 1. Elementos visuales: son tres los elementos elegidos por su relevancia para el tema en estudio.

En primer lugar el 1) tipo de ilustración del cartel en el que distinguimos cuatro posibilidades según se trate de: pintura de autor, fotografía, diseño gráfico o ilustración tipográfica. Clasificamos los carteles en función del recurso gráfico más destacado que se utiliza en cada ejemplar. A través de los años la representación gráfica ha desempeñado la función persuasiva en los mensajes dirigidos a todo tipo de públicos cultos e incultos. En el análisis de este universo de carteles, encontramos manifestaciones artísticas y tecnológicas que resultaban novedosas en el momento de su difusión. Para conformar esta tipología hemos tenido en cuenta que el dibujo y la pintura era el único medio para ilustrar los carteles hasta que se inventó la fotografía que supuso una alternativa para construirlos. Al mismo tiempo, el impulso del diseño gráfico durante el siglo XX se ha visto reforzado por el desarrollo tecnológico tanto de los programas informáticos (software) de diseño como por el avance de las técnicas de impresión digital de finales del siglo XX y la primera década del siglo XXI. Hemos sumado a estas alternativas una cuarta, la ilustración que consiste en el juego de formas y colores de las tipografías que merece ser destacada por su especificidad razón por la que la hemos extraído de la opción de diseño gráfico. En este apartado comprobamos la capacidad que tiene la publicidad de transferir hacia los modelos persuasivos publicitarios, las tendencias creativas de las corrientes artísticas.

En segundo lugar, nos interesa conocer el uso del 2) Margen que nos arroja datos sobre cuántos carteles llevan la ilustración "A sangre", es decir, hasta los límites del papel/formato, el número de los que presentan un margen que enmarca el cartel cuya opción reza "Con Marco", y aquellos que tienen parte de la ilustración a sangre y parte con marco que denominamos "Mixto". Con la inclusión de esta variable del diseño de los carteles buscamos comprobar si la existencia o no del marco y sus variedades es un rasgo esencial/propio de los carteles de fiesta estudiados que se mantiene fijo en el tiempo o si la alternancia de su utilización responde a causas estéticas y, por tanto, fluctúa con las tendencias.

En una ventana de imagen colocamos el 3) lay-out del cartel, es decir, el esquema gráfico de la composición básica del anuncio para comprobar cuantitativamente si existe una distribución tipo del cartel festivo. Hemos elaborado la gama de lay-outs a partir de la realidad en estudio reduciendo las alternativas a quince tipos. Los rasgos básicos que hemos combinado para construir la tipología de composiciones ad-hoc a nuestro estudio son dos: el texto y la imagen. Hemos tenido en cuenta dos dimensiones de la imagen, a saber: el espacio que ocupa (dimensión) y donde está situada (colocación). Distinguimos tres posibilidades básicas dependiendo de si la imagen invade todo el ejemplar o si deja espacio libre fuera de ella (2/3 aproximadamente) y, en este caso, tenemos en cuenta si la imagen está colocada en la parte superior, central o inferior del ejemplar. Incluimos la ausencia de imagen como

alternativa cuando se trata en los carteles tipográficos. En relación a los textos observamos la colocación (superior, central o inferior) de los textos principales que en los carteles son el título de la fiesta y otros datos en subtítulo. Las posibilidades son arriba, en el centro, abajo, arriba y abajo, en todo el espacio. Las posibles combinaciones se dibujan para la orientación vertical. Dado el reducido número de carteles de formato horizontal en las categorías contemplamos tres lay-outs de orientación horizontal fruto de la integración de la imagen con el texto superior central e inferior. Sumamos a las posibilidades de composición la alternativa "otras opciones" que designa a aquellas distribuciones no representadas por estos esquemas generales como son los mosaicos de imágenes con textos o los carteles con textos dispuestos en ejes oblicuos o desperdigados por la superficie. El número de ejemplares de esta opción frente al resto de opciones nos informará sobre la existencia o no de un lay-out tipo o verificaremos que el cambio y las alternativas son habituales en este género cartelístico

Para obtener el dato cuantitativo de utilización de un lay-out determinado hemos habilitado un desplegable para identificar el tipo correspondiente identificando cada posibilidad con una letra del alfabeto: A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, K, L, M, N, R. La opción R cuantifica la opción varios.

Las imágenes se marcan con un aspa, los textos con una secuencia de líneas oblicuas. No marcamos las identidades corporativas (logos, isologos e imagotipos) porque diversificaríamos demasiado el estudio y para alcanzar nuestra meta es suficiente este nivel de profundización. Al contemplar estos datos con los que se recogen en la ficha sobre el margen, la identidad corporativa y la descripción del cartel, obtenemos mucha más información sobre la realidad de cada original. Somos conscientes de que el estudio de los lay-outs de los carteles debe ser más profundo y metodológicamente preciso por lo que se investigará posteriormente en trabajos especializados. En la tabla 6 presentamos la herramienta generada para cuantificar los esquemas básicos compositivos del cartel de fiestas.

En cuarto lugar, recogemos las evidencias del emisor/es del anuncio de las fiestas en el apartado denominado 4) Identidad gráfica corporativa. Registramos si aparece o no alguna identidad visual corporativa para contabilizar en número los casos de ambas opciones. En caso positivo informamos por escrito de qué entidad pública o privada se trata. E integramos las imágenes de los símbolos identificadores del emisor/er, así como las imágenes de la identidad gráfica completa que incluye la colocación de los textos en una disposición determinada (siendo esta forma de colocar los textos un elemento visual).

Consideramos la 5) firma del autor de la ilustración como un rasgo con significado propio por lo que recogemos el dato de si aparece o no y

capturamos la imagen de la misma en un apartado adecuado a ello. La rúbrica de los artistas otorga valor artístico a la ilustración del cartel. Esta inclusión de la obra de arte en el discurso publicitario coloca estos anuncios en el ámbito cultural de forma que ejercen una función social, estética, educativa y de transmisión de valores.

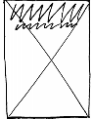



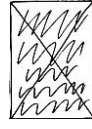

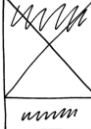
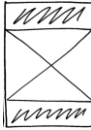
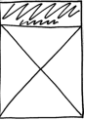
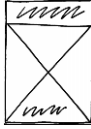
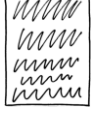

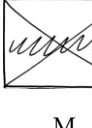


		Texto				
		Arriba	Centro	Abajo	Arriba/abaj o	Todo
Orientación Vertical	Todo Imagen	 A	 B	 C	 D	 E
	Imagen parte superior			 F	 G	
	Imagen parte central				 H	
	Imagen parte inferior	 I			 J	
	No imagen					 K
Orientación Horizontal	Todo Imagen	 L	 M	 N	 Ñ	
Otras opciones		R				

Tabla 9: Lay-outs para el análisis de los carteles de fiestas de Murcia.

Fuente: Elaboración propia.

2. Elementos del Contexto Argumental: examinamos los ítems centrales que conforman la situación del relato.

Sobre los 1) Personajes que intervienen en la escena se debe marcar entre las opciones previstas ya se trate de persona, animal, vegetal, objeto, mascota u otro tipo no previsto. Este dato se complementa con la descripción breve de los personajes en una casilla de texto y se especifica si se trata de protagonistas del mundo Real o Fantástico.

De la misma forma se detalla el 2) Lugar donde transcurre la acción y se marca si se trata de un escenario Real o Fantástico.

En cuanto al 3) Tiempo en el que transcurre la acción diferenciamos entre si está Definido en el cartel o si es Indefinido. En este parámetro nos referimos a las referencias que encontramos en relación al clima que se vinculan con determinadas estaciones y meses del año. También recogemos la información en cuanto al momento del día, si es de día o de noche.

Signos visuales: se han construido las casillas que compendian los signos de las fiestas en análisis cuya función consiste en clasificar el elemento localizado en función de si se trata de un signo compartido por la fiesta en toda España más allá de la ciudad de Murcia. Otra casilla reúne los signos más utilizados para representar la ciudad de Murcia. Y la tercera integra los signos idiosincráticos de la fiesta concreta en Murcia. En todos los casos se trata de marcar los signos de las distintas posibilidades no siendo estos excluyentes. Esto permite contabilizar y cuantificar el uso de los signos en la cartelería que estudiamos.

Casilla: Signos Semana Santa o Fiestas de Primavera o Folklore o Feria (señalar opciones)

Casilla: Signos Murcia (señalar opciones)

Casilla: Signos Semana Santa de Murcia o Fiestas de Primavera de Murcia o Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo o Feria de Septiembre de Murcia (señalar opciones)

En el Nivel Significado compilamos los datos referidos al contenido del mensaje y lo hemos organizado en cuatro apartados:

- En una casilla desplegable encontramos las opciones de los tipos de discurso entre las que se decide si es Seductivo, Intimidatorio, Obligatorio, Prohibitivo, Consejo o Disuasión.
- En el compartimento de texto habilitado para ello insertamos la descripción del cartel y de la escena representada. Hacemos referencia a todos los datos que conforman el ejemplar en estudio lo que abarca desde la disposición horizontal o vertical del cartel hasta los créditos, pasando por todos los elementos de texto e imagen y su composición. En la descripción del cartel incluimos la referencia a la tipografía (Álvarez, 2013) de los textos sin especificar la familia a la que pertenece. Distinguimos

tres grandes tipos tipográficos que corresponden a familias que comparten características generales ya que este dato aporta resultados de tendencias y ahondar en las familias no arrojaría información relevante para la presente investigación y diluiría la visión global que perseguimos. Los tipos generales que manejamos son: palo seco o sanserif, romana y manual (script). Las características formales que comparten las tipografías de palo seco son la ausencia de modulación y de remates cuya limpieza le aporta un estilo funcional. En el polo opuesto se encuentran las tipografías romanas cuyos rasgos principales comunes son la existencia de modulación visible de los trazos y de remates en los mismos. La tipografía romana incluye un elevado número de familias derivadas de ella. Los tipos de letra que imitan la escritura a mano, ya sea un trazado caligráfico o manual, se conocen como tipografías de escritura o tipografías escritas y en el presente estudio las denominamos manuales. Incluimos en este último tipo las denominadas tipografías fantásticas que son aquellas que no guardan ninguna norma, reinterpretan tipografías, incluyen elementos de diversa naturaleza, imitan las letras manuscritas y utilizan símbolos. Se suelen utilizar para textos cortos por la dificultad de su lectura y buscan generar impacto visual. Para la descripción técnica de los elementos de identidad visual corporativa de los diferentes organismos que aparecen en los carteles vamos a adoptar los siguientes términos: logotipo, isotipo, imagotipo e isologo. El vocablo Logotipo o logo (forma abreviada de uso generalizado) es de raíz etimológica griega e integra *logos* que significa palabra y *typos* que significa señal o escritura en forma de impronta y hace referencia a la voz tipo, nombre de las piezas que representan con la forma de los caracteres de un idioma utilizados en las imprentas. La Real Academia de la Lengua Española los define como “logotipo es el distintivo formado por letras, abreviaturas, etc., peculiar de una empresa, conmemoración, marca o producto.” Es la representación verbal mediante signos tipográficos de una empresa, producto o marca, por tanto, no se refiere ni al símbolo ni al icono sino solo a las tipografías de las palabras. En el uso cotidiano del término logo/logotipo se ha distorsionado su significado y suele hacer referencia a la marca, al isologo o al imagotipo. La parte simbólica ilustrativa de la identidad visual es conocida como Isotipo y más comúnmente como símbolo. La palabra Isotipo proviene de los términos griegos *Iso*, que significa igual, y *typos*. El término designa el elemento icónico del diseño de una marca. El icono es una imagen que se extrae de la realidad y la sintetiza de forma gráfica por lo que se trata de una imagen reconocible que representa visualmente esa realidad. En el ámbito empresarial y corporativo es la síntesis visual de la identidad (misión, visión, valores, personalidad y carácter) de las organizaciones. Para hacer referencia a la convivencia de las palabras y los símbolos en la identidad visual corporativa encontramos dos términos: Imagotipo e isologo. Las dos expresiones proceden de la fusión de las palabras isotipo y logotipo. La diferencia entre ambos términos se refiere a la posibilidad de separación de tipografía y parte simbólica de manera que si hablamos de imagotipo cuando existen ambos elementos de manera independiente. Esta separación le da mayor libertad para posibles combinaciones. En

el caso del isologo el texto y la imagen son inseparables, se encuentran fundidas. (Estrella Sweeney, 2005; Tentulogo, 2014). Cuando en el análisis hablamos de los *créditos* de los carteles nos referimos a los datos del autor del cartel, la imprenta donde se ha reproducido y el depósito legal del anuncio que suelen aparecer en un tipo de letra de palo seco, con un cuerpo de letra muy pequeño pero legible de cerca y en un color que facilite la lectura.

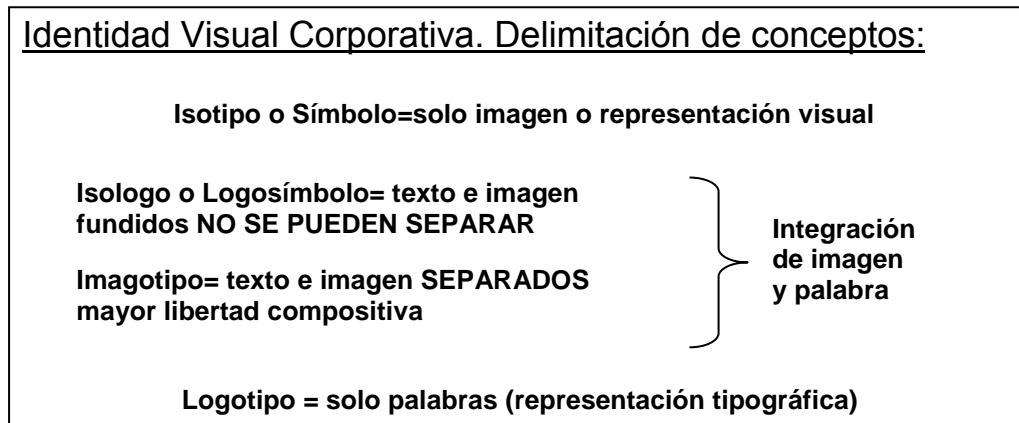


Figura 5: Terminología de los elementos de la identidad visual corporativa.

Fuente: Elaboración propia.

- **Convergencia denotación/connotación (escribir):** en este espacio de texto interpretamos los significados que transmite el cartel. Es un mensaje que informa, emociona y seduce con una serie de signos que hemos detectado en nuestra exploración del ejemplar y que hemos descrito en relación a la composición del mismo. Detectamos los signos y explicamos lo que comunican en el contexto en el que aparecen. Pasamos a la especificación de los valores que se transmiten en el mensaje por medio de este lenguaje semiótico. Como hemos explicado en el capítulo 2 la imagen del cartel tiene el poder de convertirlo en un mensaje simbólico (Coronado, 2001) por medio de imágenes o registros de la realidad, de lo imaginario y de la semiótica. El registro semiótico utiliza imágenes que el público entiende con facilidad. Estos registros visuales se unen por medio de la retórica al texto y consiguen que el mensaje cumpla su misión. Nosotros vamos a reunir las imágenes que suscitan las fiestas de Murcia en los públicos y que se utilizan como signos de los discursos festeros de las mismas y a este conjunto de signos lo llamamos *imaginario de las fiestas de Murcia*.

Con las fichas elaboradas con esta estructura analítica se recorre el camino que lleva a la comprensión de los valores transmitidos en los carteles; a la construcción de un repertorio/compendio imaginario de las fiestas referidas; y a la observación de la carga cultural/ideológica que acompaña al contenido del anuncio.

- Otros datos. En nuestra ficha de análisis incluimos, en último lugar, un campo de textos donde podemos apuntar datos anecdóticos que pueden darnos claves de cambio o de especificidades en los carteles muy ricos para secuenciar las etapas de los carteles en estudio. Este espacio sirve también para aportar información relevante sobre las influencias del macro y micro entorno socio político donde se pueden incluir los acontecimientos culturales, económicos, estructurales y de cualquier orden que pudieron afectar en la creación del cartel en estudio. Este último apartado es una fuente de información que puede arrojar mucha luz para conocer cómo se organiza el cartelismo murciano pero que, por la potencial dimensión de los aspectos aquí apuntados, han de ser abordados en posteriores investigaciones ya que desbordarían los objetivos de la presente exploración. El dato sobre el alcance territorial de la campaña de publicidad de la que han formado parte los carteles, en la mayoría de las ocasiones como medio único o principal, no se recoge en la ficha porque no lo podemos conocer con certeza y supera la investigación presente. Esto no impide que podamos entender características de la difusión de la campaña por los textos que aparecen en el cartel como los créditos, el anunciante y el reconocimiento de interés turístico regional, nacional o internacional de la fiesta que se anuncia, aspectos que sí estudiamos cuando aparecen.

Los carteles sobre los que se ha realizado el análisis de contenido en esta investigación pertenecen a los anuncios de las fiestas de la ciudad de Murcia realizados desde 1960 hasta 2015. De entre todos los existentes se han seleccionado aquellos ejemplares de los que hemos obtenido la imagen y por consiguiente disponemos de la misma. Se trata de 61 carteles de la Semana Santa, 126 de las Fiestas de Primavera, 47 del Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo y 23 de la Feria de Septiembre de Murcia. En principio encontramos una cierta descompensación en el número de carteles seleccionados por fiesta pero esta circunstancia responde a dos causas:

1. No hay apenas carteles de la Feria de Septiembre en los archivos públicos de Murcia: Archivo Municipal de Murcia –Palacio Almudí- y Archivo General de la Región de Murcia Regional como hemos comprobado al realizar nuestra base de datos con la búsqueda en los catálogos de ambos depósitos. De esta Feria tenemos los carteles de toros de muchos años pero este género cartelístico queda fuera de la tesis como hemos acotado en la introducción.

2. Desde hace unas décadas en las Fiestas de Primavera se realizan varios carteles: uno que anuncia las Fiestas en su conjunto y otros que se dedican a cada una de las actividades más relevantes de forma individual (Bando de la Huerta, Entierro de la Sardina, Desfile de las Flores, Certamen de Tunas, Fiesta del Pastel de Carne, etc.). Todos estos carteles siguen la pauta de la ilustración de un artista murciano por eso forman parte de la muestra. Estas circunstancias elevan el número de carteles encontrados y con imagen que se van a analizar.

3. El Festival Internacional del Folklore se empezó a celebrar en 1968 por lo que se ha celebrado cuarenta y ocho años. Tenemos todas las imágenes excepto las de tres años, y hay dos años en los que se editaron dos carteles, esto explica que su número no supere los cuarenta y siete ejemplares.

Consideramos que el número de carteles que se han reunido y que se analizan (en total 257) es suficientemente amplio para hacer posible sacar conclusiones que se pueden generalizar, sin olvidar la provisionalidad del conocimiento científico.

9. ANÁLISIS DE CONTENIDO

“Lo importante es encontrar una silueta que sea expresiva, un símbolo que, solo 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, 1920)

El cartel ejerce de reclamo para llamar la atención sobre una realidad aparente (Villalba, 2008). En el caso que nos ocupa, el mensaje es la invitación a unas fiestas que tienen sus reglas y pautas de actuación; que están cuidadosamente organizadas, repletas de convencionalismos y por tanto, de simbología. Los carteles condensan en sus imágenes los temas de cada fiesta en estudio uno de los cuales es común o compartido: el tema de la ciudad donde se viven los festejos, Murcia capital. Con el análisis realizado pretendemos comprobar si es posible detectar y recoger de los posters los motivos iconográficos de un supuesto cartel-patrón.

Para realizar el análisis de los carteles de fiestas de Murcia hemos comenzado por reunir el mayor número posible de ejemplares pertenecientes al periodo de tiempo acotado para el estudio que discurre entre 1960 y 2015. En la búsqueda realizada hemos incluido aquellos posters de las fiestas de años anteriores que nos sirven de antecedentes históricos del intervalo de tiempo estudiado y permiten entender e interpretar con mayor realidad los elementos observados y que nos han servido para reconstruir la historia del cartel en Murcia.

Para conocer la evolución histórica de la fiesta contemporánea y el sentimiento lúdico que representa hemos observado los carteles en orden cronológico como si de un solo documento se tratara. En esta perspectiva hemos incluido las portadas de los programas de fiestas de algunos años, especialmente de aquellos de los que no tenemos el cartel -y/o su imagen- localizado. Las imágenes y composiciones de los programas y carteles de las fiestas en algunos casos resumen y exponen el ambiente artístico de la ciudad, los cambios en el poder y los avatares históricos de la misma (Belda Navarro, 1993).

En la fase de recopilación de los carteles de las fiestas de los cuatro eventos estudiados hemos elaborado una base de datos para cada una de ellas. En cada fichero incluimos los carteles de años anteriores encontrados durante la búsqueda. Como se puede ver en los anexos, hemos abierto una ficha por cada año desde 1960 a 2015 de manera que podemos extraer datos respecto del estado de todo el período de estudio.

En la ficha se recoge el dato de la localización del cartel que permite conocer el estado de las piezas gráficas de cada fiesta. Es decir, si se conservan los originales en algún archivo público o privado o en otro lugar, en cuyo caso consta como Localizado. Si hemos conseguido la imagen del cartel se especifica Localizado SI imagen y en el caso de no contar con una reproducción del mismo se indica Localizado NO imagen. En la misma casilla se indica NO localizado cuando no hemos encontrado noticias del cartel de esa fiesta y año. De esta forma, dibujamos el mapa de localización de la cartelería de las fiestas de Murcia y se pueden abordar posteriores investigaciones para encontrar los ejemplares y localizar los que hasta hoy no se han encontrado. Los datos

correspondientes a este registro constituyen un resultado de gran valor para posteriores proyectos. Este dato se complementa con el registro de la fuente donde hemos apuntado dónde se encuentra el original y, en su cada caso, dónde hemos encontrado la imagen del cartel o noticias sobre el mismo.

La muestra de carteles analizada se ha construido a partir de los resultados de la primera fase investigadora de recopilación. El criterio de selección de los ejemplares que la componen es localización del ejemplar con imagen. Dicha condición permite realizar el análisis pormenorizado de los rasgos visuales que los integran.

Como se explica en la descripción metodológica, se analizan los textos e imágenes que configuran los posters y se extraen de ellos los rasgos que caracterizan a este género en la realidad murciana así como los signos, símbolos y representaciones icónicas características de los mismos que integran el imaginario de la fiesta murciana. El tratamiento de los items registrados permite además hacer el seguimiento de los autores de los carteles, las instituciones públicas y privadas que intervienen en la organización y que colaboran para su realización, los cambios en las identidades gráficas de las anteriores y la evolución de las tendencias estéticas plásticas y gráficas de las décadas en estudio entre otros aspectos.

La correcta comprensión de los símbolos y los personajes más o menos reales a los que se recurre en los carteles pasa por el conocimiento de la ciudad de Murcia y encontramos que fiesta y ciudad se identifican de forma que las ilustraciones aluden a este encuentro.

La extracción y análisis de datos del estudio nos permite recoger una serie de resultados. A partir de estos últimos llegamos a las conclusiones que se exponen al final este trabajo. Por la estructura propia de las fiestas de Murcia hemos obtenido datos para cada fiesta por separado en un primer análisis vertical. Y hemos trabajado los datos en un análisis transversal conjunto de las cuatro fiestas. El trabajo permite así tener una visión global de los carteles festivos de la ciudad y una especificidad de estilo cartelístico de cada evento.

La extracción de datos y los resultados obtenidos la hemos estructurado en el mismo orden que presentan en la ficha de análisis agrupados de la siguiente forma:

- Primero presentamos el número de carteles de la base de datos y especificamos cuántos son antecedentes y cuántos pertenecen al intervalo en estudio.
- A continuación, recogemos el conjunto de los resultados referido a localización, fuentes y características técnicas.
- El siguiente grupo de campos que analizamos son los textos del nivel significativo donde se especifican por ejemplo, los distintos nombres que ha recibido la fiesta, la relación de autores o las imprentas donde se han realizado.
- Completamos el análisis del nivel significativo refiriendo los elementos visuales y del contexto argumental.
- Por último, organizamos el imaginario de la fiesta concreta y de las fiestas en su conjunto en su apartado correspondiente, a partir de los signos localizados junto con los aspectos recogidos del nivel significado.

En resumen, realizamos el análisis de los resultados desde dos perspectivas complementarias. De una parte, cuantificamos la aparición de los distintos campos en los carteles y podemos perfilar la forma general de los carteles de la fiesta tratada. Estos datos se refieren al número de carteles localizados con imagen. De otro parte, exprimimos el contenido de los distintos apartados que nos proporciona un conocimiento más profundo y real de la fiesta en cuestión. En esta perspectiva contamos con más información recogida en las bases de datos de los carteles localizados sin imagen y de los antecedentes que enriquecen los resultados y ayudan a reconstruir la realidad con mayor rigor, pues sirven de evidencias documentales de la realidad que reconstruimos. En el caso de utilizar estas fuentes, lo hemos especificado en el desarrollo del contenido de los capítulos previos. Esta estructura de recogida de resultados la seguimos en cada fiesta por separado y para el conjunto de las cuatro fiestas de Murcia en aquellos aspectos en que coinciden y que nos permiten describir las características del cartel de fiestas de Murcia.

9.1. EL CARTEL DE LA FERIA DE SEPTIEMBRE (1960-2015)

Número de carteles para el análisis de la Feria de Septiembre de Murcia:

La base de datos de la Feria de septiembre está formada por 89 registros. Los registros anteriores a 1960 son 33 y no corresponden a años sucesivos. Los registros que comprenden los carteles de 1960 a 2015 son 56 que corresponden a uno por año. Todos ellos anuncian la feria de septiembre en general, es decir, no hemos incluido carteles de una actividad específica del programa de fiestas.

9.1.1. Resultados de localización, fuentes y características técnicas

Datos de localización y fuentes:

En función de la localización los 56 registros del estudio (un registro por año desde 1960 hasta 2015 a.i.) arrojan los siguientes datos: hemos localizado 34 carteles de los que tenemos imagen de 27 que son los ejemplares con los que trabajamos el análisis de contenido y que en términos relativos suponen el 60,7% de los años en estudio. No hemos localizado los carteles de la Feria de Septiembre de 22 años que coinciden en su mayor parte con las décadas de los años 60 y 70. Como muestra el Gráfico 1 hemos localizado el 60,7% de los carteles – del 12,5% no tenemos la imagen del cartel- y queda por localizar el 39,2%.

Los carteles no localizados corresponden a los años siguientes ordenados por décadas:

- 1960, 1961, 1962, 1964, 1965, 1966, 1967, 1968, 1969
- 1970, 1971, 1972, 1973, 1974, 1975, 1976, 1977, 1978, 1979
- 1980, 1981, 1982

Estos datos indican que tenemos un solo ejemplar de la década de los 60 -1963-, ninguno de los 70 y contamos con los carteles de la feria a partir de 1983.



Gráfico 1: Resultados localización carteles de la Feria de Septiembre de Murcia entre 1960 y 2015.

La mayor parte de los carteles localizados pertenecen al Archivo Municipal de Murcia y a la Biblioteca Regional pero cabe destacar que todos los localizados de los que no hemos conseguido la imagen están en el Archivo Municipal de Murcia. Las razones por las que no hemos podido fotografiarlos han sido problemas de dicho organismo (almacenaje sobrecargado, posible mudanza, posible digitalización) en la etapa prevista para ello. En la Biblioteca Regional encontramos carteles desde 1988 hasta 2011 que fotografiamos gracias a la colaboración del equipo de conservación del centro especialmente a Dña. Amparo Iborra.

Sobre la catalogación en el Archivo del Almudí hemos detectado como anécdota que el cartel de la Feria de Septiembre de 1963 está catalogado como cartel de Semana Santa del mismo año, dicho error se ha mantenido desde que tenemos los datos en 2005 y aparece sin corregir en el documento que tiene publicado en la página web del Archivo (www.archivodemurcia.es) todavía en julio de 2015 (día 27, 14:29h.).

De los años de los que no contamos con el cartel hemos encontrado las portadas de los programas de la Feria excepto de 1974, 1977 y 1978 de los que no tenemos dato alguno. La ilustración de las portadas de los programas de la feria (y de las fiestas en general) -en las distintas formas posibles que adoptan como folletos, revistas, desplegados y formas automontables de todo tipo- puede coincidir con la ilustración de los carteles anunciadores de la fiesta pero no tienen que ser así de forma obligada. En nuestra investigación hemos comprobado tanto la coincidencia de la ilustración en ambos objetos de comunicación -cartel y portada de programa-, como la diversidad de las ilustraciones de ambos elementos, ya sea el mismo autor el responsable de las dos piezas ya se encarguen a distintos creadores. Como evidencia de la primera situación tenemos el cartel y la portada del folleto con el programa de 1963 realizados por Conte, y para ilustrar la segunda situación aportamos ejemplos de las dos circunstancias posibles: el caso del año 1988 en los que la ilustración de las piezas es distinta siendo el mismo autor - Pedro Manzano- y lo ocurrido en 1985 cuando el cartel corrió a cargo de los hermanos Portillo -Manuel y Pablo- mientras que Chipola diseñó el programa desde la agencia Contraplano, es decir, son distintos los autores del programa y del cartel. Esta situación es la causa de que no podamos contar con los datos de las portadas y sus autores como si de los carteles se tratara. Además, en el caso de que sea la misma imagen la que aparece en programa y cartel, este último presenta diferencias evidentes desde el tamaño como la

disposición de los textos, los créditos de la imprenta, la identidad de los emisores, etc. Podemos afirmar que no se pueden extrapolar los datos de las portadas de los programas de las fiestas a los carteles anunciadores de las mismas. Esta cuestión afecta por igual a todas las fiestas.

Mismo autor e ilustración	Mismo autor distinta ilustración	Distinto autor e ilustración
Año 1963	Año 1988	Año 1985
Cartel autor Conte	Cartel autor Pedro Manzano	Cartel autor Manuel y Pablo Portillo
		
Programa autor Conte	Programa autor Pedro Manzano	Programa autor Chipola
		

La realidad que nos hemos encontrado es que faltan muchos carteles por localizar e investigar para conocer el cartel de la Feria de Septiembre de Murcia desde la segunda mitad del s. XX hasta nuestros días especialmente entre 1960 y 1982.

En cuanto a las características técnicas de los carteles localizados tenemos los siguientes datos:

Conocemos el tamaño y, por tanto, la orientación de todos los ejemplares localizados y los hemos clasificado por su aproximación a los tamaños estándar -en centímetros y en altura por anchura- que corresponden a formatos verticales de 100x70, 70x50 y 50x35; orientación horizontal de 70x100 y otras medidas alejadas de los estándares. En la Tabla 10 presentamos los datos extraídos en número de ejemplares y relativos al total los ejemplares localizados, 34, y el detalle en los 27 localizados con imagen (de los que hacemos el análisis completo) y los 7 localizados sin imagen. La realidad muestra que el formato más utilizado es el 100x70 cm que lo presentan más de

la mitad de los carteles los ejemplares -58,8%- , y el siguiente de mayor presencia es el 70x50cm que alcanza el 20,6%, es decir, treintaiocho puntos porcentuales por debajo del anterior y el resto de medidas se aleja mucho más de estas cantidades relativas. Las dos medidas referenciadas más la 50x35 son de orientación vertical y el total de carteles que ostentan este rasgo asciende al 82,4%, frente al 8,8% cuya orientación es horizontal. El resto de medidas que se alejan de las normalizadas, un 8,8%, presentan ambas orientaciones. No hemos encontrado más de un tamaño para cada cartel. A la vista de estos datos dibujamos un perfil del cartel de Fiestas de Septiembre de Murcia que presenta en general un formato rectangular de orientación vertical y dimensiones 100x70cm que en ocasiones cambia de orientación y tamaño.

Medidas de los Carteles de Feria de Septiembre de Murcia 1960-2014							
Aproximación a los estándares, en centímetros, altura por anchura							
Medidas		100x70	70x50	50x35	70x100	Otras medidas	Total
Localizados SI Imagen	Nº ejemplares	19	5	1	1	1 vertical	27
	Porcentajes	70,4%	18,5%	3,7%	3,7%	3,7%	100%
Localizados NO Imagen	Nº ejemplares	1	2	0	2	2 horizontales	7
	Porcentajes	14,28%	28,57%	0%	28,57%	28,57%	100%
TODOS Localizados	Nº ejemplares	20	7	1	3	3	34
	Porcentajes	58,8%	20,6%	3%	8,8%	8,8%	100%

Tabla 10: Medidas de los Carteles de Feria de Septiembre de Murcia 1960-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

9.1.2. Datos del nivel significativo: textos.

En cuanto a los datos del nivel significativo comenzamos por recoger los referidos a la parte textual:

La explotación de los datos la realizamos desde dos perspectivas complementarias. Por un lado, obtenemos la cuantificación de la aparición de los tipos de texto en los carteles, lo que describe el perfil general de los elementos textuales de los pasquines de la fiesta en estudio. Estos datos se refieren exclusivamente a los carteles de los que contamos con su imagen. Por otro, nos referimos al contenido de estos textos como legajo/documentación que nos proporciona conocimiento de la fiesta en cuestión. En esta perspectiva sumamos la información proveniente de carteles localizados sin imagen y de los antecedentes que enriquecen los resultados y ayudan a reconstruir la realidad con mayor rigor. En el caso de utilizar estas fuentes en el desarrollo del contenido lo especificamos.

Textos de los Carteles de Feria de Septiembre de Murcia 1960-2014 con imagen				
Tipos de texto en función del carácter de los datos que aportan				
TEXTOS		SI(absolutos y relativos)	NO	TOTAL
Textos Informativos	1. Nombre de la Fiesta	27 - 100%	0 - 0%	27 - 100%
	2. Lugar	27 - 100%	0 - 0%	27 - 100%
	3. Fecha	27 - 100%	0 - 0%	27 - 100%
	4. Anunciante	26 - 96,3%	1 - 3,7%	27 - 100%
	5. Autor	25 - 92,6%	2 - 7,4%	27 - 100%
	6. Imprenta	25 - 92,6%	2 - 7,4%	27 - 100%
Textos Persuasivos	Slogan	0 - 0%	27 - 100%	27 - 100%
	Otros textos persuasivos	0 - 0%	27 - 100%	27 - 100%
Otros Textos		26 - 96,3%	1 - 3,7%	27 - 100%

Tabla 11: Tipos de Textos de los Carteles de Feria de Septiembre de Murcia 1960-2015

Tipos de texto Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

De los datos cuantitativos que presenta la Tabla 11 apuntamos las siguientes especificaciones: en 1963 no se incluye el emisor ni la referencia a la imprenta. Ésta referencia tampoco la presenta el cartel de 1985. Y los carteles en los que no aparece el autor son el de 1985 y 2002. En la casilla reservada a otros textos en el 92,6% de los casos encontramos el Depósito Legal.

A continuación, pasamos a examinar con detalle cada apartado. Como ya hemos explicado seguimos el orden de aparición de la ficha de análisis para extraer los resultados de los distintos campos de texto. Por ello hablamos en primer lugar de los textos informativos:

1. En los carteles examinados hemos encontrado tres formas principales de nombrar la fiesta en estudio y otras denominaciones que ha utilizado la institución oficial de turno en los programas de fiestas a lo largo de los tiempos y que sirven de documentación complementaria para este apartado:

El nombre de la fiesta que aparece en los posters presenta tres formas utilizadas por encima de otras denominaciones que son: FERIA, FERIA DE SEPTIEMBRE y FERIA DE MURCIA. Otras denominaciones han sido "Feria y Fiestas de Murcia", "Feria y Fiestas en Murcia", "Fiestas de Murcia", "Feria y Fiestas septiembre" y "Fiestas de septiembre". Vamos a explicar los resultados de la investigación en este elemento/componente.

- "Feria de Murcia" es la denominación más comúnmente utilizada, alcanza el 88,5% de los casos (24 de los 27 con imagen). Este nombre se ha utilizado en todas las décadas en estudio pero desde 1989 a 2015 se ha mantenido como título principal del cartel y, por tanto, como nombre oficial de la fiesta de parte del Ayuntamiento que es el emisor principal. Si nos vamos a los antecedentes esta denominación coincide con la de

programas de fiesta de 1939 y 1944. Lo mismo ocurre con las portadas de los folletos de mano de la feria de 1969 y 1970.

- La denominación “Feria de Septiembre” supone el 7,4% de la muestra de localizados con imagen y corresponden a los carteles de 1985 y 1988. Si tenemos en cuenta los carteles localizados sin imagen que llevan este título (4 de los años 80) y los testimonios que suponen los programas de fiestas de la feria, observamos que esta denominación se utiliza en los casi todos los años 80, es muy numerosa en los años 70 – más aún si la unimos a la denominación sin la preposición pero colocados en la misma línea “Feria Septiembre” de 1972 y 1973- y salpica las portadas de algunos folletos de los años 60.
- El nombre de “Feria” en mayúsculas lo encontramos en el cartel de 1963, solo un 3,7% de los carteles con imagen. Sin embargo, al ampliar la información de la denominación de la fiesta por parte de la institución pública encargada de ella en cada etapa política, encontramos datos en las portadas de los programas de fiestas que utilizan la misma forma de denominarla y constatamos que este nombre protagoniza los carteles de la década de los 60 y, si sumamos los datos de los antecedentes, constatamos su uso continuado en los años 50 y 40, de ahí se da un salto en el tiempo hasta la segunda mitad del s. XIX, al año 1878 en cuyo cartel reza “FERIA DE 1878”.
- Llama la atención del caso de dos años, 1941 y 1942, en el que el título del programa cambia la preposición “de” utilizada décadas anteriores por “en” y se llamó “Feria y Fiestas en Murcia” cuyo antecedente lo encontramos ya en uno de los carteles más antiguos que localizamos en la investigación que data de 1895.
- En la primera mitad de los 30 y durante los años 20 la denominación más repetida en los folletos de estas fiestas es “Feria y Fiestas de Septiembre” que en 1926 pierde la preposición y reza “Feria y Fiestas Septiembre”.
- La denominación “Feria y Fiestas de Murcia” está presente en los programas de las dos primeras décadas del s. XX.
- El nombre menos común que hemos rescatado para referirse a estas celebraciones septembrinas es el de “Fiestas de septiembre” que consta en el programa de 1924.
- Lo mismo ocurre con la denominación de “Fiestas en Murcia” del programa de 1917.

Por tanto, la fiesta a la que nos referimos ha cambiado de nombre a través de su historia, alternando el uso del nombre del mes en que se celebran como nombre propio, Septiembre, y de la ciudad donde tienen lugar, Murcia, así como los vocablos feria y fiestas. Ahora bien, la denominación actual permanente desde hace tres décadas es la de FERIA DE MURCIA.

2. El nombre de la ciudad, Murcia, aparece en todos los carteles con un cuerpo (tamaño) de letra grande -que es un poco menor al del nombre de la feria cuando no forma parte del mismo y de igual volumen cuando es parte del título- como referencia al lugar donde se celebran las fiestas anunciadas.

3. En los 27 carteles de los que tenemos imagen aparecen textos que informan de las **fechas** en las que se celebra la Feria de Murcia y ocurre lo mismo con los localizados sin imagen y los

antecedentes. Existen diversas formas de hacer referencia al tiempo de celebración que tienen relación directa con el nombre que se le da a la feria en cada caso. A continuación describimos las distintas opciones encontradas en la investigación:

- En los carteles de 2009 en adelante, excepto 2012, donde el título del cartel es “Feria de Murcia” se utiliza el nombre del mes –SEPTIEMBRE, normalmente en mayúsculas- y el año en número. Esto mismo encontramos en el cartel de 1963, y en las portadas de los programas de los 60, cuando el nombre de la fiesta es simplemente “Feria”, en estos casos el nombre del mes y el año aparece separado del vocablo feria pero con una tipografía y color que le confieren importancia. En este grupo de carteles no aparece el intervalo detallado de los días que dura la fiesta.
- Desde 1985 hasta 2008 –excepto 1986- y en el año 2012, se incluye en los carteles el día de comienzo y el día en que finalizan las fiestas. Hemos detectado tres modalidades en estos ejemplares: los carteles de los 80 titulados “Feria de septiembre” en los que el intervalo va acompañado del año; los carteles desde 1989 hasta 2008 y el caso de 2012, en los que el título del cartel es “Feria de Murcia” en los que el detalle de los días de fiesta aparece junto al mes y el año; y los años 1990 y 1991 en los que el año aparece en misma dimensión y tipografía que el nombre de la fiesta formando parte del título - “Feria de Murcia 1991”- en estos posters solo aparece el mes junto a los días de inauguración y cierre de la feria.
- En los antecedentes no constan las fechas exactas de las fiestas, solo se informa del año y del mes –septiembre- siempre que éste último no forme parte del nombre de la fiesta.
- Hay dos casos particulares el de 1963 y 1959 en los que se detallan las fechas de los Festivales de España y otras actividades en el faldón del cartel pero no se informa de las fechas de las fiestas en su conjunto.

Cuando se especifican las fechas de comienzo y clausura de las fiestas los carteles presentan varias maneras de escribirlo: “del_al_” y sin la contracción de la preposición y el determinante inicial “_al_”; “desde_hasta_”; los días separados por guión “-” o por barra inclinada “/”; y cuando se acompaña del mes puede unirse con la preposición “de” o puede ir delante de las fechas separado por un espacio o un guión; así mismo el año puede aparecer unido por la preposición “de” o separado por un espacio, en la mayor parte de los casos aparece con un cuerpo mayor para destacar esta información. Reunimos a continuación ejemplos de las posibilidades comentadas en los que respetamos el uso de mayúsculas y minúsculas según aparece en el cartel:

- 85, del 4 al 17 (año en el título)
- 1988, del 1 al 13 (año en el título)
- 1-15 de septiembre (año en el título 1990)
- SEPTIEMBRE'93. DEL 2 AL 14
- Del 31 de Agosto al 17 de Septiembre de 1995
- 3 al 21 de septiembre 1997
- Desde el 31 de agosto hasta el 19 de septiembre de 2000
- 30 de agosto / 16 de septiembre 2001

- 3/20 SEPTIEMBRE 1998
- 31 agosto - 12 septiembre 2006
- EN LOS DÍAS DEL 1 AL 15 de SEPTIEMBRE de 1895 (este cartel es una anécdota en los antecedentes porque los demás casos no contienen intervalo excepto el caso ya comentado de 1959).

Con los carteles que informan sobre las días de fiesta podemos conocer la duración de la feria de septiembre y comprobar si lo que escriben sobre la misma es o no cierto. La referencia más antigua con la que contamos es la del año 1895 año en el que la feria se celebró durante quince días. Encontramos que la feria dura unos años once días (p.e.1984), otro doce (p.e.1989), trece (p.e.1988), también hay casos de catorce (p.e.1993), quince (p.e.1990), diecisiete (1996), dieciocho (1995), diecinueve (1999) y hasta veinte (2000). En los últimos años en estudio se han celebrado trece días de feria pero la tendencia desde 2009 a 2015 es de no incluir el tramo de los días en el cartel que la anuncia, excepto en el caso de 2012.

4. El anunciante principal de la Feria de Murcia de Septiembre del periodo en estudio es el Ayuntamiento de Murcia y, en segundo lugar, el gobierno de la Región de Murcia. De este hecho han dejado registro en los carteles los textos que forman parte de la identidad gráfica corporativa de ambas instituciones. En este sentido hay que resaltar que durante muchos años ha sido suficiente el empleo del escudo de la ciudad debido a la situación política del país y la consecuente inexistencia de las comunidades autónomas.

En 2008 se estrena el nuevo logotipo del Ayuntamiento de Murcia que reduce el texto únicamente al nombre de la ciudad "MURCIA" con la tipografía propia de la identidad y en blanco sobre rojo o negro sobre blanco según la versión que se utilice en cada cartel; esta situación se repite hasta 2014 inclusive. Pero en el último cartel de 2015 se ha incluido el texto *Ayuntamiento de Murcia* separado de la identidad gráfica del Ayuntamiento de Murcia con la misma tipografía manual y color del título. Da la impresión de que los responsables de la gráfica de este año consideran que el logotipo no funciona correctamente por lo que han tenido que especificar que se trata de una acción del consistorio murciano.

En este apartado nos ceñimos a los 27 carteles de la base que tenemos completos con la imagen ya que analizamos los textos referidos al anunciante que aparecen en ellos. Encontramos un gran apartado integrado por los que sí mencionan al Ayuntamiento de Murcia como organizador (26 - 96,3%) y una excepción que no lo menciona (1, 3,7%):

- En el único cartel de los sesenta (1963) que tenemos con imagen no aparece mencionado el Ayuntamiento de Murcia pero sí consta este organismo público en el catálogo del Almudí como emisor del mismo; aparece, sin embargo, el organismo que se encargaba por entonces de organizar las actuaciones y actividades culturales en España llamado "Festivales de España" y del que ya tenemos evidencias en el cartel de 1959 donde también encabeza los textos de los actos.
- En los 26 carteles con imagen restantes deja su firma el Ayuntamiento de la ciudad de diversas formas como podemos ver en la Tabla 12. En todas estas ocasiones se le nombra como "Ayuntamiento de Murcia" y solo en 1985 se hace uso del protocolo institucional y aparece precedido por el adjetivo "Excelentísimo" que corresponde a

esta institución (este caso lo hemos encontrado también en la portada del programa de la feria de 1980).

AÑO	Textos que designan a los emisores: organizadores y colaboradores
1963	(Ayuntamiento de Murcia no aparece) FESTIVALES DE ESPAÑA
1985	EXCELENTISIMO AYUNTAMIENTO DE MURCIA CONSEJO MUNICIPAL DE CULTURA COLABORA CONSEJERIA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO COMUNIDAD AUTONOMA DE MURCIA
1988	EXCMO. AYUNTAMIENTO DE MURCIA
1990	Ayuntamiento de Murcia
1991 y 1992	AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Festejos Región de Murcia Consejería de Cultura, Educación y Turismo. Dirección General de Turismo.
1993 y 1994	AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Festejos Región de Murcia Consejería de Fomento y Trabajo Dirección General de Turismo.
1995	AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura, Festejos y Turismo
1997 y 1998	AYUNTAMIENTO DE MURCIA
1999	AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y Festejos
2000	AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y Festejos Región de Murcia Consejería de Turismo y Cultura Dirección General de Promoción Turística
De 2002 a 2007	AYUNTAMIENTO DE MURCIA
2008 y 2009	Murcia Fiestas de Murcia
2010	Murcia MURCIA 2016 capital europea de la cultura ciudad candidata
De 2011 a 2015	Murcia

Tabla 12: Textos de los organizadores y colaboradores de la Feria de Septiembre de Murcia en los carteles de 1960-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

En cuanto a la especificación de los emisores, si son organizadores o colaboradores, en los casos en que aparecen más de una institución mencionada, solo en el cartel de 1985 encontramos el vocablo "COLABORA" referido a la Consejería de Industria, Comercio y Turismo de la Comunidad Autónoma de Murcia.

De los carteles en que solo consta el Ayuntamiento de la ciudad como responsable del anuncio -19 (70,4%) de los 27 con imagen- 15 mencionan al Ayuntamiento como único anunciante y no se especifica el organismo que dentro del consistorio se encarga de la organización de las fiestas.

En cuatro de estos 19 carteles sí aparece tal especificación y sirven de documento de los cambios acaecidos en la ubicación del tema festivo en el consistorio murciano a causa de las transformaciones de gobierno. Así, mientras en 1985 es el *Consejo Municipal de Cultura* el responsable de las fiestas (en los años 80 precedentes se denominó *Consejo Municipal de Cultura y Festejos* y en los posteriores *Consejo Municipal de Festejos y Turismo*) en los primeros años 90 es la *Concejalía de Festejos* la encargada de organizar los mismos. Las fiestas eran asunto de la *Concejalía de Cultura, Festejos y Turismo* en el año 95 y en el 99 encontramos que *Turismo* se ha desvinculado de ésta ahora llamada *Concejalía de Cultura y Festejos*. Desde entonces no se especifica en los carteles la concejalía encargada de estos menesteres hasta los años 2008 y 2009 en los que encontramos la identidad gráfica de *Fiestas de Murcia* y la nueva identidad municipal con el nombre de la ciudad Murcia, sin la palabra Ayuntamiento, que será lo único que aparezca en adelante hasta 2014. Ahora bien, como ya hemos explicado, en el cartel de 2015 especifican el nombre Ayuntamiento de Murcia como línea centrada de los textos relevantes del mismo.

Encontramos 5 (18,5%) ocasiones en la que se menciona en los carteles la intervención del gobierno regional de la comunidad autónoma de Murcia. La referencia reza *Comunidad Autónoma de Murcia* hasta el cambio de denominación a *Región de Murcia* que vemos reflejado en los carteles desde 1991. En este mismo año se especifica el organigrama de la institución regional porque aparece la *Dirección General de Turismo* donde se ubica la *Consejería de Cultura, Educación y Turismo*. En 1993 y 1994 se constata en los anuncios que colabora la misma Dirección General de turismo pero, en esta ocasión, a través de la *Consejería de Fomento y Trabajo*. No aparece la colaboración de la Región de Murcia plasmada en el cartel de fiestas de Murcia hasta 2000. Este año es la Dirección General de Promoción Turística, por medio de la *Consejería de Turismo y Cultura*, la encargada de participar en las fiestas. Desde entonces hasta 2015 no hay rastro de colaboración regional en los carteles de la Feria septembrina.

Como anécdota hemos encontrado en el cartel de 2010 el registro de la presentación de la ciudad de Murcia a la candidatura como capital europea de la cultura de 2016. Otra prueba más de la riqueza de estos pasquines como documento histórico que debe ser considerado patrimonio cultural de España.

En este apartado los resultados indican la responsabilidad continuada del Ayuntamiento en la preparación de la Feria de Murcia de Septiembre y la colaboración puntual de la Región de Murcia en dichos eventos a través de los organismos cuya misión es fomentar el turismo y están vinculados a la cultura murciana.

5. La reunión de los autores de los carteles de fiestas es uno de los resultados más ilustrativo de esta investigación y es el inicio para la construcción de una base de datos específica para el estudio de los cartelistas murcianos. En este apartado incluimos los autores de los carteles anteriores al periodo en estudio como antecedentes de los que integran el intervalo de años analizado entre 1960 y 2015. Recogemos en la Tabla 13 los textos con los que se hace referencia a los autores de los carteles localizados de cada año respetando mayúsculas y minúsculas.

Referencias a los Autores de los carteles localizados de la Feria de Murcia de Septiembre 1960-2015	Año
Conte	1963
Diseño, Lucía Pastor Prolongo	1983
Fotografía y diseño, Paco Salinas	1984
Diseño, Manuel y Pablo Portillo	1985
Diseño, Ángel Haro	1986
Diseño, M. y P. Portillo; Ilustración, P. Portillo.	1987
Diseño: P. Manzano	1988
ilustración, diseño gráfico y dirección de arte, Julio García Abril	1989
Diseño: JULIO G. ABRIL.	1990
DISEÑO PEDRO MANZANO. FOTOGRAFIAS: ARCHIVO DEL FESTIVAL DE FOLKLORE. REVISTA MOROS Y CRISTIANOS. ANTONIO LOPEZ.	1991
Diseño: Pedro Manzano	1992
DISEÑO: P. MANZANO	1993
Diseño: DARDO sobre fotografía de José A. Acosta	1994
Enrique Nieto 95	1995
Pedro Rómulo	1996
Autor: NICOLAS DE MAYA.	1997
Lidó Rico, José Ramón	1998
Esteban Linares 1999	1999
Manolo Barnuevo	2000
Manuel Pérez	2001
Sonia Navarro	2002
Diseño: Ángel Hernansáez	2003
Autor: Carlos Callizo Gutiérrez	2004
Cartel: Muñoz Barberán	2005
Cartel: Rosa Vivanco	2006
Cartel: Paco Níguez	2007
Cartel: Carmen Cantabella	2008
Autor: Manuel Vacas	2009
Pintura: Antonio Tapia	2010
Pintura: Nono García	2011
Autor: José Lucas	2012

Alberto Corazón	2013
Autor: Carlos Pardo	2014
Autora: Carmen Artigas	2015

Tabla 13: Textos de las referencias a los autores de los carteles de la Feria de Septiembre de Murcia en los carteles localizados de 1960-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

En todos los carteles de los que tenemos imagen hemos comprobado que aparece la referencia al autor del mismo, excepto en el de 2002 y el de 1985, en este último caso la resolución de la imagen no es buena y quizá esta sea la razón de que no podamos registrar el nombre del autor, pero, en ambos casos, tenemos la información de la autoría en la catalogación del Archivo del Almudí para los dos y de la Biblioteca Regional en el año 2002.

La forma textual de nombrar al autor es muy diversa en el periodo estudiado y deja ver las distintas posturas, más o menos profesionales, sobre la concepción del cartel. En ocasiones, se distingue la autoría de las imágenes de la composición del cartel, por ejemplo en 1994 se especifica "Diseño: DARDO sobre fotografía de José A. Acosta" lo mismo ocurre en las referencias de otros carteles localizados sin imagen como el de 1984 en el que distinguen la autoría de "Fotografía y diseño" aunque ambas corren a cargo de la misma persona, Paco Salinas. En los carteles de los 80 y 90 solía utilizarse la palabra diseño para indicar el autor del cartel porque los diseñadores así lo querían y porque los carteles se encargaban a profesionales que se reconocían como diseñadores y no como pintores o artistas plásticos. Por ejemplo, en 1992 encontramos "Diseño: Pedro Manzano". Un caso anecdótico es el de un cartel de 1989 localizado sin imagen en cuya ficha encontramos la especificidad de las labores de todos los agentes que intervienen en el proceso de creación publicitario de un cartel dentro de una agencia publicitaria y que forman el texto del autor "ilustración, diseño gráfico y dirección de arte, Julio García Abril", es una época donde se intentaba profesionalizar la labor publicitaria. En los carteles de finales de los 90 y principios de s. XXI solo aparece el nombre del autor del cartel. Pasados unos años, se impone el uso de la palabra "Cartel" que se cambió por las expresiones "Autor", "Diseño" y "Pintura" que se fueron alternando. En los casos en que se habla de autor y de pintura no se especifica quien diseña el cartel a partir de la obra pictórica con lo cual debemos suponer que el montaje con los textos, logotipos y créditos lo realiza la imprenta pero no lo sabemos con certeza. La única referencia a una agencia de publicidad - Dardo - como autora del cartel es la del año 1994. A partir de 1995, hace veinte años, los carteles consisten en una obra de un pintor murciano. La excepción es 2013 año en el que el diseñador Alberto Corazón (creador de la última identidad gráfica del Ayuntamiento) diseñó el cartel de la feria. La relación del afamado diseñador con el Ayuntamiento es la amistad personal del mismo con vecinos de la ciudad que trabajan en tal institución en estos años.

De los 30 nombres detectados cuantificamos el número de ellos que son artistas plásticos (pintores, escultores), cuántos son fotógrafos y cuántos se reconocen como diseñadores y como ilustradores. Al hacer esta cuantificación sabemos que muchos de los personajes que aparecen saben diseñar aunque sean pintores, es decir, los tenemos en cuenta en cuanto al perfil más

destacado por ellos. Los nombres marcados con asterisco* corresponden a casos que encontramos con varias funciones y con doble asterisco** la agencia de publicidad que no anotamos como una persona y que, sobre los 34 años de carteles que hemos contabilizado, supone el 2,9% de los casos. Los carteles de artistas de estos 34 años son 19, es decir el 55,9%; los realizados por diseñadores son 14, el 41,2%. Y ninguno está realizado por un fotógrafo pero sí a partir de fotografías de tres fotógrafos, de los cuales solo uno de ellos es a la vez diseñador del cartel (Paco Salinas).

En cuanto a los cartelistas anteriores a los años 90 del s. XX no tenemos ningún cartel de la Feria con el nombre pero si conocemos autores de las portadas de los programas de la feria de septiembre y es seguro que intervendrían en la elaboración de los carteles de estas fiestas septembrinas puesto que tenemos carteles de otras fiestas de Murcia de los mismos años elaborados por ellos. Los autores referidos a los programas de la feria son: Conte, Momo y Serafín Alonso en los años 60; este último el fotógrafo Tomás Alarcón y la agencia de publicidad Ekipo/Vértice con ilustraciones de Chipola en los 70; en los 80 la agencia de publicidad evoluciona a Ekipo donde el reconocido ilustrador Chipola continúa su labor. Estos autores aparecen en la tabla con tres asteriscos *** y no se tienen en cuenta en la cuantificación de los cartelistas por tratarse de programas y no de carteles comprobados.

Profesión o Perfil más destacado	Nombre de los cartelistas de la Feria de Murcia de septiembre en el periodo 1960-2015	Número total y % sobre 31
Pintor	Enrique Nieto, Pedro Rómulo, Nicolás de Maya, José Ramón Lidó Rico, Esteban Linares, Manuel Pérez, Manolo Barnuevo, Sonia Navarro, Carlos Callizo Gutiérrez, Manolo Muñoz Barberán, Rosa Vivanco, Paco Ñíguez, Carmen Cantabella, Manuel Vacas, Antonio Tapia, Nono García, José Lucas, Carlos Pardo, Carmen Artigas	19-61,3%
Ilustrador	Conte, Momo***, Serafín Alonso***, Pablo Portillo	2-6,5%
Diseñador	Ekipo/Vértice(Agencia de publicidad)***, Lucía Pastor Prolongo, Paco Salinas*, Ángel Haro (pintor), Manuel Portillo, Pablo Portillo*, Pedro Manzano, Julio García Abril, Dardo (Agencia de publicidad)** , Ángel Hernansáez, Alberto Corazón	9-29%
Fotógrafo	Tomás Alarcón***, Paco Salinas, José A. Acosta, Antonio López	3-9,7%

Tabla 14: Perfil de los cartelistas Feria de Septiembre de Murcia en los carteles localizados de 1960-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

En resumen, la mayoría de los autores de los carteles son pintores y le siguen en número los diseñadores. En los casos en que se utilizan fotografías, en los carteles se añade el nombre del fotógrafo al del diseñador. En aquellas ocasiones en los que el autor es diseñador se apunta tal profesión. Sin embargo, cuando el cartel se elabora con la pintura de un artista, casi siempre murciano, no se detalla quien diseña tal maquetación salvo alguna excepción.

Los autores de los programas anteriores a 1960 cuyos nombres conocemos son: Gil de Vicario (años 20), Sánchez Picazo (años 20-40), M. Séiquer (años 20), J. Beltrán (años 20), J. Portero (años 20), Fuentes (años 30), J. Soler (años 40), Antonio Laorden (años 40), A. Mechó (años 50). Entre todos destacamos a Conte porque es el autor más representativo de los años 60 ya que desde los años 50 firma numerosas portadas de programas de feria y tenemos la evidencia de que el cartel de 1963, como el de 1959, coincide en la ilustración de portada por lo que podemos pensar que en estos años finales de los 50 y primeros de los 60 era una práctica habitual.

Portadas de los programas de la Feria de Murcia realizadas por Conte años 50 y 60						
1956	1956	1961	1962	1963	1964	1965

Fuente: Elaboración propia a partir de Pedro Manzano (1993)

De los carteles localizados, el cartelista que ha realizado el cartel de la Feria más años es Pedro Manzano que se encargó de los carteles de 1988, 1991, 1992 y 1993. Los años 89 y 90 fue Julio García Abril el autor y los años precedentes 1985 y 1987 corrió a cargo de los hermanos Portillo. El resto de autores solo realizaron el cartel un año. Los datos obtenidos en este aspecto hay que sumarlos a los carteles que obtenemos en el resto de las fiestas en estudio para comprobar si se encargaron a los mismos autores de esta feria los carteles de otras fiestas y en qué época sucedía esta coincidencia. De este modo dibujamos el recorrido de la autoría de los carteles donde a épocas de continuidad del autor suceden épocas de alternancia de creadores. En esta feria detectamos una época entre los años ochenta y principios de los noventa en la que se designa a un grupo de cartelistas concretos (cuatro nombres) varios años.

En el capítulo 7 de este trabajo se ha incorporado la información sobre los cartelistas murcianos elaborada en esta investigación, concretamente en este apartado.

En cuanto a la aparición o no del texto con el nombre del autor del cartel y su función en la composición del mismo la norma es que se incluye la labor realizada (diseño, pintura, fotografía o autor) junto al nombre y apellido del autor en un texto de cuerpo pequeño y tipografía legible que se sitúa en los laterales en vertical o en el margen inferior horizontal separado del resto de los textos de títulos y fechas. En gran parte de los casos suele preceder en la misma línea de texto a los créditos de imprenta y depósito legal.

6. En los textos que hacen referencia a la empresa donde se reproducen los carteles encontramos que se nombra a la imprenta en 25 (92,6%) de los 27 localizados con imagen que

corresponden a los carteles de la feria desde los años 80 hasta 2015. En el único cartel de décadas anteriores a los 80 que tenemos no aparece mención del taller de impresión (1963). Si incluimos los datos sobre las imprentas de los localizados sin imagen tenemos noticias de más empresas de artes gráficas donde se han impreso estos anuncios festivos.

El listado de imprentas, relacionadas con los años en que trabajaron para la feria, es el siguiente:

- I.G. Jiménez Godoy: desde 1983 hasta 1993 años no consecutivos
- José Belmar: en 1984
- A.G. Novograf, S.A.: desde 1988 hasta 1994 de forma puntual desde 1997 hasta 2015 de forma continuada, excepto 2013
- Gráficas Hernández, S.L.: en 1995

Tenemos más información del lugar de impresión de los programas de la feria de los años de los que no encontramos el cartel y podemos pensar que imprimieron los carteles. Esto nos añade las siguientes imprentas en el panorama de las artes gráficas de los 60 y 70:

- Belkron: años 1960, 1961 y 1963 (el cartel no la nombra)
- Muelas: 1962
- Jorge Valls: 1965 y 1966
- Sucesores de Nogués: 1964, 1967 y 1968
- Nogués: desde 1969 hasta 1973
- Belmar: 1975 y 1976
- Jiménez Godoy: de 1979 a 1981

En el cartel más antiguo localizado, el de 1878, encontramos escrito en el margen inferior a la derecha *Hijos de Nogués, Impresores*. Esta empresa ha perdurado en el tiempo como comprobamos en los programas de la feria de los años 50 (del 55 al 58) donde pasó a llamarse *Sucesores de Nogués* que siguió trabajando en los 60 hasta que cambia de nombre en 1969 cuando opera como *Nogués*.

En cuanto a la aparición o no del texto con el nombre de la imprenta del cartel comprobamos que se incluye en el cartel en un texto de cuerpo pequeño y tipografía legible que se sitúa en los laterales en vertical o en el margen inferior horizontal separado del resto de los textos de títulos y fechas. Suele colocarse tras el nombre y apellido del autor en la misma línea de texto junto al depósito legal.

7. En los 34 carteles localizados no aparece eslogan ni texto alguno de carácter persuasivo¹.

8. En el apartado de *Otros textos* hemos encontrado el registro del Depósito Legal del documento y en el cartel de 1963 se especifica la relación de todas las actividades de la Feria entre las que destacan las culturales preparadas por *Festivales de España*. Estas actividades eran el contenido central del cartel de la feria de 1878.

¹ En los antecedentes, por ejemplo en el programa de la Feria de 1939, hallamos la expresión "Año de la victoria" de claro estilo persuasivo propagandístico.

A la vista de los datos obtenidos en la descripción general del cartel de la Feria de Murcia no se incluye, por tanto, eslogan ni otros textos persuasivos. Si aparece escrito el código del Depósito Legal del impreso normalmente junto los datos de la imprenta y en su mismo tipo y tamaño de letra pequeño.

9.1.3. Datos del nivel significativo: elementos visuales y contexto argumental.

Los elementos visuales analizados en los 27 (100%) carteles localizados con imagen hacen referencia a las representaciones gráficas que intervienen en ellos y su composición en el espacio:

1. El tipo de ilustración del cartel más numeroso es el que hemos denominado pintura de autor que presenta el 74% de los casos (20 carteles). Le sigue en número el diseño gráfico que supone el 18,5% con 5 ejemplares y, en último puesto, 2 años (7,4%) en que se utilizó la fotografía como ilustración del cartel.

Para acercarnos más a la realidad del periodo 1960-2015, ya que de las dos primeras décadas apenas contamos, cruzamos este rasgo con el perfil de los autores. Hemos podido ampliar datos con los carteles localizados pero sin imagen porque en la documentación del cartel consta el autor. Observamos que el 29% son diseñadores y algunos de ellos han hecho el cartel de la feria más de un año, luego el porcentaje de ilustraciones de diseño gráfico seguro que es mayor o igual que el 29% y los casos de cuadros de artistas disminuye por lo menos al 60%.

En cualquier caso, el número de carteles ilustrados con pinturas de autor es más del doble de los que son obras de diseño gráfico y, ambas, están muy por encima del porcentaje de carteles compuesto con fotografías.

2. Hemos registrado la aparición de la firma en la ilustración porque aporta información sobre la naturaleza de la imagen que se utiliza en los carteles toda vez que la rúbrica es el sello de identidad artística de los pintores.

Este dato viene a verificar la intervención de los artistas en los carteles de la Feria murciana. En 18 de los 27 carteles con imagen en los carteles se reproduce la rúbrica como parte integrante de la pintura que los protagoniza lo que supone el 65,4%.

3. Respecto al uso del margen en el cartel encontramos que en 2 casos (7,4%) la ilustración va rodeada por un marco, en 19 (70,4%) la ilustración se imprime a sangre, es decir, no hay margen, y en 6 (22,2%) es mixto, es decir una parte del cartel lleva marco y otra no.

En más del doble de las imágenes analizadas la ilustración llega hasta el borde de la impresión y no presenta marco.

4. Los tipos de lay out encontrados en esta fiesta son en orden de mayor a menor repetición: El Tipo A es el más utilizado, hay 6 casos (22,2%); le sigue con 5 casos (18,5%) el tipo C; 4 casos (14,8%) el tipo F; 3 carteles tienen el lay out D (11,1%); el B, G e I aparecen en 2 ocasiones (7,4%); y un solo cartel 1 (3,7%), de los tipos H, N, R.

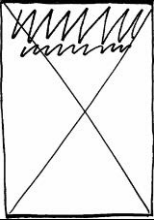
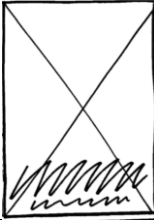
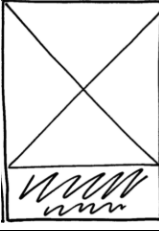
Lay outs más utilizados en los carteles de Feria de Murcia entre 1960-2015			
			
Tipos	A	C	F

Tabla 15: Tipos de lay out localizados en los carteles de Feria de Septiembre de Murcia de 1960-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

5. En lo referente a los registros de los emisores de los carteles por medio de la identidad gráfica corporativa (IGC) colocada en ellos, contabilizamos la aparición, tanto de la parte simbólica de la misma cuando aparece sola, como cuando estos distintivos de identidad aparecen con los textos en la disposición pautaada y con la tipografía y color normalizado de su marca.

De los 27 carteles con imagen aparecen elementos de identidad gráficos en 25, es decir en el 92,6% de los casos.

El primer dato que llama la atención es que no encontramos símbolos de las instituciones que organizan las fiestas hasta los carteles de los años 80 y, desde entonces, es una práctica habitual su aparición. En el único cartel de los 60 que tenemos no hay rastro de organismo organizador. Sin embargo, hemos comprobado, y recogido en la Tabla 16, que desde finales del s. XIX el escudo de la ciudad de Murcia se ha integrado en la ilustración de los carteles de la Feria y en las portadas de los programas con el estilo propio del ilustrador o artista que se encargaba de realizarlo. La década en la que no hay rastro de los símbolos institucionales en los carteles de feria es la de los años 70.

La institución cuya identidad aparece de forma constante en los carteles es el Ayuntamiento de Murcia (92,6%).

El segundo emisor de los carteles que acompaña en ocasiones al consistorio es la Comunidad Autónoma, concretamente aparece en 7 ejemplares lo que supone el 25,9% de los casos con imagen. Desde la constitución del gobierno regional éste ha colaborado de forma intermitente en los carteles anunciadores de la fiesta en función de su involucración en la preparación y financiación de los actos festivos.





REPRESENTACIONES GRÁFICAS/PLÁSTICAS DEL ESCUDO DE MURCIA EN CARTELES Y PROGRAMAS DE LA FERIA DE MURCIA ANTERIORES A 1960			CARTEL 1878		PROG 1917		PROG 1918		PROG 1923		PROG 1925		PROG 1928
			PROG 1931		PROG 1933		PROG 1939		PROG 1941		PROG 1942		1943
	PROG 1944		PROG 1946		PROG 1947		PROG 1955		PROG 1956		CARTEL 1959		

Tabla 16: Escudos del Ayuntamiento de Murcia localizados en los carteles de Feria de Septiembre de Murcia anteriores a 1960

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

Los carteles son una ventana abierta al tiempo desde donde se pueden observar las señas de identidad del Ayuntamiento y los cambios en el diseño de su marca gráfica que se ha adaptado a las tendencias estilísticas de cada momento. La normalización de la identidad del Consistorio se hace patente en los carteles de los años ochenta al mismo ritmo que en el resto de España. El escudo de Murcia, presente en los carteles de fiestas desde hacia un siglo, continúa siendo el protagonista como símbolo de la institución pública local. Los textos se colocan junto al escudo con unas dimensiones concretas y en las líneas pautadas por el profesional encargado de su diseño. En la tabla 8 vemos las distintas disposiciones símbolo/texto que extraemos de los carteles.

Otro dato relevante para conocer la historia de la ciudad es el cambio de símbolo de la IGC del Ayuntamiento que desde 1983 apenas varía -como comprobamos en la Tabla 18 y hemos visto en los antecedentes de la Tabla 16- hasta el gran cambio que vemos por primera vez en 1991 y que se mantuvo apenas cuatro años consecutivos (hasta 1994). La novedad más relevante del cambio es que se abandona el escudo de las siete coronas y se reemplaza por la fachada de la casa consistorial. Se trata de una síntesis icónica del emblemático edificio situado en la Glorieta que tiene a ambos lados signos de vegetación que caracterizan y hacen reconocer el edificio pues presenta árboles a cada lado de la puerta principal.

			
CARTEL 1991	CARTEL 1992	CARTEL 1993	CARTEL 1994

En 1995 se rescata el escudo de la ciudad que permanece en la misma versión anterior a 1991 y que se mantiene hasta 2007 inclusive (ver Tabla 17).

							
CARTEL 2008	CARTEL 2009	CARTEL 2010	CARTEL 2011	CARTEL 2012	CARTEL 2013	CARTEL 2014	CARTEL 2015

IDENTIDAD GRÁFICA CORPORATIVA DEL AYUNTAMIENTO DE MURCIA EN LOS CARTELES DE LA FERIA DE MURCIA DESDE 1960	
CARTEL 1985	
CARTEL 1988	
CARTEL 1990	
CARTEL 1991	
CARTEL 1992	
CARTEL 1993	
CARTEL 1994	
CARTEL 1995	
CARTEL 1997	
CARTEL 1998	
CARTEL 1999	
CARTEL 2000	
CARTEL 2002	
CARTEL 2003	
CARTEL 2004	
CARTEL 2005	
CARTEL 2006	
CARTEL 2007	
CARTEL 2008	CARTEL 2009
CARTEL 2010	CARTEL 2011
CARTEL 2012	CARTEL 2013
CARTEL 2014	CARTEL 2014

Tabla 17: Identidad Gráfica Corporativa del Ayuntamiento de Murcia localizadas en los carteles de Feria de Septiembre de Murcia de 1960-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

En 2008 vuelve a suceder lo mismo que veinte años antes y la identidad corporativa abandona de nuevo el escudo heráldico para adoptar una forma geométrica que recuerda a un edificio coronado por una sintética tiara superior. La nueva identidad incorpora en un cuadrado de fondo de color rojo el nombre de la ciudad y prescinde del sustantivo de Ayuntamiento. Lo vemos aparecer en los colores corporativos rojo y blanco, y en bicolor blanco y negro, tanto en positivo como en negativo (ver Tabla 17).

Si cruzamos la información obtenida sobre la IGC con los datos sobre los cambios de gobierno municipal y regional o con las modificaciones en el organigrama de estas instituciones, podemos entender las variaciones en la IGC como exteriorización de las renovaciones y giros en las políticas a seguir y signos de cambio o estabilidad. Como esto nos sacaría del análisis inicial de esta tesis lo emplazamos para una posterior investigación a pesar de que tenemos esta información recogida en nuestros archivos.








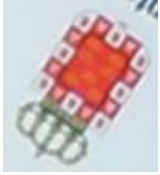











REPRESENTACIONES GRÁFICAS/PLÁSTICAS DEL ESCUDO DE MURCIA EN CARTELES Y PROGRAMAS DE LA FERIA DE MURCIA DESDE 1960						
						
PROG 1960	PROG 1965	PROG 1967	PROG 1968	PROG 1983	CARTEL 1985	CARTEL 1988
						
CARTEL 1990	CARTEL 1995	CARTEL 1997	CARTEL 1998	CARTEL 1999	CARTEL 2000	
						
CARTEL 2002	CARTEL 2003	CARTEL 2004	CARTEL 2005	CARTEL 2006	CARTEL 2007	

Tabla 18: Escudos del Ayuntamiento de Murcia localizados en los carteles y programas de Feria de Septiembre de Murcia de 1960-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

En 2008 y 2009 junto a la IGC del Ayuntamiento está colocada otra IGC que corresponde a las *Fiestas de Murcia*. La identidad de este organismo ha cambiado y hemos encontrado un nuevo símbolo compuesto por flores de colores en la portada del programa de 2013 (que tiene forma de mapa desplegable) que no aparece en el cartel anunciador de la feria de ese mismo año. En el cartel



de 2010 se promociona la candidatura de Murcia como capital europea de la cultura en 2016 con una simbología donde se integra el sol y el mar azul con la Torre de la Catedral. En los carteles de 2012, 2014 y 2015 el Ayuntamiento innova su cartelería al introducir el código QR en los posters para facilitar al público el acceso al programa de las fiestas desde sus dispositivos móviles.

En cuanto al segundo emisor que plasma su intervención en la feria estampando su IGC en los carteles lo hace de forma discontinua. Se trata del Gobierno Regional de la Comunidad Autónoma de Murcia que aparece en 5 de los 27 elementos (un 18,5%) de los que tenemos la imagen. En la Tabla 19 reunimos estas cinco apariciones y divisamos, por un lado, las modificaciones de la marca gráfica en dos momentos y, por otro, los cambios de denominación de los organismos que colaboran en la organización de las fiestas de septiembre que ya hemos desentrañado en el epígrafe dedicado a los textos de los anunciantes.

IDENTIDAD GRÁFICA CORPORATIVA DEL AYUNTAMIENTO DE MURCIA EN LOS CARTELES DE LA FERIA DE MURCIA DESDE 1960		
CARTEL 1991	CARTEL 1992	CARTEL 1993
CARTEL 1994	CARTEL 2000	

Tabla 19: Identidad Gráfica Corporativa de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia localizados en los carteles de Feria de Septiembre de Murcia de 1960-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

El escudo de la Región de Murcia está compuesto por cuatro castillos y siete coronas que han formado parte del símbolo de la IGC desde la formación de la autonomía. El cambio más significativo de este símbolo fue el realizado por Severo Almansa que sintetizó el escudo en una estructura geométrica rectangular de fondo blanco. Esta simplificación geométrica sustituyó al escudo clásico de fondo rojo Cartagena con corona, que se restituyó con el paso de los años como podemos observar en el cartel de 2000.

Los elementos del contexto argumental los hemos ordenado en relación a tres referentes:

1. Los personajes que aparecen en la escena representada son: objetos en 24 ocasiones, el 89% de los carteles; las personas en el 55,6% (15 veces); en 5 ejemplares, el 18,5%, intervienen animales; y en 2 años, que representan el 7,4% de los casos en estudio, encontramos otros protagonistas. En la Tabla 20 recogemos la descripción de los personajes de cada categoría con el número de veces que aparecen en los 27 carteles con imagen.

DETALLE DE LOS PERSONAJES EN LOS CARTELES DE LA FERIA DE MURCIA DESDE 1960 HASTA 2015			
Objetos	Personas	Animales	Otros
<ul style="list-style-type: none"> • Edificios varios (7) • Caballito de feria (7) • Fuegos artificiales (5) • Atracciones de feria (4) • Abanico (3) • Noria (3) • Globos (2) • Sobre de carta (1) • Manzana caramelizada (1) • Coche de choque (2) • Banderilla (1) • Cabeza de toro (1) • Mantón de manila (1) 	<ul style="list-style-type: none"> • Niño/niña (4) • Niños y niñas (5) • Padres con bebé en brazos (2) • Chica joven (2) • Pareja de jóvenes (3) • Torero (2) • Esquimal (1) • Moro (2) • Huellas palmas de manos (1) • Bufón o arlequín (1) 	<ul style="list-style-type: none"> • Toro (1) 	<ul style="list-style-type: none"> • Abstracción geométrica (1) • Trazos Globos (1)

Tabla 20: Personajes de los carteles de Feria de Septiembre de Murcia de 1960-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

En las escenas que representan los carteles examinados los integrantes son fantásticos en 2 de los 27 casos frente a los 25 restantes en los que los personajes representados son reales.

En más del 92% de las ocasiones los participantes en las escenas son prototipos existentes en la realidad.

Los personajes que hemos localizado se repiten en las portadas de los programas de los años de los que no hemos encontrado el cartel pero que no vamos a contabilizar porque no aportan novedades importantes y deben ser objeto de un estudio adhoc.

2. Los lugares donde se sitúan las escenas representadas en los carteles son variadas pero hay escenarios que se repiten con asiduidad. En primer lugar destaca el *recinto ferial* (14 carteles que suponen el 52% de los casos) donde incluimos aquellas escenas en las que los protagonistas están montados en alguna atracción específica entre las que destaca el *carrusel de caballitos*. La *ciudad de Murcia* le sigue con 9 casos, el 33,3% y en menos ocasiones la escena se sitúa en la plaza de toros, en la calle, y hasta en el cielo, en un dibujo y en un escenario que hemos denominado indefinido (4 casos, el 14,8%) porque no se puede describir y suele coincidir con pinturas abstractas y no figurativas.
3. El tiempo nos indica a grandes rasgos el clima y el momento del día en los que suceden las fiestas. Los rasgos del tiempo en los que se desarrolla la escena son indefinidos en 11 ocasiones, el 40,7%, y definidos en los 16 restantes, 59,2%. En estos carteles la escena transcurre por la noche en 10 ejemplares, en 4 casos es de día el cielo es azul y está despejado, y en otras 4 el clima es cálido. Vemos reflejado el clima de la ciudad de Murcia en los días de septiembre en los que se celebra la feria que se anuncia en los carteles que analizamos.

Si reunimos los datos del contexto argumental encontramos que las narraciones que se utilizan en los carteles se sitúan en el recinto ferial de la ciudad de Murcia y lo protagonizan los niños de todas las edades, con o sin sus padres, además de los jóvenes y adultos que disfrutan de ellas en las actividades nocturnas que se iluminan con los fuegos artificiales.

9.1.4. Signos y aspectos relevantes del nivel significado para la construcción del imaginario de la Feria de Septiembre de Murcia

En el análisis de los carteles hemos localizado una serie de signos que transportan un significado concreto y que forman parte del imaginario de esta Feria septembrina. Recordamos que entendemos por imaginario no solo los elementos visuales sino el conjunto de signos (de diversa naturaleza no solo visual) y su significado que es compartido por un colectivo respecto de un referente específico.

En la Tabla 21 hemos ordenado los signos detectados en el análisis por orden de mayor a menor número de veces de aparición y organizados según se refieran a la feria en general, a la ciudad de Murcia y a la feria en la ciudad de Murcia. Este último conjunto de signos son característicos de la fiesta que se anuncia y que no se dan en todas las ferias del territorio español.

En este apartado del análisis vamos a integrar estos elementos significantes detectados con el mensaje global que se comunica en el cartel de fiestas, es decir, con la interpretación del posible significado.

SIGNOS UTILIZADOS EN LOS EN LOS CARTELES DE LA FERIA DE MURCIA DESDE 1960 (total 26)		
SIGNOS DE FERIA	SIGNOS DE MURCIA	SIGNOS DE FERIA DE MURCIA
Niños y niñas (11)	Torre Catedral (12)	Noche/estrellas (15)
Caballitos (8) Noria (8)	Palmera (8)	Luces (13)
Atracciones (7)	Imafronte (7)	Variedad de actividades (9)
Fuegos artificiales (6) Globos (5)	Río (5)	Jóvenes (6)
Voladores y montaña rusa (5) Toros (4)	Fachada Ayuntamiento (3) Puente Viejo (4)	Padres (5)
Carpa (4) Farolillos y adornos (3)	Moneo (1)	Títeres/Guiñol (3) Moros y Cristianos (3) Abanico (3) Música/instrumento (3)
Coches de choque (3)		Flores (2) Baile (2) Festival Folklore (2)
Mantón de Manila y Mantilla (1) Bandera de España (1) Tren de la bruja (1)		Huertos (1) Virgen de la Fuensanta (1) Romería(1)

Tabla 21: Signos de la Feria de Septiembre de Murcia localizados en los carteles y programas de Feria de Septiembre de Murcia de 1960-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

En primer lugar, tenemos el único dato que se repite en el 100% de los carteles anunciados y es el tipo de discurso que en todos los casos es seductivo, es decir, intenta atraer al público al disfrute de las fiestas.

Los objetos como los trajes largos, peinados recogidos en las mujeres/señoritas, mantones de manila, abanicos y peinetas constituyen parte de un atuendo que junto con la noche, la guitarra y farolillos invitan al baile y a la bebida y los encontramos en mayor número en los antecedentes de los años previos a 1960 que en los carteles del periodo en estudio en los que encontramos solo en una ocasión a las jóvenes arregladas con mantón de manila y mantilla para la fiesta.

La noche es sin duda el momento ideal del día que enmarca el disfrute de las actividades festivas de septiembre en Murcia. Horas de nocturnidad de oscuros cielos azules salpicados de estrellas, en muchas ocasiones, y en otras tantas, encendidos por las luminarias que adornan la

ciudad en las fiestas o por el espectáculo de la pirotecnia. Las palmeras que dibujan en el cielo estas figuras de fuegos de artificio son un elemento vegetal de la identidad de Murcia que aparece dibujada, pintada, fotografiada y esquematizada en los carteles festeros murcianos como bandera del lugar. El conjunto de signos de la ciudad de Murcia descubiertos en el análisis repetidas veces que se unen a la palmera murciana son elementos arquitectónicos y edificios o partes de los mismos que se repiten en los impresos como la Fachada del Ayuntamiento, la Catedral, el Río y el Puente viejo y en una ocasión el edificio Moneo. Entre todos destaca La Torre de la Catedral bien sola o bien unida al bello imafrente catedralicio de la puerta de la Plaza de Belluga.

Las connotaciones del tiempo en los mensajes responden a la estación del año en que se vive la feria. El clima mediterráneo de días cálidos y noches que refrescan, pero que permiten disfrutar al aire libre, son el entorno perfecto para ir a la feria y montar en las atracciones entre las que destacan, por su carácter representativo en todas las épocas desde hace más de un siglo, los caballitos. En la segunda mitad del s. XX llegan la noria, la montaña rusa y los coches de choque y, en las últimas décadas, las atracciones voladoras. Estas atracciones feriales representadas casi siempre por los caballitos y las carpas protagonizan los programas, y suponemos que los carteles, de varios años consecutivos en la década de los 50. En estos años se utilizan otros signos de feria como las luminarias y los fuegos artificiales tanto en fotografías como en dibujos. En el cartel del año 1959 un mosaico de ilustraciones reúne los fuegos artificiales con los toros y las representaciones teatrales y de baile en un cartel que contiene el programa de fiestas en el faldón de su parte inferior y así comienza la década de los 60. En los primeros años en estudio se seguían utilizando los farolillos, banderines y demás adornos típicos de los recintos feriales para situar los espacios en los que se anunciaba la fiesta en estudio.

El toro, el torero, el albero, la fiesta de toros en general, es un elemento festivo de primer orden desde el s. XVI. La imagen de Murcia se ha visto enriquecida por los toros, entre otras cosas, desde que el arquitecto español Justo Millán, conocido por construir una plaza de toros en la ciudad de París, se encargó de levantar la actual plaza de toros de la Condomina que comenzó en 1986 y terminó en 1987. Hay que observar en este punto que, dejando a un lado los carteles de la feria taurina, el toro y el torero han aparecido en ocasiones –cuatro veces– en los carteles de la feria de septiembre que aquí analizamos (27) y es a este uso como signo al que nos referimos. Festivales de España adopta la figura del toro en una versión de corte picassiano (Belda, 1993) que encontramos en el programa para la feria de septiembre de 1959 y en programas de esta época editados para las ferias de otras localidades. En la portada del folleto de mano de 1961 firmada por Conte el artista utiliza como protagonista un toro que se integra con los demás elementos festivos, luminarias, globos y carpas en plena noche. El animal lleva la enseña de colores que lo sitúa en las corridas que quedan integradas como la actividad principal de la feria de septiembre.

Los personajes principales de los argumentos de los carteles de la feria murciana desde la década de los 50 son los niños. En los carteles previos a esta década solo hemos encontrado a una niña con un globo en la mano en la portada de un programa de los años 20 (el de 1923). Tanto como protagonista único como en pareja y en grupo, con sus padres y abuelos, los pequeños/infantes pueblan las escenas de la cartelería de la feria de septiembre invitando al público a compartir estos momentos de esparcimiento y diversión del calendario festivo murciano. Sin embargo, los jóvenes

han sido los protagonistas de las portadas de los programas durante la primera mitad del s. XX y han vuelto a ser los actores principales en los carteles de los 80 cuando la movida juvenil alcanzó a todos los órdenes de la sociedad española y la nueva ola arrojó a los murcianos. La noche de fiestas donde los jóvenes se divierten se sitúa en una localidad donde un castillo de fuegos artificiales ilumina el cielo. La imagen del cartel de 1985 invita a los jóvenes a disfrutar de las fiestas y poder volar a lugares de ensueño donde se olviden las tareas cotidianas. El movimiento está presente en la escena en las curvas que dibujan los fuegos artificiales, las chispas, la postura de los personajes, el vestido de la chica. Lo mismo ocurre con la ilustración del cartel de 1987 en la que los jóvenes de la escena dialogan con el receptor invitándolo con la mirada a seguirles, el carácter implicativo y seductivo de la escena es muy claro. La noche y la diversión de los jóvenes, que beben y se divierten, está llena de movimiento que se desprende de los fuegos de artificio, las ropas de la chica de la izquierda y las luces de los faros traseros del vehículo. Éstas últimas se unen a la claridad que provoca en la noche la luna llena y el lugar de donde proceden los fuegos artificiales que es una localidad en fiestas. El dibujo de 1988 transmite la *marcha* de los jóvenes de los ochenta en sus vestimentas, peinados y complementos como las gafas de sol. La estética ochentera se deja ver en los recortes de papel de la composición y en las figuras triangulares y puntiagudas de esta década. Ese año el mensaje se dirige a un público joven que sale por la noche a tomar copas y a divertirse. Los fuegos artificiales que se prenden en días muy determinados nos sitúan en las fiestas locales. Se hace referencia a un recinto ferial cuya puerta blindada por dos árboles es de donde sale la pirotecnia. La estampa transmite movimiento en un espacio al aire libre de noche de temperatura suave. Como los carteles de la Feria son anuncios del Ayuntamiento, las fiestas que se pregonan han de ser fiestas populares porque de todo lo que se encarga el Consistorio se dirige a todos los ciudadanos.

Junto a la noche, las estrellas y las luces, el *movimiento* y la *variedad de actividades* entre las que el pueblo puede elegir a su gusto son uno de los signos que caracteriza a la Feria murciana. Para comunicar la múltiple oferta que conforma el programa de los días de feria, en los carteles se incorporan fragmentos de los eventos más relevantes como escenas o siluetas de visitantes del Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo, de los Moros y Cristianos, de los Huertos del Malecón o de los Títeres en plena calle. Estas estampas no anuncian solo una actividad sino que significan, como acabamos de subrayar, que hay muchas cosas que podemos hacer y entre las que optar para públicos de todas las edades y caracteres. Por ejemplo, en el cartel de 1990 los distintos objetos comunican la variedad de actividades que oferta la ciudad - el remitente del mensaje es el Ayuntamiento- tanto de día como de noche como indica la presencia de la luna en un extremo. La estación del año de la Feria todavía es calurosa a medio día, por eso se propone el uso del abanico. A estos signos se suman las golondrinas que comienzan su migración anunciando la proximidad del otoño. En el cartel se mezclan las atracciones del recinto ferial, fiestas de moros y cristianos, toros, música y fiesta (confeti) para disfrutar durante toda la jornada. Hay movimiento en la escena pues el contenido del sobre sale disparado con fuerza y los objetos se disponen en trayectorias circulares y en grupos que se desplazan como los aviones y las aves/golondrinas. En el cartel del año siguiente, 1991, un mosaico de fotografías verticales nos transportan a escenas reales de diversas actividades que dejan ver la amplia oferta dirigida a satisfacer a la diversidad de los

públicos. Son fiestas en las que los ciudadanos intervienen y de las que se disfruta participando en los eventos no solo como meros espectadores. El movimiento es común en las distintas situaciones que aparecen en el cartel. Hay mucho colorido y luz en el ambiente de los festejos que se anuncian. En 1993, el cartel reúne diversas actividades en un collage bajo el título de Feria de Murcia. En esta ocasión toma fuerza la alusión a la fiesta de los toros por su importancia en el conjunto de la feria. Se continúa dando importancia a los jóvenes como público de las fiestas. Y se presenta la fiesta nacional como algo moderno y actual ya que la joven protagonista lleva puestos los accesorios típicos del atuendo de la española en la plaza de toros -la peineta, la flor del pecho, los pendientes etc.- adaptado a la moda de estos años. La estética sigue en sintonía con las modas juveniles del cambio de década incluso la expresión de la modelo de mujer fatal. El movimiento enmarca la escena con las banderas que ondean al aire y la noria que da vueltas. Años más tarde, en el 97, Nicolás de Maya deja ver la variedad de actividades que ofrece la ciudad y en la que intervienen gentes de muy diversos gustos y edades. La manzana de caramelo que se come la niña nos sitúa en las atracciones típicas de la feria que suelen frecuentar los más pequeños, además su expresión comunica el disfrute que se encuentra en esos momentos y del que invita a participar. El torero con su mirada desafiante no pierde el carácter de los diestros y el esquimal nos trae el folklore de sus lejanas tierras mientras que el guerrero cristiano desplaza su mirada de perfil. Actividad y movimiento en una ciudad que acoge a los participantes y que muestra la fachada del Ayuntamiento con la Torre de la Catedral que asoma erguida tras ella.

En las obras para anunciar la Feria de Murcia los artistas han de transmitir mucho en pocos trazos por lo que cada autor lo hará con su personalidad propia. El devenir y la evolución de la ciudad así como los adelantos tecnológicos se dejan ver en esta expresión de sentimientos que son los carteles de fiestas. Para lograr la rapidez de transmisión deseada el uso del imaginario murciano proporciona un vehículo que sintetiza una enorme cantidad de información y esto agiliza la comunicación. En las piezas exploradas encontramos signos de modernidad que alcanzan a la pintura murciana que se manifiesta en el tratamiento pictórico de los carteles de manera que algunas imágenes generan ciertas ambigüedades visuales. En los últimos años tenemos dos casos en los que los creadores no han utilizado la simbología de la feria de Murcia son el caso del arlequín del pintor José Lucas que se aleja del murcianismo costumbrista en cuanto a personajes, lugares y colores, y el cartel de Alberto Corazón de diseño tipográfico con un fondo de trazos. La figura creada por Lucas genera un símbolo que quizá los murcianos no entendieron como tal pero mantiene el colorido, luces y movimiento propio de la feria y la variedad de actividades también incluida con los textos a mano del artista. En el caso del trabajo de Corazón el cartel no significa nada sin la lectura del texto, luego la imagen es un simple fondo decorativo y los colores de los textos impiden su correcta lectura, no suscita ni evoca ninguna emoción.

El último cartel analizado corresponde a 2015. Su imagen transmite movimiento con el bullicio de los visitantes de la feria; las atracciones en pleno funcionamiento llenas de críos, acompañados por adultos, y de jóvenes; los acompañantes de la Virgen caminando agolpados; los fuegos artificiales; el piragüista en pleno ejercicio, etc. Las luces son uno de los elementos característicos de la ciudad en fiestas y se encuentra por toda la ilustración. Se unen la noche y el día en ese cielo con fuegos de artificio que despierta a la aurora sobre el trono de la Patrona que

sale de la ciudad. Toda la ilustración tiene el fondo azul que en la parte superior es del cielo iluminado por los fuegos artificiales, que se vuelve río por debajo del puente - por donde navega un piragüista/deportista- y se mancha de grises en el suelo de la feria. Confluyen la tierra y el agua en el río Segura que parece llegar a todas partes y cuyas orillas fueron la cuna de estas fiestas septembrinas.

9.2. EL CARTEL DEL FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRÁNEO (1968-2015)

Número de carteles para el análisis del Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo:

La base de datos del Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo (en adelante FIFM) está formada por 51 registros. Los registros abarcan todos los años del festival desde su primera edición en 1968 hasta su 48 celebración en 2015. El número de años en estudio no es igual al número de registros porque hemos encontrado dos carteles para la misma edición en dos años consecutivos, 1969 y 1970.

Desde sus inicios el FIFM se ha celebrado en el marco de la Feria de Murcia en septiembre hasta 2013 año en que se traspasa al mes de julio. Una prueba de la independencia de este festival respecto de la feria que le daba cabida en su programa de actividades es que solo en cuatro ocasiones (sucesivas a pares: 1988 y 1989; 1997-1998) aparece mencionada la pertenencia a la feria en los textos de los carteles, es decir, en el 8,3% de los 45 años en el que se sincronizó/encajó con las fiestas septembrinas.

9.2.1. Resultados de localización, fuentes y características técnicas.

Datos de localización y fuentes:

En función de la localización los 51 registros del estudio (un registro por año desde 1968 hasta 2015 a.i. más dos años, 1969 y 1970 que cuentan con dos carteles cada uno) arrojan los siguientes datos: hemos localizado 51 carteles de los que al menos uno corresponde a cada año del periodo estudiado, es decir, hemos localizado el 100% de los ejemplares del FIFM. De estos cincuenta y un anuncios contamos con la imagen de 49 que son los ejemplares con los que trabajamos el análisis de contenido y que, en términos relativos, suponen el 96% de los registros. Hemos localizado pero no hemos conseguido las imágenes de los carteles de 2 años, el 4% de los registros, que corresponden a las ediciones número 27 y 33 de los años 1994 y 2000 respectivamente. Como muestra el gráfico 1 hemos localizado el 100% de los carteles, del 96% contamos con la imagen y del 4% restante no, y no queda por localizar el ejemplar de ningún año.

Los carteles localizados pertenecen al Archivo Municipal de Murcia, a la Biblioteca Regional y a una caja de postales impresa con motivo de la celebración del veinticinco aniversario del evento. A estas fuentes añadimos el archivo de la imprenta Novograf cuyo personal ha colaborado activamente proporcionando los carteles y fotos necesarias para la investigación en especial de los carteles más recientes. Hemos recogido ejemplares en la oficina de turismo de Murcia hasta que han dejado de repartirlos y hemos descargado el cartel de 2014 en la página web del Ayuntamiento de Murcia. Los dos localizados de los que no hemos conseguido la imagen están en el Archivo

Municipal de Murcia. Las razones por las que no hemos podido fotografiarlos han sido problemas de dicho organismo (almacenaje sobrecargado, posible mudanza, posible digitalización) en la etapa prevista para ello. En la Biblioteca Regional encontramos carteles desde 1987 hasta 2013 que fotografiamos gracias a la colaboración del equipo de conservación del centro especialmente a Dña. Amparo Iborra.

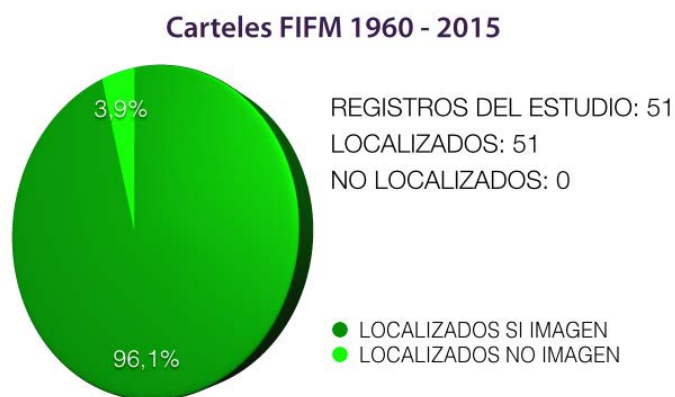


Gráfico 2: Resultados localización carteles del FIFM entre 1968 y 2015.









De los años de los que no contamos con el cartel hemos encontrado las portadas de los programas del FIFM en la Biblioteca Regional. La ilustración de las portadas de los programas del festival puede coincidir con la ilustración de los carteles anunciadores de la fiesta pero no tienen que ser así de forma obligada y, si bien la ilustración es la misma, la maquetación se ajusta al tamaño de los programas y la distribución de los elementos –textos, IGC de organizadores y colaboradores- puede ser distinta de los carteles.

En el estudio hemos encontrado diversas circunstancias en cuanto al uso del cartel del FIFM como portada del programa de fiestas. Desde sus comienzos se ha diferenciado la composición e ilustración de ambas piezas, si bien en los primeros años el cartel se encontraba reproducido(a una tinta) en la contraportada o en una página interior del programa de actos del festival. La sencillez de los primeros programas va cediendo paso con los años a diseños donde se incluyen las fotografías de participantes de ediciones anteriores. Y llegada la última década del s. XX el programa se diseña coordinado con el cartel aun cuando la composición no sea la misma por falta de proporción de los tamaños.

En dos momentos puntuales la organización del evento ha editado reproducciones de los carteles en formato postal. La primera con motivo de los veinticinco años de existencia del mismo donde reprodujo carteles de todos los años hasta esa edición de 1992, y cuatro ediciones más tarde, en 1996, regaló un estuche con las imágenes de los carteles desde 1993 hasta la de ese año. Este último hecho nos ha permitido comprobar que, si bien hemos demostrado que no se pueden extrapolar los datos de las portadas de los programas de las fiestas a los carteles anunciadores de las mismas, también es cierto que esta posibilidad existe y en este caso contamos con la evidencia de la reproducción del cartel en el regalo de la vigésimo séptima celebración del festival. A estas fotografías del cartel se añaden los datos del catálogo del Almudí donde consta como responsable

del diseño del cartel la empresa Creativos del Mediterráneo. Esta referencia concuerda con la ilustración que por su estilo deja ver que no es la obra de ningún pintor murciano. Por todo lo anterior hemos llegado a la conclusión de que cartel y portada de actividades son exactas, pero, por motivos de rigor no incluimos este cartel en el conjunto de los localizados con imagen. En un estudio posterior se podrá comprobar la realidad que ahora se deduce.

El caso del cartel del año 2000 es diferente puesto que las informaciones concernientes a este ejemplar indican que la coincidencia entre las imágenes de los elementos de comunicación –cartel anunciador y programa de actividades- no es exacta, si bien en ambos aparece la pintura realizada para la ocasión por Nicolás de Maya.

Portada programa distinta a Ilustración cartel			
Año 1969	Año 1970	Año 1976	Año 1983
<p>Cartel</p> 	<p>Cartel</p> 	<p>Cartel</p> 	<p>Cartel</p> 
<p>Portada Programa</p>  <p>No incluye imagen</p>	<p>Portada Programa</p>  <p>Incluye imagen del cartel en la contraportada</p> 	<p>Portada Programa</p>  <p>Incluye imagen del Cartel página interior</p> 	<p>Portada Programa</p>  <p>Incluye imagen del Cartel página interior</p> 




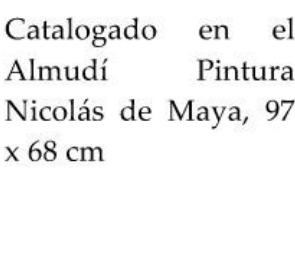








Portada programa distinta a Ilustración cartel		Portada programa igual composición cartel	
Año 1985	Año 1991	Año 1976	Año 1983
Cartel	Cartel	Cartel	Cartel
			
Portada Programa		Portada Programa	
			 
Portada programa igual ilustración cartel distinta composición		Portada Programa	
Programa 2014	Cartel 2014	Programa 2015	Cartel 2015
			

Tabla 22: Ejemplos Comparativa Carteles/Portadas de Programa del FIFM entre 1968 y 2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

Nos basamos, en primer lugar, en el tamaño de ambas piezas y constatamos que las dimensiones son distintas (realidad inherente a estas herramientas puesto que la agenda de actividades es para consultarla y tiene un tamaño de mano, y el cartel es para colgarlo en las paredes o de las farolas de la calle) y a esto añadimos que las proporciones son incomparables. Mientras que el cartel es vertical, aproximado al tamaño normalizado 100x70 cm, el folleto de mano es cuadrado y presenta dos caras en las que se distribuyen los textos que normalmente figuran en el cartel y no aparecen las IGC de los responsables del festival. En la contraportada hay una relación de cargos, responsables, organizadores y colaboradores, imprenta, etc. Donde constan tanto el autor de la pintura del cartel –Nicolás de Maya- como el diseñador del “catálogo” – Pedro López Morales. En el catálogo del Almudí consta que la pintura es del citado artista. Por todas estas razones no consideramos la portada del folleto como representación del cartel y queda pendiente como en el caso anterior, captar su imagen en el lugar localizado por este estudio para su posterior análisis.

En cuanto a las características técnicas de los carteles localizados tenemos los siguientes datos:

Conocemos el tamaño y, por tanto, la orientación, del 60,8% de los ejemplares localizados (31 de los 51 localizados), y los hemos clasificado por su aproximación a los tamaños estándar -en centímetros y en altura por anchura- que corresponden a formatos verticales (expresados en centímetros) de 100x70cm, 70x50cm y 50x35cm; orientación horizontal de 70x100cm, 50x70cm; y otras medidas alejadas de los anteriores. En la Tabla 23 recogemos los datos extraídos en números absolutos y en porcentajes relativos al total de los ejemplares localizados con medidas (31), y el detalle en los 29 localizados con imagen y los 2 localizados sin imagen. La realidad muestra que el formato más utilizado es el 70x50cm que supone el 48,4% de los casos, seguido muy de cerca por el formato 100x70 cm que lo presentan el 42,8%. La orientación de ambas medidas es vertical, esto es, el 91,2% de los carteles. Los carteles horizontales de mayor presencia son de 50x70cm, el 13%, que unido al ejemplar de 70x100cm (3,2%), representan el 16,2%. alcanza el 20,6%, es decir, treintaiocho puntos porcentuales por debajo del anterior y el resto de medidas se aleja mucho más de estas cantidades relativas. Las dos medidas que se alejan de las normalizadas, un 6,4%, presentan una orientación vertical y otra, muy interesante, cuadrada de 70x70cm. Hemos encontrado en cuatro casos que el cartel presenta dos medidas proporcionadas. En los cuatro años se imprime el cartel en 100x70cm y 70x50cm y corresponden a los años 1991, 1992, 1993, 1995. Podríamos suponer que en 1994 ocurriría lo mismo que en años anteriores y siguiente pero no tiene porqué ser así. Si podemos describir la tendencia desde que comenzó el s. XXI que ha abandonado el gran formato 110x70cm en pro de dimensiones más reducidas puesto que se distribuye para ser expuesto en los cristales y escaparates de tiendas del centro de Murcia, y en los últimos años para ser reproducido en sitios web. Por todo lo apuntado hasta aquí y aunque no conocemos el tamaño del 39,2% de los carteles localizados, tenemos datos suficientes para abocetar el perfil del cartel del Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo con un formato rectangular de orientación vertical y dimensiones 70x50cm y/o 100x70cm que en ocasiones cambia de orientación y tamaño.

Medidas de los Carteles del Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo entre 1968 y 2015								
Aproximación a los estándares, en centímetros, altura por anchura								
Medidas		100x70	70x50	50x35	70x100	50x70	Otras medidas	Total
Localizados SI Imagen con medidas	Nº ejemplares	11*	15*	0	1	4	2 (1 vertical 1 cuadrado)	(32-4=) 29
	Porcentajes (+ horizontal)	37,9%*	51,7%*	0%	3,4%	13,8%	6,9%	(113,7- 13,7=) 100%
Localizados NO Imagen	Nº ejemplares	2	0	0	0		0	2
	Porcentajes (+ horizontal)	100%	0%	0%	0%		0%	100%
TODOS Localizados con medidas	Nº ejemplares	13*	15*	0	1	4	2	(35-4=) 31
	Porcentajes (+ horizontal)	42%*	48,4%*	0%	3,2%	12,9%	6,4%	(112,9- 12,9=) 100%

* Los porcentajes están calculados sobre el número de carteles localizados (con y sin imagen en cada caso), si bien los carteles que presentan dos medidas se contabilizan en ambas casillas/dimensiones lo que explica que la suma horizontal sea mayor que el total de carteles. Si restamos las duplicaciones los datos se ajustan al 100%. Cuatro carteles presentan las dos medidas señaladas con el asterisco y no las hemos restado de la cuenta parcial pero si hemos sustraído la duplicación del total (son 32 medidas pero referidas a 29 carteles)

Tabla 23: Medidas de los Carteles del FIFM entre 1968 y 2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

9.2.2. Datos del nivel significativo: textos

En cuanto a los datos del nivel significativo comenzamos por recoger los referidos a la parte textual:

La explotación de los datos la realizamos desde dos perspectivas complementarias. Por un lado, obtenemos la cuantificación de la aparición de los tipos de texto en los carteles, lo que describe el perfil general de los elementos textuales de los pasquines de la fiesta en estudio. Estos datos se refieren exclusivamente a los carteles de los que contamos con su imagen (49). Por otro, nos referimos al contenido de estos textos como legajo que nos proporciona el conocimiento de la fiesta en cuestión. En esta perspectiva sumamos la información proveniente de carteles localizados sin imagen (2).

Textos de los Carteles con imagen Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo entre 1968 y 2015				
Tipos de texto en función del carácter de los datos que aportan				
TEXTOS		SI(absolutos y relativos)	NO	TOTAL
Textos Informativos	1. Nombre de la Fiesta	49 - 100%	0 - 0%	49 - 100%
	2. Lugar	48 - 98%	1 - 2%	49 - 100%
	3. Fecha	49 - 100%	0 - 0%	49 - 100%
	4. Anunciante	29 - 59%	20 - 41 %	49 - 100%
	5. Autor	19 - 39%	30 - 61%	49 - 100%
	6. Imprenta	28 - 57%	21 - 43%	49 - 100%
Textos Persuasivos	Slogan	0 - 0%	49 - 100%	49 - 100%
	Otros textos persuasivos	23 - 47 %	26 - 53%	49 - 100%
Otros Textos		27 - 55%	22 - 45 %	49 - 100%

Tabla 24: Tipos de Textos de los Carteles del FIFM Mediterráneo 1968 - 2015

Tipos de texto Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

A continuación, pasamos a examinar con detalle cada apartado. Como ya hemos explicado seguimos el orden de aparición de la ficha de análisis para extraer los resultados de los distintos campos de texto. Por ello hablamos en primer lugar de los textos informativos:

1. En los carteles examinados hemos encontrado cuatro formas de nombrar a la fiesta en estudio cuyo cambio analizamos a continuación: *Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo*, *Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo*, *Festival Internacional Folklore del Mediterráneo*, *Festival Internacional Folklore en el Mediterráneo*.

Como podemos observar en los resultados de la investigación el nombre del festival ha cambiado en más de una ocasión. Estas modificaciones reflejan la adaptación del mismo para expresar los fines y los matices en la concepción del festival de manera que pueda dar cabida y convocar a las agrupaciones folklóricas de todo el mundo. Conforme este evento internacional ha ido sucediéndose en el tiempo ha pasado por momentos de esplendor y auge y hasta de cierto desinterés por parte de los ciudadanos. Los cambios acaecidos en España durante las décadas de la transición, la movida y el fin del milenio han repercutido en las modas y en la atención prestada al festival. La organización del mismo ha sabido adaptarse a los tiempos adecuando los eventos a cada situación, renovando y mejorando las actividades propias del encuentro sin perder el leit motiv, la identidad y el estilo propio de este encuentro de pueblos del mundo en la capital murciana.

- El título de las dos primeras ediciones, que podemos ver en los carteles de los años 1968 y 1969, era *Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo*. Como expresa el redactor de ABC (1968, 17 de septiembre), en este Festival participan grupo de países que limitan

con el Mar Mediterráneo (“en el que participan grupos representativos de los países que se asoman a este mar”).

- Desde el año 1970 y hasta 1983 (a.i) pasa a denominarse *Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo*. La preposición “de” (RAE, 2014, 1. prep. Denota posesión o pertenencia) es sustituida por “en” (RAE, 2014, 1. prep. Denota en qué lugar, tiempo o modo se realiza lo expresado por el verbo a que se refiere) de forma que el título ya no se refiere al Mar Mediterráneo como el lugar del que deben proceder los grupos folklóricos y que condiciona la participación en el festival. Ahora el Mediterráneo se presenta como lugar de celebración que acoge esta concentración de cultura popular y el festival abre sus horizontes a las agrupaciones de todas partes del mundo. Si bien el cambio de nombre se produjo en 1970 con la apertura a todos los pueblos de Europa (Fernández-delgado, 1970) fue en 1971 cuando se abre del todo la posibilidad de participación de grupos de todas las partes del mundo. El director del festival Carlos Valcárcel (1976) lo explicaba así en el programa de 1976:

“Durante los tres primeros años, el festival limitó el área de su interés a los pueblos asentados en las riberas del Mediterráneo, pero a partir de 1971 amplía notablemente su campo de acción para dar cabida no solo a otros pueblos del Norte de Europa, sino también a grupos de danza procedentes de apartados rincones del mundo, tal el caso de Filipinas. Cambia entonces sutilmente su denominación para proclamarse “FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRÁNEO”.”

En 1983 el Presidente del Festival (Ayuntamiento de Murcia, 1983), Antonio Bódalo en referencia al título del encuentro folklórico explicaba que éste se celebraba “bajo el nombre del cercano Mediterráneo, forjador de culturas y nexo de unión entre pueblos” pero no condición excluyente para la participación en él.

De esta modificación en el nombre queda constancia, además de en los carteles que estudiamos, en los banderines (Museo de la Ciudad, 2014) confeccionados entre los años 1974 y 1983 con los que se obsequiaba a los grupos invitados en estas ediciones.

- En la XVII edición en 1984 el nombre se transforma al suprimir la primera preposición “de” que unía Internacional y Folklore y se vuelve a cambiar “en el” previo a Mediterráneo por “del” quedando *Festival Internacional Folklore del Mediterráneo* lo que dura un año más hasta 1985. El nombre aparece en dos líneas: en la superior *Festival Internacional* y debajo *Folklore del Mediterráneo*. Esta forma de titular el certamen resalta dos informaciones, por un lado, el alcance internacional del evento y, por otro, un nombre más corto y concentrado del festival que será Folklore del Mediterráneo donde se retoma la preposición “de” que aparecía en la denominación inicial. Este año el Ayuntamiento de Murcia cuenta ya con el Patronato Municipal de Folklore lo que da cuenta de la importancia y cuidado de la cultura popular desde esta institución pública que firma el cartel. La misma denominación se mantiene en 1985.
- En 1986 se recupera la preposición “de” delante del Mediterráneo volviendo a la versión *Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo* que se mantiene en el año 87.

- El XX Festival de 1988 se recupera la preposición “en” en el título *Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo* y esta denominación se ha mantenido durante dos décadas y media hasta 2013.
- En los dos últimos años de celebración, 2014 y 2015, el nombre pierde la preposición “de” que unía Internacional y Folklore (como en la versión de 1984 y 1985) y no varía el resto de palabras. La novedad es que reduce el tamaño y diferencia el color de la primera parte del y lo separa de línea de manera que la lectura se centra en el texto inferior: *Festival Internacional Folklore en el Mediterráneo*.

Por tanto, la fiesta a la que nos referimos ha cambiado de nombre a través de su historia alternando las preposiciones que unen las palabras clave – Festival, Internacional, Folklore, Mediterráneo - que se han mantenido desde la primera edición. La versión más reciente separa en dos partes el título del evento al prescindir de la preposición que unían el grupo de palabras /sintagma *Festival Internacional* con *Folklore en el Mediterráneo*. Esta nueva versión parece indicar que hay una estrategia para conseguir acortar el nombre del evento y que sea reconocido como *Folklore en el Mediterráneo*, para ello se han separado ambas partes del título en distintas líneas y con la diferencia de tamaño donde la primera pierde importancia.

2. El nombre de la ciudad, Murcia, referencia al lugar donde se celebran las fiestas anunciadas, forma parte de los textos de todos los carteles analizados menos en uno, el correspondiente a 1983. Presenta diversas formas de aparecer en cuanto a tamaño, estilo del formato y disposición junto a otros textos.

La forma de aparición más generalizada (30 de los 49 casos) es la siguiente: Es la primera palabra de una línea de texto (tanto en mayúsculas como en minúsculas), va seguida de una coma, y a continuación el texto de las fechas de celebración del festival. Todo ello en un cuerpo de letra entre dos y tres veces menor que el título del festival.

En unas diez ocasiones el cuerpo del nombre de la capital murciana tiene el mismo tamaño que el título del cartel y se coloca bien junto a éste último, o bien en otro lugar del cartel quedando unido visualmente al mismo por la dimensión compartida/por tener ambos la misma dimensión.

En los carteles de 1969, 1971, el nombre de Murcia en mayúsculas es el texto de mayor tamaño. En 1975, además, encabeza el cartel con una dimensión extraordinaria y en 2001 lo hace pero con la misma altura que el título de la parte inferior.

En dos ocasiones la referencia al lugar se transmite en la mención de las Fiestas de Septiembre donde se celebraba el festival: Feria de Murcia. En una ocasión (1998), se utiliza el texto “Murcia” que precede a la fecha y en el mismo cartel la mención en mayúsculas y de mayor tamaño FERIA DE MURCIA.

En cuatro carteles encontramos ampliada la información del lugar con el dato del país al que pertenece la ciudad, España. Mención que aparece entre paréntesis, sin él y en latín: MURCIA (España), MURCIA ESPAÑA; MURCIA - HISPANIA.

En 1999 junto al nombre de la ciudad se informa del lugar donde concretamente se ubica el escenario del festival: MURCIA Plaza del Teatro Romea. El máximo detalle respecto al sitio del evento lo encontramos en el cartel de 2000 que no entra en el análisis –porque tenemos solo la

imagen del folleto de mano y no del cartel- en el que junto a la localidad y el país se informa del nombre de la plaza donde se concentran las actuaciones y encuentros de los participantes: Plaza Teatro Romea. Murcia, España.

3. En los 49 carteles de los que tenemos imagen aparecen textos que informan de las **fechas** en las que se celebra el FIFM y ocurre lo mismo con los dos localizados sin imagen: todos incluyen la relación de días del evento - uno a uno o los días de comienzo y finalización-, el mes y el año.

A continuación describimos las distintas opciones que hacen referencia al tiempo de celebración del festival y extraemos la información que nos proporcionan los carteles para conocer mejor su historia.

Los carteles presentan varias maneras de informar sobre las fechas de celebración del festival: bien se enumeran todos los días que dura el evento, o bien se especifican las fechas de comienzo y clausura del mismo.

Encontramos diversas formas de escribir las fechas del festival:

- Cuando se relacionan todos los días que dura el evento los encontramos separados por guiones "-", barra inclinada "/", comas", y la conjunción "y" antepuesta al último días o sin ella, o por puntos "." A continuación de los días (aunque en ocasiones se pueden encontrar antepuestos) se coloca el nombre del mes y el año unidos por la preposición "de" o sin ella. Aportamos varios ejemplos de estas combinaciones:
 - 14-15-16 SEPTIEMBRE 1.968
 - 10, 11 y 12 OCTUBRE 1969
 - 2.3.4 SEPTIEMBRE 1974
 - 11, 12 y 13 de septiembre 1982
 - Septiembre 1989 3,4,5,6 7,8,9

Los casos que responden a esta enumeración de días comprenden desde la primera edición del festival hasta la XVI en 1983 y la vigésimo segunda de 1989, el resto de los carteles aportan el dato de inicio y fin de los días en que se celebra la fiesta del folklore.

- Cuando se escribe el intervalo de duración del festival con la fecha de comienzo y clausura del festival registramos las siguientes formas de plasmarlo: con "del_al_", misma fórmula sin la contracción de la preposición y el determinante inicial "_al_"; los días separados por guión "-" o por barra inclinada "/"; y cuando se acompañan del mes y el año pueden ir unidos por la preposición "de" o separados por un espacio. Reunimos a continuación ejemplos de las posibilidades comentadas en los que respetamos el uso de mayúsculas, minúsculas y versalitas según aparecen en el cartel:
 - del 8 al 15 de SEPTIEMBRE'86
 - 7 al 13 de Septiembre
 - MCMXC DEL 5 AL 15 DE SEPTIEMBRE DE 1990
 - DEL 3 AL 12 * SEPTIEMBRE * 1992

- 5-20 septiembre 1997
 - 5 al 8 de Septiembre de 2006
 - 15 AL 19 JULIO 2013
 - 14/18 JULIO 2014
 - 13-17 JULIO 2015
- El cambio más trascendental del festival y que lo consolida como fiesta independiente que ofrece un elenco de actividades con suficiente envergadura para ser llevado a cabo con autonomía es el de la fecha de celebración. Describimos a continuación las fechas de celebración e integración y autonomía de la Feria de Septiembre de Murcia todo lo cual lo hemos observado en los carteles: desde sus inicios en el año 1968 el Festival se ha celebrado en el marco de la Feria de septiembre como una más de las ofertas que integraba el programa de la feria. Excepto en la segunda edición que transcurrió durante los días 10, 11 y 12 de octubre. En 2013 se produjo un cambio esencial en la celebración del festival que se desvincula de la Feria de Murcia y pasa a realizarse con independencia de otras actividades. El momento elegido para las ediciones de 2013, 2014 y 2015 es la segunda quincena del mes de julio. Esta reubicación de fechas reporta una serie de ventajas para el evento: el lugar de las funciones diarias se traslada a la emblemática Plaza del Cardenal Belluga que en los últimos años está perfectamente adecuada para el montaje de escenarios con luces y sonido, ubicación de público y requisitos de seguridad que dota a las actuaciones de un entorno arquitectónico de valor y belleza inigualable en pleno centro de la Ciudad. El festival se convierte en el evento más relevante de la oferta en esta época del año y no se disipa entre otros desfiles y actos de la Feria de Septiembre. Para el Director del Festival, Manuel Fernández-Delgado Cerdá (2013) ha sido un éxito cambiar de fecha y las razones que argumenta se refieren a la entidad del festival como “fiesta de primer orden” y “fiesta excepcional” que tiene autonomía y atractivo para el público murciano y visitante de sobra, hecho demostrado en las tres ediciones de esta nueva etapa. Se trata de una decisión estratégica que se mantendrá de cara al futuro del festival y no de un cambio coyuntural. El festival brilla con luz propia y se ve liberado de los impedimentos físicos (de espacios y tiempos) y de competencia de ocio e incompatibilidad de horarios que suponen todos los eventos de la Feria de Septiembre facilitando así que los ciudadanos disfruten del festival. La oferta de la Feria de Murcia es amplísima e integra desde los actos y actividades clásicas, que se han visto potenciados en las últimas décadas, hasta las que se han ido incorporando al programa como los huertos, los moros y cristianos, los festivales de música, etc. Todo ello ha traído como consecuencia situaciones conflictivas a lo largo de los cuarenta y siete años de andadura del festival que en más de una ocasión ha salido perjudicado pues ha visto reducidas sus actividades (se quedaron sin poder efectuar/llevar a cabo actos propios del festival) y posibilidades de realización quedando relegado a espacios y momentos que no eran los adecuados para que se pudiera disfrutar del mismo. En las ediciones anteriores al traslado de fechas, desde que es nombrado hace

quince años el actual director del festival, se ha conseguido que el evento muestre su identidad y pueda realizarse en plenitud para lo cual este cambio ha sido decisivo y todo un éxito. Fernández-Delgado explica cómo ha abordado esta labor: “no tuvimos que inventar nada. Sacamos a la luz lo que, a lo largo de los tiempos, se había ido cayendo del proyecto inicial. (...) No teníamos que hacer un proyecto, porque disponíamos de una realidad excepcional.”

- Sobre la duración del festival deja constancia el análisis de los datos de los carteles y observamos tres etapas. Los primeros dieciséis años el festival duraba tres días salvo un par de años que se sumó un día más, es decir cuatro. En una segunda etapa, que se inicia en la decimoséptima edición, el festival alarga los días de celebración desde siete, en el año 1984 hasta dieciséis en 1997, pasando por ediciones de ocho, nueve diez, once, doce, y trece días. La última edición de estas características fue 1998 cuando se celebraron actividades durante doce días. Desde el cambio de siglo, en 1999, hasta la fecha estudiada, 2015, el festival ha concentrado sus actuaciones y actividades culturales en cuatro días que desde 2007 se extienden a cinco. Tras sus comienzos y dieciséis años de consolidación, el festival tuvo unos años de auge y esplendor en las décadas de los ochenta y noventa del s. XX, y comienza una nueva andadura con el nuevo siglo en una nueva etapa de madurez y perfeccionamiento que alcanza hasta 2015 en la que la duración se ha estabilizado en cinco días.

Edición	1 ^a	2 ^a	3 ^a	4 ^a	5 ^a	6 ^a	7 ^a	8 ^a	9 ^a	10 ^a	11	12	13	14	15	16
nº días	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Edición	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32
nº días	7	12	8	7	8	7	11	11	10	9	13	11	12	16	12	4
Edición	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48
nº días	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5

Tabla 25: Duración del FIFM por edición extraído de los carteles en el periodo 1968 - 2015

Tipos de texto Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

4. El anunciante principal de la FIFM del periodo en estudio es el propio festival.

Los cambios en el nombre del certamen no son los únicos elementos que varían en los carteles y que reflejan la realidad que sostiene su organización y puesta en marcha. Los Organismos públicos, las asociaciones privadas y las empresas que intervienen en su celebración no se mantienen constantes en el tiempo. Los cambios políticos, sobre todo, han supuesto variaciones en el festival a nivel de los organizadores y colaboradores del mismo. El análisis de las piezas en estudio nos ha permitido reconstruir la dependencia del festival de las instituciones locales, regionales y nacionales a través del tiempo. Los elementos de la identidad corporativa colocados en el cartel de cada año dejan ver la integración del festival en el organigrama del Ayuntamiento, del Gobierno Regional y del Central, según los tiempos. Se puede observar la relevancia del evento

como parte de la cultura popular, del folklore y de la oferta turística en el transcurso de los años así como la importancia que en cada momento se ha dado a estos aspectos en la Región de Murcia y en su capital.

Como hemos averiguado en la investigación, el Gobernador Civil de la provincia de Murcia fue el creador del evento y el patrocinador del mismo en los años de inicio. La idea surgió del responsable de la Oficina Municipal del Turismo de Murcia. Por lo que la raíz del mismo es institucional. Los organismos públicos responsables del festival han sido: desde sus inicios hasta 1982 la Diputación y desde 1983 hasta el presente el Ayuntamiento de Murcia.

En los carteles de las dieciséis primeras ediciones, desde 1968 hasta 1983 a.i., no aparece ningún texto referido al anunciante pero sí encontramos en todos el símbolo del FIFM. Podemos deducir que se consideraba redundante incluir el nombre del festival junto al símbolo puesto que formaba parte del título de los carteles y no había que especificar de qué institución dependía porque no había alternativas.

En el cartel de 1984 que anuncia la XVII edición del festival se incluyen por primera vez textos referidos a los emisores del mensaje y, por tanto, responsables del acto anunciado. Desaparece el símbolo del festival que es sustituido por el escudo del Ayuntamiento junto a una leyenda en dos líneas. En la línea superior Excmo. Ayuntamiento de Murcia y debajo Patronato Municipal de Folklore. Como sabemos, en 1983 el Ayuntamiento de Murcia se hace cargo por primera vez del festival y en el cartel a que hacemos referencia quiso destacar este hecho incorporando tanto el escudo municipal como los textos que identifican la organización responsable del evento - el Ayuntamiento de Murcia- y especifican que cuenta con un Patronato Municipal de Folklore lo que da cuenta de la importancia y cuidado de la cultura popular desde esta institución pública que firma el cartel.

En 1985, además del símbolo del festival aparece el escudo del Ayuntamiento con un nombre nuevo para la organización del evento -Patronato Municipal del Festival de Folklore- que evidencia la importancia que ha adquirido dentro del Ayuntamiento.

En 1986 encontramos dos novedades: por primera vez aparecen las siglas de una asociación independiente de las instituciones públicas, el CIOFF (Consejo Internacional de Organizaciones de Festivales de Folclore), incorporadas en su símbolo, y se mencionan dos consejerías del gobierno autonómico bajo el distintivo "COLABORA:". El símbolo del festival lleva a su lado la leyenda del Patronato Municipal del Festival de Folklore lo que muestra el reconocimiento de la envergadura del festival y su propia identidad y, por otro, aparece el escudo del Ayuntamiento con su texto correspondiente. Al año siguiente, 1987, la novedad es la participación del Ministerio de Cultura a través del Instituto Nacional de la Artes Escénicas y de la Música. En el 89 se suma la marca turística de Murcia Costa Cálida a la difusión del evento. Y en el 91 aparecen los textos de la Federación Española de Agrupaciones de Folklore que había introducido su símbolo en el cartel del año anterior. En 1994 encontramos por primera vez el logotipo de la Federación Murciana de Asociaciones de Folklore que no volverá a aparecer hasta 1998.

Se produce un cambio significativo en 1995 al simplificarse los emisores y ser solo las instituciones públicas las que figuran en el cartel: el Ayuntamiento de la ciudad con su concejalía

correspondiente y la Región de Murcia con su consejería y dirección general precisa. En 1997 vuelve a estamparse la identidad turística de Murcia esta vez denominada “la costa cálida”.

En 2001 la colaboración de las empresas privadas invade el cartel. El festival encuentra en ellas el apoyo económico necesario para la celebración de los actos y desde este año hasta 2015 se ha mantenido esta intervención empresarial, si bien las entidades han ido cambiando. Se trata de empresas locales como Latbus, empresas financieras regionales como Caja Murcia o la CAM, empresas que se abren paso en la ciudad como Ono y empresas nacionales como El Corte Inglés. Han pasado otras entidades como la Fimoteca Regional, el diario 20 minutos y la fábrica de cerveza Estrella de Levante. El último año en estudio, 2015 el festival ha contado por primera vez con la colaboración de una institución universitaria, UCAM, y de la UNESCO que incluye este encuentro como parte de las Celebraciones del 70º Aniversario.

Con toda la información lograda que detallamos en la Tabla 26, se pueden observar los cambios en las estructuras organizacionales del Ayuntamiento y el Gobierno Regional respecto del apoyo del festival en cuestión, así como el panorama empresarial que respalda estos actos de difusión de la cultura popular.

AÑO	Textos que designan a los emisores: organizadores y colaboradores
1984	Excmo. Ayuntamiento de Murcia. Patronato Municipal de Folklore.
1985	PATRONATO MUNICIPAL DEL FESTIVAL DE FOLKLORE EXCELENTISIMO AYUNTAMIENTO DE MURCIA
1986	PATRONATO MUNICIPAL DEL FESTIVAL DE FOLKLORE /MURCIA ESPAÑA EXCMO. AYUNTAMIENTO DE MURCIA COLABORA: CONSEJERÍA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO / CONSEJERÍA DE CULTURA
1987	Ayuntamiento de Murcia Patronato Municipal del Festival de Folklore Comunidad Autónoma de Murcia Consejería de Cultura y Turismo MINISTERIO DE CULTURA Instituto Nacional de la Artes Escénicas y de la Música
1988	Ayuntamiento de Murcia Consejo Municipal de Cultura y Festejos Dirección General de Turismo Consejería de Cultura, Educación y Turismo Comunidad Autónoma de Murcia MURCIA Costa Cálida
1990	REGIÓN DE MURCIA CONSEJERÍA DE CULTURA, EDUCACIÓN Y TURISMO DIRECCIÓN GENERAL DE TURISMO AYUNTAMIENTO DE MURCIA
1991 y 1992	Región de Murcia Consejería de Cultura, Educación y Turismo Dirección General de Turismo Federación Española de Agrupaciones de Folklore Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo AYUNTAMIENTO DE MURCIA
1993	AYUNTAMIENTO DE MURCIA Región de Murcia Consejería de Fomento y Trabajo Dirección General de Turismo Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo Federación Española de Agrupaciones de Folklore
1994	AYUNTAMIENTO DE MURCIA Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo Federación Murciana de Asociaciones de Folklore Federación Española de Agrupaciones de Folklore
1995	AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Festejos Región de Murcia Consejería de Industria, Trabajo y Turismo Dirección General de Turismo

1996	AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura, Festejos y Turismo Región de Murcia Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo Consejería de Industria, Trabajo y Turismo Dirección General de Turismo
1997	MURCIA la costa cálida Región de Murcia Consejería de Industria, Trabajo y Turismo Dirección General de Turismo AYUNTAMIENTO DE MURCIA Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo
1998	MURCIA la costa cálida Federación Murciana de Asociaciones de Folklore Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura, Festejos y Turismo Región de Murcia Consejería de Industria, Trabajo y Turismo Dirección General de Turismo
1999	Región de Murcia Consejería de Industria, Comercio, Turismo y Nuevas Tecnologías Dirección General de Turismo Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y Festejos F.E.A.F
2001	ORGANIZAN AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y Festejos Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo COLABORAN Región de Murcia Consejería de Turismo y Cultura Dirección General de Promoción Turística MURCIA Turística CAJAMURCIA CAM Caja de Ahorros del Mediterráneo CORPORACIÓN INMOBILIARIA El Corte Inglés ESTRELLA LEVANTE latbus ONO
De 2002	Organizan AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y Festejos Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo Colaboran Región de Murcia Consejería de Turismo y Ordenación del Territorio Dirección General de Promoción Turística MURCIA Turística CAJAMURCIA CAM Caja de Ahorros del Mediterráneo El Corte Inglés ESTRELLA LEVANTE latbus
2003	organizan AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y Festejos Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo colaboran Región de Murcia Consejería de Turismo y Ordenación del Territorio Dirección General de Promoción Turística MURCIA turística CM FUNDACIÓN CAJAMURCIA CAM Caja de Ahorros del Mediterráneo OBRAS SOCIALES El Corte Inglés ESTRELLA LEVANTE latbus
2004	<i>Organiza:</i> AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y Festejos Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo <i>Colaboran:</i> Región de Murcia Consejería de Educación y Cultura Dirección Regional de Cultura MURCIA Turística CAM Caja de Ahorros del Mediterráneo OBRAS SOCIALES CM FUNDACIÓN CAJAMURCIA ONO ESTRELLA LEVANTE FILMOTECA REGIONAL FRANCISCO RABAL ZIGZAG pasión por vivir latbus
2005	<i>Organizan:</i> AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y Festejos Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo festivales de murcia <i>Colaboran:</i> Región de Murcia Consejería de Educación y Cultura Dirección Regional de Cultura Región de Murcia Consejería de Turismo, Comercio y Consumo Dirección General de Promoción Turística MURCIA turística CAM Caja de Ahorros del Mediterráneo OBRAS SOCIALES ESTRELLA LEVANTE FILMOTECA REGIONAL FRANCISCO RABAL latbus 20minutos
2006	<i>Organizan:</i> AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y Festejos Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo festivales de Murcia <i>Colaboran:</i> Región de Murcia Consejería de Educación y Cultura Dirección General de Cultura Región de Murcia Consejería de Turismo, Comercio y Consumo Dirección General de Promoción Turística MURCIA turística CAM Caja de Ahorros del Mediterráneo OBRAS SOCIALES ESTRELLA LEVANTE latbus
2007	ORGANIZA AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de fiestas y Cultura Popular Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo festivales de Murcia COLABORA Región de Murcia Consejería de Cultura, Juventud y Deportes Dirección General de

	Promoción Cultural Región de Murcia Consejería de Turismo y Consumo Dirección General de Promoción Turística MURCIA turística ESTRELLA LEVANTE CIOFF CAM Caja de Ahorros del Mediterráneo OBRAS SOCIALES
2008	ORGANIZAN MURCIA Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo festivales de murcia COLABORAN Región de Murcia Consejería de Cultura, Juventud y Deportes Dirección General de Promoción Cultural Región de Murcia Consejería de Turismo y Consumo Dirección General de Promoción Turística MURCIA turística ESTRELLA LEVANTE CIOFF CAM Caja de Ahorros del Mediterráneo OBRAS SOCIALES
2009	Organiza: MURCIA Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo festivales de Murcia COLABORAN Región de Murcia Murcia turística ESTRELLA DE LEVANTE MURCIA 1963 CIOFF CAM Caja de Ahorros del Mediterráneo OBRAS SOCIALES
2010	ORGANIZAN MURCIA Murcia 2016 capital europea de la cultura ciudad candidata Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo festivales de Murcia COLABORAN Región de Murcia Región de Murcia no-typical CIOFF ESTRELLA LEVANTE.
De 2011 a 20014	ORGANIZAN: MURCIA Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo festivales de Murcia COLABORAN: CIOFF ESTRELLA LEVANTE
2015	ORGANIZAN MURCIA Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo festivales de Murcia COLABORAN 45º Aniversario CIOFF "por las tradiciones vivas" UCAM UNIVERSIDAD CATÓLICA SAN ANTONIO 70 UNESCO Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura En apoyo a las Celebraciones del 70º Aniversario de la UNESCO ESTRELLA DE LEVANTE MURCIA 1963

Tabla 26: Textos de los organizadores y colaboradores del FIFM en los carteles de 1960-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

De los 49 carteles de la base de la base de datos que tenemos completos con la imagen contabilizamos en este momento solo los textos referidos a los anunciantes que aparecen en ellos, no las veces que aparecen los símbolos de su IGC cuestión que detallamos más adelante en su apartado correspondiente:

- En el 59'2% (29) de los carteles aparece el texto referido al gobierno local, bien con la denominación de Ayuntamiento de Murcia, o bien solo con el nombre de Murcia dentro de la identidad gráfica de esta institución desde su cambio en 2008.
- La mención del festival junto al símbolo de su marca aparece en 25 carteles (51%). No sumamos aquí los diecinueve carteles de la primera etapa del festival, entre 1968 y 1983 a.i., en los que aparece el símbolo del festival sin el texto y no aparece escudo de la ciudad ni otro signo de identidad. Las variaciones más significativas de esta mención son las siguientes: Patronato Municipal del Festival de Folklore (de 1984 a 1987 a.i), Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo (desde 1991 a 2015, excepto 1995).
- La Comunidad Autónoma de la Región de Murcia plasma su intervención en el evento en el 43% de los carteles analizados con dos denominaciones: Comunidad Autónoma de Murcia en 1987 y 1988 y denominación de Región de Murcia de 1990 a 2010. Desde entonces hasta 2015 no encontramos testimonio de su colaboración en los carteles.

- Las asociaciones relacionadas con el folklore comienzan a aparecer en los carteles desde 1986. La primera agrupación que encontramos, y la que más veces se repite en los carteles, es el CIOFF, Consejo Internacional de Organizaciones de Festivales de Folclore. Se incluye en los carteles de 1986 y 1987 y vuelve a incluirse en 2007 de forma continuada hasta 2015 (22'4%). Podemos ver a Federación Española de Agrupaciones de Folklore de forma intermitente desde 1991 a 1999. La Federación Murciana de Asociaciones de Folklore se unió en 1994 y 1998. Como anécdota encontramos en el cartel de 2015 la identidad de la UNESCO que celebra su 70 aniversario: 70 UNESCO Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura.
- En el 30'6% de los carteles analizados podemos encontrar marcas comerciales concretamente desde 2001 hasta 2015. Han colaborado de las siguientes empresas: CAJAMURCIA y FUNDACIÓN CAJAMURCIA, CAM Caja de Ahorros del Mediterráneo OBRAS SOCIALES, CORPORACIÓN INMOBILIARIA, ESTRELLA de LEVANTE, Latbus, ONO, El Corte Inglés, FILMOTECA REGIONAL FRANCISCO RABAL, ZIGZAG, Latbus, 20 minutos, UCAM Universidad Católica San Antonio, UNESCO Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura.

En cuanto a la especificación de los emisores, si son organizadores o colaboradores, en los casos en que aparecen más de una institución mencionada, encontramos las palabras "Organizan" (u Organiza si solo es uno) y "Colaboran" en 15 de los 49 casos que coinciden con los años sucesivos desde 2001 hasta 2015.

Los cambios en la estructura del Ayuntamiento de la que depende el Festival quedan escritos en los carteles estudiados. En 1988, se nombra al *Consejo Municipal de Cultura y Festejos* y en 1995 aparece la *Concejalía de Festejos*. En el cartel del año siguiente hay un cambio de nombre de la concejalía que ahora se llama *Concejalía de Cultura, Festejos y Turismo* hasta 1999 cuando la concejalía se concentra en *Concejalía de Cultura y Festejos* que permanece hasta 2006. En 2007 un nuevo cambio hacia *Concejalía de fiestas y Cultura Popular* acaba con la inclusión de concejalía en los carteles hasta 2015, el último estudiado. Desde 2008 la referencia que aparece con su IGC correspondiente es la de *Festivales de Murcia*.

Cuando interviene el gobierno regional de la Comunidad Autónoma de Murcia las especificaciones que hemos encontrado en los ejemplares son las siguientes: el primer año que colabora la *Comunidad Autónoma de Murcia*, 1986, lo hace desde dos conserjerías cuyos nombres aparecen en el cartel sin escudo y son la *Consejería de Industria, Comercio y Turismo* y la *Consejería de Cultura*; al año siguiente, 1987, el cambio es una fusión de ámbitos antes separados en la *Consejería de Cultura y Turismo*; en 1988, es la *Dirección General de Turismo* desde la nueva *Consejería de Cultura, Educación y Turismo* la que aparece en el cartel acompañada por primera vez por la marca turística de la comunidad llamada *MURCIA Costa Cálida*; en 1990 solo cambia el nombre de la comunidad autónoma a *Región de Murcia* que a partir de este año encontramos en los carteles en los que colabora, y no varía la *Consejería y Dirección General* en los dos años siguientes, 1991 y 1992; en 1993 es la misma *Dirección General* perteneciente ahora a la *Consejería de Fomento y Trabajo*; 1995 se constata en los anuncios que colabora la misma *Dirección General de Turismo* pero, en esta

ocasión, a través de la nueva *Consejería de Industria, Trabajo y Turismo* cuya colaboración se repite hasta el año 98; en el cartel de 1999 se mantiene la cooperación de la Dirección General de Turismo inmersa ahora en la *Consejería de Industria, Comercio, Turismo y Nuevas Tecnologías*; con el cambio de siglo, año 2001, se produce una modificación relevante en la denominación de la nueva *Dirección General de Promoción Turística* y en la *Consejería de Turismo y Cultura* que cambia en 2002 a *Consejería de Turismo y Ordenación del Territorio* que se mantiene en 2003. En 2004 el texto que se incluye es el de una Dirección Regional y no General y Consejería correspondiente no vinculada al turismo, se trata de la *Dirección Regional de Cultura* perteneciente a la *Consejería de Educación y Cultura*. Al año siguiente - 2005- colaboran dos consejerías pues se une a la anterior la *Consejería de Turismo, Comercio y Consumo* de la *Dirección General de Promoción Turística*. En 2006 continúan ambas consejerías pero vuelve a cambiar el término Regional a General de la *Dirección General de Cultura*. En 2007 una nueva transformación nominal, que se mantiene en el cartel de 2008, de la *Consejería de Cultura, Juventud y Deportes* y de su *Dirección General de Promoción Cultural* y de la *Consejería de Turismo y Consumo* de la que depende la Dirección General de Promoción Turística. Desde entonces no han vuelto a aparecer nombres de Consejerías y Direcciones Generales, pero sí la marca turística de la región como recogemos a continuación.

La marca turística de la comunidad llamada *MURCIA Costa Cálida* inicia su presencia en el festival en el cartel de 1988 y la volvemos a encontrar en 1997 y 1998 con el nombre de *Murcia la costa cálida*. La siguiente presencia de esta marca la encontramos en 2001 con la nueva imagen de *MURCIA Turística* que se mantiene en todos los carteles hasta 2009 inclusive. En 2010 se lanza una nueva estrategia de comunicación y el nombre creado en esta ocasión, y con el que aparece en el cartel es *Región de Murcia no-typical*. Esta es la última vez que encontramos registros de la marca turística de la región de Murcia en los ejemplares estudiados.

En los carteles de 2011 a 2015 a.i. no se incluye en los colaboradores del festival ni la marca turística, ni dirección general ni consejería alguna de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

No aparece la colaboración de la Región de Murcia plasmada en el cartel de fiestas de Murcia hasta 2000. Este año es la Dirección General de Promoción Turística, por medio de la Consejería de Turismo y Cultura, la encargada de participar en las fiestas. Desde entonces hasta 2015 no hay rastro de colaboración regional en los carteles de la Feria septembrina.

Un caso aislado en cuanto a IGC es la insertada en el cartel de 2010 con motivo de la promoción de la candidatura de la ciudad de Murcia como capital europea de la cultura de 2016.

En este apartado los resultados indican la responsabilidad continuada del Ayuntamiento en la preparación del FIFM, la colaboración esporádica de la Comunidad Autónoma a través de los organismos cuya misión es fomentar el turismo y están vinculados a la cultura murciana. y, anecdóticamente del gobierno central a través del Ministerio de Cultura. La intervención de las asociaciones y federaciones de folklore dejan constancia en los carteles desde 1984 de forma intermitente y se mantiene constante desde 2007 la colaboración de CIOFF. Destaca la incorporación de las empresas privadas en el respaldo del festival desde 2001.

5. En la tabla 27 exponemos los textos con los que se hace referencia a los **autores** de los carteles del FIFM localizados de cada año respetando mayúsculas y minúsculas.

Referencias a los Autores de los carteles localizados de la FIFM 1968-2015	Año
Manuel Muñoz Barberán	1968
Manuel Muñoz Barberán	1969
Manuel Muñoz Barberán	1970
Manuel Muñoz Barberán	1971
Julio Arruga	1972
Párraga, José María	1973
Carbonell, Antonio	1974
ekipo 76	1976
ekipo	1977
ekipo 78	1978
ekipo 79	1979
ekipo	1980
Ig García	1982
Manuel Muñoz Barberán	1983
Alfonso Albacete	1984
Ramón Gaya	1985
Manuel Avellaneda	1986
Diseño Vicente M. Gadea y Severo Almansa	1987
M ^a Carmen Artigas	1988
Chelete Monereo	1989
Diseño: Julio García Abril	1990
Diseño: P. MANZANO	1991
Diseño: Pedro Manzano	1992
Diseño: P. MANZANO y M. BARNUEVO	1993
Creativos del Mediterráneo, S.L.	1994
Muher	1995
Diseño: Manuel Martínez	1996
Diseño: Luis Federico Viudes	1997
DISEÑO GRÁFICO: PEDRO LÓPEZ MORALES	1998
Ig. García	1999
Nicolás de Maya	2000
Pedro Serna	2001
Antonio Ballester	2002

Serna Serna, Francisco	2003
Esteban Linares	2004
Vicente Martínez Gadea	2005
Manuel Martínez Torres	2006
CARTEL: MIWAKO	2007
CARTEL: M. BARNUEVO	2008
Rubén Zambudio	2009
Pintura Paco Bernal	2010
Antonio Martínez Mengual	2011
Autor: Esteban Bernal	2012
Diseño: M ^a José Navarro Balibrea . Fotografía: Juanchi López	2013
Diseño: José Luis Montero. Fotografía: Juan Vicente Gil	2014
FOTOGRAFIAS JUANCHI LOPEZ	2015

Tabla 27: Textos de las referencias a los autores de los carteles del FIFM en los carteles localizados 1968-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

De los 51 carteles localizados del festival tenemos constancia del autor, bien porque está escrito en el ejemplar, bien porque la ilustración está firmada o bien porque aparece registrado en el catálogo de la fuente consultada. Los casos de los que no conocemos el autor son los correspondientes a la octava y catorceava ediciones del festival de los años 1975 y 1981 respectivamente. En datos relativos al total estos dos carteles suponen el 4% y no hemos encontrado referencia alguna en los archivos públicos, las imágenes las hemos obtenido de la caja de postales editada por el festival en 1992 propiedad del Museo Ramón Gaya. El cartel del VIII festival es la primera ocasión en la que se utiliza la fotografía como ilustración principal e inicia un periodo de cinco años –de 1976 a 1980 a.i.- en el que se encarga de realizar el cartel una agencia de publicidad llamada *ekipo*. El año siguiente corresponde al segundo ejemplar del que no sabemos el autor y en el que la fotografía ocupa toda el área y está impreso a sangre.

De los 20 casos en los que el nombre del autor aparece escrito en los créditos (39% del total de carteles), va acompañado de la especificación de la tarea del autor en 15 ocasiones con los siguientes términos: Diseño:...(con y sin dos puntos); Diseño gráfico:...; Cartel:...; Pintura:...; Autor:...; Diseño:...Fotografía:...y Fotografías....

La primera ocasión en que aparece escrito el nombre del autor del cartel es en 1972. Julio Arruga deja constancia de su autoría en el margen inferior, a modo de firma, pero con tipografía de palo seco como otros textos del cartel. El ilustrador no especifica el trabajo realizado. Antes y después de este momento, los autores de los carteles firmaban las ilustraciones como obras de arte que eran. Es en 1976 cuando encontramos por primera vez una marca, *ekipo*- conocida agencia de publicidad de Murcia en ese momento-, a la que no se antepone descripción de su labor, la que estampa su logotipo en el lateral para dejar constancia de su actuación. En los años 76 y 77 el

motivo central de los posters es un dibujo cuyo marcado estilo nos deja reconocer al autor. Se trata de Chipola. Este ilustrador y diseñador gráfico trabajaba entonces para la agencia de publicidad que firmaba los carteles, ekipo. Los tres años siguientes en los que la agencia sigue siendo la encargada de los carteles el personaje dibujado por Chipola es sustituido por una fotografía distinta en cada año dentro de un diseño que se mantiene sin cambios de composición. La siguiente oportunidad que ha tenido una agencia de realizar el cartel del FIFM es en el año 1994 como consta en el registro del Almuadí referido al cartel en el que detalla que el diseño se atribuye a Creativos del Mediterráneo (S.L.).

En 1987 comienza la costumbre de anteponer a los datos del autor la función ejecutada por él. La expresión “Diseño” se repite hasta 1998 donde se puntualiza que se trata de “Diseño gráfico”. Desde ese cartel no encontramos el detalle del autor y su labor sino la firma de la obra de arte que se reproduce. Es en 2008 cuando reaparece la leyenda en esta ocasión se detalla el trabajo del autor anteponiendo el término “Cartel” seguido de “:” que sustituye a la expresión “realizado por”. El término varía en los posters en el intento de ajustarse cada vez más a la realidad del trabajo realizado en cada ocasión. Por este motivo, se especifica en 2010 que el nombre hallado corresponde a la persona que ha realizado la “Pintura” del ejemplar y en 2012 la referencia indica el “Autor”. Para ser más fieles a las distintas tareas que necesitan de un profesional cualificado en la construcción de los carteles, los ejemplares de 2013 y 2014 especifican quien se ha encargado del diseño y quién de las fotografías que se utilizan en él. Es curioso que en ambos casos los diseñadores trabajan para una empresa y, sin embargo, constan como autores individuales. En 2013 el diseño lo realizó Diseño: M^a José Navarro Balibrea como parte de su trabajo en el estudio de diseño de la empresa de artes gráficas Novograf donde se realizaron las labores de impresión. Y en 2014 es José Luis Montero el diseñador del cartel con fotografías de Juanchi López. La curiosidad es que el primero es un reconocido fotógrafo que ha trabajado en la agencia publicitaria Tropa, S.L.² hasta 2014 pero no se encarga de las imágenes sino de la composición del cartel. En 2015 se repite la autoría, esta vez con fotografía de Juanchi y aunque no consta en el cartel que el diseño lo ha realizado Montero, lo sabemos porque este dato se publica en el Facebook del Museo de la Ciudad de Murcia.

De los 36 nombres encontrados en los carteles cuantificamos el número de ellos que son artistas plásticos (pintores, escultores), cuántos son fotógrafos y cuántos se reconocen como diseñadores y como ilustradores. Hay que restar de este número los dos nombres de agencias de publicidad marcadas con un asterisco* que hemos incorporado a la casilla de diseñadores pero que no son nombres de personas. Sin embargo, hemos decidido incluir en el listado a Chipola por ser un reconocido ilustrador que trabajó en dos de los carteles realizados por la agencia ekipo y sabemos que es el creador de la ilustración por esta razón el número de nombres es 35. Los carteles realizados por las dos agencias son seis lo que supone el 11'7% de los 51 carteles localizados. Uno

² Agencia de publicidad que en 2005 amplía sus funciones a “la dedicación profesional y de manera organizada a crear, programar o ejecutar publicidad por cuenta de un anunciante. Diseño gráfico y edición de publicaciones (libros, folletos, catálogos). Realización de exposiciones. Diseño y realización de proyectos museológicos” <http://www.infocif.es/empresa/tropa-sl> consultado el 18 de octubre de 2015.

de los nombres hallados, Muher (marcado por dos asteriscos**), es el nombre artístico de dos pintores: Francisca Muñoz y Manuel Herrero así que debemos sumar uno más alcanzando el número de 36 autores. Solo en un caso, el de Manolo Barnuevo, en una ocasión le acompaña el descriptor de "Cartel" y en otra "Diseño", nosotros lo contamos como pintor puesto que es su labor más reconocida.

Respecto al número de carteles del estudio (51) que han sido realizados por los distintos tipos de cartelistas obtenemos los siguientes datos: los carteles realizados por artistas son treinta, es decir, el 68'8%; los encargados a diseñadores son once, el 21'5%; los ilustradores han realizado tres ejemplares, el 5'9%; se han realizado tres carteles -5'9%- donde se menciona a los fotógrafos de las imágenes, pero hay un total de ocho ejemplares que incluyen fotografías.

En la Tabla 28 incluimos los nombres de los cartelista cuantificando cuantos corresponden a cada perfil.

Profesión o Perfil más destacado	Nombre de los cartelistas del FIFM en los carteles localizados de 1968-2015	Número total y % sobre 36
Pintor	Manuel Muñoz Barberán, José María Párraga, Antonio Carbonell, Ig.García, Alfonso Albacete, Ramón Gaya, Manuel Avellaneda, M ^a Carmen Artigas, Chelete Monereo, Muher*- Francisca Muñoz y Manuel Herrero-, Nicolás de Maya, Pedro Serna, Antonio Ballester, Francisco Serna Serna, Esteban Linares, Manuel Martínez Torres, Miwako, Manolo Barnuevo, Rubén Zambudio, Paco Bernal, Antonio Martínez Mengual, Esteban Bernal	23- 64%
Ilustrador	Julio Arruga, Chipola	2- 5'5%
Diseñador	Ekipo (Agencia de publicidad)*, Vicente Martínez Gadea, Severo Almansa, Julio García Abril, Pedro Manzano, Creativos del Mediterráneo, S.L. (Agencia de publicidad)*, Manuel Martínez, Luis Federico Viudes, Pedro López Morales, M ^a José Navarro Balibrea, José Luis Montero	9- 25%
Fotógrafo	Juanchi López, Juan Vicente Gil	2-5'5%

Tabla 28: Perfil de los cartelistas FIFM en los carteles localizados de 1968-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

El panorama que encontramos en cuanto a los autores de los carteles es que la mayor parte son pintores. El colectivo que le sigue en número son diseñadores y en estos casos se apunta en el cartel tal profesión. Mientras que en el caso de los pintores no se detalla quien realiza la composición del cartel, salvo alguna excepción. En los últimos tres años estudiados se repite la tendencia de utilizar fotografías de participantes del festival y se especifica quién las realiza y quién se encarga del diseño del poster.

El cartel del festival se ha encargado en más de una ocasión al mismo autor. En las cuatro primeras ediciones el pintor Muñoz Barberán acometió la tarea de realizar el cartel que durante dos años contó con dos versiones. Una década más tarde volvió a ejecutar otros dos carteles esta vez para la XVI edición de 1983. El artista es por tanto el que mayor número de obras ha realizado, ocho carteles, y el que más años ha cubierto con su labor –cinco ediciones-. Durante tres años consecutivos -1991, en el 25 aniversario de 1992 y en 1993- es Pedro Manzano quien diseña los carteles, en la última ocasión con una pintura de Manolo Barnuevo. Este último pinta los cuadros para el cartel de dos años, en 1993 aparece junto al diseñador Pedro Manzano en los créditos del cartel y en 2008 lo hace en solitario. El arquitecto Vicente Martínez Gadea realiza dos carteles, uno con Severo Almansa en 1987 y el segundo en 2005 sin compartir autoría con otro creador. Juanchi es el fotógrafo de dos recientes ediciones, la de 2013 y 2015.

En resumen, en los carteles del FIFM cuando se incluye el texto con el nombre del autor del cartel y su función en la composición del mismo la norma es que se antepone la labor realizada (diseño/diseño gráfico, pintura, fotografía, cartel o autor) junto al nombre y apellido del autor en un texto de cuerpo pequeño y tipografía legible que se sitúa en los laterales en vertical o en el margen inferior horizontal independiente del resto de los textos de títulos y fechas. Puede aparecer en la misma línea de texto junto a los créditos de imprenta y depósito legal o estar situado en el margen opuesto o lugar separado de ellos.

6. En el 53% (27) de los carteles localizados aparece el texto con la información de la imprenta encargada de su reproducción.

Las imprentas que han trabajado para el festival y que hemos encontrado en la investigación son las siguientes:

- G. Belkron S. L. - Ctra. Alcantarilla, 132 - MURCIA - 1.969: en el año 1969
- Belmar – Murcia- Polo de Medina, 10: en 1971 y 72.
- I.G. Jiménez Godoy- Cxx Bxx, 19- Murcia: en 1978
- A.G. Novograf, S.A.: de 1985 a 1993 casi todos los años y desde 2001 hasta 2015 a.i. de forma continuada.
- MUPRINT, S.L.: en 1995
- Imprenta Regional: de 1996 a 1999 a.i.
- Novoarte: año 2000.

La imprenta Novoarte aparece registrada en la información del cartel del año 2000 en el catálogo del archivo municipal del Almudí. Hemos incluido su nombre en el listado de imprentas porque resulta ser un dato avalado por dicha institución sobre la impresión del cartel de ese año aunque no lo hemos incluido en los datos de textos aparecidos en los ejemplares puesto que carecemos de su imagen.

En resumen, cuando aparece el texto con el nombre de la imprenta del cartel suele ir a continuación del nombre y apellido del autor en la misma línea de texto junto al depósito legal. El formato se caracteriza por utilizar una tipografía legible de palo seco y un cuerpo pequeño. Está colocado en los laterales en vertical o en el margen inferior horizontal separado del resto de los textos de títulos y fechas.

7. No aparece eslogan en los ejemplares estudiados del FIFM.

Sí encontramos otros textos persuasivos en el 45% de los carteles localizados. Los contenidos a los que se refieren son: el reconocimiento oficial del interés turístico de la fiesta en la categoría regional que avala la calidad de la misma y sirve, por tanto, de evidencia en el discurso; al texto anterior se suma al cartel durante dos ediciones (1980 y 1981) la Placa de Bronce de la Orden al Mérito Turístico obtenida por el festival que igualmente certifica la valía del mismo; la página web de las fiestas de Murcia que supone el respaldo institucional a los actos anunciados por lo que se da por supuesto que están bien organizados, y donde el público puede ampliar información; la inclusión del festival en la Feria de Murcia contexto de sumo atractivo que motiva al asistente a los actos por el contexto festivo de la ciudad.

Los textos a los que nos referimos son los siguientes:

- La referencia a la declaración de interés turístico se ha colocado en los carteles de veinte años lo que supone el 41% de los 48 años de vida de andadura del festival: desde la primera aparición en el ejemplar de 1980 hasta el año 2015 lo encontramos de forma discontinua y con distintas menciones según ha ido evolucionando: *Declarado Fiesta de Interés Turístico* de 1980 a 1982 a.i.; y *Declarado de Interés Turístico Regional* desde 1996 a 1997 y partir de 2001 se introduce en todos los carteles hasta 2015 en estudio, excepto en 2005 y 2006 que desaparece la palabra regional y queda *Declarado de Interés Turístico*.

8. En el campo *Otros textos* el contenido que hemos encontrado es la referencia del Depósito Legal del cartel. Y lo hemos detectado en el 57% de los carteles localizados con imagen.

A la vista de la información obtenida en estos aspectos referida a la descripción general del cartel del FIFM no se incluye eslogan, si otros textos persuasivos como la declaración de interés turístico y aparece escrito el código del Depósito Legal del impreso normalmente junto los datos de la imprenta y en su mismo tipo y tamaño de letra pequeño.

9.2.3. Datos del nivel significativo: elementos visuales y contexto argumental

Los elementos visuales analizados en los 49 (100%) carteles localizados con imagen hacen referencia a las representaciones gráficas que intervienen en ellos y su composición en el espacio:

1. El tipo de ilustración del cartel más numeroso es el que hemos denominado pintura de autor que presenta el 57% de los casos (28 carteles). El 33% de los carteles -16 ejemplares- presentan el tipo de ilustración que hemos clasificado como diseño gráfico. Los casos en los que se utilizó la fotografía -7 ejemplares de idéntico número de años- para ilustrar el cartel suponen la menor cantidad y representan en términos relativos el 14% de los carteles localizados con imagen. De los dos carteles que no tenemos la imagen y que contamos con los programas, como hemos comentado en su apartado correspondiente, uno sería de diseño gráfico y el otro pintura de autor, el de 2000.

Más de la mitad de los carteles del FIFM están ilustrados con pinturas de autor, una tercera parte son obras de diseño gráfico y una séptima parte están compuesto con fotografías.

2. La aparición de la firma en la ilustración de los carteles aporta carácter de obra de arte a las mismas e identifica a los autores como artistas. Este dato viene a constatar la participación de pintores en los carteles del FIFM. En 27 de los 49 carteles con imagen que analizamos se reproduce la rúbrica como parte integrante de la pintura que los protagoniza lo que supone el 55%.

3. En cuanto al margen en el cartel encontramos que en el 57% de los 49 carteles analizados - 28- la ilustración se imprime a sangre, es decir, sin marco; en 11 casos (22'5%) la ilustración va rodeada por un marco, y en 10 (20'4%) una parte de la ilustración cartel lleva marco y otra no, es decir, es mixto. La distribución de estas modalidades en el tiempo deja ver que en todas las décadas en estudio hay casos de las tres modalidades en proporción semejante.

En más del doble de las imágenes analizadas la ilustración llega hasta el borde de la impresión y no presenta marco.

4. En función del número de veces que se repite el lay out básico en los carteles obtenemos los siguientes datos que presentamos ordenados de mayor a menor repetición: el más utilizado es el tipo C que vemos en 17 casos (34'7%); le sigue con 8 casos (16,3%) el tipo F; 6 veces los lay out son de otros tipo inusuales R (12'2); del tipo A obtenemos 4 ejemplares (8,2%); en 3 carteles se usa el tipo B (6%); 2 carteles hemos encontrado en de cada tipo de lay out D, H, L y N (4%) y un solo cartel de los tipos E, G, I que supone un 2% cada uno. No hemos detectado carteles cuya composición básica responda a los tipos de los lay out J, K y M.

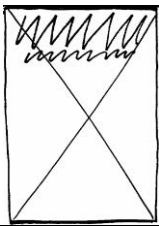
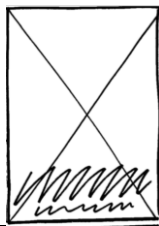
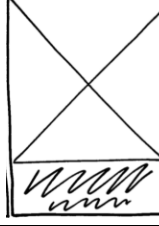
Lay outs más utilizados en los carteles del Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo entre 1968-2015			
			
Tipos	A	C	F

Tabla 29: Tipos de lay out localizados en los carteles del FIFM de 1968-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

La orientación más común en estos carteles es la vertical que corresponde al 92% de los 49 mientras que en el 8% restante, 4 carteles, es horizontal.

5. En lo referente a los registros de los emisores de los carteles por medio de la identidad gráfica corporativa (IGC) colocada en ellos, contabilizamos la aparición, tanto de la parte simbólica de la misma cuando aparece sola, como cuando estos distintivos de identidad aparecen con los textos en la disposición pautada y con la tipografía y color normalizado de su marca.

De los 49 carteles con imagen con los que trabajamos aparecen elementos de identidad gráficos en todos ellos, es decir en el 100% de los casos.

El festival cuenta con un logotipo desde su primera edición. En los carteles hemos detectado cambios en su diseño, sobre todo, en los primeros años de andadura. Este elemento de identidad gráfico integra la Torre de la Catedral de la ciudad de Murcia donde se celebra el festival, la "M" que es la inicial, tanto del nombre de la ciudad como del nombre del mar que titula al mismo, y las olas del mar sobre las que descansa todo lo anterior. Su aparición en los posters informa del respaldo del patronato que se encarga de la organización del evento. En los carteles de los primeros años solo aparece el símbolo del festival sin distintivo alguno de la Diputación Provincial donde se incardinaba/localizaba el patronato que dirigía el evento. De la misma forma en los carteles hemos encontrado el cambio de los logotipos del Ayuntamiento y la Comunidad Autónoma de Murcia y las fluctuaciones en la relación que las mismas han mantenido con el festival. Detallamos a continuación como se han ido incorporando al desarrollo del festival las señas de identidad de los organismos públicos, las organizaciones privadas y las empresas comerciales mediante la descripción de las identidades visuales y marcas comerciales que aparecen en los carteles de las 48 ediciones del festival:

- Desde su inicio en 1968 hasta 1983 a. i. en los carteles aparece el símbolo del festival sin ninguna leyenda de organismos ni instituciones que patrocinen o colaboren en su realización. Solo se acompaña en 1980, 1981 y 1982 de la Placa de bronce de la Orden del Mérito Turístico con que el festival fue reconocido en su día.
- En el cartel de 1984 -XVII edición del FIFM- el símbolo del festival es sustituido por el escudo del Ayuntamiento junto con los textos correspondientes: *Excmo. Ayuntamiento de Murcia* y debajo *Patronato Municipal de Folklore*. Es la primera vez que se prescinde de este elemento.
- En 1985, se recupera el logo del festival internacional que se coloca junto al nombre del evento. El escudo del Consistorio se mantiene para indicar la institución pública de la que depende el festival. En los textos que acompañan al escudo hay un cambio significativo tanto en la disposición como en el nombre del patronato: se permuta la colocación del nombre del patronato que aparece en la línea superior y su nombre se modifica a *Patronato Municipal del Festival de Folklore*. Con esta denominación en el cartel se evidencia que este festival tiene más categoría dentro del propio organigrama del Ayuntamiento.
- En 1986 comienza una nueva etapa en cuanto a la inclusión en los carteles de símbolos y textos informativos de los organismos públicos, asociaciones y empresas privadas que hacen posible la realización del festival. Este año se desdobra la identidad de la organización del festival: por un lado, se coloca el símbolo del festival junto a la leyenda del *Patronato Municipal del Festival de Folklore* lo que muestra el reconocimiento de la envergadura del festival y su propia identidad y, por otro, aparece el escudo del Ayuntamiento con su texto correspondiente. Como novedad se incluye el logotipo del Consejo Internacional de Organizaciones de Festivales de Folclore (CIOFF) sin texto, y los nombres de dos consejerías bajo el distintivo de "COLABORA:", la Consejería de Industria, Comercio y Turismo y la Consejería de Cultura.

- En el XX Festival del 87 junto al Patronato Municipal del Festival de Folklore del Ayuntamiento de Murcia se vuelve a colocar el imago tipo del CIOFF y la Consejería de Cultura y Turismo de la Comunidad Autónoma de Murcia con el nuevo símbolo diseñado por Severo Almansa. La singularidad del cartel de esta edición en cuanto a instituciones participantes es la inclusión de la identidad gráfica corporativa del Ministerio de Cultura del que depende el Instituto Nacional de la Artes Escénicas y de la Música que aparecen una doble línea de colores contrastados como marca el diseño de esta entidad ministerial en amarillo y negro.
- El cartel de 1988 presenta muchas peculiaridades. Es la segunda vez en su historia que no incluye el logo del festival lo que parece querer restarle independencia al evento ya que este hecho se une a otro elemento muy significativo, a saber, la colocación del texto “ Feria de Murcia” como cierre del cartel en un tamaño de letra muy visible. Las estructuras municipales y regionales han cambiado. A la desaparición del Patronato Municipal se suma la creación de la marca Murcia Costa Cálida en la Comunidad Autónoma de Murcia a través de la Dirección General de Turismo de la que se encargó la Consejería de Cultura, Educación y Turismo. El imago tipo de Murcia Costa Cálida firma el cartel en la esquina derecha lo que convierte el festival en una actividad más de la Feria de Septiembre y en un incentivo como oferta turística de la ciudad dentro de la región murciana.
- En 1989 el símbolo del Festival reaparece con gran tamaño en el cartel integrado en la ilustración como parte de la decoración que dibuja el visillo tejido con hilo que protagoniza la imagen. El escudo del Ayuntamiento de Murcia, el símbolo de la identidad corporativa de la Región de Murcia, separados por el símbolo de Murcia Costa Cálida situado en el centro, se colocan al mismo nivel y tamaño y sin textos que delimiten el organismo concreto que se encarga del evento.
- El símbolo de la Federación Española de Agrupaciones de Folklore (sin texto que lo acompañe) comparte el espacio de los organizadores y colaboradores del festival en el cartel de la edición del festival correspondiente al año 1990 que son: el imago tipo de la Región de Murcia y los textos de la Consejería correspondiente con el color, la tipografía y normas de colocación propias de su identidad visual corporativa; el símbolo del festival en azul sin texto y el escudo el imago tipo del Ayuntamiento de Murcia, con el color, tipografía y composición propia de su identidad gráfica. En esta ocasión, y tras dos años de permanencia, la firma de Murcia Costa Cálida deja de incluirse. En la investigación hemos localizado un dato curioso en el uso de las normativas de identidad gráfica del Ayuntamiento. Se trata de la reproducción de este cartel de 1990 en la colección de tarjetas postales editada en 1992 con motivo del 25 aniversario del festival. En dicha postal han cambiado el imago tipo del Ayuntamiento del cartel original por un nuevo diseño en el que el escudo se ha sustituido por un nuevo signo icónico que representa la fachada de la casa consistorial custodiada por un árbol a cada lado. En esta postal todos los textos y símbolos se reproducen en negro y los cuatro símbolos llevan el texto a su lado: Región de Murcia, Consejería de

Cultura, Educación y Turismo, Dirección General de Turismo, Federación Española de Agrupaciones de Folklore, Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo y Ayuntamiento de Murcia.

- En los carteles de las ediciones de 1991, del año 1992 cuando se celebra el 25 aniversario del festival y de 1993 se mantienen los participantes en la preparación del festival. En estas ocasiones todas las identidades gráficas están completas e integran los símbolos y sus textos correspondientes. Los dos primeros años se sitúan distribuidos equidistantes entre los extremos izquierdo y derecho con el siguiente orden: imagotipo de la Región de Murcia; imagotipo de la Federación Española de Agrupaciones de Folklore; imagotipo del FIFM; y en la esquina derecha el nuevo imagotipo del Ayuntamiento. En el cartel de 1993 encontramos un cambio en la Consejería que firma el anuncio y en el orden de disposición de las identidades que pasa a ser vertical y cuya cabeza de grupo es el Ayuntamiento de Murcia, por debajo la Región de Murcia, seguido del Festival y en la base la Federación Española de Agrupaciones de Folklore.
- En la investigación decidimos no incluir los datos de la portada del programa de 1994 en la cuantificación de los elementos visuales de la investigación, a pesar de que la reproducción del cartel de dicho año en la caja de tarjetas postales impresa en 1996 es idéntica al cartel. No obstante, es interesante describir las identidades corporativas que aparecen en esta edición pues se altera la disposición de las instituciones e incluye un nuevo participante: la identidad del Ayuntamiento de Murcia se coloca la primera por la Izquierda; a su derecha la del Festival con una novedad en la disposición del texto debajo del símbolo en tres líneas; el logotipo que se sitúa en tercer puesto es el de un nuevo organismo que se une a la organización, se trata de la Federación Murciana de Asociaciones de Folklore; y en la esquina derecha se coloca la identidad de la Federación Española de Agrupaciones de Folklore en negativo (blanco sobre rectángulo de fondo negro) y con los textos en la parte superior del símbolo.
- En 1995 no interviene ninguna federación y el símbolo del festival se coloca en el centro sobre el nombre título del cartel y en el mismo color amarillo lo que indica su unión. Al año siguiente, 1996, se mantienen las tres identidades gráficas pero con los siguientes cambios: los símbolos del Ayuntamiento y de la Comunidad Autónoma recuperan el diseño tradicional de los escudos, y la identidad del festival en esta ocasión vuelve a incorporar el texto al lado derecho del símbolo en cuatro líneas. La disposición de las entidades en la línea inferior del cartel es de izquierda a derecha: Ayuntamiento, Festival y Región de Murcia. En 1997 las novedades son el nuevo imagotipo y cambio de nombre de *Murcia La Costa Cálida* y el texto de Feria de Murcia destacado en rojo que da a entender que el festival es una actividad más de las fiestas septembrinas. La disposición del imagotipo del festival coloca en esta ocasión el texto debajo del símbolo en dos líneas. En 1998 a las identidades del año anterior se suma el logotipo de la Federación Murciana de Asociaciones de Folklore. En 1999 se sustituye la federación por la F.E.A.F. cuyo símbolo tiene nuevos colores, y, por

primera vez en la historia del festival, se incluye en la organización del festival una firma comercial cuyo logo se dispone en la esquina inferior izquierda del cartel anunciador.

- En 2001 los colaboradores se han multiplicado y la distribución de las identidades gráficas de las instituciones y empresas que intervienen en el festival se ordenan en el cartel con ayuda de las palabras *organizan* y *colaboran*. Como organizadores los imagotipos de Ayuntamiento de Murcia y el FIFM y en los colaboradores el imagotipo de la Región de Murcia y la consejería participante; por primera vez el imagotipo de MURCIA turístico; y la entidades con el imagotipo CAJA MURCIA; imagotipo de Caja de Ahorros del Mediterráneo; imagotipo de Corporación Inmobiliaria; imagotipo de El Corte Inglés; imagotipo de ESTRELLA LEVANTE; logotipo latbus y se repite el logotipo de Ono. En 2002 se repite la misma disposición y colaboradores quitando a Corporación Inmobiliaria y Ono. En 2003 se mantienen los participantes del año anterior y al año siguiente -2004- se reincorpora el logo de Ono y dos nuevas identidades, el logotipo de la Filmoteca Regional Francisco Rabal y el logotipo del centro comercial Zig Zag. Al año siguiente se incorpora a los organizadores el imagotipo de festivales de Murcia y a los colaboradores el periódico 20 minutos y desaparecen Cajamurcia, Ono y Zigzag. En 2006 se marcha el periódico y la filmoteca y en 2007 solo quedan la CAM y Estrella de Levante y se les adhiere el logo símbolo del CIOFF. Esta composición se repite en los carteles de 2008 y 2009. En 2010 se prescinde de la CAM y la marca turística de Murcia corresponde a la campaña de Región de Murcia no-typical. En 2011 la Región de Murcia no interviene en los carteles y se quedan de colaboradores dos entidades: el CIOFF y Estrella de Levante, y como organizadores las marcas del Ayuntamiento, el festival y festivales de Murcia. Esta composición se repite en los carteles de los años siguientes hasta 2014 inclusive. En 2015 colaboran también la UCAM y la UNESCO.

El símbolo que aparece constante en los carteles es el del festival. Este es el signo de identidad que más se repite, solo está ausente en el cartel de 1984 (oportunidad en la que aparece por primera vez el escudo del Ayuntamiento de Murcia) y en 1988 cuando por primera vez se incluye la identidad de Murcia Costa Cálida. Si nos fijamos en los detalles de este distintivo en la Tabla 30, percibimos los cambios y mejoras en su diseño, así como las versiones cromáticas de su uso.







































EVOLUCIÓN GRÁFICA DEL SÍMBOLO DEL FESTIVAL EN LOS CARTELES DEL FIFM DE 1968 A 2015					
					
CARTEL 1968	CARTEL 1969-1	CARTEL 1969-2	CARTEL 1970-1	CARTEL 1970-2	CARTEL 1971
					
CARTEL 1972	CARTEL 1973	CARTEL 1974	CARTEL 1975	CARTEL 1976	CARTEL 1977
					
CARTEL 1978	CARTEL 1979	CARTEL 1980	CARTEL 1981	CARTEL 1982	CARTEL 1983-1
					
CARTEL 1983-2	CARTEL 1985	CARTEL 1986	CARTEL 1987	CARTEL 1989	CARTEL 1990
					
CARTEL 1991	CARTEL 1992-1	CARTEL 1992-2	CARTEL 1993	CARTEL 1995	CARTEL 1996
					
CARTEL 1997	CARTEL 1998	CARTEL 1999	CARTEL 2001	CARTEL 2002	CARTEL 2003
					
CARTEL 2004	CARTEL 2005	CARTEL 2006	CARTEL 2007	CARTEL 2008	CARTEL 2010
					
CARTEL 2011	CARTEL 2012	CARTEL 2013	CARTEL 2014	CARTEL 2015	

Tabla 30: Evolución gráfica del símbolo del FIFM en los carteles de las ediciones entre 1968-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

Las aplicaciones en negro y en blanco se han utilizado sin fondo reservado, es decir, no tiene un fondo de color y forma determinado. Observamos, así mismo, que no tiene un color corporativo normalizado (no se marca un pantone fijo) sino que su color se adapta a la estética del cartel donde aparece quedando su decisión en manos del diseñador o artista que lo integra. Por ejemplo, lo encontramos en varios tonos de gris, diversos azules, morados, verdes, naranja, amarillo y rojo, y lo reconocemos en las ilustraciones como fondo en marca de agua, en el adorno de un encaje, repetido en una ilustración surrealista con corazones, inclinado o dentro de un círculo.

Desde 1986 lo encontramos acompañado de los textos con su nombre como podemos observar en la Tabla 31.




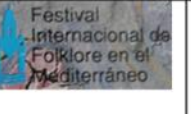

















EVOLUCIÓN DE LA IDENTIDAD GRÁFICA CORPORATIVA DEL FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRÁNEO EN LOS CARTELES DEL FIFM DE 1968 A 2015					
					
CARTEL 1986	CARTEL 1991	CARTEL 1992	CARTEL 1993	CARTEL 1996	
					
CARTEL 1997	CARTEL 1998	CARTEL 1999	CARTEL 2001	CARTEL 2002	
					
CARTEL 2003	CARTEL 2004	CARTEL 2006	CARTEL 2007	CARTEL 2008	
					
CARTEL 2010	CARTEL 2011	CARTEL 2012	CARTEL 2013	CARTEL 2014	CARTEL 2015

Tabla 31: Identidad Gráfica Corporativa del Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo en los carteles de las ediciones entre 1968-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

En 1983 comienza la aparición gráfica del Ayuntamiento de Murcia en los posters que se mantiene constante hasta 2015. Esto supone 29 de los 49 carteles analizados es decir, el 60%. Si atendemos a la continuidad certificamos que no ha dejado de incluirse en la composición del cartel desde la XVII celebración.

En 1983 solo se incluye el escudo de la ciudad de Murcia, y al año siguiente se especifica con un texto la institución a la que representa tal enseña. La aparición de una nueva institución regional que lleva en su denominación el nombre de la capital y que también utiliza un escudo como distintivo hace necesaria la utilización de los nombres de las instituciones junto a sus símbolos.

Las distintas etapas del Ayuntamiento de Murcia se han visto marcadas por intentos de cambio y renovación que han sido expresadas en sus elementos de identidad gráfica entre los cuales el símbolo adquiere mayor relevancia ya que tradicionalmente se ha utilizado el escudo de la ciudad.

El ir y venir de lo tradicional a lo moderno queda impresionado en los carteles en estudio y se percibe con claridad en las Tablas 32 y 33, elaboradas con el fin de enfocar nuestra atención hacia estos elementos gráficos.

Desde 2005 hasta 2015 se incorpora de forma continuada a los organizadores del festival el imagotipo de los festivales de Murcia (Tabla 36) que dentro del gobierno local ampara la organización del FIFM.

REPRESENTACIONES GRÁFICAS DEL ESCUDO DE LA CIUDAD DE MURCIA EN LOS CARTELES DEL FIFM DE 1968 A 2015					
					
CARTEL 1983	CARTEL 1984	CARTEL 1985	CARTEL 1986	CARTEL 1987	CARTEL 1989
					
CARTEL 1990	CARTEL 1996	CARTEL 1997	CARTEL 1998	CARTEL 1999	CARTEL 2001
					
CARTEL 2002	CARTEL 2003	CARTEL 2004	CARTEL 2005	CARTEL 2006	CARTEL 2007

Tabla 32: Escudos del Ayuntamiento de Murcia localizados en los carteles del FIFM 1968-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.






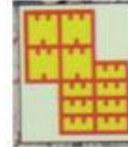
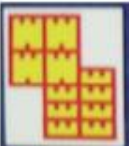













EVOLUCIÓN DE LA IMAGEN GRÁFICA CORPORATIVA DEL AYUNTAMIENTO DE MURCIA EN LOS CARTELES DEL FIFM DE 1968 A 2015					
CARTEL 1984	CARTEL 1985	CARTEL 1986	CARTEL 1988	CARTEL 1990	CARTEL 1991
CARTEL 1992	CARTEL 1993	CARTEL 1995	CARTEL 1996	CARTEL 1997	CARTEL 1998
CARTEL 1999	CARTEL 2001	CARTEL 2002	CARTEL 2003	CARTEL 2004	CARTEL 2005
CARTEL 2006	CARTEL 2007	CARTEL 2008	CARTEL 2010	CARTEL 2011	CARTEL 2012
CARTEL 2013	CARTEL 2014	CARTEL 2015			

Tabla 33: Identidad Gráfica Corporativa del Ayto. de Murcia en los carteles del FIFM entre 1968-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

La Comunidad Autónoma deja huella gráfica de su colaboración en el evento en el anuncio de la vigésima edición del festival en 1987 (un año antes dejaba constancia de su intervención pero solo con la inclusión de los nombres de las consejerías participantes). A diferencia de lo ocurrido con el Consistorio, la intervención del gobierno regional no se ha mantenido hasta 2015. Desde el año 87 en que comenzó su inclusión hasta 2010 la podemos ver en todos los carteles de la base de datos (recordemos que no contamos con la imagen de los ejemplares de 1994 y 2000) pero en 2011 se ausenta del pasquín y no volvemos a encontrarlo en ningún ejemplar de la investigación, es decir, en los cinco últimos años del festival (2011-2015 a.i.) no aparece rastro que identifique la intervención de la comunidad autónoma en la preparación del evento. En el 45% de los carteles se incluyen imágenes de la identidad del Gobierno Regional de la Comunidad Autónoma de Murcia, 22 ejemplares. Estos carteles han sido medios de promoción turística en cuanto han incluido la marca turística de la Región de Murcia en contadas ocasiones: imagotipo Murcia Costa Cálida en los carteles de 1088 y 1989; imagotipo Murcia La Costa Cálida en 1997y 1998; logosímbolo Murcia Turística de 2001 a 2008.

Los carteles sirven de documentos para conocer los cambios acaecidos en el diseño de la IGC de la Comunidad Autónoma así como en el símbolo que la representa. El detalle de estos rediseños los hemos reunido en las Tablas 34 y 35, y se pueden resumir en tres formas claramente diferenciadas: el escudo tradicional que encontramos en 1989 y de 1996 a 2007 a.i.; el escudo del cambio, de trazo minimalista sin corona pero que mantiene los cuatro castillos y las siete coronas; y la vuelta al escudo tradicional de trazos conceptuales que aparece de 2008 a 2010 a.i.

REPRESENTACIONES GRAFICAS DEL ESCUDO DE LA REGION MURCIA EN CARTELES DEL FIM DESDE 1968					
					
CARTEL 1987	CARTEL 1989	CARTEL 1990	CARTEL 1991	CARTEL 1992	CARTEL 1993
					
CARTEL 1995	CARTEL 1996	CARTEL 1997	CARTEL 1998	CARTEL 1999	CARTEL 2001
					
CARTEL 2002	CARTEL 2003	CARTEL 2004	CARTEL 2005	CARTEL 2006	CARTEL 2007
					
CARTEL 2008	CARTEL 2010				

EVOLUCIÓN DE LA IMAGEN GRAFICA CORPORATIVA DE LA REGION DE MURCIA EN CARTELES DEL FIM DESDE 1968					
					
CARTEL 1986	CARTEL 1987	CARTEL 1988	CARTEL 1990	CARTEL 1991	CARTEL 1992
					
CARTEL 1993	CARTEL 1995	CARTEL 1996	CARTEL 1997	CARTEL 1998	CARTEL 1999
					
CARTEL 2001	CARTEL 2002	CARTEL 2003	CARTEL 2004	CARTEL 2005	CARTEL 2005-2
					
CARTEL 2006	CARTEL 2007	CARTEL 2008	CARTEL 2010		

Tabla 34y 35: Evolución del símbolo y IGC de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia localizados en los carteles de FIM de 1968-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

EVOLUCIÓN DE LA IDENTIDAD GRÁFICA CORPORATIVA DE OTROS ESPONSORS EN LOS CARTELES DEL FIFM DE 1968 A 2015						
CARTEL 1980	CARTEL 1981	CARTEL 1982	CARTEL 1986	CARTEL 1987	CARTEL 1988	CARTEL 1989
CARTEL 1990	CARTEL 1991	CARTEL 1992	CARTEL 1993	CARTEL 1995	CARTEL 1996	
CARTEL 1997	CARTEL 1998	CARTEL 1999	CARTEL 2000	CARTEL 2001	CARTEL 2002	
CARTEL 2003	CARTEL 2004	CARTEL 2005	CARTEL 2006	CARTEL 2007	CARTEL 2008	
CARTEL 2010	CARTEL 2011	CARTEL 2012	CARTEL 2013	CARTEL 2014	CARTEL 2015	

Tabla 36: Identidad Gráfica Corporativa de otras entidades participantes en el FIFM entre 1968-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

En el año 1986 se incluye por primera vez el logotipo de una asociación no institucional que colabora en la organización del festival. Se trata del Consejo Internacional de Organizaciones de Festivales de Folklore CIOFF.

En adelante se incorporan Asociaciones y Federaciones de Folklore como la Federación Española de Agrupaciones de Folklore desde 1990 y la Federación Murciana de Asociaciones de Folklore en 1994.

En 2001 los carteles comienzan a estar invadidos por las empresas locales con cuya colaboración es posible financiar el evento. Podemos ver la variedad de ellas en la Tabla 36 .

Destaca cómo desde 2011 a 2014 a.i. la colaboración se reduce al CIOFF y a la marca de cerveza murciana Estrella de Levante. En 2015 junto a estos se incluye por primera vez una institución académica, la UCAM, y la UNESCO.

Hemos ordenado los elementos del contexto argumental en relación a tres referentes:

1. Los personajes que aparecen en la escena representada son: personas en el 75'5% de los ejemplares (37 veces); objetos en 25 ocasiones, en el 51% de los carteles; en 6 ejemplares, el 12%, intervienen animales; y en 6 años, que representan el 12% de los casos en estudio, encontramos otros protagonistas. En la Tabla 37 recogemos la descripción de los personajes de cada categoría con el número de veces que aparecen en los 49 carteles con imagen.

DETALLE DE LOS PERSONAJES DE LOS CARTELES DEL FIFM DE 1968 A 2015			
Objetos	Personas	Animales	Otros
<ul style="list-style-type: none"> • Banderas de distintos países del mundo(7) • Cintas (5) • Instrumentos y notas musicales: guitarra, pandereta, flauta "aulós", tambor, balalaica, bongo, postizas, triángulo, flauta, laúd, piano, violín chelo, armónica, (13) • Cenefa de monigotes (1) • Refajo y otros adornos de huertana (2) • Barcos: velero, barcos, balnearios (4) • Molino (1) • Antorcha (1) • cartela con nombre del país (1) 	<ul style="list-style-type: none"> • Pareja de jóvenes folklóricos bailando, desfilando (13) • Chica de un país: desfilando, napolitana, huertana, sevillana, rusa, portuguesa, griega, etc. (8) • Varios grupos folklóricos (9) 	<ul style="list-style-type: none"> • Conchas de animales marinos: erizo, caracola, almejas(2) • Estrella de mar (2) • Paloma(2) • Gaviota (1) • Caballito de mar (1) • Banco de peces (1) 	<ul style="list-style-type: none"> • Mascota: espantapájaros de paja adornado con banderas estampadas (2) • Abstracción geométrica (2) • Sirena (1) • Dioses griegos (1)
		Plantas	

<ul style="list-style-type: none"> • Columna y arco de herradura (2) • Confeti (1) • Edificios emblemáticos y puentes de Murcia (2) • Torre de la Catedral de Murcia (2) • Fuegos artificiales (2) • Paño de ganchillo artesanal (1) • Faro (1) • Mapa del mediterráneo (1) 	<ul style="list-style-type: none"> • Grupo folklórico (4) • Pareja de cantores (1) 	<ul style="list-style-type: none"> • Flores (3) • Palmera (2) 	
---	--	---	--

Tabla 37: Personajes de los carteles del FIFM de 1960-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

En las escenas que representan los carteles examinados los integrantes son fantásticos en 5 de los 49 casos frente a los 44 restantes en los que los personajes representados son reales. En 90% de las ocasiones los participantes en las escenas son prototipos existentes en la realidad.

2. Los lugares donde se sitúan las escenas representadas en los carteles son variadas pero hay escenarios que se repiten con asiduidad. En primer lugar destaca el número de lugares junto al mar que son el escenario del argumento en el 53% de los 49 carteles examinados: la costa mediterránea, la playa, ventanas y balcones que dan al mar. La calle es el segundo espacio que más historias alberga en los carteles del FIFM, el 22'4%. En algunos de ellos se reconoce la identidad de la ciudad de Murcia por los edificios y construcciones. En la mayoría de los carteles se trata de un lugar al aire libre. En dos ocasiones el lugar en que se desarrolla el argumento del cartel es un escenario donde actúan los participantes del festival. En el 33% de los carteles no está definido el lugar de la escena porque puede ser cualquier ubicación o porque se trata de fondos neutros de composiciones artísticas que neutralizan esta información.

El lugar es real en el 63% de los carteles y fantástico en el 37%.

3. El tiempo nos indica a grandes rasgos el clima y el momento del día en los que suceden las fiestas. Los rasgos del tiempo en los que se desarrolla la escena son indefinidos en 14 ocasiones, el 28'5%, y definidos en los 35 restantes, 71'4%. En 32 de estos carteles la escena transcurre en clima cálido. Es por la noche en dos ejemplares, en cuatro casos es de día, el cielo es azul y está despejado. Vemos reflejado el clima de la ciudad de Murcia en los días de septiembre y julio en los que se hace sol y la calidez del clima invita a salir al aire libre en el caso del festival a la calle a ver a los grupos folklóricos.

Si reunimos los datos del contexto argumental encontramos que las narraciones que se utilizan en los carteles se sitúan cerca del mar y en las calles de la ciudad, lo protagonizan representantes de distintos países del mundo vestidos con los trajes tradicionales y hace buen tiempo tanto de día como de noche.

9.2.4. Signos y aspectos relevantes del nivel significado para la construcción del imaginario del Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo.

En el análisis de los carteles hemos localizado una serie de signos que transportan un significado concreto y que forman parte del imaginario del Festival que estudiamos.

En la tabla 38 presentamos los signos detectados en el estudio ordenados de mayor a menor número de veces de aparición y organizados según se refieran al folklore en general, a la ciudad de Murcia y al FIFM en concreto. Este último grupo de signos caracterizan la imagen de este festival de folklore y los diferencian de otros eventos de la misma naturaleza que se celebran en otros lugares.

SIGNOS UTILIZADOS EN LOS EN LOS CARTELES DEL FIFM DE 1968 A 2015		
SIGNOS DE FOLKLORE	SIGNOS DE MURCIA	SIGNOS DEL FIFM
Traje regional (33)	Traje regional (9)	Movimiento (43)
		Azul (29)
		Mar (24) Unión países (24)
Baile (20)	Palmera (6)	Un país concreto (21)
Instrumento (17)	Torre Catedral (4)	Cielo (19)
		Sol (16)
Pareja (16)	Plaza Belluga (2) Huerta (2) Fachada Ayuntamiento (2)	Símbolo paz (15)
		Pareja/s bailando(14)
		Arena playa (12)
		Mediterráneo (12)
Canto/Música (14)	Plaza de la Cruz (1)	Bailarín/a (9)
Individuo (11)	Balneario (1) Molino (1) Puente Viejo (1)	Banderas (8)
		Personaje murciano (8)
		Calle (7)
Grupo (10)		Cintas (5)
		Mapa (2)
		Fuego (2)
		Cantor/es músico/s (1)
		Grupo folklórico (1)
		Corazones (1)

Tabla 38: Signos localizados en los carteles del FIFM de 1968 a 2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

A continuación, vamos a integrar estos elementos significantes con el mensaje que se transmite en los carteles del festival en estudio.

El tipo de discurso en todos los carteles es seductivo puesto que invita al espectador a sumarse a la fiesta que se celebra durante los días del festival en la ciudad de Murcia disfrutando de las actuaciones y de los encuentros en las calles de la ciudad y desde hace unos años, de las actividades culturales que se preparan.

Los trajes regionales de los grupos folklóricos de los distintos países constituyen el elemento más significativos de los carteles de actos folklóricos que junto con los instrumentos musicales y el canto acompañan al baile de los integrantes, bien en parejas o bien en una danza individual.

Las actividades se reparten durante el día y la noche: los días son soleados y luminosos y la noche se acompaña en ocasiones de estrellas y fuegos artificiales. Todo se desarrolla en el clima mediterráneo que caracteriza a la ciudad de Murcia identificada por medio de palmeras y edificios y construcciones o partes de ellos. Las calles se llenan de vidas compartidas, de encuentros al aire libre. Desde el centro de la ciudad donde se erige la Torre de la Catedral, bajo la cual se reconoce la Fachada del Ayuntamiento, pasando por la Plaza de Belluga o la Plaza de la Cruz, puntos de encuentro con los grupos, se cruza por el puente viejo para llegar a la huerta murciana. En las playas de Murcia los molinos y los balnearios aparecen como sellos de identidad del lugar.

Junto a todos los signos anteriores los carteles de este Festival Internacional que se celebra en Murcia, cuentan con una serie de figuras que transmiten el carácter y la razón de ser del mismo.

La internacionalidad se representa mediante banderas de distintos países. La unión y el encuentro armonioso de los pueblos del mundo se logran con la disposición de las banderas dentro de elementos que las aglutinan formando parte de un todo bien dispuesto como en las ropas de un personaje, en el cielo como las nubes, en las banderas de los barcos o formando un ramo de flores. Las cintas de colores se utilizan en los posters como lazos de unión de los participantes así con las manos que se unen y los colores de la piel de las personas a las que abraza una joven huertana a la que reconocemos por su traje regional.

En el festival la unión se consigue mediante la convivencia, compartiendo las raíces de cada pueblo festejando el encuentro con la música, el canto y la danza.

Toda esta actividad comporta el movimiento que está presente en los carteles en las escenas capturadas donde los jóvenes giran, saltan y levantan piernas y brazos. Incluso en las escenas donde no hay individuos bailando hay aire que mueve las hojas, los pájaros que vuelan, las ondulaciones del mar, una joven que sopla, los peces siguen su camino y hasta una estrella baila sobre la arena.

Es un encuentro activo y armonioso que se celebra en el mar Mediterráneo. El agua del mar inunda gran número de los carteles y se caracteriza por el color azul que cobra especial relevancia en las series de ejemplares que estudiamos.

Junto al azul del mar, el azul del cielo que se funde en el horizonte y verdea al llegar a la tierra. La arena ocre, naranja y rojiza que calienta el paisaje de las playas del Mediterráneo simbolizado por las sirenas, los dioses y donde nos sitúan las columnas griegas, la joven con su peinado o el joven auleta que anda por la orilla del mar tocando el aulós a cuyo son danzan sus

acompañantes. La noche azul intensa hace vibrar la luz amarilla y naranja de los reflejos de una fogata y de día el sol, presente en tantos ejemplares, llena de luz blanca y brillante las escenas. Un mapa del mar Mediterráneo alrededor del que giran parejas unidas por unas cintas transmite sin duda el motivo último del festival que se anuncia: procurar la paz entre los pueblos de todo el mundo. Símbolos de la paz como la paloma o las manos unidas.

Y como resultado de este festivo encuentro, la alegría transmitida, a veces en los rostros de los personajes que protagonizan los carteles y, otras veces comunicada con el contraste del color de las ilustraciones. Estas últimas, obras de arte en su mayoría -representadas por las firmas de los artistas- envuelven el festival en el bien hacer de las cosas que el hombre es capaz de construir para vivir en un mundo que respete la identidad de cada comunidad mediante el conocimiento recíproco y, en último término, el amor entre los pueblos.

9.3. EL CARTEL DE LA SEMANA SANTA DE MURCIA (1960-2015)

Número de carteles para el análisis de la Semana Santa de Murcia:

La base de datos de la Semana Santa de Murcia está formada por 92 registros. Los registros anteriores a 1960 son 29: el primero se remonta a 1928 y desde 1945 hasta 1959 a. i. corresponden a años sucesivos. Los registros que comprenden los carteles de 1960 a 2015 son 62 que corresponden a uno por año excepto cuatro años en los que encontramos dos ejemplares (1960, 1961, 1991, 1992, 2002, 2009). Todos ellos anuncian la Semana Santa de Murcia y en una pequeña parte incluyen el anuncio de las Fiestas de Primavera de la ciudad.

9.3.1. Resultados de localización, fuentes y características técnicas.

Datos de localización y fuentes:

En función de la localización los registros del estudio (un registro por año desde 1960 hasta 2015 a.i. excepto seis años que cuentan con dos registros) arrojan los siguientes datos: hemos localizado 61 carteles que en términos relativos suponen el 98,4% de los registros y que alcanzan a 55 años de los 56 años en estudio, el 98,2%. De los ejemplares localizados tenemos imagen de 57 que son con los que trabajamos el análisis de contenido. No hemos encontrado el cartel de la Semana Santa de Murcia del año el 1973, es decir, el 1,6% de los carteles de Semana Santa de Murcia de los años del periodo en estudio. Como muestra el gráfico 3 hemos localizado 61 carteles del periodo en estudio, 57 carteles con imagen (91,9%), 4 de ellos sin la imagen (6,5%) y queda por localizar el de un año que supone el de los 62 registros de los carteles de la fiesta en estudio 1,6%.

La mayor parte de los carteles localizados pertenecen al Archivo Municipal de Murcia y a la Biblioteca Regional pero cabe destacar que todos los localizados de los que no hemos conseguido la imagen están en el Archivo Municipal de Murcia excepto la versión en alemán del cartel de 2009. El Almudí tiene digitalizados la mayor parte de los carteles hasta finales de los setenta y los dos más preciados de los ochenta, en total son 16 los que corresponden al periodo en estudio

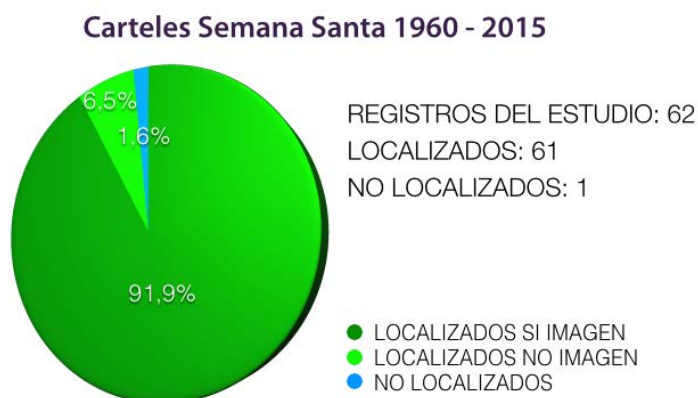


Gráfico 3: Resultados localización carteles de la Semana Santa de Murcia entre 1960 y 2015.

En la Biblioteca Regional encontramos carteles de Semana Santa de Murcia desde 1990 y hemos fotografiado 14 ejemplares que comprenden hasta el de 2004 gracias al apoyo del equipo de conservación del centro. La tercera fuente, pero igual de importante que la anterior, es el archivo del Cabildo Superior de Cofradías de Murcia que nos ha permitido fotografiar 14 carteles no encontrados en las fuentes anteriores, además de procuramos el de 2013. Realizamos una entrevista en profundidad al personal del cabildo que nos permitió entender los cambios en estilos de cartel a través de los años. Otras fuentes de localización de carteles e imágenes de ellos que nos han nutrido, aunque de menor número de ejemplares son: en la página web de coleccionismo todocoleccion.net hemos obtenido la imagen del cartel de 1972; en la versión digital del libro *Diseño Gráfico en Murcia 1899 -1999*. (n.d.) de la Cámara Oficial de Comercio Industria y Navegación de Murcia; y de los siete últimos años del periodo en estudio hemos fotografiado los carteles recogidos en la Oficina de Turismo de la ciudad y en la UCAM.

Todos los carteles anteriores al periodo de estudio menos seis, se conservan digitalizados en el Almudí. Las otras fuentes de localización han sido la Biblioteca Regional de Murcia donde hemos hallado un cartel digitalizado, la página web de antigüedades y coleccionismo www.todocolección.net y las fuentes bibliográficas –tanto en papel como en versión digital– siguientes: en el libro de Libro de M^a Gracia Ruiz Llamas (1992, p. 266) encontramos el cartel de 1928 donde explica que ella lo localiza en la revista *Flores y Naranjos* - nosotros capturamos la imagen de la versión digital de dicho libro-, y del libro de la Cámara Oficial de Comercio Industria y Navegación de Murcia, de su versión digital, capturamos la imagen del cartel de 1945.

Como ya hemos señalado en los resultados de la Feria de Septiembre, hemos encontrado un error en la catalogación en el Archivo del Almudí del cartel de Semana Santa de 1963 que en realidad corresponde al de la Feria de Septiembre del mismo año, dicho error se ha mantenido desde que tenemos los datos en 2005 y aparece sin corregir en el documento que tiene publicado en la página web del Archivo (http://www.archivodemurcia.es/archivos/carteles_digitalizados.pdf) en julio de 2015 (día 27, 14:29h.).

No ha sido necesaria la utilización documental de los programas de la Semana Santa de Murcia como apoyo para localizar la imagen de los carteles, si bien en el trabajo de búsqueda nos

hemos topado con un material muy rico e interesante. Los programas más antiguos no coinciden con los carteles y en la última década una empresa financiera (Cajamar) ha editado un formato de folleto informativo que incluye la ilustración del cartel en la portada pero no con las dimensiones y los elementos tal y como se disponen en el cartel que estudiamos. Por tanto, no se pueden extrapolar los datos de las portadas de los programas de las procesiones de Semana Santa de Murcia a los carteles anunciadores de la misma. Esta cuestión afecta por igual a todo el estudio.

En resumen, de los carteles de Semana Santa de Murcia entre 1960 y 2015 hemos localizado todos menos uno, el del año 1973.

En cuanto a las características técnicas de los carteles localizados tenemos los siguientes datos:

Conocemos el tamaño y, por tanto, la orientación, de todos los ejemplares localizados y los hemos clasificado por su aproximación a los tamaños estándar -en centímetros y en altura por anchura- que corresponden a formatos verticales de 100x70cm, 70x50cm y 50x35cm; orientación horizontal de 70x100cm y otras medidas alejadas de los estándares.

Medidas de los Carteles de Semana Santa de Murcia 1960-2015							
Aproximación a los estándares, en centímetros, altura por anchura							
Medidas		100x70	70x50	50x35	70x100	Otras medidas	Total
Localizados SI Imagen con medidas (5 dobles)	Nº ejemplares	15	33	8*	0	2 (horizontal) 1 (60x40)	54
	Porcentajes	27,8%	61,1%	14,8%	0%	5,6%	100%
Localizados NO Imagen (1 doble)	Nº ejemplares	0	1	1*	0	2 (60x40)	3
	Porcentajes	0%	33,3%	33,3%	0%	66,7%	100%
TODOS Localizados con medidas	Nº ejemplares	15	34	9	0	5	57
	Porcentajes	26,3%	59,6%	15,8%	0%	8,8%	100%

* Los porcentajes están calculados sobre el número de carteles localizados (con y sin imagen en cada caso), si bien los carteles que presentan dos medidas se contabilizan en ambas casillas/dimensiones lo que explica que la suma horizontal sea mayor que el total de carteles. Si restamos las duplicaciones los datos se ajustan al 100%. Seis carteles presentan dos medidas señaladas con el asterisco y no las hemos restado de la cuenta parcial pero si hemos sustraído la duplicación del total.

Tabla 39: Medidas de los Carteles de Semana Santa de Murcia 1960-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

En la Tabla 39 presentamos los datos extraídos en número de ejemplares y relativos al total los ejemplares localizados de los que tenemos medida, 58, y el detalle en los 54 localizados con imagen y los 4 localizados sin imagen. La realidad muestra que el formato más utilizado es el 70x50cm que lo presentan más de la mitad de los -58,6%- , y el siguiente de mayor presencia es el 100x70cm que alcanza el 25,9%, es decir, treinta y tres puntos porcentuales por debajo del anterior y el resto de medidas se aleja mucho más de estas cantidades relativas. Las dos medidas referenciadas más la 50x35cm son de orientación vertical y el total de carteles que ostentan este rasgo asciende al 96,6%, frente al 3,4% cuya orientación es horizontal (2 ejemplares). El resto de medidas que se alejan de las normalizadas, un 8,6%, presentan ambas orientaciones. Hemos encontrado dos tamaños en los carteles de cinco años todos de la década de los sesenta: 1960, 1962, 1963, 1966 y 1967. A la vista de estos datos dibujamos un perfil del cartel de Fiestas de la Semana Santa de Murcia que presenta en general un formato rectangular de orientación vertical y dimensiones 100x70cm que en ocasiones cambia de tamaño pero rara vez de orientación.

9.3.2. Datos del nivel significativo: textos

En cuanto a los datos del nivel significativo comenzamos por recoger los referidos a la parte textual:

Exponemos a continuación en la Tabla 40 los datos cuantitativos referidos a la aparición de los tipos de texto en los carteles que nos permite dibujar el perfil general de los elementos textuales de los carteles de la Semana Santa de Murcia. Estos datos se refieren exclusivamente a los carteles de los que contamos con su imagen.

Analizamos el contenido de los textos observados de los que hemos extraído información que permite conocer la identidad de la Semana Santa y verifica el valor de los carteles como documentos socio-antropológicos de los pueblos.

Especificamos en cada apartado los datos provenientes de los carteles anteriores al periodo en estudio o aquellos de los que no tenemos imagen pero que sí los contamos en la catalogación, para tener una visión más completa y real de los hechos.

Abordamos con detalle cada apartado según el orden de aparición en la ficha de análisis para extraer los resultados de los distintos campos de texto. En primer lugar extraemos la información de los textos informativos:

1. El nombre de la fiesta que aparece en los carteles entre los años 1960 y 2015 se mantiene constante a través de los años: SEMANA SANTA. Este aparece en más ocasiones en mayúsculas que en minúscula pero con poca diferencia indiferentemente en ambos estilos. El tamaño de este texto lo encontramos en más ocasiones de cuerpo menor que el nombre de la ciudad y su colocación respecto del mismo es muy variada (en la misma línea, en la línea superior o inferior, distanciado en el espacio del cartel). Podemos encontrar en el mismo título el año del cartel tanto delante como detrás del texto. En ningún caso hemos encontrado la unión del nombre con el lugar o el año por medio de la preposición "de".

Textos de los Carteles de Semana Santa de Murcia 1960-2015 con imagen				
Tipos de texto en función del carácter de los datos que aportan				
TEXTOS		SI(absolutos y relativos)	NO	TOTAL
Textos Informativos	1. Nombre de la Fiesta	57 - 100%	0 - 0%	57 - 100%
	2. Lugar	57 - 100%	0 - 0%	57 - 100%
	3. Fecha	56 - 98,2%	1 - 1,8%	57 - 100%
	4. Anunciante	35 - 61,4%	22 - 38,6%	57 - 100%
	5. Autor	40 - 70%	17 - 30%	57 - 100%
	6. Imprenta	54 - 94,7%	3 - 5,3%	57 - 100%
Textos Persuasivos	Slogan	1 - 1,8%	56 - 98,2%	57 - 100%
	Otros textos persuasivos	47 - 82,5%	10 - 17,5%	57 - 100%
Otros Textos		48 - 84,2%	9 - 15,8%	57 - 100%

Tabla 40: Tipos de Textos de los carteles de Semana Santa de Murcia 1960-2015

Tipos de texto Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

Los carteles de 1966, 1967 y 1972 incluyen el nombre de las Fiestas de Primavera ya que se anuncian ambos periodos de fiesta en el mismo anuncio. El orden es el mismo en las tres ocasiones y muestra el que siguen las fiestas en el calendario, esto es, primero la Semana Santa e inmediatamente después la semana de fiestas de primavera. Los dos nombres de las fiestas se encuentran tanto unidos por la conjunción “Y” como sin ningún nexo: SEMANA SANTA Y FIESTAS DE PRIMAVERA; SEMANA SANTA FIESTAS DE PRIMAVERA.

En el caso excepcional del cartel de 2002, editado para la marca turística de Murcia, el lugar precede al nombre que a su vez está acompañado del determinante “la”. Esta construcción responde a su función como eslogan por lo que lo analizamos en su apartado correspondiente.

En los antecedentes encontramos otras denominaciones utilizadas en los carteles para designar a la Semana Santa de Murcia:

- Cuando se anuncian junto a las fiestas de primavera podemos ver las siguientes expresiones que cargadas de tono persuasivo: “GRANDES FIESTAS DE SEMANA SANTA Y PRIMAVERA” (1928); “GRANDES FIESTAS CÍVICO-RELIGIOSAS DE PRIMAVERA” (1929); “GRANDES FIESTAS DE PRIMAVERA” (y en texto del programa) “PROCESIONES DE SEMANA SANTA” (1932); “SOLEMNE SEMANA SANTA Y GRANDIOSAS FIESTAS DE PRIMAVERA” (1943); “SEMANA SANTA Y FIESTAS DE PRIMAVERA” (1945); SOLEMNES PROCESIONES DE SEMANA SANTA Y GRANDIOSAS FIESTAS DE PRIMAVERA (1946); SEMANA SANTA Y FIESTAS DE PRIMAVERA (1945, 1949, 1950 y 1951).
- Desde 1952 la Semana Santa es el referente único de los carteles que la anuncian y las formas de nombrarla que encontramos son dos: una excepción en 1957 que utiliza la preposición “de” con el fin de singularizar la fiesta en la ciudad “Semana Santa de

Murcia” y la denominación que ha permanecido en el tiempo hasta 2015 “Semana Santa”.

La forma de referirse a la Semana Santa en los carteles de Murcia no ha variado desde principios de s. XX (si bien en ocasiones se encontraba acompañada de adjetivos grandilocuentes) y se mantiene constante durante todo el periodo estudiado.

2. Como referencia al lugar donde se celebran las fiestas anunciadas en los carteles estudiados se utiliza el nombre de la ciudad, Murcia. Aparece en todos los carteles a gran tamaño y llega a ocupar la parte superior o inferior del cartel de lado a lado (por ejemplo en el cartel de 2009). En relación al nombre de la fiesta anunciada –Semana-Santa- lo encontramos en la misma línea y cuerpo de letra, en líneas superiores o inferiores y con tamaños variados pero siempre muy legibles y destacadas. Cuando este nombre aparece independiente queda resaltado por un tratamiento especial ya sea por el color, el tamaño, la tipografía, etc., ya sea por el lugar donde se coloca. La forma de referirse a la Semana Santa en los carteles de Murcia no ha variado desde principios de s. XX (si bien en ocasiones se encontraba acompañada de adjetivos grandilocuentes) y se mantiene constante durante todo el periodo estudiado.

Hay un caso especial en el que el texto de mayor tamaño es el nombre del país, ESPAÑA, que aparece como información esencial del cartel. La explicación de este hecho es que el cartel se creó con fines turísticos. Sabemos por los datos que aparecen en el original de 1969 que el anunciante es la Dirección General de Promoción del Turismo del Ministerio de Información y Turismo.

3. En 56 carteles de los 57 que tenemos con imagen aparecen textos que informan de las fechas en las que se celebra la Semana Santa en Murcia. Encontramos distintos niveles de especificación de las fechas:

- Los carteles en los que solo se informa del año del cartel: los ejemplares de nueve años. La mayoría de los años aparecen apuntados con la cifra completa. En dos ocasiones los vemos expresados con la decenas y unidades, es decir, la cifra que los diferencia dentro del siglo: 76 (1976) y 86 (1986). La inclusión del año como única referencia a las fechas de celebración es una práctica habitual desde los años treinta del s. XX como hemos comprobado en el material de antecedentes de la investigación donde tenemos evidencias de toda la década de los cincuenta, casi toda la década de los cuarenta y un ejemplar de 1932. En parte de estos carteles se utiliza la palabra “año” delante de la cifra.
- Cuando se detalla el mes de celebración y el año en el poster. En el intervalo de estudio hemos encontrado un solo ejemplar, el del año 1962, donde antecede el nombre del mes -abril en este caso- a la cifra del año.
- Los ejemplares que puntualizan los días de comienzo y fin de la Semana Santa junto con el mes y el año. La primera vez que se informa del periodo exacto de la semana de celebración de estas fiestas religiosas entre 1960 y 2015 es en 1966. Desde entonces hasta 2015 solo encontramos cuatro años en los que no se incluyen ni los días ni el mes del ciclo de Semana Santa en los carteles que la anuncian y corresponden a los años 1971, 1974, 1976 (década de los setenta) y 1986. Esta práctica no se utilizaba desde los

años veinte del s. XX como podemos comprobar en los carteles anteriores a 1960 donde solo hemos comprobado la inclusión de esta concreción de fechas en los carteles de 1928 y 1929. Desde entonces hasta 1966 solo se ha incluido el año al que correspondía el cartel. Hemos detectado tres modalidades en estos ejemplares: los carteles en los que el intervalo va acompañado del año en la misma línea y cuerpo de letra, los carteles en los que el año se encuentra junto al título del cartel “Semana Santa AAAA”, y en ocasiones en los que el año tiene un tamaño destacado respecto del nombre de la fiesta y se encuentra separado del mismo.

- Hay un caso extraordinario en el que no aparece el año y sí se da cuenta de los días de inicio y clausura de la Semana Santa. Se trata del cartel de 1969 editado por el Ministerio de Información y Turismo que tiene muchas peculiaridades probablemente al estar elaborado con unos objetivos específicos para la promoción del turismo.
- Otro caso único es el cartel que no lleva fechas editado en 2002 para la promoción turística de modo que la ausencia de este dato lo hace válido para anunciar la Semana Santa sin que quede obsoleto por referirse a un año concreto.

Cuando se especifican las fechas de comienzo y clausura de las fiestas los carteles presentan varias maneras de escribirlo: “del_al_” y sin la contracción de la preposición y el determinante inicial “de_a” o “_al_”; los días separados por guión “-” o por barra inclinada “/”; y cuando se acompaña del mes puede unirse con la preposición “de” o puede ir delante de las fechas separado por un espacio o un guión; así mismo el año puede aparecer unido por la preposición “de” o separado por un espacio y precedido o no del sustantivo “año”. Reunimos a continuación ejemplos de las posibilidades comentadas en los que respetamos el uso de mayúsculas y minúsculas según aparece en el cartel:

- 1966 1 al 17 de Abril (año separado del título y de estas fechas)
- 19 de MARZO a 9 de ABRIL. AÑO 1967 (misma línea y tamaño)
- 1975 DEL 23 AL 30 DE MARZO (año en el título)
- 77 DEL 23 AL 30 DE ABRIL (año mayor que el título y de las fechas)
- 1988 25 de marzo-3 de abril (año en el título)
- 2 al 11 de abril de 1993 (misma línea y tamaño)
- 7 - 16 Abril 1995 (misma línea y tamaño)
- 26 de marzo/4 de abril 1999 (año igual que el título debajo de las fechas)
- 14/23 abril 2000 (misma línea y tamaño) Año Jubilar (mayor tamaño y separado)
- del 30 de marzo al 8 de abril de 2007
- DEL 22 AL 31 DE MARZO DOS MIL 13 (año separado del título y de la fecha con una expresión nunca utilizada y por ello creativa)

La duración de la Semana Santa depende de la tradición cristiana y no de las instituciones públicas de la ciudad. En principio, el nombre de la fiesta en estudio corresponde a los siete días de la semana en que se venera la Pasión de Cristo y que culmina en el Domingo de Resurrección o Pascua de Resurrección. Sin embargo, los desfiles procesionales y la preparación de estas fiestas que tienen carácter popular y folklórico comienza en el periodo de la Cuaresma y se han ido

incorporando nuevas procesiones en la ciudad de Murcia desde el Viernes de Dolores previo a la Semana Santa.

En 1966 y 1972 el periodo anunciado comienza el día conocido como *Viernes de Dolores* y, como anuncia conjuntamente las fiestas de primavera, se extiende hasta final de las mismas.

En 1967 la fecha de comienzo es el *Domingo de Ramos* y la de fin nos indica que ese año las Fiestas de Primavera duraron dos semanas.

En el cartel de 1969 las fechas se limitan a la semana del Lunes Santo a Domingo de Resurrección, los siete días de la semana de pasión que comienza el *Lunes Santo* porque el cartel se prepara desde fuera de la ciudad y no tiene en cuenta las costumbres y celebraciones locales.

En 1975, 1977, 1978, 1979, 1983, 1984 son ocho días desde el *Domingo de Ramos* los que suma el tramo anunciado.

De 1980 a 1982, el año 1985, y desde 1987 hasta 2015 de forma continuada el primer día de fiesta es el *Viernes de Dolores*, es decir, se aumenta a diez días la duración anunciada en el cartel de la Semana Santa de Murcia.

El Cartel de Semana Santa de Murcia especifica las fechas de celebración de la misma detallando día, mes y año de comienzo y fin de los actos.

4. El anunciante que más veces ha intervenido en el cartel de la Semana Santa de Murcia entre los años 1960 y 2015 es el Ayuntamiento de Murcia. El segundo en número de apariciones es el gobierno de la Región de Murcia y le sigue en tercer lugar el Cabildo Superior de Cofradías de Murcia. Puntualmente han colaborado en el cartel tanto la marca turística de la Región de Murcia como la del Ayuntamiento de la ciudad de Murcia.

Los textos referidos a los anunciantes/emisores que aparecen en los 57 carteles de la base de datos de Semana Santa de Murcia que tenemos completos con la imagen arrojan los siguientes datos: hay 31 ejemplares -54,4%- donde se referencia textualmente al gobierno de la Comunidad autónoma de la Región de Murcia, en 24 -42,1%- aparece escrito el nombre del Cabildo Superior de Cofradías de Murcia y los carteles que mencionan al Ayuntamiento de Murcia como organizador son 22- 38,6%- y otros 22 -38,6%- en los que no hay texto alguno que se refiera a los encargados del evento una excepción que no lo menciona (1, 3,7%):

- Los carteles en los que no aparecen textos referidos al organizador son los de los años comprendidos entre la primera década en estudio, los años sesenta, y el último año de los ochenta, 1989. Concretamente desde 1960 hasta 1981 a.i. solo se menciona al anunciante en el excepcional cartel de 1969, varias veces mencionado en los resultados porque rompe con los costumbres en la creación de los carteles que se seguían hasta entonces y se continuaron observando tras él. Posteriormente, en los ochenta hay tres casos (1983, 1988 y 1989) en los que el Ayuntamiento solo incluye su escudo y prescinde de texto para su identificación como era habitual en la primera mitad del s. XX y podemos observar en la Tabla 41. Esta práctica se abandonó en los primeros cinco años de los sesenta y vuelve a adoptarse en 1966.
- En los 35 carteles con imagen restantes dejan su firma las instituciones públicas y privadas ya mencionadas y que podemos observar en la tabla 3 combinadas de

diversas formas: solo Ayuntamiento de Murcia, solo el Cabildo Superior de Cofradías de Murcia, solo la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia; Ayuntamiento y Comunidad Autónoma; Cabildo y Comunidad Autónoma; Cabildo, Comunidad Autónoma y Ayuntamiento; Cabildo, Comunidad Autónoma, turismo Región de Murcia y Ayuntamiento; y Cabildo, Comunidad Autónoma, turismo ciudad de Murcia.

- La difusión de las marcas turísticas de la Región de Murcia y de la ciudad de Murcia comienza a finales de los ochenta. En 1987 encontramos un slogan de campaña de turismo de Murcia con un corazón verde en el centro cuyo texto es “De Murcia (dibujo corazón) todo”. No volvemos a ver ningún elemento de este tipo hasta 1998. Desde éste año se incluye la marca turística de la Región de Murcia de forma continua durante catorce años con el slogan y la identidad gráfica de la campaña de turismo vigente de forma que hemos localizado las siguientes: de 1998 a 2000 a.i. “Murcia la costa cálida”, de 2001 a 2010 a.i. “Murcia turística” y en 2011 “Región de Murcia no-typical” es la última vez que se incluye. Desde 1998 aparecen la marca turística de la Región de Murcia durante catorce años: de 1998 a 2000 a.i. “Murcia la costa cálida”, de 2001 a 2010 a.i. “Murcia turística” y en 2011 “Región de Murcia no-typical” es la última vez que se incluye. En el cartel de 2015 se coloca la marca turística de la ciudad “Mu&cia Una ciudad para compartir” dentro de la campaña creada por la agencia Portavoz y presentada en los medios en noviembre de 2014.
- El único cartel donde no se nombra organización local de Murcia alguna es el correspondiente al año 1969. En esta ocasión queda por escrito que el editor del mismo es la Dirección General de Promoción del Turismo del Ministerio de Información y Turismo por medio de su servicio de publicaciones.

AÑO	Textos que designan a los emisores: organizadores y colaboradores
1969	PUBLICACIONES DEL MINISTERIO DE INFORMACIÓN Y TURISMO - DIRECCION GENERAL DE PROMOCION DEL TURISMO
1982	EXCELENTISIMO AYUNTAMIENTO DE MURCIA CONSEJO MUNICIPAL DE CULTURA Y FESTEJOS
1984	REAL Y MUY ILUSTRE CABILDO SUPERIOR DE COFRADÍAS. MURCIA
1985	Consejo Municipal de Festejos y Turismo/ Excmo. Ayuntamiento de Murcia Colabora Consejería de Industria Comercio y Turismo/Comunidad Autónoma de Murcia
1986	CONSEJO MUNICIPAL DE FESTEJOS Y TURISMO. EXCMO. AYUNTAMIENTO DE MURCIA COLABORA: CONSEJERIA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO. COMUNIDAD AUTONOMA DE MURCIA
1987	Ayuntamiento de Murcia Consejo Municipal de Festejos y Turismo Colabora: Consejería de Industria Comercio y Turismo Comunidad Autónoma de Murcia
1990	Excelentísimo Ayuntamiento de Murcia Región de Murcia Consejería de Cultura, educación y Turismo

1991	Excelentísimo Ayuntamiento de Murcia Región de Murcia Consejería de Cultura, Educación y Turismo. Dirección General de Turismo
1992	Región de Murcia Consejería de Cultura, Educación y Turismo. Dirección General de Turismo
1993	Región de Murcia Consejería de Cultura, Educación y Turismo, Dirección General de Turismo REAL Y MUY ILUSTRE CABILDO SUPERIOR DE COFRADIAS MURCIA
1994 y 1995	Región de Murcia Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo REAL Y MUY ILUSTRE CABILDO SUPERIOR DE COFRADIAS MURCIA
1996	Región de Murcia Consejería de Industria, Trabajo y Turismo. Dirección General de Turismo REAL Y MUY ILUSTRE CABILDO SUPERIOR DE COFRADIAS MURCIA
1997	Comunidad Autónoma de Murcia Consejería de Industria, Trabajo y Turismo Dirección General de Turismo AYUNTAMIENTO DE MURCIA REAL Y MUY ILUSTRE CABILDO SUPERIOR DE COFRADIAS MURCIA
1998	Comunidad Autónoma de Murcia Consejería de Industria, Trabajo y Turismo Dirección General de Turismo AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura, Festejos y Turismo REAL Y MUY ILUSTRE CABILDO SUPERIOR DE COFRADIAS MURCIA murcia la costa cálida
1999	Comunidad Autónoma de Murcia Consejería de Industria, Trabajo y Turismo Dirección General de Turismo murcia la costa cálida AYUNTAMIENTO DE MURCIA REAL Y MUY ILUSTRE CABILDO SUPERIOR DE COFRADIAS - MURCIA
2000	Comunidad Autónoma de Murcia Consejería de Industria, Comercio Turismo y Nuevas Tecnologías Dirección General de Turismo murcia la costa cálida AYUNTAMIENTO DE MURCIA REAL Y MUY ILUSTRE CABILDO SUPERIOR DE COFRADIAS - MURCIA
2001	Región de Murcia Consejería de Turismo y Cultura Dirección General de Promoción Turística MURCIA turística AYUNTAMIENTO DE MURCIA REAL Y MUY ILUSTRE CABILDO SUPERIOR DE COFRADIAS MURCIA
De 2002 a 2004	Región de Murcia Consejería de Turismo y Ordenación del Territorio Dirección General de Promoción Turística MURCIA turística AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y Festejos REAL Y MUY ILUSTRE CABILDO SUPERIOR DE COFRADIAS MURCIA
2005 a 2007	REAL Y MUY ILUSTRE CABILDO SUPERIOR DE COFRADIAS MURCIA Región de Murcia Consejería de Turismo, Comercio y Consumo Dirección General de Promoción Turística MURCIA turística AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y Festejos
2008	REAL Y MUY ILUSTRE CABILDO SUPERIOR DE COFRADIAS MURCIA Región de Murcia Consejería de Turismo y Consumo Dirección General de Promoción Turística MURCIA turística AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Fiestas y Cultura Popular

2009	REAL Y MUY ILUSTRE CABILDO SUPERIOR DE COFRADIAS MURCIA Región de Murcia MURCIA turística MURCIA
2010	REAL Y MUY ILUSTRE CABILDO SUPERIOR DE COFRADIAS MURCIA Región de Murcia MURCIA turística AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Fiestas y Cultura Popular
2011	REAL Y MUY ILUSTRE CABILDO SUPERIOR DE COFRADIAS MURCIA Región de Murcia Región de Murcia no-typical AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Fiestas y Cultura Popular
2012	REAL Y MUY ILUSTRE CABILDO SUPERIOR DE COFRADIAS MURCIA Región de Murcia AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Fiestas y Cultura Popular
2013	CABILDO SUPERIOR DE COFRADÍAS DE MURCIA Región de Murcia AYUNTAMIENTO DE MURCIA
2014	CABILDO SUPERIOR DE COFRADÍAS DE MURCIA Región de Murcia MURCIA
2015	CABILDO SUPERIOR DE COFRADÍAS DE MURCIA Región de Murcia Murcia Una ciudad para compartir

Tabla 41: Textos de los organizadores y colaboradores en los carteles de Semana Santa de Murcia 1960-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

El Ayuntamiento de Murcia ha sido el responsable de encargar y difundir el cartel de la Semana Santa de Murcia hasta la llegada de la democracia, donde el apoyo institucional público a este tipo de eventos religiosos ha ido variando en función de los criterios políticos de las distintas legislaturas. La forma de aparecer en él (cuando lo ha hecho, porque como hemos comprobado hay carteles sin identificación alguna del organismo responsable) ha sido muy variada pues ha utilizado el escudo de la ciudad sin acompañarlo de texto identificador hasta que se hizo necesario su inclusión para diferenciarse de los otros anunciantes: el gobierno de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia y el Cabildo Superior de Cofradías de Murcia. En el cartel de 1987 encontramos por primera vez el nombre del Ayuntamiento junto al símbolo que desde entonces forma parte de la identidad gráfica corporativa de esta institución de gobierno local (en todas sus transformaciones conocidas). Los dos años siguientes y 1991 vuelve a su práctica habitual de incluir solo el escudo de la ciudad, cosa que no volverá a ocurrir en ningún cartel (en 1990 si acompaña de leyenda al escudo). Entre 1992 y 1996 no encontramos la marca del Ayuntamiento, que se reincorpora al año siguiente. Desde 1997 no ha dejado de incluir su IGC al cartel de Semana Santa. Es curioso que solo en 2009 y 2014 adopte el diseño más actual de su marca (realizado por Alberto Corazón en 2007) en la que solo aparece simplemente el texto *Murcia*. En el último cartel del estudio -2015- se incluye la marca *murcia* con que el Consistorio promociona el turismo de la ciudad desde noviembre del año dos mil catorce pero no se nombra al Ayuntamiento como tal ni aparece su identidad.

Las formas de nombrar al Ayuntamiento de la ciudad han variado en el tiempo: el nombre “Ayuntamiento de Murcia” precedido por el reconocimiento protocolario de “Excelentísimo” -o su abreviatura “Excmo.”; en la mayoría de las ocasiones aparece solo “Ayuntamiento de Murcia”; y acompañado de la Concejalía correspondiente en once carteles correspondientes al año 1998 y de 2002 a 2008 y de 2010 a 2012; en 2014 el texto que designa al Ayuntamiento en la Identidad Gráfica Corporativa del mismo es el nombre de la ciudad “Murcia”.

En la Tabla 41 comprobamos que los carteles analizados son documentos valiosos para conocer los cambios en la designación de las estructuras del Ayuntamiento que se encargan de las fiestas de Murcia y, en este caso, de la Semana Santa murciana. El *Consejo Municipal de Cultura y Festejo* es el primero que encontramos en el año 1982. En 1985 cambia su nombre a *Consejo Municipal de Festejos y Turismo* que se mantiene en los carteles de 1986 y 87. Desde 1998 el nombre en la organización del Consistorio que aparece en los carteles cambia de *Consejo* a *Concejalía*, y es la *Concejalía de Cultura, Festejos y Turismo* la encargada de lo tocante a las fiestas ese año. En 2002 *Turismo* se ha desvinculado de la concejalía que ahora se llama *Concejalía de Cultura y Festejos* que se incluye en todos los carteles de los años siguientes hasta 2007 inclusive. En 2008 hay un cambio significativo pues la denominación de la concejalía - *Concejalía de Fiestas y Cultura Popular* -expresa la importancia dada a las fiestas y a la cultura popular en todas sus manifestaciones que se mantiene en los carteles desde 2010 hasta 2012. En los últimos tres años de investigación no vuelve a nombrarse la concejalía del Consistorio encargada de colaborar en la organización de la Semana Santa de Murcia. En la investigación hemos localizado un cartel que solo lleva la identidad corporativa de la marca turística de Murcia que se imprimió en 2002 como herramienta de promoción de la ciudad.

Únicamente en los carteles de 1985, 1986 y 1987 aparece el término “COLABORA” referido a la Consejería de Industria, Comercio y Turismo de la Comunidad Autónoma de Murcia.

El gobierno de la Comunidad Autónoma comenzó como colaborador en la preparación de la Semana Santa de Murcia pero se ha implicado cada vez más en la misma hasta llegar a aparecer en los carteles como el emisor principal. El valor de la Semana Santa de la ciudad como reclamo turístico hacia la ciudad y la Región murciana en su totalidad es la causa del respaldo que esta institución regional ha mostrado hacia la misma. En la base de datos encontramos dos carteles editados por la Dirección General de Turismo de la Región de Murcia exprofeso para la campaña de turismo con motivo de la Semana Santa de Murcia en 1991 y 1992. El mismo organismo elaboró para los mismos años, sendos carteles de la Semana Santa de toda la región que tenemos recogidos en los anexos, pero que no hemos incluido en el análisis porque se salen de la acotación metodológica. A su vez, el principal origen del valor turístico de las procesiones de Murcia radica en poder contemplar en todo su esplendor la obra del reconocido escultor e imaginero Francisco Salzillo.

La intervención del gobierno regional de la comunidad autónoma de Murcia en los carteles de la Semana Santa de Murcia ha tenido dos formas claramente diferenciadas en los textos que se refieren a ella: la fórmula utilizada desde la aparición del gobierno regional que encontramos desde 1885 es *Comunidad Autónoma de Murcia* y la denominación *Región de Murcia* encontrada por primera vez en el cartel de 1990. Estos nombres se han utilizado de forma intermitente ya tras siete años en

los que se utiliza la segunda denominación, se recuperó el nombre primero en los años que van de 1997 a 2000 a.i. Desde entonces se ha implantado el uso de la denominación Región de Murcia como comprobamos en los últimos quince años de cartelería.

En su primera aparición, se informa de que es la *Consejería de Industria, Comercio y Turismo* la colaboradora dentro de la *Comunidad Autónoma de Murcia* y así continúa siendo hasta 1987. De 1990 hasta 1993 la referencia que se inserta en los posters es *Región de Murcia Consejería de Cultura, educación y Turismo* que desde 1991 incluye al final *Dirección General de Turismo*. En 1994 y 1995 pasa a ocuparse de la Semana Santa la *Consejería de Fomento y Trabajo* de la que depende ahora la Dirección General de Turismo, que modifica al año siguiente -1996- su nombre a *Consejería de Industria, Trabajo y Turismo* permaneciendo con tal denominación en todos los carteles hasta 1999 inclusive. En 2000 es la *Consejería de Industria, Comercio, turismo y Nuevas Tecnologías* la que da cabida a la Dirección General de Turismo. En 2001 hay un cambio significativo en ambos organismos ya que se crea la *Consejería de Turismo y Cultura* y la nueva *Dirección General de Promoción Turística* que pasa a depender en 2003 y 2004 de la *Consejería de Turismo y Ordenación del Territorio* y en 2005 pasa a ser la *Consejería de Turismo, Comercio y Consumo*. En el cartel de 2008 encontramos la última inclusión del nombre de la concejalía de la Región de Murcia que ha sufrido otro cambio a *Consejería de Turismo y Consumo* de la que depende la *Dirección General de Promoción Turística*.

Como hemos detallado, junto a la identidad de la Comunidad Autónoma se ha colocado la identidad gráfica de la marca turística de Región de Murcia desde 1998. Esta marca cobra especial relevancia en los carteles de 2009 a 2012 cuando la identidad de la Región de Murcia simplifica su diseño y reduce su texto a "Región de Murcia".

La visión global en cuanto a los responsables del cartel de la Semana Santa de Murcia apunta al Ayuntamiento como responsable histórico del mismo. Sin embargo, se evidencia en los ejemplares analizados el respaldo de la Comunidad Autónoma que ha sido constante e incluso único durante unos años. Por encima de ambos anunciantes, desde que el Cabildo Superior de Cofradías se hace responsable de la organización de las procesiones y actos relacionados con ellas, el encargo del cartel es uno de sus cometidos y por ello su identidad gráfica tiene un tamaño y colocación significativa lo que no resta importancia a los colaboradores citados.

5. La relación de los autores de los carteles de Semana Santa de Murcia presenta las tendencias estilísticas de creación en este tipo de posters y nos permite reconstruir el panorama de los cartelistas murcianos y su profesionalidad en este terreno. En este apartado incluimos los autores de los carteles anteriores al periodo en estudio como antecedentes de los que integran el intervalo de años analizado entre 1960 y 2015. Recogemos en la Tabla 42 los textos con los que se hace referencia a los autores de los carteles localizados de cada año respetando mayúsculas y minúsculas y no se incluyen los nombres de los artistas que firman las ilustraciones pero que su nombre no aparece escrito en los créditos. Estos nombres sí se incluyen en la tabla 43 donde clasificamos a los autores en función de su perfil profesional.

Referencias a los Autores de los carteles localizados de la Semana Santa de Murcia de Septiembre 1960-2015	Año
DIAPOSITIVA 6X6 FOTO LOPEZ	1963
Laorden, Antonio Incluye fotografías de López	1966
FOTO: F. Catalá Roca	1969
FOTO TOMAS	1971
Foto LOPEZ	1974
vicente martinez gadea	1980
VICENTE MARTINEZ GADEA	1981
Foto LOPEZ	1984
Pintura de Ramón Gaya	1987
FOTO: J. ALARCON ROS	1988
FOTO: J.J. PEREZ GOMEZ.	1989
FOTO: JUAN JESUS	1990
Foto: Antonio José García Romero	1991
1: Foto: CARLOS MOISES GARCIA 2: Foto: Juan José Pardo Mora/	1992
Fotografía: José Luis Griñán Escribano	1993
Fotografía: JUANI MADRICI RIOS	1994
Fotografía: Andrés Nortes Checa	1995
Foto: M ^a Dolores Bartolomé Ríos	1996
DISEÑO: TROPA / . FOTOGRAFÍA: MIGUEL ALBA CARRASCOSA	1997
Diseño: Tropa . Fotografía: Rafael Francés Márquez	1998
AUTOR: ANDRÉS NORTES CHECA	1999
AUTOR: RAFAEL FRANCÉS MÁRQUEZ	2000
FOTO ANGEL MATINEZ REQUIEL	2001
1:FOTO: ISRAEL CRESPO, DISEÑO: TROPA 2: Autor de la Fotografía: Angel Martínez Requiel	2002
Fotografía: Manolo Quijada Pinar	2003
Fotografía: Juan Ignacio Cerdá Meseguer	2004
Autor: Rafael Francés Márquez. Lema: "Descendimiento".	2005
Autor: Juan Antonio Fernández Labaña.	2006
Autor: Fco. Javier Asunción López	2007
Autor: Alejandro Molina López	2008
FOTOGRAFÍA: JUAN ANTONIO FERNÁNDEZ LABAÑA	2009

Autor: J. Morejón	2010
Pintura Balibrea - Fotografía Juanchi López	2011
Obra: Luis J. Fernández / Diseño: sgmstudio.es	2012
9 ACUARELAS/PEDRO CANO//DISEÑO/JOSÉ LUIS MONTERO//	2013
PINTURA Y MAQUETACIÓN JUAN ANTONIO FERNÁNDEZ LABAÑA	2014
PINTURA: PEDRO SERNA/FOTOGRAFÍA JUANCHI LÓPEZ/ CABILDO SUPERIOR DE COFRADÍAS DE MURCIA	2015

Tabla 42: Textos de las referencias a los autores de los carteles de Semana Santa de Murcia localizados de 1960-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.








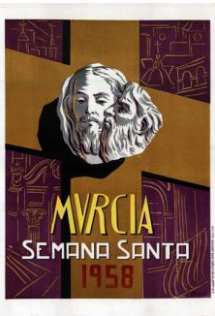

No aparece la referencia al autor o la firma de la ilustración que nos permite conocerla en todos los carteles de los que tenemos imagen. Concretamente se desconoce la autoría del uno de los dos ejemplares de 1960 y de 1961, y del cartel de 1991 para Turismo de la Región de Murcia. De los cuatro carteles que tenemos localizados pero sin imagen solo hemos encontrado el nombre del autor del año 1964 y de 2009 porque se trata de una versión en alemán del mismo autor.

La expresión de los textos que informan sobre el autor del cartel varía en función de la actividad que realiza éste. La forma textual de nombrar al encargado es diversa en el periodo estudiado. Hasta entrados los años ochenta, cuando la ilustración es una pintura y va firmada por el artista, no aparece su nombre escrito en el cartel. La primera vez que se añade la referencia al pintor además de la firma, es en 1987 con el texto "Pintura de Ramón Gaya". Esta expresión la encontramos en tres de los últimos seis años analizados (finales de los años diez y principios de los veinte del s. XXI) y en los otros tres se utiliza "Autor" y "Obra". Como anécdota el texto del cartel de 2013 que especifica la autoría del cartel: 9 ACUARELAS/PEDRO CANO//DISEÑO/JOSÉ LUIS MONTERO//. Los autores que conocemos por la firma son: Antonio Carbonell -1960-, Mínguez -1961-, Antonio Laorden -1962-, José María Párraga -1965-, Laorden y fotografías de López (dato del Almudí) -1966-, Mechó -1975-, Cánovas -1976-, Manuel Muñoz Barberán -1977-, José María falgas -1978-, Mariano Ballester -1979-, Aurelio-1982-, Ramón Gaya-1983, Manuel Avellaneda Gómez -1985-, Muñoz Barberán, Manuel -1986-. Todos los carteles anteriores al periodo en estudio son obras de pintores e ilustradores de cada época que en la mayor parte de los casos contienen la firma artística del autor y que en ningún caso aparece la información en un texto aparte. Los autores de los carteles antecedentes son: Pedro Flores y Ramón Gaya (finales años 20), Gil de Vicario (años 30 y 50), J. Pérez Gil (años 40), Miguel del Mural Gómez (años 40), José Antonio Molina Sánchez (años 40), Carlos Valenciano (años 40), Diez (años 40), Antonio Laorden (años 40 y 50), Carlos Gómez (años 40), Tomás Fuentes (años 40), Antonio Carbonell (años 40), Manuel Muñoz Barberán (años 50), Márquez (años 50), J.Hernández (años 50), T. Egea Azcona (años 50). De todos ellos, Ramón Gaya, Antonio Carbonell, Antonio Laorden y Manuel Muñoz Barberán han realizado carteles en la etapa estudiada. En número de carteles Laorden es autor de tres todos de los años 60 y Muñoz Barberán de otros tres más repartidos en el tiempo. Gaya es el autor que más ha prolongado su

labor de cartelista (sesenta años) con dos carteles de los ochenta (1983 y 1987) cuando su primer cartel de Semana Santa y Fiestas de Primavera data de 1929.

La palabra “Diseño” precede al nombre de las agencias de publicidad que han intervenido en la preparación de los carteles que son dos: Tropa en dos ocasiones (1997 y 1998) y sgmstudio.es (2012). En los casos en los que se distingue la labor de composición del cartel de la realización de la ilustración se han utilizado la palabra “maquetación” o “diseño”.

Los carteles de la Semana Santa de Murcia tienen una gran tradición en cuanto al uso de la fotografía puesto que las cofradías han querido mostrar la realidad de sus pasos y tradiciones con el realismo que permite este medio tecnológico. El número de carteles con fotografía corrobora este hecho: 33 de los 57 con imagen, es decir, el 56% de los carteles analizados. En veinte y seis de los carteles que incluyen la fotografía como elemento principal encontramos la palabra “Foto”, “Fotografía” y en una ocasión “Autor de la fotografía”. En los otros siete la palabra que se utiliza es “Autor” y se da por supuesto que se refiere a la imagen. El primer cartel con fotografía es el de 1963 y el último el de 2009. El uso de la fotografía en estos carteles se ha mantenido, entre otras circunstancias, a través de un concurso de fotografía que el Cabildo convoca para ilustrar el cartel y que en los últimos años, cuando decidieron retomar el encargo a pintores, enfocaron para que la imagen ganadora ilustrase la portada de la revista de la edición del año.

Autores antecedentes que intervienen en el cartel de Semana Santa de Murcia hasta 1959				
1929 Gaya	1949 Carbonell	1943 Laorden	1946 Laorden	1952 Muñoz Barberán
				
	1953 Carbonell	1954 Carbonell	1958 Muñoz Barberán	1959 Laorden
				

El fotógrafo del cartel de 1964, del que no tenemos la imagen, y de las fotos de la composición ilustrada de 1966 es Juan López, según los datos encontrados en el registro del Almudí. Lo mismo ocurre con Tomás Alarcón que hemos tomado su nombre del archivo del Almudí porque en la imagen no se lee bien el texto y no podemos afirmar con toda certeza que incluya su nombre.

Con todos los nombres encontrados, cuarenta y cinco, hemos elaborado la Tabla 43 donde los clasificamos como artistas plásticos (pintores, escultores), fotógrafos, diseñadores e ilustradores. El nombre marcado con asterisco* corresponde a un autor que aparece en tres labores diferentes: Juan Antonio Fernández Labaña al que se le atribuye en 2006 la fotografía y en 2014 tanto la pintura como la maquetación. Con doble asterisco** hemos marcado el nombre de dos agencias de publicidad responsables del diseño en los carteles de tres años (supone el 5,4% de los 56 años) que no contabilizamos en el número de autores por no corresponder a personas independientes. Un dato curioso relacionado con la agencia Tropa es que José Luis Montero que ha pertenecido a esta agencia durante décadas como fotógrafo aparece en el cartel de 2013 como diseñador.

Los carteles de artistas de estos años son 17, es decir el 40,5%; los realizados por diseñadores son 2, el 4,7% (uno de ellos, José Luis Montero, realiza la maquetación del cartel con las acuarelas de Pedro Cano). Y 23 autores, el 54,8%, son fotógrafos que pueden ser solo los que han hecho la foto o que se encargan del diseño completo del cartel.

Profesión o Perfil más destacado	Nombre de los cartelistas de la Semana Santa de Murcia en el periodo 1960-2015	Número total y % sobre 42
Pintor	Antonio Carbonell, Mínguez, Antonio Laorden, José María Párraga, Mechó, Cánovas, Manuel Muñoz Barberán, José María Falgas, Mariano Ballester, Aurelio, Ramón Gaya, Manuel Avellaneda Gómez, J. Morejón, Balibrea, Luis J. Fernández, Pedro Cano, Juan Antonio Fernández Labaña*, Pedro Serna	17-40,5%
Ilustrador		
Diseñador	Vicente Martínez Gadea, Tropa*, sgmstudio.es*, José Luis Montero	2-4,7%
Fotógrafo	Antonio López, F. Catalá Roca, Tomás Alarcón, J. Alarcón Ros, J.J. Pérez Gómez, Juan Jesús, Antonio José García Romero, Carlos Moisés García, Juan José Pardo Gómez, José Luis Griñán Escribano, Juani Madrici Ríos, Andrés Nortés Checa, M ^a Dolores Bartolomé Ríos, Miguel Alba Carrascosa, Rafael Francés Márquez, Angel Martínez Requiel, Israel Crespo, Manolo Quijada Pinar, Juan Ignacio Cerdá Meseguer, Juan Antonio Fernández Labaña*, Javier Asunción López, Alejandro Molina López, Juanchi López	23-54,8%

Tabla 43: Perfil de los cartelistas Semana Santa de Murcia de Murcia en los carteles localizados de 1960-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

En resumen, la mayoría de los autores de los carteles son fotógrafos y le siguen en número los pintores. Pero hay que destacar que en los casos en que se utilizan fotografías no se suele especificar quien diseña el cartel si bien esta práctica es habitual en la última década estudiada. La labor menos destacada en este género de carteles es la de diseñador. Y la intervención de los ilustradores ha desaparecido si bien en los años precedentes al estudio estos eran los más numerosos. Tras un largo periodo de carteles fotográficos hay un cambio de tendencia hacia los carteles de pintores que se repite desde 2010 hasta 2015.

La razón de esta situación es la forma en que se ha elegido al autor. La designación del cartel corresponde cada año a una cofradía, como el Cabildo ha preestablecido que sea por orden de antigüedad. La cofradía que tiene su turno es la anfitriona del año y se hace cargo de la revista, la guía y el cartel de Semana Santa. Puede ocurrir que el orden esté completamente interrumpido porque se pueden ceder el puesto entre ellas, de manera que la cofradía sobre la que recaen estas labores conceda a otra que se encargue ese año por motivos, por ejemplo, de celebración de aniversario o por tener un significado especial para la misma. Desde 2010, a la cofradía pertinente se le encomienda la elección de un pintor, un artista que de forma altruista colabora con la Semana Santa puesto que dona la obra al Cabildo. Antes de esta decisión, desde principios de los noventa, para elegir la imagen del cartel y la revista, el Cabildo convocaba un concurso de fotografía. La fotografía ganadora se convertía en la imagen del cartel y el segundo premio en la portada de la revista. Desde 2010 el concurso se sigue convocando, pero el primer premio se convierte en la portada de la revista y el segundo en la portada de la guía que la entidad financiera Cajamar lleva editando desde mediados de los años noventa.

Hay nombres que se repiten a través de los años en el listado que hemos elaborado. El número de veces que hace el cartel un mismo autor varía de dos a tres años por lo que hemos hallado abundante número de creadores, sobre todo fotógrafos. La única excepción es Juan López que aparece como autor de las fotografías utilizadas en los carteles de cuatro años repartidos en las tres primeras décadas en estudio. Este fotógrafo murciano (la empresa Fotos López hasta 1985), es el primero de una saga de fotógrafos cuyos nombres encontramos en el listado de cartelistas de Semana Santa de Murcia. Tras su muerte, Ángel Martínez Requiel casado con Pepita López –hija del maestro-, su yerno y aprendiz desde los trece años junto a él, mantuvo la profesión en una nueva empresa a la que se incorporó un hijo de ambos -Juanchi López- que continúa con el buen hacer familiar. Los nombres de los que han elaborado tres carteles son: Laorden, Francés Márquez, Fernández Labaña. Y lo que lo han hecho dos años son: Tomás Alarcón, Muñoz Barberán, Martínez Gadea, Gaya, Notes Checa, Martínez Requiel, Juanchi López,

No encontramos una pauta en el tiempo de la intervención de los autores que repiten la autoría de los carteles de Semana Santa porque ha sido en años sucesivos y años separados incluso en décadas diferentes.

En el capítulo siete de este trabajo se ha incorporado la información sobre los cartelistas murcianos elaborada en este apartado.

En cuanto a la aparición o no del texto con el nombre del autor del cartel y su función en la composición del mismo la norma es que se incluya la labor realizada (diseño/maquetación, pintura,

fotografía o autor) junto al nombre y apellido del autor en un texto de cuerpo pequeño y tipografía legible que se sitúa en los laterales en vertical o en el margen inferior horizontal separado del resto de los textos de títulos y fechas. En gran parte de los casos suele preceder en la misma línea de texto a los créditos de imprenta y depósito legal.

6. El nombre de la imprenta consta por escrito en 53 (93%) de los 57 carteles localizados con imagen que corresponden a los carteles de Semana santa de todas las décadas en estudio hasta 2015. De los siete años que no conocemos la imprenta, cuatro son de los años setenta.

El listado de imprentas donde se han reproducido los carteles de Semana Santa de Murcia es el siguiente:

- Imp. Lit. Anel de Granada: 1960.
- Lit. Ortega S.A., C/ Barco, 12 de Valencia: 1961 y 1962
- Litografía C.pagán Murcia: 1963
- Gráficas Belkrom de Murcia: años 1965, 1966
- I.G. Policrón, S.A.:1967
- Gráficas Reunidas, S. A. , Hermosilla, 110, Madrid, Printed in Spain: 1969
- Tip. Belmar, C/ Polo de medina,10 de Murcia: 1971, 1975
- Nogués, C/ Platería 39 de Murcia: 1974 y 1984
- I.G. Jiménez Godoy, S.A. C/ Badén, 19: 1977, 1982, 1985, de 1987 a 1991 a.i. de forma continuada (8 años y 9 carteles).
- Surgraf, Molina, Murcia: 1986
- El Taller. Ingramur, S.L.: 1992
- Selegráfica: 1993 y 1994
- Imprenta Regional: desde 1995 hasta 2002 a.i. de forma continuada (8 años)
- I.G. Novoarte de 2003 a 2008 a.i. de forma continuada y 2010 (7 años)
- A.G. Novograf, S.A.: 2009 y en 2002 el genérico de turismo de Murcia.
- Industrias gráficas Libecrom, S.A.: de 2012 a 2015 a.i. de forma continuada (4 años)

En los ejemplares antecedentes encontramos talleres de impresión que continúan en los sesenta y setenta y otras que no se vuelven a nombrar que son:

- Imp. y Lit. Ortega S.A., de Valencia. Representante en Murcia Carmelo Bueno: imprime dieciséis carteles en los años 1929, 1943, 1945, 1948, 1949, 1952, 1953, 1956, 1957 y 1959
- Litógrafo Cristobal Pagán de Murcia: 1932 y 1950
- Imp. Lit. Offset Anel de Granada: 1946, 1947 y 1954.
- Lit. José M^a Ventura Hita de Granada: 1951 y 1958
- Artes Gráficas, S.A. Gijón: 1955

El cartel de 1963 presenta una peculiaridad al incluir los datos de todo el proceso necesario hasta llegar a la impresión del cartel en sus dimensiones reales. Debajo de la fotografía, que ocupa cinco quintas partes aproximadamente del total de la superficie, aparece un texto a la izquierda con el dato del autor de la diapositiva y el tamaño de la misma –DIAPOSITIVA 6x6 FOTO LOPEZ- y a la izquierda el nombre de la empresa que realiza la ampliación de la diapositiva y los fotolitos para su reproducción al tamaño real del cartel (REPRODUCCIÓN-RECORDGRAPH-MURCIA). Que finalmente se imprime en la litografía Cristóbal Pagán de Murcia, como indica el logotipo colocado en la esquina inferior derecha. Este cartel se convierte en el testimonio del proceso detallado de elaboración de la publicidad impresa cuando llevaba fotografías y era necesario modificar su tamaño hasta la llegada de la tecnología digital al mundo fotográfico y de las imprentas.

Si tenemos en cuenta los ejemplares antiguos que hemos encontrado, la imprenta donde más años se han impreso los carteles de Semana Santa es en Ortega, situada en Valencia, de cuya labor tenemos noticia en el cartel de 1929 y de los años cuarenta, cincuenta y en los primeros años de los sesenta. En Granada la litografía Anel reprodujo carteles de Murcia desde los años cuarenta y el primero de nuestro trabajo de 1960. Todos los carteles se imprimieron fuera de Murcia (Valencia, Granada, Gijón) excepto dos (de 1932 y 1950) en los que consta como litógrafo Cristóbal Pagán que encontramos citado en el periodo que abarca investigación en el cartel de 1963 por lo que sabemos que ha estado trabajando más de treinta años.

En cuanto a la aparición o no del texto con el nombre de la imprenta del cartel comprobamos que se incluye en el cartel en un texto de cuerpo pequeño y tipografía legible que se sitúa en los laterales en vertical o en el margen inferior horizontal separado del resto de los textos de títulos y fechas. Suele colocarse tras el nombre y apellido del autor en la misma línea de texto junto al depósito legal.

7. De los 57 carteles localizados no aparece eslogan en los carteles anuales de Semana Santa de Murcia.

En el caso excepcional del cartel de 2002 editado para la marca turística de la ciudad de Murcia, el título del cartel encierra un concepto persuasivo y su construcción sintáctica y semántica responde a su función como eslogan publicitario: Murcia, la Semana Santa. El determinante artículo determinado “la” se refiere a la Semana Santa de Murcia como única en su especie o la auténtica y genuina.

En 47 de los 57 ejemplares en estudio hemos considerado textos persuasivos, la declaración de interés turístico de la Semana Santa de Murcia y las referencias a los escultores creadores de los pasos fotografiados, en especial Francisco Salzillo. Tal consideración se debe a la validez de los textos para convencer ya que sirven de argumentación, de evidencia argumental, y de atractivo. De la misma forma los autores de las imágenes que protagonizan los carteles confieren carácter artístico a la fiesta y sirven de muestra de los que se puede disfrutar.

A través de los carteles podemos saber cuándo se han incorporado las menciones de la declaración de interés turístico de la Semana Santa y cuando cambian de categoría. El primer cartel donde aparece un texto referido al interés turístico de estos desfiles procesionales en Murcia es el de 1967 con un texto que los califica de fiestas “Declaradas fiestas de interés turístico”. No se vuelve a incluir esta mención hasta 1971 donde la frase se reduce a “Declaradas de interés turístico”

y así se mantiene todo los años hasta a 1989. Al año siguiente, 1990, se incluye en la frase el alcance “nacional” de la declaración que no cambia hasta el año 2012 cuando el reconocimiento del interés turístico trasciende a nivel “internacional”. En los últimos tres años estudiados este carácter internacional se refuerza con la traducción del nombre de la fiesta a tres idiomas –inglés, francés y alemán-: Holy Week, Semaine Sainte y Karwoche.

Como anécdota apuntamos que en 2009 cuando todavía no se había reconocido el interés internacional del evento, el cartel de Semana Santa se versionó a varios idiomas (alemán, francés e italiano) de los que hemos tenido noticia por la prensa y hemos encontrado la versión alemana.

8. En el apartado de *Otros textos* hemos encontrado el registro del Depósito Legal del documento. En el cartel de 1969 se puede leer “Ejemplar gratuito – Venta prohibida” porque está creado en Madrid por el Ministerio de Información y Turismo para la promoción turística y se nota que se rige por normas diferentes a las habituales en Murcia. En el cartel de 1969 está escrito “1er Centenario de Refundación de la Cofradía” referido a la Cofradía del Cristo del Perdón de Murcia encargada del cartel ese año.

A la vista de los datos obtenidos en la descripción general del cartel de la Semana Santa de Murcia no se incluye, por tanto, eslogan. Incluye la declaración de interés turístico que en 2015 ha alcanzado el nivel internacional y los nombres artistas imagineros en ocasiones. Sí aparece escrito el código del Depósito Legal del impreso normalmente junto los datos de la imprenta y en su mismo tipo y tamaño de letra pequeño.

9.3.3. Datos del nivel significativo: elementos visuales y contexto argumental

Los elementos visuales analizados en los 57 (100%) carteles localizados con imagen hacen referencia a las representaciones gráficas que intervienen en ellos y su composición en el espacio:

1. El tipo de ilustración del cartel más numeroso es el que hemos denominado fotografía que suma 31 carteles (33 si atendemos a los datos de los registros de los encontrados en archivos pero que no hemos podido ver) de los 57 (el 58%). Los carteles cuya ilustración consiste en una pintura de autor son 23 que representa el 40,3% de los casos. Y el menos utilizado es el denominado diseño gráfico que supone el 5,3% con 3 ejemplares. Nosotros distinguimos entre la labor del diseño/composición del cartel - que hemos abordado en el apartado dedicado a los autores de los carteles y su profesión- y el tipo de ilustración principal de la imagen del cartel que en Semana Santa solo hemos encontrado en un cartel de Antonio Laorden y en dos realizados por el arquitecto y diseñador Martínez Gadea.

El número de carteles ilustrados con fotografías son más del doble y el resto son pinturas de autor ya que las ilustraciones de diseño apenas suponen cinco puntos porcentuales.

2. Hemos registrado la aparición de la firma en la ilustración porque aporta información sobre la naturaleza de la imagen que se utiliza en los carteles toda vez que la rúbrica es el sello de identidad artística de los pintores. Este dato viene a verificar la intervención de los artistas en los carteles de la Semana Santa. En 36 de los 57 carteles con imagen no aparece la rúbrica (63,2%) y sí la podemos contemplar en el 36,8% de ellos (21 carteles) en los que forma parte de la pintura que los protagoniza. Por lo que comprobamos una vez más que en los años comprendidos entre 1960 y

2015 los fotógrafos han sido los protagonistas pero no podemos olvidar que en los antecedentes el 86,2% lleva la firma y son obras de artistas.

3. Respecto al uso del margen en el cartel encontramos que en 33 casos (58%) la ilustración va rodeada por un marco, en 14 (24,5%) la ilustración se imprime a sangre, es decir, no hay margen, y en 10 (17,5%) es mixto, es decir una parte del cartel lleva marco y otra no.

En más del doble de los carteles analizados la ilustración lleva un marco que la rodea.

4. Los tipos de lay out encontrados en esta fiesta son en orden de mayor a menor repetición: El Tipo F es el más utilizado, hay 19 casos (33,3%); le siguen con 12 carteles cada uno (21%) los tipos C y G; y a mucha distancia el tipo A se repite en 4 ocasiones (7%); con 3 repeticiones por tipo el H y el R (5,3%); y solo se han utilizado una vez los tipos B, D, L y N (1,7); los tipos restantes – E, I, J, K, M y Ñ - no se han utilizado.

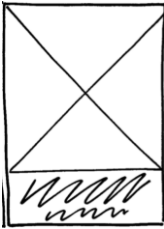
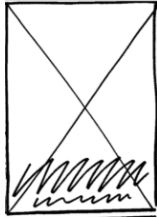
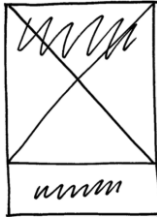
Lay outs más utilizados en los carteles de Semana Santa de Murcia entre 1960-2015			
			
Tipos	F	C	G

Tabla 44: Tipos de lay out localizados en los carteles de Semana Santa de Murcia de 1960-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

La orientación más común en estos carteles es la vertical que corresponde al 94,7% de los 57 mientras que en el 5,3% restante, 3 carteles, es horizontal.

5. En lo referente a los registros de los emisores de los carteles por medio de la identidad gráfica corporativa (IGC) colocada en ellos, contabilizamos la aparición, tanto de la parte simbólica de la misma cuando aparece sola, como cuando estos distintivos de identidad aparecen con los textos en la disposición pautada y con la tipografía y color normalizado de su marca.

De los 57 carteles con imagen aparecen elementos de identidad gráficos en 49, es decir, en el 86% de los casos.

La primera característica diferencial que nos encontramos en los carteles de Semana Santa de Murcia, en cuanto a inclusión de signos de identidad gráfica se refiere, es la aparición en 1963 y 1965 de los logotipos de las imprentas donde se reproducen los ejemplares de estos años. Se trata de la Litografía de Cristóbal Pagán y de las Gráficas Belkrom de Murcia respectivamente. Sin profundizar en la valoración de estos diseños gráficos, salta a la vista que el nivel estético es avanzado en el contexto de los primeros años sesenta.

1963	1965
	

El primer signo de identidad de una institución pública en los carteles lo vemos en el ejemplar de 1966. Se trata del escudo de la ciudad de Murcia que ha servido de enseña del Ayuntamiento de la ciudad hasta la llegada de la democracia y la constitución de los gobiernos regionales. El escudo aparece integrado en la ilustración como un elemento de la escena (a modo de product placement) siguiendo la costumbre de décadas anteriores al estudio que podemos contemplar en la Tabla 45.























EVOLUCIÓN DE LA IDENTIDAD GRÁFICA CORPORATIVA DEL AYUNTAMIENTO DE MURCIA EN LOS CARTELES SEMANA SANTA DE MURCIA ANTERIORES A 1960					
					
CARTEL 1928	CARTEL 1943	CARTEL 1943	CARTEL 1943	CARTEL 1945	CARTEL 1945
					
CARTEL 1946	CARTEL 1946	CARTEL 1947	CARTEL 1948	CARTEL 1949	CARTEL 1949
					
CARTEL 1950	CARTEL 1950	CARTEL 1951	CARTEL 1952	CARTEL 1953	CARTEL 1954
					
CARTEL 1954	CARTEL 1956	CARTEL 1957	CARTEL 1957		

Tabla 45: Identidad Gráfica Corporativa del Ayuntamiento de Murcia en los carteles de Semana Santa de Murcia anteriores a 1960

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

Esta es la primera vez que ocurre y, la segunda y última, la podemos contemplar en la obra de Martínez Gadea en 1981 donde el escudo se atisba tallado en los laterales del trono dorado entre los elementos florales de la decoración. En las siguientes inserciones – toda la década de los setenta y casi todos los años ochenta- el escudo de Murcia aparece sin texto que identifique al consistorio (porque no hacía falta para su identificación) y colocado como sello o firma del emisor de la comunicación. Hay que matizar que la estética del escudo queda a la libre elección del cartelista y se adapta al estilo pictórico del artista desde principios del s. XX hasta entrados los años setenta, y se normaliza, es decir, se aviene a normas de estilo, desde los ochenta, a excepción de la interpretación gráfica del escudo que creó de nuevo el arquitecto Martínez Gadea para el cartel de 1980. En la Tabla 46 podemos comprobar la evolución descrita desde una perspectiva global ordenada en el tiempo.



En 1987 el símbolo del Consistorio se acompaña de texto con el nombre de la institución local y del consejo específico del que dependen estas fiestas de pasión. Desde esta fecha hasta 2014 se han alternado años en los que aparece la IGC del Ayuntamiento con texto y sin él. El periodo más extenso en el que se ha mantenido la IGC con leyenda abarca de 1997 a 2014 si bien los textos han variado a lo largo de los años como hemos analizado en su apartado correspondiente. El último año de análisis no se inserta la IGC del Ayuntamiento propiamente dicha sino la identidad gráfica de la campaña de comunicación de la marca turística de la capital murciana “mu&cia una ciudad para compartir”.

El único cambio significativo que encontramos en el símbolo del Ayuntamiento de Murcia a través de los años desde estos carteles de 1960 a 2015 es el que se produce en el cartel de 2009 donde se deja ver el símbolo que Alberto Corazón crea para la identidad gráfica del Consistorio. El nuevo diseño consta de tres opciones gráficas que se aplicarán en función del soporte y finalidad de la inserción. La que se utiliza en estos carteles es la versión en la que se reduce el texto a Murcia y el símbolo, en palabras de Corazón (Europa Press, 9 de febrero de 2001), “trata de evocar el escudo de la ciudad, rescatando la figura del castillo, más urbana por su connotación como cimiento de la ciudad” y no cuenta con el corazón, el león y la corona porque “no ofrecían nada nuevo y eran, en

ocasiones, demasiado tópicos". No entramos en la valoración de las decisiones del profesional solo exponemos los datos explicativos del uso de la identidad hallada en el estudio.

Como último aspecto significativo llama la atención que entre 2010 y 2013 a.i. no se utiliza la identidad más reciente sino la clásica con el escudo y tipografía del texto completo.

La IGC del Ayuntamiento es la que más número de veces hallamos en los 57 carteles estudiados, en dos tercios de ellos, concretamente 38.

EVOLUCIÓN DE LA IDENTIDAD GRÁFICA CORPORATIVA DEL AYUNTAMIENTO DE MURCIA EN LOS CARTELES SEMANA SANTA DE 1960 A 2015					
					
CARTEL 1966	CARTEL 1971	CARTEL 1972	CARTEL 1974	CARTEL 1975	CARTEL 1976
					
CARTEL 1977	CARTEL 1978	CARTEL 1979	CARTEL 1980	CARTEL 1981	CARTEL 1982
					
CARTEL 1983	CARTEL 1985	CARTEL 1986	CARTEL 1987		
					
CARTEL 1988	CARTEL 1989	CARTEL 1990	CARTEL 1991	CARTEL 1992	CARTEL 1997
					
CARTEL 1998	CARTEL 1999	CARTEL 2000	CARTEL 2001	CARTEL 2002	CARTEL 2003
					
CARTEL 2004	CARTEL 2005	CARTEL 2006	CARTEL 2007	CARTEL 2008	CARTEL 2009
					
CARTEL 2010	CARTEL 2011	CARTEL 2012	CARTEL 2013	CARTEL 2014	

Tabla 46: Identidad Gráfica Corporativa del Ayuntamiento de Murcia en los carteles de Semana Santa de Murcia de 1960-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

El segundo emisor de los carteles de Semana Santa es la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia que inserta sus símbolos en 27 ejemplares. En ocasiones comparte cartel con el Consistorio, en otras con el Cabildo Superior de Cofradías de Murcia y lo vemos hacerlo con las dos organizaciones al tiempo. En 1990 comienza su colaboración en la celebración de la Semana Santa de la capital murciana y no ha dejado de aparecer en el cartel desde entonces hasta el año 2015 inclusive. En todas las intervenciones la ICG combina símbolo y texto como podemos observar en la Tabla 47 que muestra, así mismo, los cambios en el diseño del símbolo en dicha identidad.

EVOLUCIÓN DE LA IDENTIDAD GRÁFICA CORPORATIVA DE LA REGION DE MURCIA EN LOS CARTELES SEMANA SANTA DE 1960 A 2015					
CARTEL 1990	CARTEL 1991	CARTEL 1991-2	CARTEL 1992	CARTEL 1992-2	CARTEL 1993
CARTEL 1994	CARTEL 1995	CARTEL 1996	CARTEL 1998	CARTEL 1999	CARTEL 2000
CARTEL 2001	CARTEL 2002	CARTEL 2003	CARTEL 2004	CARTEL 2005	CARTEL 2006
CARTEL 2007	CARTEL 2008	CARTEL 2009	CARTEL 2010	CARTEL 2011	CARTEL 2012
CARTEL 2013	CARTEL 2014	CARTEL 2015			

Tabla 47: Identidad Gráfica Corporativa de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia de Murcia en los carteles de Semana Santa de Murcia de 1960-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

En los años 1991 y 1992 hemos encontrado, además del cartel editado por el Ayuntamiento en el que colabora la Dirección General de Turismo, Consejería de Cultura, Educación y Turismo de la Región de Murcia, sendos carteles que promocionan la Semana Santa editados exclusivamente por el mismo organismo de la Comunidad Autónoma. Durante cuatro años el Ayuntamiento desaparece del cartel de Semana Santa y podemos ver a la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia con un nuevo agente, el Cabildo Superior de Cofradías de Murcia. A estos carteles se une el cartel de 2002 que incluye el logotipo de Murcia turística como único distintivo del emisor.

EVOLUCIÓN DE LA IDENTIDAD GRÁFICA CORPORATIVA DE LAS MARCAS TURÍSTICAS DE MURCIA CIUDAD Y MURCIA REGIÓN EN LOS CARTELES DE SEMANA SANTA DE 1960 A 2015					
					
CARTEL 1987	CARTEL 1998	CARTEL 1999	CARTEL 2000	CARTEL 2002	
					
CARTEL 2001	CARTEL 2002	CARTEL 2003	CARTEL 2004	CARTEL 2005	CARTEL 2006
					
CARTEL 2007	CARTEL 2008	CARTEL 2009	CARTEL 2010	CARTEL 2011	CARTEL 2015

Tabla 48: Identidad Gráfica Corporativa de las marcas turísticas de la ciudad de Murcia y de la Región de Murcia en los carteles de Semana Santa de Murcia de 1960-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

En relación a este tipo de carteles de turismo de Murcia que tiene como referente la Semana Santa, hemos recogido las imágenes de la campaña de 2014 para promocionar los desfiles procesionales de la ciudad, que tenía como imagen protagonista el ángel de Salzillo porque visualiza el concepto que ha tomado forma con el eslogan “Murcia, una ciudad con ángel”. Esta campaña de publicidad exterior es distinta en el concepto y en los formatos y soportes utilizados del cartel propiamente dicho del mismo año. Este último posee las dimensiones, está impreso en papel y su uso es el convencional de este formato que se pega en los escaparates de las tiendas a la altura del viandante cuando camina por la calles y que está diseñado con la imagen del pintor seleccionado por la cofradía correspondiente. En palabras del presidente de la comisión de la declaración de Semana Santa Internacional, Antonio José García Romero, Murcia es la única región en España que cuenta con tres ciudades con una Semana Santa declarada de interés turístico internacional, por lo que es necesario una marca turística para promocionar la Semana Santa murciana reconocida por la brillante serie de imágenes escultóricas que desde el s. XVIII acompañan a los penitentes.



El Cabildo Superior de Cofradías se fundó en 1947 sin embargo no se asoma a los carteles de Semana Santa hasta el año 1993 y desde entonces no deja de hacerlo porque es el principal anunciante del cartel de la Semana Santa de Murcia y busca colaboración cada años en el Ayuntamiento y la Comunidad Autónoma para su financiación. Como podemos ver en la Tabla 49, la identidad corporativa del Cabildo ha variado y se ha adaptado a las tendencias de cada momento.

EVOLUCIÓN DE LA IDENTIDAD GRÁFICA CORPORATIVA DE LA REGION DE MURCIA EN LOS CARTELES SEMANA SANTA DE 1960 A 2015					
					
CARTEL 1993	CARTEL 1994	CARTEL 1995	CARTEL 1996	CARTEL 1997	CARTEL 1998
					
CARTEL 1999	CARTEL 2000	CARTEL 2001	CARTEL 2002	CARTEL 2003	
					
CARTEL 2004	CARTEL 2005	CARTEL 2006	CARTEL 2007	CARTEL 2008	CARTEL 2009
					
CARTEL 2010	CARTEL 2011	CARTEL 2012	CARTEL 2013	CARTEL 2014	CARTEL 2015

Tabla 49: Identidad Gráfica Corporativa del Cabildo Superior de Cofradías de Murcia en los carteles de Semana Santa de Murcia de 1960-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación

Los elementos del contexto argumental los hemos ordenado en relación a tres referentes:

1. Los personajes que aparecen en la escena representada son: objetos en 51 ocasiones, el 89,5% de los carteles; personas en el 45,6% (26 veces); y vegetales en 8 ejemplares, el 18,5%. En la Tabla 50 recogemos la descripción de los personajes de cada categoría con el número de veces que aparecen en los 57 carteles con imagen. Objetos y vegetales toman la función de personajes cuando en la escena adquieren especial protagonismo. En todos los carteles -100%- los participantes en las escenas representadas son prototipos existentes en la realidad. No se ha utilizado un personaje fantástico en ninguna ocasión. La calle es el lugar común donde se sitúan la mayor parte de las escenas representadas en los carteles, ya se trate de pinturas o ya sean recogidas en fotografías.

DETALLE DE LOS PERSONAJES EN LOS CARTELES DE LA SEMANA SANTA DE MURCIA DESDE 1960 HASTA 2015		
Objetos	Personas	Vegetales
<ul style="list-style-type: none"> • Cruz (11) • Candelabros y luces (18) • Capuz (4) • Tambor (1) • Bocinas (1) • Clavos (1) • Trono dorado (1) • Catedral (1) • Caramelo (2) • Escalera (1) 	<ul style="list-style-type: none"> • Jesucristo Crucificado (11) • Personajes de los azotes Jesucristo y ejecutor (3) • Jesucristo caída (2) • Jesucristo yacente (2) • Personajes del descendimiento y de la sepultura (2) • Jesucristo Nazareno (2) • Jesucristo Nazareno atado de manos (2) • Jesucristo oración (1) • Jesucristo sufriente (1) • Jesucristo Resucitado (1) • Jesucristo saludo (1) • Total Jesucristo (28) • Nazareno Estante (11) • Nazareno penitente(7) • Nazareno Mayordomo (3) • Total Nazareno (31) • Judas (2) • Verónica (2) • Público (2) • San Pedro (2) • Virgen Dolorosa (2) • Virgen Gloria (1) • Malco (1) • Macero del Ayuntamiento (1) • Huertano y huertana (1) • Niños (1) • Niños nazarenos (1) 	<ul style="list-style-type: none"> • Flores variadas (7) • Claveles (6) • Iris (3) • Liliun (2)

Tabla 50: Personajes de los carteles de Semana Santa de Murcia de 1960-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

2. Los escenarios son reales y las obras pictóricas costumbristas dejan ver las calles y se pueden identificar con exactitud por los edificios. Los escenarios sitúan la narración en las calles del centro de la ciudad de Murcia. Son parajes al aire libre, en lugares abiertos. En seis ocasiones el marco de la procesión es la Plaza de Belluga y la fachada del Palacio episcopal sirve de fondo en dos de ellas. Vemos el Puente viejo que lleva a la Glorieta en un cartel y la fachada de iglesias como la del Carmen, San Andrés o San Bartolomé. En una ocasión no se considera espacio real al fondo verde donde de una reducción geométrica de la procesión.
3. El tiempo nos indica a grandes rasgos el clima y el momento del día en los que suceden las fiestas. Los rasgos del tiempo en los que se desarrolla la escena son definidos en 53 ocasiones, el 93%, e indefinidos en los 4 restantes, 7%. En estos carteles la escena transcurre por la mañana en 15 ejemplares (doce de ellas de Viernes Santo), por la tarde en dos carteles del Sábado Santo y en el resto discurre por la noche. Sabemos los días de la Semana en la que desfilan las distintas cofradías y conocemos sus pasos por lo que tenemos este dato exacto. Hay procesiones del Viernes de Dolores, Sábado de Pasión, Domingo de Ramos, Lunes Santo, Martes Santo, Miércoles Santo, Jueves Santo, Viernes Santo (mañana y noche), Sábado Santo y Domingo de Resurrección por la mañana. El clima de estas procesiones es el propio de la llegada de la primavera en Murcia, mañanas soleadas –como vemos en los cielos azules y luminosos de los carteles- y noche frescas.

Si reunimos los datos del contexto argumental encontramos que las narraciones que se utilizan en los carteles (las procesiones de semana santa) se sitúan en las calles del centro de Murcia protagonizadas por los nazarenos (en sus distintas categorías) y los pasos donde la figura de Cristo es la más repetida (en las distintas etapas de su pasión, muerte y resurrección), que se pasea en las noches y mañanas primaverales de la Semana Santa.

9.3.4. Signos y aspectos relevantes del nivel significado para la construcción del imaginario de la Semana Santa de Murcia

Como resultado de la investigación hemos detectado el conjunto de signos cargados de sentido que conforman el imaginario de la Semana Santa de Murcia. En la Tabla 51 presentamos los signos ordenados de mayor a menor en función del número de veces que aparecen en los carteles. Los hemos organizado en tres columnas por su sentido genérico respecto de la Semana Santa (y que se utilizan en los carteles de toda España) la que acoge a los signos de la Semana Santa de Murcia cuyas tradiciones y objetos la diferencia de otras localidades y las referencias a la ciudad de Murcia.

En este apartado del análisis integramos estos elementos significantes detectados con el mensaje global que se comunica en el cartel de fiestas de Semana Santa de Murcia.

En primer lugar, tenemos el único dato que se repite en el 100% de los carteles anunciados y es el tipo de discurso que en todos los casos es seductivo, es decir, intenta atraer al público al disfrute de las fiestas mediante la exaltación de las mismas.

El símbolo de identidad de la ciudad de Murcia que más se utiliza es la Torre de la Catedral que aparece como personaje protagonista junto a los nazarenos o la Virgen y que sirve de marco monumental en todas las ocasiones.

SIGNOS UTILIZADOS EN LOS EN LOS CARTELES DE LA SEMANA SANTA DE MURCIA DESDE 1960 (total 33)		
SIGNOS DE SEMANA SANTA	SIGNOS DE MURCIA	SIGNOS DE SS DE MURCIA
Flores (35)	Torre Catedral (12)	Capuz (29)
Imagen paso (29)	Palmera (2)	Moraos (19)
Cruz (22)		Nazareno estante (15)
Cirios y luces (21)		Otros Pasos (10)
Corona de espinas (16)		Coloraos (9)
Crucificado (11)		Vara de estante (9)
Detalle paso (9)		Enaguas, medias....(8)
Nazarenos penitentes (9)		Ángel (5)
Nazarenos entero (8)		San Juan (4)
Virgen Dolorosa (6)		Los azotes (3)
Ntro. Padre Jesús Nazareno (4)		Nazareno mayordomo (3)
		Clavos (2)
		Detalle trono (2)
		El Prendimiento (2)
		La Verónica (2)
		Cetro (1)
		La Oración del Huerto (1)
		Ultima cena (1)
		Jesucristo Resucitado (1)
		Bocinas (1)
		Tambor burlas (1)

Tabla 51: Signos de la Semana Santa de Murcia localizados en los carteles de 1960-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

El motivo que más se repite en los carteles que analizamos es el de un paso procesional, ya sea en una visión entera del mismo como en una visión de detalle de una parte o unos personajes concretos. Esta práctica es general para toda España cuando crean los carteles de Semana Santa. Concretamente, la imagen que más veces se repite es la del Cristo Crucificado que es venerado bajo una gran variedad de advocaciones. Junto a la imagen de Cristo, la segunda representación más numerosa es la de la Virgen María Dolorosa. Le sigue la imagen conocida como Nuestro Padre

Jesús Nazareno que consiste en la imagen de Cristo coronado de espinas, vestido con túnica (morado en la mayoría de los casos) y con la cruz auestas. Estas figuras aparecen en los carteles murcianos como en el resto de España. Las representaciones que caracterizan los pasos murcianos y que aparecen en los carteles son los ángeles que aparecen en las escenas atendiendo a Jesús o junto a la Virgen, la figura de San Juan, el apóstol más querido de Jesús y al que confía a su madre. Episodios como el prendimiento de Jesús, los azotes, la oración del huerto, la última cena son máximos representantes de esta Semana de Pasión de Murcia porque tienen el factor común de ser la obra bellísima del reconocido escultor Francisco Salzillo y se han convertido en los signos de identidad de la ciudad porque configuran la imagen de la misma. Hay un aspecto que caracteriza a los carteles que analizamos y es la variedad de cofradías y pasos que se van alternando en los años por lo que hemos encontrado, por ejemplo, un Cristo con María Magdalena y Judas, a Jesús Resucitado partiendo el pan con los discípulos de Emaús y a la Virgen Gloriosa con los Ángeles el Domingo de Resurrección.

Las luces que adornan los pasos procesionales son igualmente utilizadas en muchos puntos de España. Se trata de cirios y velas en su mayoría. En los carteles de la capital murciana las luminarias de los tronos aparecen en primer plano y dejan ver la forma de candelabro de múltiples brazos que soportan tulipas donde, en ocasiones, aparece grabada la insignia de la cofradía que cuida la imagen. Los cirios morados de la procesión del Silencio de Murcia son característicos por su color y la forma del soporte y han sido protagonistas más de un año del cartel. La luz en la Semana Santa es muy importante por su significado cristiano para el que Cristo es la luz en medio de las tinieblas de la muerte.

Las connotaciones del tiempo en los mensajes responden a la estación del año en que se vive la Semana Santa. El clima mediterráneo de días cálidos y noches que refrescan, pero que permiten disfrutar al aire libre para contemplar las procesiones en plena calle o desde un balcón. La noche es el entorno más generalizado de los desfiles procesionales en todo el territorio nacional.

En Murcia ocurre de igual forma pero con una salvedad, y es que la procesión más famosa y conocida dentro y fuera de Murcia y de España es por la mañana. Se trata de la procesión que saca a la calle y acerca al pueblo las imágenes de Salzillo. Esta procesión del Viernes Santo por la mañana es conocida por dos sobrenombres “la procesión de los salzillos” y “la procesión de los moraos”. Este último nombre se debe al color de la túnica que visten los nazarenos de nuestro Padre Jesús. Color morado que significa tiempo de Cuaresma, de arrepentimiento y penitencia y que visten los sacerdotes durante los cuarenta días previos al Jueves Santo. Los datos obtenidos en el análisis de los carteles verifican este hecho al aparecer nazarenos *moraos* y/o pasos de esta procesión en 19 ocasiones lo que supone un tercio de los carteles desde 1960 a 2015.

Junto a las representaciones de los moraos, la procesión del miércoles Santo, de los *coloraos* es la segunda más enseñada en los carteles por ser la más popular entre los murcianos. En las imágenes de los *coloraos* encontramos los objetos y las costumbres tradicionales que hacen única la Semana Santa de Murcia. Podemos ver las bocinas y los tambores. Ambos instrumentos son característicos de los desfiles procesionales murcianos por su forma y por sus toques conocidos como las “burlas” porque expresan y simbolizan esta escena de la pasión de Cristo.

En general, el valor de la conservación de las costumbres y tradiciones se transmite mediante los elementos más significativos de la identidad que identifica y diferencia a los nazarenos murcianos del resto del mundo. El elemento más importante y que aparece en más de la mitad de los carteles es el capuz que cubre las cabezas de los nazarenos. El nombre capuz se refiere en castellano a la vestidura de luto que se ponía sobre la ropa que era larga y holgada con capucha y cola. El capuz de los nazarenos murcianos es una reminiscencia de este hato y se caracteriza por la punta roma en que termina a diferencia de los capirotos españoles que terminan en punta. Lo vemos de todos los colores según el día y la cofradía: azul, negro, verde, dorado, magenta, blanco, violeta, rojo, negro, morado, azul celeste, morado. Todos estos son los colores de la Semana Santa de la Murcia mediterránea que llena de color hasta los momentos de más recogimiento y silencio.

En los carteles se retratan los detalles que hacen única a las procesiones de la ciudad: la vestimenta de los nazarenos estantes desde el capuz con las ataduras colgando, la lazada posterior, el recogido de la careta, la camisa blanca de cuello con corbata negra y las solapas de la chaqueta negra que sale por encima de la abertura delantera de la túnica que se frunce en la cintura formando el buche donde guardan la comida que reparte (como los palomos), la falda corta bajo la que asoman las puntillas almidonadas y que dejan ver las medias de hilo bordadas y sujetas por una liga de colores, la vara con su forma peculiar para servir de sostén en las paradas del trayecto. El atuendo de los mayordomos que dejan caer las amplias puntillas de los puños, las solapas y el cuello y hasta el filo de los zapatos, y que porta en su mano el cetro plateado para regir la procesión. Otra peculiaridad que vemos en los carteles es la cara descubierta de los nazarenos estantes, como se llama a los que portan los pasos a hombros, y de los mayordomos que vigilan la marcha del desfile ante el público que se sitúa a pie de calle.

Las tradiciones afectan, así mismo, al arreglo floral de los pasos y a los colores elegidos de las mismas. Las flores rojas, moradas y blancas son muy utilizadas por su significado: morado de la Cuaresma penitencial, rojo de la Sangre de Cristo que redime a todos los hombres y blanco por el luto y la pureza. Las flores rojas suelen ser claveles, gladiolos, rosas y anthurium; y estas mismas especies se utilizan en blanco como los iris -conocidos como lirios en Murcia- que en su versión azul y morado son una de las flores más representativas de la Semana Santa. Tanto es así que el cartel de 2013 está compuesto por una serie de nueve bellas acuarelas de sendos iris entre blancos, morados y lilas.

Las ilustraciones de la Semana Santa están cargadas de connotaciones religiosas donde aparece la cruz constantemente como el símbolo del cristianismo por excelencia, tanto en los pasos de las procesiones donde aparece Jesús, como cargada a hombros de los nazarenos penitentes. En éstos se aprecia el esfuerzo para cargar con la cruz en una postura inclinada hacia delante que transmite el recogimiento y la humildad del penitente y la imitación de Cristo camino del Calvario. Los pies descalzos que preside la imagen del cartel de 1975 dan prioridad al significado religioso penitencial de los nazarenos penitentes más que a la suntuosidad, belleza y folklore de los desfiles procesionales. La corona de espinas y los clavos de Jesús se repiten en toda la cartelería española de Semana Santa y en la misma proporción en la murciana.

El movimiento se transmite en los carteles de diversas formas mediante las posturas de los nazarenos cuyas cabezas dirigen los capuces para todas direcciones, en el movimiento del que

golpea el trono con su vara para ordenar la parada o en la carrera de los estantes con el paso a cuestras todo lo que indica que el acto no es riguroso en el orden y sincronía de movimiento de los nazarenos aspecto este que también diferencia los desfiles de la ciudad de las procesiones de otros lugares, más serias y estrictas.

El uso de las banderas en los últimos años como signo de internacionalización, junto a los textos que traducen el nombre de la fiesta a tres idiomas, ya que el conjunto reúne las insignias de tres países extranjeros, caracteriza a lo anunciado como algo que puede interesar fuera de las fronteras españolas.

SIGNOS DE INTERNACIONALIZACIÓN EN CARTELES DE SEMANA SANTA DE MURCIA 1960-2015			
CARTEL 2012	CARTEL 2013	CARTEL 2014	CARTEL 2015
			

Los significados y valores que transmiten las piezas analizadas se pueden concentrar en: cristianismo, religiosidad, tradición murciana, arte y movimiento.

9.4. EL CARTEL DE LAS FIESTAS DE PRIMAVERA DE MURCIA (1960-2015).

Número de carteles para el análisis de las Fiestas de Primavera de Murcia:

La base de datos de las Fiestas de Primavera de Murcia está formada por 161 registros. Los registros anteriores a 1960 son 29: el primero se remonta a 1927 y desde 1945 hasta 1959 a. i. corresponden a años sucesivos. Los registros que comprenden los carteles de 1960 a 2015 son 132 que corresponden a uno por año (de 1963 a 1987 a.i.) y veintiséis años en los que encontramos dos, tres, cuatro y hasta cinco ejemplares. Todos ellos anuncian las Fiestas de Primavera o una celebración específica dentro de ellas.

9.4.1. Resultados de localización, fuentes y características técnicas.

Datos de localización y fuentes:

En función de la localización los registros del periodo en estudio arrojan los siguientes datos: hemos localizado 131 carteles que en términos relativos suponen el 99,2% de los 132 registros y que alcanzan a 55 años de los 56 años en estudio, el 98,2%. De los ejemplares localizados tenemos imagen de 106. No hemos localizado el cartel de las Fiestas de Primavera de Murcia del año el 1976, es decir, el 1,8% de los carteles de Fiestas de Primavera de Murcia de los años del periodo en estudio. Como muestra el Gráfico 4, de los 132 registros de los ejemplares del periodo en estudio hemos localizado 131 carteles, 106 carteles con imagen (80,3%), 25 de ellos sin la imagen (19,7%) y queda por localizar el de un año que supone el 0,8%.

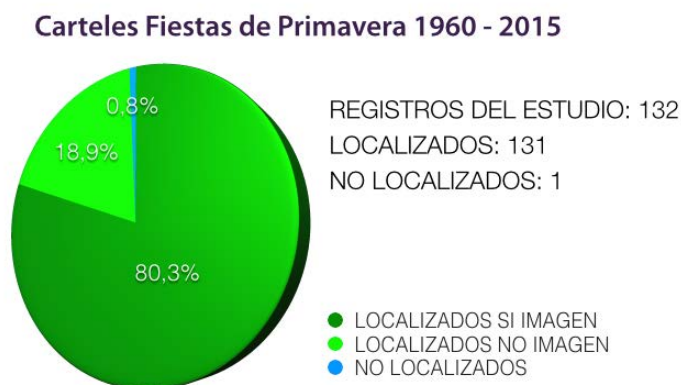


Gráfico 4: Resultados localización carteles de las Fiestas de Primavera de Murcia entre 1960 y 2015.

La mayor parte de los carteles localizados pertenecen al Archivo Municipal de Murcia y a la Biblioteca Regional. Diecinueve de los documentos localizados de los que no hemos conseguido la imagen están catalogados en el Archivo Municipal Almudí de Murcia. El Almudí tiene digitalizados la mayor parte de los carteles hasta finales de los setenta y los dos de Ramón Gaya de los ochenta (como en el caso de los carteles de Semana Santa). En la Biblioteca Regional encontramos carteles de Fiestas de Primavera de Murcia desde 1990 y hemos fotografiado 15 ejemplares que comprenden hasta el de 2005 gracias al apoyo del equipo de conservación del centro. La tercera fuente de localización es el Archivo de la imprenta Novograf que nos ha proporcionado tanto pruebas de impresión como originales (hemos fotografiado 16 carteles) y versiones digitales de carteles realizados por ellos. Otras fuentes de localización de carteles e imágenes de ellos que nos han nutrido de menor número de ejemplares son: la página web de coleccionismo todocoleccion.net donde hemos obtenido la imagen de los documentos de 1972, 1974, 1981, 1982 y 1995; el periódico digital laverdad.es; Severo Almansa autor del cartel de 1982 (entre otros); y en los ocho últimos años del periodo en estudio hemos hecho las fotos de los carteles recogidos en la Oficina de Turismo de la ciudad.

Todos los antecedentes menos siete se conservan digitalizados en el Almudí menos uno. Las otras fuentes de localización han sido la Biblioteca Regional de Murcia donde hemos hallado dos carteles digitalizados (1952 y 1953); en las páginas web de antigüedades y coleccionismo www.todocoleccion.net, y Lagalerialitografica.com; en las fuentes bibliográficas como son el libro de Libro de M^a Gracia Ruiz Llamas (1992) -donde encontramos los carteles de 1927 de las *Fiestas de Abril* y de 1928 y obtenemos la imagen de la versión digital del mismo en books.google.es- el libro de la Cámara Oficial de Comercio Industria y Navegación de Murcia de cuya versión digital capturamos la imagen del cartel de 1945.

La utilización documental de los programas de Fiestas de Primavera como apoyo para localizar la imagen de los carteles ha sido puntual. Por ejemplo, en el libro de "Semana Santa y



Fiestas de Primavera" debajo de la imagen de la portada del folleto de mano de las fiestas de primavera de 1932 se informa de que "La portada de este programa fue reproducida, e incluida, como tarjeta postal en la caja que contenía el programa de fiestas de 1984". En 1988 se vuelve a utilizar esta imagen en el cartel de Fiestas de Primavera, tal y como indica el registro del Almudí: La huertana, Homenaje al pintor Luis Garay, Reedición del cartel de 1932. Del único cartel que falta por localizar hemos obtenido la portada del programa de Fiestas de Primavera ilustrada por Laorden pero no podemos asegurar que sea la misma imagen y composición la del cartel de ese año por lo que no lo contabilizamos como cartel localizado.

La realidad que nos hemos encontrado es que los carteles de Fiestas de Primavera de Murcia entre 1960 y 2015 están localizados todos menos uno, el del año 1976.

En cuanto a las características técnicas de los carteles localizados tenemos los siguientes datos:

Medidas de los Carteles de Fiestas de Primavera de Murcia 1960-2015							
Aproximación a los estándares, en centímetros, altura por anchura							
Medidas		100x70	70x50	50x35	70x100	Otras medidas	Total
Localizados SI Imagen con medidas (5 dobles)	Nº ejemplares	39*7dob	54*4dob	11	0	4* (horiz 1dob) 2 (60x40) 1 (cuad71x70) 1(137x79)	100
	Porcentajes	39%	54%	11%	0%	8%	100%
Localizados NO Imagen (1 doble)	Nº ejemplares	8	10*1dob	2	1	1 (98x27horiz) 2 (60x40)	23
	Porcentajes	34,8%	43,5%	8,7%	4,3%	13%	100%
TODOS Localizados con medidas	Nº ejemplares	47*	64*	13	1	11*	123
	Porcentajes	38,2%	52%	10,6%	0,8%	8,9%	100%

* Los porcentajes están calculados sobre el número de carteles localizados (con y sin imagen en cada caso) que tienen medidas, si bien los carteles que presentan dos medidas se contabilizan en ambas casillas lo que explica que la suma horizontal sea mayor que el total de carteles. Si restamos las duplicaciones los datos se ajustan al 100%. Trece carteles tienen dos medidas señaladas con el asterisco y no las hemos restado de la cuenta parcial pero si hemos sustraído la duplicación del total.

Tabla 52: Medidas de los Carteles de las Fiestas de Primavera de Murcia 1960-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

Conocemos el tamaño y, por tanto, la orientación, de todos los ejemplares localizados y los hemos clasificado por su aproximación a los tamaños estándar -en centímetros y en altura por

anchura- que corresponden a formatos verticales de 100x70cm, 70x50cm y 50x35cm; orientación horizontal de 70x100 y otras medidas alejadas de los estándares.

En la Tabla 52 presentamos los datos extraídos en número de ejemplares y relativos al total de los carteles localizados de los que tenemos medida, 123, y el detalle en los 100 localizados con imagen y medida, y los 23 localizados sin imagen y con medida. La realidad muestra que el formato más utilizado es el 70x50cm que lo presentan más de la mitad de los carteles (52%), y el siguiente de mayor presencia es el 100x70cm que alcanza el 38,2%, es decir, catorce puntos porcentuales por debajo del anterior y el resto de medidas se aleja mucho más de estas cantidades relativas. Las dos medidas anteriores más la 50x35cm son de orientación vertical y el total de carteles que ostentan este rasgo (incluidos los especiales) asciende al 94,9%, frente al 4,4% cuya orientación es horizontal (6 ejemplares) y hemos localizado una excepción de cartel cuadrado (71x70cm), el de Fiestas de Primavera 2008 que supone el 0,7% de los ejemplares. Por todo lo anterior, el perfil del cartel de Fiestas de Primavera de Murcia presenta un formato rectangular de orientación vertical y dimensiones 70x50cm que en ocasiones cambia de tamaño y rara vez de orientación.

9.4.2. Datos del nivel significativo: textos

En cuanto a los datos del nivel significativo comenzamos por recoger los referidos a la parte textual:

En la Tabla 53 reunimos los datos cuantitativos referidos a los tipos de texto que aparecen en los carteles para determinar el perfil general de los elementos textuales de los carteles de las Fiestas de Primavera de Murcia. Estos datos se refieren exclusivamente a los carteles de los que contamos con su imagen y nos centramos en el cartel general de las Fiestas de Primavera, es decir, el que anuncia las Fiestas de Primavera en su conjunto.

Textos de los Carteles de Fiesta de Primavera de Murcia 1960-2015 con imagen				
Tipos de texto en función del carácter de los datos que aportan				
TEXTOS		SI(absolutos y relativos)	NO	TOTAL
Textos Informativos	1. Nombre de la Fiesta	52 - 100%	0 - 0%	52 - 100%
	2. Lugar	51 - 98%	1 - 2%	52 - 100%
	3. Fecha	52 - 100%	0 - 0%	52 - 100%
	4. Anunciante	31 - 60%	21 - 40%	52 - 100%
	5. Autor	24 - 46%	28 - 54%	52 - 100%
	6. Imprenta	43 - 83%	9-17%	52 - 100%
Textos Persuasivos	Slogan	0 - 0%	52 - 100%	52 - 100%
	Otros textos persuasivos	28- 54%	24 - 46%	52 - 100%
Otros Textos		43 -83%	9- 17%	52 - 100%

Tabla 52: Tipos de Textos de los carteles de las Fiestas de Primavera de Murcia 1960-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

A continuación analizamos el contenido de los textos de los que hemos extraído información que permite conocer la identidad de las Fiestas de Primavera y verifica el valor documental de los carteles de fiestas.

En caso de sumar a estos datos los provenientes de los carteles anteriores al periodo en estudio o aquellos de los que no tenemos imagen –pero de los que sí contamos con los datos de catalogación- para tener una visión más completa y real de los hechos, lo especificamos en cada apartado.

El contenido de los textos informativos es el siguiente:

1. El nombre de la fiesta que aparece en los carteles de las fiestas de primavera entre los años 1960 y 20015 se mantiene constante a través de los años: Fiestas de Primavera. Este aparece en letras mayúsculas cuatro veces más que en tipo oración. Lo encontramos una vez en minúsculas y otra mixta, con la palabra fiestas en tipo oración y primavera en mayúsculas: FIESTAS DE PRIMAVERA, Fiestas de Primavera, Fiestas de PRIMAVERA, fiestas de primavera. El tamaño de este texto lo encontramos en la misma proporción de mayor y de menor tamaño que el nombre de la ciudad y algunas veces de igual dimensión. Su colocación respecto del mismo es muy variada (en la misma línea, en la línea superior o inferior, distanciado en el espacio del cartel). Podemos encontrar en el mismo título el año del cartel tanto delante como detrás del texto. En ningún caso hemos encontrado la unión del nombre con el lugar o el año por medio de la preposición “de”.

Los carteles de 1966, 1967 y 1972 incluyen el nombre de la Semana Santa antepuesto al de Fiestas de Primavera ya que se anuncian ambos periodos festivos en el orden que siguen las fiestas en el calendario, esto es, primero la Semana Santa e inmediatamente después la semana de fiestas de primavera. Los dos nombres de las fiestas se encuentran tanto unidos por la conjunción “Y” como sin ningún nexo: SEMANA SANTA Y FIESTAS DE PRIMAVERA; SEMANA SANTA FIESTAS DE PRIMAVERA.

En los antecedentes encontramos otras denominaciones utilizadas en los carteles para designar a las Fiestas de Primavera de Murcia:

- En 1927 se anunciaban así: “FIESTAS DE ABRIL Y DE LA CORONACIÓN CANÓNICA DE LA PATRONA MARÍA SANTÍSIMA DE LA FUENSANTA”.
- Cuando se anuncian junto a las fiestas de primavera podemos ver las siguientes expresiones que cargadas de tono persuasivo: “GRANDES FIESTAS DE SEMANA SANTA Y PRIMAVERA” (1928); “GRANDES FIESTAS CÍVICO-RELIGIOSAS DE PRIMAVERA” (1929); “GRANDES FIESTAS DE PRIMAVERA” (y en texto del programa) “PROCESIONES DE SEMANA SANTA” (1932); “SOLEMNE SEMANA SANTA Y GRANDIOSAS FIESTAS DE PRIMAVERA” (1943); “SEMANA SANTA Y FIESTAS DE PRIMAVERA” (1945); SOLEMNES PROCESIONES DE SEMANA SANTA Y GRANDIOSAS FIESTAS DE PRIMAVERA (1946); SEMANA SANTA Y FIESTAS DE PRIMAVERA (1945, 1949, 1950 y 1951).

La forma que se ha consolidado y mantenido desde la segunda mitad del s. XX hasta la segunda década del s. XXI es la de Fiestas de Primavera sin más adjetivos y preposiciones que lo vinculen de forma literal.

2. Como referencia al lugar donde se celebran las fiestas anunciadas en los carteles estudiados se utiliza el nombre de la ciudad, Murcia. Aparece en todos los carteles menos en uno, el de 2005. El tamaño del texto varía en el tiempo y lo vemos de gran tamaño que ocupa la parte superior o inferior del cartel de lado a lado (por ejemplo en el cartel de 1981 y el de 1996); del mismo tamaño que el nombre de la fiesta (por ejemplo en los carteles de 1965 y 1977); y de tamaño reducido junto a las fechas de celebración como en el cartel de 2009. En relación al nombre de la fiesta anunciada lo encontramos en la misma línea y cuerpo de letra, en líneas superiores o inferiores y con tamaños variados. Cuando el nombre de la ciudad está separado de los demás textos presenta un tratamiento especial mediante el color, el tamaño, tipografía, el lugar donde se coloca, etc.

3. En todos los carteles de los que tenemos imagen aparecen textos que informan de las **fechas** en las que se celebran las Fiestas de Primavera de Murcia. Encontramos distintos niveles de especificación de las fechas:

- Los carteles en los que se incluye únicamente el año del cartel: los ejemplares de cuatro años. La mayoría de los años aparecen apuntados con la cifra completa. En dos ocasiones el año se escribe solo con la decenas y unidades, es decir, la cifra que los diferencia dentro del siglo: 73 (1973) y '74 (1974). La inclusión del año como única referencia a las fechas de celebración es una práctica habitual desde la segunda década del s. XX como hemos comprobado en el material de los años anteriores al periodo estudiado. En muchos de estos carteles previos al estudio se utiliza la palabra "año" delante de la cifra.
- Cuando se detalla el mes de celebración y el año en el poster. Esto ocurre en el cartel del año 1962 donde el nombre del mes -abril en este caso- se antepone a la cifra del año.
- Los ejemplares que puntualizan los días de comienzo y fin de las Fiestas de Primavera junto al mes y año. La primera vez que se informa del periodo exacto de la semana de celebración de estas fiestas cívicas entre 1960 y 2015 es en 1965. Desde entonces hasta 2015 se incluyen los días, el mes (o meses) y el año en los carteles de las Fiestas de Primavera. Esta práctica no se utilizaba desde los años veinte del s. XX como podemos comprobar en los carteles anteriores a 1960 donde solo hemos comprobado la inclusión de esta concreción de fechas en los carteles de 1928 y 1929. Desde entonces hasta 1965 solo se ha incluido el año al que correspondía el cartel (excepto 1962 que lleva el mes). Hemos localizado tres modalidades en la forma de expresar las fechas: los carteles en los que el intervalo va acompañado del año en la misma línea y cuerpo de letra; los carteles en los que el año se encuentra junto al título del cartel "Fiestas de Primavera AAAA" y separado de los días y el mes; ocasiones en los que el año tiene un tamaño destacado respecto del nombre de la fiesta y se encuentra separado del mismo y de los días y el mes.

Cuando se especifican las fechas de comienzo y clausura de las fiestas los carteles presentan varias maneras de escribirlo: "del_al_" y sin la contracción de la preposición y el determinante inicial "de_a" o "_al_"; los días separados por guión "-" o por barra inclinada "/"; los días se acompañan del mes unidos por la preposición "de" excepto en una ocasión que va separado (1974);

el año puede aparecer unido por la preposición “de” o separado por un espacio y precedido o no del sustantivo “año”. En cinco ocasiones el año se escribe solo con las decenas y unidades, es decir, la cifra que los diferencia dentro del s. XX: 73, '74, 77, 78 y 79. A continuación presentamos ejemplos de las posibilidades comentadas en los que respetamos el uso de mayúsculas y minúsculas según aparece en el cartel:

- 11 al 25 de ABRIL 1965 (año separado del título y de las fechas)
- 19 de MARZO a 9 de ABRIL . AÑO 1967 (misma línea y tamaño)
- DEL 12 AL 18 DE ABRIL 1971 (año mayor que el título y las fechas)
- DEL 14 AL 21 ABRIL'74 (mes y año mayor que el título y las fechas)
- DEL 27 DE MARZO AL 2 DE ABRIL 78 (año mayor que el título y las fechas)
- 18-26 de abril de 1981(misma línea y tamaño)
- DEL 1 AL 7 DE ABRIL 1991 y fechas específicas del programas de actos (año separado de las fechas y del título)
- 29 DE MARZO / 6 DE ABRIL DE 1997
- 30 de marzo al 7 de abril 2013 (misma línea y tamaño)

La duración de las Fiestas de Primavera corresponde a los siete días siguientes a la Semana Santa, sin embargo encontramos intervalos de distinto número de días:

En 1965 las fechas indican quince días de fiesta desde el *Domingo de Ramos* sin embargo el título es solo de Fiestas de Primavera y hay otro cartel de la Semana Santa.

En 1966, 1967 y 1972 la fecha de comienzo es el *Domingo de Ramos* porque el cartel incluye la Semana Santa.

En 1971, 1975, 1977, 1978, 1991, 1994 el cartel de Región de Murcia siete días la semana siguiente a la Semana Santa de lunes a domingo a. i.

Desde 1980 1981, 1992, 1994 (el cartel del Ayuntamiento), 1997, 1999 hasta 2013 (quince años consecutivos) el periodo festivo se extiende nueve días desde el Sábado Santo al domingo de la semana siguiente.

En 1973, 1974, 1979, 1982, 1983, 1990, 1993, 1995, 1996, 1998, 2014, 2015 se anuncian **ocho** días de fiestas desde el *Domingo de Resurrección* al domingo siguiente.

Las fechas indican que el Ayuntamiento ha variado el número de días que duran las fiestas entre los siete días de la semana, ocho si incluye el Domingo de Resurrección y nueve si comienzan el Sábado de Santo (hasta Pío XII denominado Sábado de Gloria). La alternancia de estas consideraciones ha terminado en 2015 con ocho días.

El Cartel de Fiestas de Primavera de Murcia especifica las fechas de celebración de la misma detallando día, mes y año de comienzo y fin de actos.

4. El Ayuntamiento de Murcia es el anunciante permanente del cartel general de las Fiestas de Primavera. En el único cartel que no aparece es en el de 1994 editado por la Comunidad Autónoma para fomentar el turismo regional. Las marcas turísticas del Consistorio (las identidades corporativas de las fiestas de Murcia) “Fiestas de Primavera Murcia” y, desde 2006, “Fiestas de

Murcia” aparecen en los carteles desde 1997 y 2006 respectivamente. Otros patrocinadores eventuales han sido una marca comercial, una asociación privada, un museo y la candidatura de la ciudad.

Los datos de aparición de la parte textual de la identidad de los anunciantes son los siguientes: se menciona al Ayuntamiento de Murcia (en las distintas versiones de normas de identidad) en 30 de los 31 carteles en los que se menciona al organizador (97%); hay 4 ejemplares (13%) donde se referencia textualmente al gobierno de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia; en 9 ejemplares acompaña al Ayuntamiento la marca de las Fiestas de Primavera Murcia (29%) y en 10 carteles aparece el texto de la marca turística Fiestas de Murcia (32%); y en una ocasión aparece una marca PRYCA ZARAICHE (3%), la UNIÓN DE RADIOAFICCIONADOS DE MURCIA (3%), Murcia como Ciudad Candidata en 2016 (3%) y el Centenario de Ramón Gaya (3%).

- No aparecen textos referidos al organizador en los años sesenta y setenta hasta 1981 inclusive, salvo en los carteles de 1971 y 1973. En total 20 de los 52 carteles con imagen de las Fiestas de Primavera (38,5%).
- En los 31 carteles con imagen restantes (60%) dejan su firma las instituciones públicas mencionadas y que podemos observar en la tabla 3 combinadas de diversas formas: solo Ayuntamiento de Murcia, solo la Comunidad autónoma de la Región de Murcia; Ayuntamiento y Comunidad Autónoma; Ayuntamiento y turismo ciudad de Murcia.
- La difusión de las marcas turísticas de las fiestas de la ciudad de Murcia comienza a finales de los noventa. En 1997 se incluye “Fiestas de Primavera Murcia” hasta 2005 (9 años, 17% de los 52 carteles con imagen y en 2006 el texto cambia a “Fiestas de Murcia” y se mantiene hasta 2013 (8 años pero 10 carteles porque el de 2011 tiene tres versiones, 19% de los 52 carteles con imagen).
- En un ejemplar, el de 1995, aparece una marca comercial lo que supone el 2%; en otro una asociación privada, otro 2%; y en un tercero dos elementos el de la presentación de Murcia como Ciudad Candidata en 2016 y el Centenario de Ramón Gaya, otro 2% de los 52 carteles con imagen de las Fiestas de Primavera.

AÑO	Textos que designan a los emisores: organizadores y colaboradores
1973	EDITADO POR LA COMISION DE CULTURA, FESTEJOS Y DEPORTES EXCMO. AYUNTAMIENTO DE MURCIA
1982	CONSEJO MUNICIPAL DE CULTURA Y FESTEJOS DEL EXCMO. AYUNTAMIENTO DE MURCIA
1990	EXCMO. AYUNTAMIENTO DE MURCIA
1991	Ayuntamiento de Murcia
1992 y 1993	AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Festejos Región de Murcia Consejería de Cultura, Educación y Turismo Dirección General de Turismo
1994	AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Festejos
1995	Región de Murcia Consejería de Fomento y Trabajo Dirección General de Turismo AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Festejos

	PRYCA ZARAICHE
1996	AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura, Festejos y Turismo
1997	AYUNTAMIENTO DE MURCIA UNIÓN DE RADIOAFICIONADOS DE MURCIA FIESTAS DE PRIMAVERA MURCIA
1998-2005	AYUNTAMIENTO DE MURCIA FIESTAS DE PRIMAVERA MURCIA
2006	FIESTAS DE MURCIA AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y Festejos
2007	FIESTAS DE MURCIA AYUNTAMIENTO DE MURCIA
2008 y 2009	MURCIA FIESTAS DE MURCIA
2010	MURCIA MURCIA 2016 CIUDAD CANDIDATA CENTENARIO RAMÓN GAYA FIESTAS DE MURCIA
2011-2013	MURCIA FIESTAS DE MURCIA
2014 y 2015	MURCIA

Tabla 54: Textos de los organizadores de las Fiestas de Primavera de Murcia 1960-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

El Ayuntamiento de Murcia ha sido el responsable de encargar y difundir el cartel de las Fiestas de Primavera de Murcia durante todo el periodo investigado. La forma de aparecer en él ha sido muy variada pues ha utilizado el escudo de la ciudad sin acompañarlo de texto identificador hasta que se hizo necesario su inclusión para diferenciarse de otros anunciantes sobre todo del Gobierno de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia. En el cartel de 1973 encontramos por primera vez el nombre del Ayuntamiento pero todavía no va junto al escudo sino en letra pequeña en el margen inferior. En 1982 el texto que menciona al Ayuntamiento se acerca al escudo pero todavía no se integra de forma organizada como identidad gráfica normalizada. En 1990 es la primera muestra que encontramos en estos carteles en los que texto y símbolo forman parte de la identidad gráfica corporativa de esta institución de gobierno local. A partir de este año aparece el texto junto al símbolo en todos los carteles hasta 2015.

Las formas de nombrar al Ayuntamiento de la ciudad han variado en el tiempo: el nombre "Ayuntamiento de Murcia" precedido por el reconocimiento protocolario de Excelentísimo abreviado "Excmo."; en la mayoría de la ocasiones aparece solo "Ayuntamiento de Murcia"; en 1982 se especifica el Consejo Municipal y va acompañado de la Concejalía correspondiente en seis carteles correspondientes a carteles de los años noventa y a 2006. Desde 2010 hasta 2015 a.i. el texto que designa al Ayuntamiento en la Identidad Gráfica Corporativa del mismo es el nombre de la ciudad "Murcia".

Únicamente en el cartel de 1973 se utiliza la expresión "EDITADO POR" para referirse a la labor del Ayuntamiento de Murcia.

En la Tabla 54 comprobamos que los carteles analizados son documentos valiosos para conocer los cambios en la designación de las estructuras del Ayuntamiento que se encargan de las fiestas de Murcia y, en este caso, de las Fiestas de Primavera de Murcia. La Comisión de Cultura, Festejos y Deportes *El Consejo Municipal de Cultura y Festejos* es el primero que encontramos en el

año 1982. De 1992 a 1995 a.i. la referencia es a la *Concejalía de Festejos*. Esta denominación se amplía en 1996 a *Concejalía de Cultura, Festejos y Turismo*. No encontramos referencia a la Concejalía encargada de las fiestas hasta el cartel de 2006 donde detectamos otro cambio de denominación a *Concejalía de Cultura y Festejos*. Desde entonces hasta 2015 no vuelve a nombrarse la concejalía del Consistorio encargada de colaborar en la organización de las Fiestas de Primavera.

En la investigación hemos localizado un cartel que solo lleva la identidad corporativa de la Región de Murcia que se imprimió en 1994 donde se especifica *Región de Murcia Consejería de Fomento y Trabajo Dirección General de Turismo* que es distinto al cartel oficial de ese mismo año que editó el Ayuntamiento.

El Gobierno de la Comunidad Autónoma ha aparecido en tres ocasiones junto al Ayuntamiento. En 1992 y 1993 es la *Consejería de Cultura, Educación y Turismo* de la que depende la *Dirección General de Turismo* la que colabora con el Ayuntamiento en la preparación de las Fiestas de Primavera. En 1995 el texto que acompaña al símbolo de la Región de Murcia es *Consejería de Fomento y Trabajo* de la que depende ahora la *Dirección General de Turismo*.

La visión global en cuanto a los responsables del cartel de las Fiestas de Primavera de Murcia apunta al Ayuntamiento como responsable histórico del mismo. El respaldo de la Comunidad Autónoma se ha reducido a unos años.

5. El estudio de los autores de los carteles de Fiesta de Primavera de Murcia constituye un paso adelante en el conocimiento de los cartelistas murcianos, su profesionalidad y las tendencias artísticas que han llevado a los carteles de las fiestas.

En este apartado incluimos los autores de los carteles anteriores al periodo en estudio entre 1960 y 2015. Recogemos en la tabla 55 los textos con los que se hace referencia a los autores de los carteles localizados de cada año respetando mayúsculas y minúsculas. No se incluyen los nombres de los artistas que firman las ilustraciones cuyo nombre no aparece escrito en los créditos. Estos nombres sí se incluyen en la tabla 56 donde clasificamos a los autores en función de su perfil profesional.

Referencias a los Autores de los carteles localizados de las Fiestas de Primavera de Murcia de Septiembre 1960-2015	Año
F. LOPEZ	1963
Diseño: EKIPO, S.L.	1977
Diseño: EKIPO VERTICE S.L.	1978
Diseño EKIPO VERTICE S.L.	1979
MARCOS S ROMERA	1980
DISEÑO P. MANZANO	1990
JOSÉ MARÍA NUÑO DE LA ROSA ESTUDIOS	1991
DISEÑO PEDRO MANZANO	1992
Original y Diseño: Francisco Cánovas	1993

Carlos Moisés García	1994
Óleo Antonio Sánchez	1998
Técnica mixta Paco Bernal	1999
Pintura de Antonio Ballester	2000
Jesús Silvente	2001
Autor César Mercader	2003
Pintura Molina Sánchez	2008
Pintura de A. Hernansáez	2009
Ilustración Mariano Ballester	2011
Autor: Luis Garay (h.1940)	2012
Autor: Pedro Flores (h.1960)	2013
Diseño: Estudio Severo Almansa	2014
Diseño del cartel: Antonio Martínez Mengual	2015

Tabla 55: Textos de las referencias a los autores de los carteles de las Fiestas de Primavera de Murcia localizados de 1960-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

Conocemos los autores de todos los carteles de los que tenemos imagen excepto el de uno de los dos carteles de 1960. Para ello hemos tomado los datos de las firmas de las pinturas que ilustran los carteles. De los seis carteles que tenemos localizados pero sin imagen hemos encontrado el nombre del autor de todos excepto el del año 1968.

La expresión de los textos que informan sobre el autor del cartel varía en función de la actividad que realiza éste. La forma textual de nombrar al encargado es diversa en el periodo estudiado. Cuando la ilustración es una pintura y va firmada por el artista, no suele aparecer su nombre escrito en el cartel en los créditos. La primera vez que se añade la referencia al pintor además de la firma, es en 1993 con el texto "Original y Diseño: Francisco Cánovas". Las referencias a la obra pictórica específica en dos ocasiones la técnica empleada por el artista: "Óleo" Antonio Sánchez, "Técnica mixta" Paco Bernal. En otras dos ocasiones se detalla con el término "Pintura" que se trata de la obra de un pintor. "Ilustración" es otro término utilizado junto al nombre de un artista murciano y "Autor".

Los autores que conocemos por la firma son: Aurelio -1960 y 1962-, Antonio Carbonell -1961-, Antonio Laorden -1962, 1964, 1966, 1967, 1975,-, José María Párraga -1965-, Antonio Hernández Carpe -1971-, Tomás Alarcón (Fotografía) -1972-, Ángel Hernansáez -1973-, Gema -1974-, Joaquín Cano y Manuel Fernández-Delgado -1981-, El dibujador: Severo Almansa, Vicente Martínez Gadea, Antonio Ballester -1982-, Ramón Gaya -1983 y 2010-, diseño de Manuel Portillo y Pablo Portillo y dibujo de Pablo Portillo -1986-, diseño de Rafael García Meca -1987-, Obdulio Miralles Serrano, foto de Eidos y diseño de José María -1989-, Manuel Muñoz Barberán -1994-, José María Falgas -1995-, López Soldevila, Francisco -1996-, Ginés Vicente -1997-, Alfredo López -2002 y 2004-, Luis J.

Fernández -2005-, Rafael Terrés -2006-, Miguel Vivo -2007-, Mariano Ballester -2011-, Luis Garay -2012-, Pedro Flores -2013-.

Los carteles anteriores al periodo en estudio son obras de pintores e ilustradores de cada época que en la mayor parte de los casos contienen la firma artística del autor y que en ningún caso

Autores antecedentes que intervienen en el cartel de Fiestas de Primavera de Murcia de 1960 a 2015				
1927 Carbonell	1927 Julián Alcaraz	1947 Carlo Gómez	1948 Laorden	1952 José Francisco Aguirre
				
1953 Laorden	1954 Garay	1955 Carbonell	1956 José Francisco Aguirre	1957 Mechó
				

aparece la información en un texto aparte. Los autores de los carteles antecedentes son: Julián Alcaraz (1927), Gil de Vicario (finales de los 20, años 30 y 50), Pedro Flores y Ramón Gaya (finales años 20), Luis Garay (años 30 y 50), J. Pérez Gil (años 40), Miguel del Mural Gómez (años 40), José Antonio Molina Sánchez (años 40), Carlos Valenciano (años 40), Diez (años 40), Antonio Laorden (años 40 y 50), Carlos Gómez (años 40), Tomás Fuentes (años 40), Antonio Carbonell (años 40 y 50), José Francisco Aguirre (años 50), Mechó (años 50), T. Egea Azcona (años 50), Ceferino (años 50), J. Sanchis (años 50).

De todos ellos, Luis Garay, Ramón Gaya, Pedro Flores, Antonio Carbonell y Antonio Laorden han realizado carteles en la etapa estudiada. En número de carteles, Laorden es autor de seis

carteles uno en 1959 y los demás en los sesenta menos uno en 1975. Gaya es el autor que más ha prolongado su labor de cartelista con dos carteles de los ochenta (1983 y 2010) cuando su primer cartel de Semana Santa y Fiestas de Primavera data de 1929.

La palabra "Diseño" precede al nombre de las agencias de publicidad que han intervenido en la preparación de los carteles que son dos: Ekipo, S.L. y Ekipo-Vértice S.L. (1977, 1978 y 1998). Este vocablo también precede al nombre de diseñadores y artistas que llevan a cabo esta labor como Pedro Manzano, Severo Almansa y Mariano Ballester. Una forma curiosa de referir el autor es la del año 1991 "JOSÉ MARÍA NUÑO DE LA ROSA ESTUDIOS".

La fotografía se ha utilizado en cuatro carteles de los que tenemos imagen. NO es una práctica generalizada que los carteles sean realizados por fotógrafos. Cuatro de los 52 carteles con imagen, es decir, el 7,6% de los carteles analizados están ilustrados por fotografías. En 1963 el autor de la fotografía es López, en 1981 Joaquín Cano es el fotógrafo, en 1989 el Archivo de Almudí informa de que la foto del cartel es de Eidos, en 1992 aparece una fotografía en el diseño de Pedro Manzano.

Con todos los nombres encontrados, cuarenta y uno hemos elaborado la Tabla xx donde los clasificamos como artistas pintores, fotógrafos, diseñadores e ilustradores. Los nombres marcados con asterisco* corresponden a autores que aparecen en dos labores diferentes: Cánovas, Ballester, y Martínez Mengual. Con doble asterisco** hemos marcado los nombres de dos agencias de publicidad responsables del diseño en los carteles de dos años (supone el 4% de los 56 años) que no contabilizamos en el número de autores por no corresponder a personas independientes. El grupo de diseñadores "El Dibujador" no lo contabilizamos, pero sí a sus integrantes, uno de los cuales, Ballester, lo sumamos como pintor pues tiene doble perfil. De igual manera contamos a Nuño de la Rosa como diseñador aunque aparece con el nombre de su empresa.

Los carteles de artistas de estos años son 42 de los 58 localizados, es decir el 72%; los realizados por diseñadores son 12, el 21% (tres de ellos utilizan pinturas de autor), y 4 carteles, el 7%, están realizados por fotógrafos.

En resumen, la mayoría de los autores de los carteles son pintores y le siguen en número los diseñadores muchos de los cuales son en realidad pintores que realizan el diseño del cartel además de encargarse de la ilustración (Antonio Ballester, Cánovas y Martínez Mengual). La labor menos destacada en este género de carteles es la de ilustrador si bien en los años precedentes al estudio estos eran los más numerosos.

Hay nombres que se repiten a través de los años en el listado que hemos elaborado. El número de veces que hace el cartel un mismo autor varía en el número de años. Hay carteles que se han elaborado con obras pictóricas de artistas ya fallecidos como Luis Garay, Antonio Ballester, Ramón Gaya, o Pedro Flores. Pedro Manzano se ha encargado del diseño en dos años cercanos en el tiempo.

El autor que más carteles ha realizado es Antonio Laorden que lo ha hecho en cinco ocasiones. Cuatro años lo ha realizado Antonio Ballester, Severo Almansa ha intervenido tres veces. Hay dos años que la ilustración es de Falgas, otros dos donde la obra es de Mariano Ballester y la misma cantidad con las obras de Ramón Gaya.

La pauta general que se ha mantenido en el tiempo es la intervención de artistas locales que han realizado las imágenes principales de los carteles de Fiestas de Primavera.

En el capítulo siete de este trabajo se ha incorporado la información sobre los cartelistas murcianos elaborada en este apartado.

Profesión o Perfil más destacado	Nombre de los cartelistas de las Fiestas de Primavera de Murcia en el periodo 1960-2015	Número total y % sobre 41
Pintor	Aurelio, Antonio Carbonell, Antonio Laorden, José María Párraga, Antonio Hernández Carpe, Ángel Hernansáez, Gema, Marcos Salvador Romera, Ramón Gaya, Obdulio Miralles Serrano, Francisco Cánovas, Manuel Muñoz Barberán, José María Falgas, Francisco López Soldevila, Ginés Vicente, Alfredo López, Luis J. Fernández, Rafael Terrés, Miguel Vivo, Molina Sánchez, Mariano Ballester, Antonio Ballester, Jesús Silvente, César Mercader, Luis Garay, Pedro Flores, Antonio Martínez Mengual.	27-64,3%
Ilustrador	Pablo Portillo, Antonio Ballester*	1-2,3%
Diseñador	Ekipo**S.L., Ekipo Vértice** S.L., El dibujador**: Severo Almansa*, Vicente Martínez Gadea y Antonio Ballester*, Pedro Manzano, José María Nuño de la Rosa Estudios**, Antonio Ballester, Manuel Portillo y Pablo Portillo*, Rafael García Meca, José María, Francisco Cánovas*, Antonio Sánchez, Paco Bernal, Estudio Severo Almansa**, Antonio Martínez Mengual*	9-21,4%
Fotógrafo	Antonio López, Tomás Alarcón, Joaquín Cano y Manuel Fernández-Delgado, Eidos, Carlos Moisés.	5-12%

Tabla 56: Perfil de los cartelistas las Fiestas de Primavera de Murcia de Murcia en los carteles localizados de 1960-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

En cuanto a la aparición o no del texto con el nombre del autor del cartel y su función en la composición del mismo la norma es que, cuando aparece, se incluye la labor realizada (diseño/maquetación, pintura, fotografía o autor) junto al nombre y apellido del autor en un texto de cuerpo pequeño y tipografía legible que se sitúa en los laterales en vertical o en el margen inferior horizontal separado del resto de los textos de títulos y fechas. En gran parte de los casos suele preceder en la misma línea de texto a los créditos de imprenta y depósito legal.

6. El nombre de la imprenta consta por escrito en 43 (83%) de los 52 carteles localizados con imagen que corresponden a los carteles de Fiestas de Primavera de todas las décadas en estudio hasta 2015. De los años que no conocemos la imprenta, tres son de los años ochenta.

El listado de imprentas donde se han reproducido los carteles de Fiestas de Primavera de Murcia es el siguiente:

- Imp. Lit. Anel de Granada: 1960.
- Lit. Ortega S.A., C/ Barco, 12 de Valencia: 1961 y 1962
- Litografía C.pagán Murcia: 1963
- Recograph Murcia: 1963
- Gráficas Belkrom de Murcia: años 1964, 1965, 1966
- I.G. Policrón, S.A.:1967
- Tip. Belmar, C/ Polo de medina,10 de Murcia: 1971, 1973, 1974 y Litografía Belmar de Murcia: 1983
- I.G. Jiménez Godoy, S.A. C/ Badén, 19: 1977, 1978, 1979, 1982, 1984, 1985, 1986, 1987, 1989, 1990, 1992 (11 años).
- El Taller. Ingramur, S.L.: 1994
- Imprenta Regional: 1995
- A.G. Novograf, S.A.: 1991, 1993, 1994, de 1997 a 2005, de 2007 a 2015 (23 años).

La imprenta que más carteles ha reproducido de las Fiestas de Primavera es Novograf que lleva trabajando con estos ejemplares desde 1991 hasta 2015 y en los últimos veinte años de forma consecutiva.

En los ejemplares de los años anteriores al estudio encontramos talleres de impresión que continúan en los sesenta y setenta y otras que no se vuelven a nombrar que son los mismos que los encargados de los carteles de Semana Santa:

- Imp. y Lit. Ortega S.A., de Valencia. Representante en Murcia Carmelo Bueno: imprime dieciséis carteles en los años 1929, 1943, 1945, 1948, 1949, 1952, 1953, 1956, 1957 y 1959
- Litógrafo Cristóbal Pagán de Murcia: 1932 y 1950
- Imp. Lit. Offset Anel de Granada: 1946, 1947 y 1954.
- Lit. José M^a Ventura Hita de Granada: 1951 y 1958
- Artes Gráficas, S.A. Gijón: 1955

En cuanto a la aparición del texto con el nombre de la imprenta del cartel comprobamos que se incluye en el cartel en un texto de cuerpo pequeño y tipografía legible que se sitúa en los laterales en vertical o en el margen inferior horizontal separado del resto de los textos de títulos y fechas. Suele colocarse tras el nombre y apellido del autor en la misma línea de texto junto al depósito legal.

7. No aparece eslogan en los 52 carteles localizados de Fiestas de Primavera de Murcia.

En 28 de los 52 ejemplares en estudio se incluye la declaración de interés turístico de las Fiestas de Primavera de Murcia. Se consideran textos persuasivos ya que sirven de argumento para convencer a los posibles visitantes. A través de los carteles hemos sabido que en 1967 las fiestas anunciadas son declaradas de interés turístico y que en 1990 la declaración de interés turístico alcanza la categoría a nivel “nacional”.

8. En el apartado de *Otros textos* hemos encontrado el registro del Depósito Legal del documento.

A la vista de los datos obtenidos en la descripción general del cartel de las Fiestas de Primavera de Murcia no se incluye, por tanto, eslogan. Incluye la declaración de interés turístico que en 1990 alcanzó el nivel nacional. El código del Depósito Legal del cartel se coloca normalmente junto los datos de la imprenta y en su mismo tipo y tamaño de letra pequeño.

9.4.3. Datos del nivel significativo: elementos visuales y contexto argumental

Los elementos visuales analizados en los 52 (100%) carteles localizados con imagen hacen referencia a las representaciones gráficas que intervienen en ellos y su composición en el espacio:

1. El tipo de ilustración del cartel más numeroso es el que hemos denominado pintura de autor que encontramos en 38 ejemplares (73% de 52). Los carteles cuyas imágenes son ilustraciones de diseño gráfico suponen el 21% de los 52 ejemplares analizados (11 casos). El tipo de ilustración menos utilizado es la fotografía que corresponde a 3 carteles (5,8%). El número de carteles ilustrados con pinturas de autor son más de triple que los de diseño gráfico y los fotográficos apenas superan los cinco puntos porcentuales.

2. Hemos registrado la aparición de la firma en la ilustración porque aporta información sobre la naturaleza de la imagen que se utiliza en los carteles toda vez que la rúbrica es el sello de identidad artística de los pintores. Este dato viene a verificar la intervención de los artistas en los carteles de las Fiestas de Primavera. En 30 de los 52 carteles con imagen aparece la rúbrica como parte de la pintura que los protagoniza (58%) y no la encontramos en el 42% de ellos (22 carteles). Verificamos con estos datos que en el cartel de Fiestas de Primavera se mantiene la tradición de designar a un artista como autor de la imagen principal del mismo. Desde 1927 en los carteles anteriores al periodo estudiado, desde 1927 a 1959 casi el 90% de los carteles que hemos encontrado llevan la firma del autor en la ilustración.

3. Respecto al uso del margen en el cartel encontramos que en 36 (69%) la ilustración se imprime a sangre, es decir, no hay margen; en 12 casos (23%) la ilustración va rodeada por un marco, y en 4 (7,8%) es mixto, es decir, una parte del cartel lleva marco y otra no.

En más del doble de los carteles analizados, la ilustración lleva un marco que la rodea.

4. Los tipos de lay out encontrados en esta fiesta son en orden de mayor a menor repetición: El Tipo C es el más utilizado, hay 19 casos (36,5%); le sigue con 17 carteles cada uno (32,7%) el tipo F; y a mucha distancia el tipo A se repite en 6 ocasiones (11,5%); con 5 repeticiones por tipo el D

(9,6%); se han utilizado 2 veces los tipos E y R (3,8); una vez el cartel es de tipo N (2%). Los tipos restantes – B, G, H, I J, K, L, M y Ñ - no se han utilizado.

La orientación más común en estos carteles es la vertical que corresponde al 98% de los 52 carteles. Solo hemos encontrado un cartel horizontal (2%).

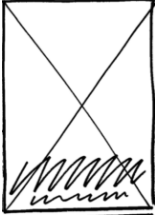
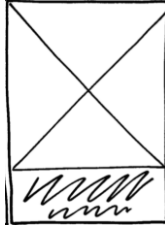
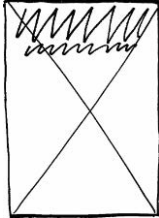
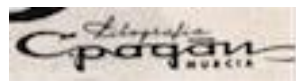
Lay outs más utilizados en los carteles de Fiestas de Primavera de Murcia entre 1960-2015			
			
Tipos	C	F	A

Tabla 57: Tipos de lay out localizados en los carteles de las Fiestas de Primavera de Murcia de 1960-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

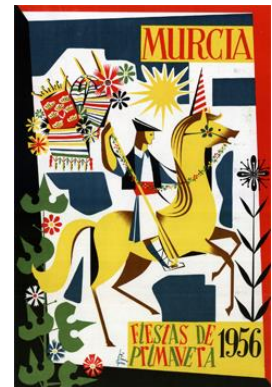
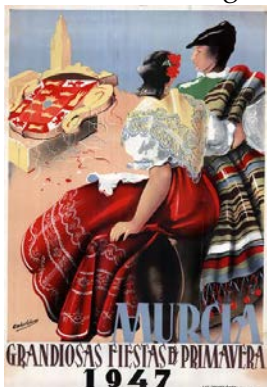
5. En lo referente a los registros de los emisores de los carteles por medio de la identidad gráfica corporativa (IGC) colocada en ellos, contabilizamos la aparición, tanto de la parte simbólica de la misma cuando aparece sola, como cuando estos distintivos de identidad aparecen con los textos en la disposición pautaada y con la tipografía y color normalizado de su marca.

De los 52 carteles con imagen aparecen elementos de identidad gráficos en 43, es decir en el 82,7% de los casos.



La primera característica diferencial que nos encontramos en los carteles de las Fiestas de Primavera de Murcia, en cuanto a inclusión de signos de identidad gráfica se refiere, es la aparición en 1963 del logotipo de la imprenta donde se reproduce el cartel de este año. Se trata de la Litografía de Cristóbal Pagán de Murcia donde también se imprimió el cartel de Semana Santa.

El primer signo de identidad de una institución pública en los carteles lo vemos en el ejemplar de 1962. Se trata del escudo de la ciudad de Murcia que ha servido de enseña del Ayuntamiento de la ciudad hasta la llegada de la democracia y la constitución de los gobiernos regionales.



El escudo aparece integrado en la ilustración como un elemento de la escena (a modo de product placement) siguiendo la costumbre de décadas anteriores al estudio que podemos contemplar en la Tabla 58. En las siguientes inserciones – toda la década de los setenta y los años ochenta- el escudo de Murcia aparece sin texto que identifique al Consistorio.

Hay que matizar que la estética del escudo queda a la libre elección del cartelista y se adapta al estilo pictórico del artista desde principios del s. XX hasta entrados los años setenta, y se normaliza, es decir, se aviene a normas de estilo, desde principios de los ochenta (1983).

EVOLUCIÓN DE LA IDENTIDAD GRÁFICA CORPORATIVA DEL AYUNTAMIENTO DE MURCIA EN LOS CARTELES FIESTAS DE PRIMAVERA ANTERIORES A 1960					
					
CARTEL 1927	CARTEL 1943	CARTEL 1943	CARTEL 1943	CARTEL 1945	CARTEL 1945
					
CARTEL 1946	CARTEL 1946	CARTEL 1947	CARTEL 1948	CARTEL 1949	CARTEL 1949
					
CARTEL 1950	CARTEL 1950	CARTEL 1951	CARTEL 1952	CARTEL 1953	CARTEL 1954
					
CARTEL 1955	CARTEL 1956	CARTEL 1957	CARTEL 1957	CARTEL 1959	CARTEL 1959

Tabla 58: Identidad Gráfica Corporativa del Ayuntamiento de Murcia en los carteles de las Fiestas de Primavera de Murcia anteriores a 1960

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

En la Tabla 59 podemos comprobar la evolución descrita desde una perspectiva global ordenada en el tiempo.

EVOLUCIÓN DE LA IDENTIDAD GRÁFICA CORPORATIVA DEL AYUNTAMIENTO DE MURCIA EN LOS CARTELES FIESTAS DE PRIMAVERA DE 1960 A 2015					
					
CARTEL 1962	CARTEL 1964	CARTEL 1966	CARTEL 1969	CARTEL 1971	CARTEL 1973
					
CARTEL 1974	CARTEL 1975	CARTEL 1977	CARTEL 1978	CARTEL 1979	CARTEL 1980
					
CARTEL 1981	CARTEL 1983	CARTEL 1988	CARTEL 1991	CARTEL 1992	CARTEL 1993
					
CARTEL 1993-2	CARTEL 1994	CARTEL 1995	CARTEL 1996	CARTEL 1997	CARTEL 1998
					
CARTEL 1999	CARTEL 2000	CARTEL 2001	CARTEL 2002	CARTEL 2003	CARTEL 2004
					
CARTEL 2005	CARTEL 2006	CARTEL 2007	CARTEL 2008	CARTEL 2009	CARTEL 2010
					
CARTEL 2011	CARTEL 2012	CARTEL 2013	CARTEL 2014	CARTEL 2015	

Tabla 59: Identidad Gráfica Corporativa del Ayuntamiento de Murcia en los carteles de las Fiestas de Primavera de Murcia de 1960-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

En 1991 el símbolo del Consistorio se acompaña de texto con el nombre de la institución local y al año siguiente se integra el nombre del consejo específico del que dependen estas fiestas de pasión. Desde esta fecha hasta 2015 se han alternado años en los que aparece la IGC del Ayuntamiento con texto y sin él. El periodo más extenso en el que se ha mantenido la IGC con

leyenda abarca de 1994 a 2015 si bien los textos han variado a lo largo de los años como hemos analizado en su apartado correspondiente.

En estos carteles de 1960 a 2015 observamos dos cambios significativos en el símbolo del Ayuntamiento de Murcia a través de los años. El primero lo encontramos en el cartel de 1991 y el segundo en el de 2008. El primer cambio afecta al símbolo del Consistorio que cambia el escudo por la fachada del edificio. El segundo cambio realizado por Alberto Corazón modifica todos elementos de identidad, es decir, el símbolo y los textos. Como ya hemos explicado en los epígrafes anteriores, el nuevo diseño consta de tres opciones gráficas que se aplicarán en función del soporte y finalidad de la inserción. La que se utiliza en estos carteles es la versión en la que se reduce el texto a “Murcia” y el nuevo símbolo del castillo.

La IGC del Ayuntamiento es la más número de veces hallamos en los 52 carteles estudiados, en más de tres cuartas partes, concretamente en 41 ejemplares.

La IGC que más veces acompaña a la del Ayuntamiento de Murcia es la marca que esta institución creó en 1997 para las Fiestas de Primavera que integra en la parte simbólica cuatro iconos: la Torre de la catedral que identifica la ciudad de Murcia, los fuegos artificiales que significan celebración de fiestas, el busto de la huertana que representa el Bando de la Huerta y el pez en llamas que representa el Entierro de la Sardina.

Este imagotipo se emplea en los carteles que anuncian actividades concretas que integran las Fiestas de Primavera editados por los colectivos privados que las organizan como vemos en los ejemplos. Estos carteles los hemos incluido en la base de datos pero necesitan ser estudiados en un trabajo específico sobre ellos.

1997	1997	1997	2010	2011
				

Los textos de esta identidad gráfica han sufrido una modificación como vemos en los carteles. Desde 2006 el texto se reduce a “Fiestas de Murcia” y su uso se extiende a las demás fiestas de la ciudad como podemos ver en los carteles de 2008 y 2009 de la Feria de Septiembre.

EVOLUCIÓN DE LA IDENTIDAD GRÁFICA CORPORATIVA DE FIESTAS DE MURCIA EN LOS CARTELES FIESTAS DE PRIMAVERA DE 1960 A 2015					
					
CARTEL 1997	CARTEL 1998	CARTEL 1999	CARTEL 2000	CARTEL 2001	CARTEL 2002
					
CARTEL 2003	CARTEL 2004	CARTEL 2005	CARTEL 2006	CARTEL 2007	CARTEL 2008
					
CARTEL 2009	CARTEL 2010	CARTEL 2011	CARTEL 2012	CARTEL 2013	

Tabla 60: Identidad Gráfica Corporativa de las Fiestas de Primavera Murcia en los carteles de las Fiestas de Primavera de Murcia de 1960-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

La colaboración de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia en los carteles de las Fiestas de Primavera se reduce a tres años de principios de los noventa. En 1992, 1993 y 1995 la IGC que utiliza es la misma en las tres ocasiones y corresponde al diseño minimalista realizado por Severo Almansa (diseñador) para la institución. En el año 1994, además del cartel editado por el Ayuntamiento, encontramos un cartel para promocionar las Fiestas de Primavera editado exclusivamente por la Dirección General de Turismo dependiente de la Consejería de Fomento y Trabajo de la Región de Murcia con fotografías del Bando de la Huerta y del Entierro de la Sardina como actos más atractivos para activar el turismo.



EVOLUCIÓN DE LA IDENTIDAD GRÁFICA CORPORATIVA DE LA REGION DE MURCIA EN LOS CARTELES FIESTAS DE PRIMAVERA DE 1960 A 2015		
		
CARTEL 1992	CARTEL 1993	CARTEL 1995

Tabla 61: Identidad Gráfica Corporativa de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia de Murcia en los carteles de las Fiestas de Primavera de Murcia de 1960-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

La presencia de las empresas privadas en los carteles analizados que anuncian las Fiestas de Primavera en su conjunto (no eventos puntuales como el Bando de la Huerta, el Entierro de la Sardina o el Desfile de las Flores) editados por el Ayuntamiento de Murcia se reduce a dos ocasiones. El ejemplar del año 1997 incluye la IGC de la cadena de supermercados Pryca junto a las del Ayuntamiento y la Región de Murcia. En 1997 es la Unión de Radioficionados de Murcia la que acompaña al Ayuntamiento y a la marca de las Fiestas de Primavera de Murcia. En 2010, la ilustración del cartel es un dibujo de Ramón Gaya y se incluye la identidad del centenario del pintor y de la candidatura de la Murcia como capital europea de la cultura en 2016.

IDENTIDAD GRÁFICA CORPORATIVA DE EMPRESAS U ORGANIZACIONES PRIVADAS EN LOS CARTELES FIESTAS DE PRIMAVERA DE 1960 A 2015			
			
CARTEL 1995	CARTEL 1997	CARTEL 2010	CARTEL 2010

Tabla 62: Identidad Gráfica Corporativa de otros anunciantes en los carteles de las Fiestas de Primavera de Murcia de 1960-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

Los códigos QR se introducen en los carteles de las Fiestas de Primavera desde el año 2012 y sirven para mostrar la puesta al día del Ayuntamiento en cuanto al uso de las nuevas posibilidades que procuran las innovaciones tecnológicas para la comunicación con los ciudadanos.

			
CARTEL 2012	CARTEL 2013	CARTEL 2014	CARTEL 2015

Los elementos del contexto argumental los hemos ordenado en relación a tres referentes:

1. Los personajes que aparecen en la escena representada son: personas en el 60% (31 veces); objetos en 18 ocasiones, el 34,6% de los carteles; animales en 15 (28,8%) y vegetales en 19 ejemplares (36,5%); y en 6 casos (11,5%) hay otros protagonistas. En la tabla 63 recogemos la descripción de los personajes de cada categoría con el número de veces que aparecen en los 52 carteles con imagen. Los protagonistas más numerosos son las personas.

DETALLE DE LOS PERSONAJES EN LOS CARTELES DE LA FERIA DE MURCIA DESDE 1960 HASTA 2015				
Objetos	Personas	Animal	Vegetales	Otro
<ul style="list-style-type: none"> • Carroza (3) • Escalera (1) • Mantón (1) • Refajo (2) • Tenedor (1) • Laúd (1) • Guitarra(1) • Castañuelas (1) • Partitura (1) • Silla huertana(1) • Bengalas(2) • Puente de los Peligros (1) • Ayuntamiento (1) • Catedral(1) 	<ul style="list-style-type: none"> • Huertano (13) • Huertana (12) • Pareja de huertanos (7) • Familia de huertana (1) • Hachoneros (8) • Dama en carroza (2) • Público (2) • Macero(1) • Nazarenos (3) 	<ul style="list-style-type: none"> • Caballo (1) • Bueyes (1) • Pájaro multicolor (1) • Gorrión (1) • Gallo (1) • Golondrinas (1) • Sardinias (11) 	<ul style="list-style-type: none"> • Tréboles (1) • Árbol (1) • Flores (5) • Claveles (1) • Girasol (1) • Geranios (1) • Frutos (3) • Pimientos (1) • Limones(1) • Palmera (2) 	<ul style="list-style-type: none"> • Fuegos artificiales (2) • Actor de fuego del Entierro de la Sardina(1)

Tabla 63: Personajes de los carteles de Feria de las Fiestas de Primavera de Murcia de 1960-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

En la mayoría de las ocasiones (87%) los participantes en las escenas representadas son prototipos existentes en la realidad. Los personajes fantásticos han sido, por ejemplo, unas mazorcas bailarinas.

2. Las calles de Murcia capital son el lugar común donde suceden la mayor parte de las escenas representadas en los carteles. Los escenarios son reales y las obras pictóricas costumbristas permiten identificar con exactitud los edificios, plazas y paseos. Los escenarios sitúan la narración en las *calles del centro de la ciudad de Murcia*. Localizamos el Puente Viejo, la fachada del Ayuntamiento, la Plaza de Belluga, la Iglesia de San Andrés,

el Paseo del Malecón y la Catedral de Murcia. Son parajes al *aire libre*, en lugares abiertos. En cinco ocasiones se trata de la casa de la huerta de Murcia con árboles frutales y macetas con flores. En varios carteles las abstracciones evocan lugares indefinidos.

3. El tiempo nos indica a grandes rasgos el clima y el momento del día en los que suceden las fiestas. Los rasgos del tiempo en los que se desarrolla la escena son definidos en el 80% de los carteles. En estos carteles la escena transcurre por la mañana, donde brilla el sol y la luz primaveral resalta los colores de la naturaleza y de las personas que se divierten. Cuando las escenas son de noche el cielo está despejado y brillan los fuegos artificiales, además el tiempo es cálido puesto que las escenas son al aire libre y el clima es propicio para ello.

Si reunimos los datos del contexto argumental encontramos que las narraciones que se utilizan en los carteles de las Fiestas de Primavera se sitúan en las calles del centro de Murcia protagonizadas por toda serie de huertanos que disfrutan de Murcia en Primavera.

9.4.4. Signos y aspectos relevantes del nivel significado para la construcción del imaginario de las Fiestas de Primavera de Murcia

Como resultado de la investigación hemos concretado el conjunto de signos que conforman el imaginario de las Fiestas de Primavera de Murcia. En la Tabla 64 presentamos los signos ordenados de mayor a menor en función del número de veces que aparecen en los carteles. Los hemos organizado en dos columnas la que acoge a los signos de las Fiestas de Primavera de Murcia y las referencias a la ciudad de Murcia.

En este apartado del análisis integramos los elementos significantes detectados con el mensaje global que se comunica en el cartel de fiestas de Fiestas de Primavera de Murcia.

El único dato que se repite en el 100% de los carteles anunciados y es el tipo de discurso que en todos los casos es seductivo, es decir, intenta atraer al público al disfrute de las fiestas mediante la exaltación de las mismas.

El símbolo de identidad de Murcia es estos carteles es el traje regional o traje de huertano que aparece en el 50% de los ejemplares. El icono de la ciudad que más se utiliza es la Torre de la Catedral y le acompañan el Imafrente, el Puente viejo, la fachada del Ayuntamiento de Murcia y el río que pasa por pleno centro y une la ciudad con la huerta de sus alrededores. Los edificios urbanos se integran en los mensajes para significar que estas fiestas son populares y se celebran en el lugar que une a todos los ciudadanos, la calle. La palmera se utiliza como icono vegetal de la ciudad tanto en el paisaje urbano como en el paisaje huertano.

En cuanto a los signos propios de las Fiestas de Primavera las flores son el signo más recurrente en los carteles. La variedad floral muestra la riqueza de las flores de la huerta y significan primavera murciana: rosas, geranios, girasoles, claveles y flores silvestres de todos los colores. Junto a las flores, los pájaros son otro símbolo de la estación del año cuya llegada se celebra. Es la estación de la explosión de la vida, de la continuidad de la existencia del hombre y de la naturaleza que le rodea donde el sol es la fuente de calor que proporciona el calor necesario para el nacimiento y la continuidad de las nuevas generaciones.

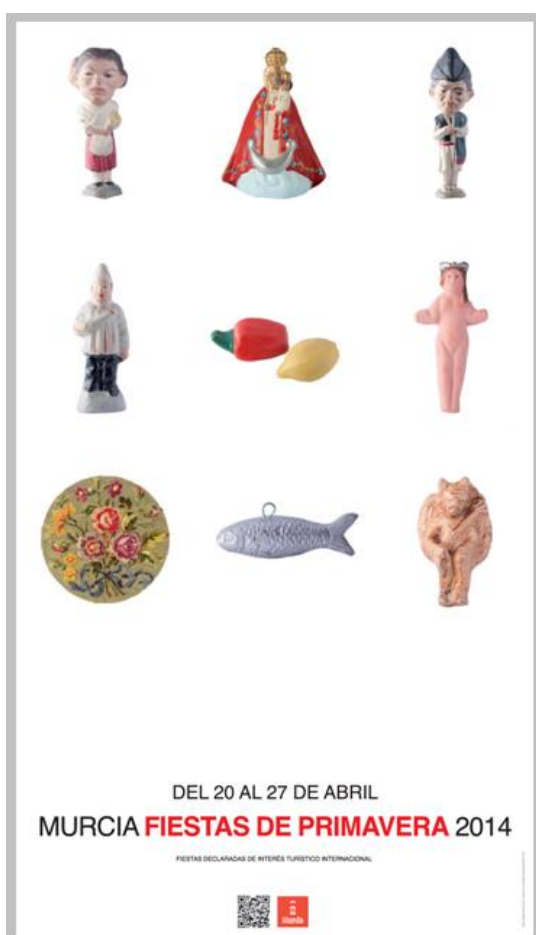
SIGNOS UTILIZADOS EN LOS EN LOS CARTELES DE LAS FIESTAS DE PRIMAVERA DE MURCIA DESDE 1960 (total 33)	
SIGNOS DE MURCIA	SIGNOS DE FIESTAS DE PRIMAVERA
Traje regional (26)	Flores (25)
Edificios (7)	Huertana (23)
Torre de la Catedral (6)	Zaragüel (21)
Palmera (5)	Mantón huertana (20)
Huerta (4)	Huertano (18)
Imafronte (3)	Chaleco (18)
Puente Viejo (3)	Refajo (17)
Ayuntamiento (3)	Esparteña (15)
Río (3)	Montera (14)
	Pareja huertanos (14)
	Sardina (13)
	Moño picaporte (12)
	Manta huertano (12)
	Hachonero (10)
	Fuego (10)
	Carroza (7)
	Muebles huerta (6)
	Gayao (6)
	Bengala (5)
	Pájaro (5)
	Sombrero calañés (4)
	Guitarra y laúd (4)
	Fuegos artificiales (3)
	Baile (3)
	Barraca (2)
	Castañuelas (2)
	Burro/caballo (2)
	Aperos de labranza (2)
	Virgen Fuensanta (1)
	Dioses míticos (1)

Tabla 64: Signos de las Fiestas de Primavera de Murcia localizados en los carteles de 1960-2015

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

La mujer joven murciana significa la belleza de la tierra y del pueblo de Murcia. El joven huertano muestra la energía y la fuerza del huertano. La pareja de jóvenes huertanos (hombre y mujer) son el símbolo de una raza que permanece y se conserva en el tiempo orgullosa de sus forma de ser y de pensar y cuidadosa de sus costumbres y su cultura popular. Las familias y grupos de huertanos de todas las edades significan la identidad de todo un pueblo, sin distinciones de edad, que comparten el amor por sus raíces.

El valor de la conservación de las costumbres y tradiciones se transmite mediante los elementos más significativos de la vestimenta de los personajes, es decir, de los detalles que con su mera aparición significan “traje de huertano/a”: en primer lugar los zaragüelles son es el signo más utilizado le sigue el mantoncillo de la huertana y el chal o mantoncillo, a continuación el refajo de lana y de lujo, seguido por las esparteñas o alpargatas, la montera o el sombrero calañés si va de guapo, el moño de picaporte, la manta que lleva el huertano al hombro y el gayao que empuña en la mano y sobre el que se apoya con estilo peculiar.



Los instrumentos musicales propios de las rondallas murcianas, la guitarra, el laúd, la bandurria y las castañuelas o postizas aparecen en los carteles llenando de música, canto y baile el anuncio de las Fiestas de Primavera.

La Patrona de Murcia, la Virgen de la Fuensanta, solo aparece en un cartel, el realizado por Severo Almansa para las fiestas de 2014. Este cartel es curioso porque es un diseño conceptual de signos icónicos propios de las fiestas. El cartel de fondo blanco destaca la importancia de los elementos que como si de un jeroglífico se tratara hablan de las fiestas que se anuncian. La pareja de huertanos ataviados con los trajes regionales y el pimiento y el limón que representan los productos de la tierra, de la huerta murciana, son los signos del Bando de la Huerta. El Entierro de la Sardina se simboliza con la sardina plateada, la diosa y el diablo a los que acompaña el hachonero con traje y capirote de rayas y bengala en la mano. Una tela tradicional murciana estampada de flores simboliza la estación del año en que se celebran

las fiestas, la primavera. Todo ello presidido en la parte alta y central del cartel por la Virgen de la Fuensanta, patrona de Murcia y a la que se venera durante las fiestas con ofrenda floral del pueblo murciano. Como anécdota el artista nos explicó que la figura de la chica la regalaba el traperero que recogía las ropas y trapos viejos de las casas para hacer jarapas con ellos. Además, en el arte murciano es tradicional la elaboración de figuras de arcilla y terracota, conocidos como los barros murcianos. La obra de este diseñador y artista murciano impregna de arte el cartel de las fiestas que se anuncian.

Las carrozas significan fiesta de primavera porque son un artilugio que protagoniza los desfiles más importantes de estos días, el Bando de la Huerta, El Entierro de la Sardina y el desfile de las Flores (en una época anterior correspondería a la Batalla de las Flores).

Las Fiestas de Primavera incluyen en los carteles signos de sus actos más conocidos, el Bando de la Huerta y el Entierro de la Sardina.

Todos los rasgos folklóricos relacionan las fiestas con el día del Bando de la Huerta y el día del Bando infantil donde aparecen los caballos, bueyes, las carrozas, los muebles y aperos de labranza. Estos elementos aluden a los aspectos más representativos del desfile que se celebra en las calles de Murcia capital. La esencia del mismo es representar la forma en que la huerta y toda la cultura popular se introduce en la ciudad a través de las manifestaciones folklóricas entre las que destaca el baile, la música, los trajes típicos que portan todos los personajes en las distintas modalidades según la edad. Los naranjos, limoneros y los cestos con frutos muestran la riqueza de la huerta murciana. El desfile y la fiesta tienen como fin último la exaltación de la identidad murciana, dar a conocer, conservar y compartir lo que el pueblo de Murcia ofrece a todos los visitantes y a las nuevas generaciones que habrán de mantenerlo en el futuro. Se comparten los productos de la tierra con todos los que contemplan el paso de la cabalgata para mantener las tradiciones de la cultura popular de la huerta a través, sobre todo del folclore musical, el baile y los atuendos.

Los signos icónicos del Entierro de la Sardina son los hachoneros con su atuendo de rayas y capirote de punta y el gran pez, la sardina, que arde para dar por finalizadas las fiestas de primavera en la ciudad.

Los fuegos artificiales que son un recurso festivo muy directo aparecen solo en tres ocasiones quizás porque estas fiestas celebran el sol del día y la noche aparece en pocas ocasiones.

Las connotaciones del tiempo en los mensajes responden a la estación del año en que se viven las Fiestas de Primavera y Semana Santa. La luz es un signo constante en las ilustraciones propias del clima mediterráneo de días cálidos y noches que refrescan, pero que permiten disfrutar al aire libre del Entierro de la Sardina y de las barracas que se instalan en los jardines, y de toda la ciudad.

El colorido de los carteles representa la fiesta, la alegría y diversión propias de estas fiestas y la explosión de los colores de la primavera.

Los significados y valores que transmiten las piezas analizadas se pueden concentrar en: tradición murciana, cultura popular, diversión, alegría, convivencia, luz y calor, arte y movimiento.

CONCLUSIONES

La hipótesis de partida de la investigación queda demostrada con los datos de los autores de los carteles por lo que podemos afirmar que el cartel de fiestas es el soporte publicitario donde se mantienen el uso de las obras de arte como ilustración en una proporción superior al resto de ilustraciones de diseño gráfico y fotográficas. En consecuencia, los pintores son los cartelistas de la fiesta más numerosos respecto de los diseñadores gráficos y fotógrafos. Por su parte, las agencias de publicidad han intervenido en contadas ocasiones en la creación de estos carteles.

Hemos conseguido los objetivos planteados y los resultados de la investigación han superado nuestras expectativas puesto que aportamos conocimiento al ámbito del cartel de fiestas de Murcia, y, además, al del cartelismo murciano en general, al de las fiestas de Murcia, al de la profesión publicitaria y del diseño gráfico en particular, y al de la publicidad institucional de Murcia.

Las conclusiones y aportaciones de esta tesis son las siguientes:

Para nuestra investigación había que partir de la distinción entre medio y soporte publicitario puesto que el cartel es un soporte del medio exterior publicitario.

A continuación era conveniente delimitar el concepto de cartel y elaborar una definición que permitiera diferenciarlo de otras herramientas de comunicación, que pudieran confundirse con el cartel; puesto que son distintas en cuanto a su creación, elaboración y uso. La definición que hemos elaborado a partir de la propuesta por Ruiz Llamas (1992), responde mejor a las características del cartel de fiestas es la siguiente: *El cartel es un objeto que, en sus diversas variantes o formas locales y/o históricas específicas, posee como característica esencial de ser un medio de comunicación visual, bidimensional y estático; y que integra, en diversa proporción estilo, texto e imagen, con el objetivo de comunicar públicamente un mensaje para informar, instruir y/o persuadir.*

Esta definición no impide reconocer la estrecha vinculación entre arte y cartel; si bien el cartel, por artístico que sea, no se concibe como obra de, sino como objeto comunicativo que cumple una misión y refleja al público al que se dirige, como defiende Coronado (2001). Sin embargo, diferimos de los autores que desvinculan al cartel del arte, puesto que los artistas impregnan sus obras cartelísticas de sentido estético-artístico. Además, el arte también se refleja en el espejo de la publicidad a través del cartel.

El estudio histórico del cartel ha sido útil para ver hasta que punto los cartelistas europeos de principios de siglo han influido en el estilo de los cartelistas murcianos. Si bien es cierto que la influencia francesa llegó antes a Cataluña que al resto de España, también lo es que artistas de la calidad de Ramón Gaya – que muy joven en 1920 ganó el tercer premio del concurso de carteles – lograron que las tendencias vanguardistas no llegaran demasiado tarde a Murcia como suele ocurrir en “provincias”.

Creemos que este planteamiento para estudiar el cartel es novedoso en cuanto vinculamos su origen artístico con los conceptos de la teoría de los medios de comunicación publicitaria actuales.

Hemos escrito la historia del cartel de fiestas en Murcia recopilando la información dispersa en los textos sobre otros temas, en las noticias sobre las fiestas y, sobre todo, con los datos obtenidos mediante la investigación.

Hemos comprobado la inexistencia de bibliografía específica sobre el cartelismo murciano lo que ha dificultado la investigación y ha demandado más tiempo para la búsqueda, recopilación y elaboración de la información sobre el tema. Para ello hemos recurrido a artículos de revistas y programas de fiesta, noticias de prensa diaria y entrevistas con pintores y expertos sobre carteles y fiestas.

El esfuerzo realizado en la búsqueda de información y de los carteles originales para su análisis ha necesitado muchos años de seguimiento y de paciente observación, así como de habilidad para superar las dificultades surgidas para llegar hasta los mismos. La colaboración de las personas expertas en el tema festivo y artístico (cartelistas, pintores, fotógrafos, diseñadores, personal de los archivos, coleccionistas) que forma el contexto de los carteles en estudio ha sido de rápido ofrecimiento pero de lenta y, en ocasiones, nula realización. Información solicitada que nunca ha llegado, listados de carteles sin localizar que han quedado sin respuesta, solicitudes de acceso que no se han realizado por dificultades estructurales, carteles prestados y no devueltos, y particulares que no han podido atendernos e incluso personas que se han entrevistado con nosotros con prontitud y aporte de mucha información pero que han dejado de atendernos sin explicar el porqué. Al mismo tiempo, hemos recibido el apoyo y la ayuda eficaz de la Biblioteca Regional (Amparo Iborra), el Archivo de la imprenta Novograf (Francisco Rodríguez, Pedro Martínez Orenes), el Cabildo Superior de Cofradías de Murcia (Lola), el Museo Ramón Gaya (Manuel Fernández-Delgado) y los artistas, pintores y diseñadores, Severo Almansa, Nicolás de Maya y Pablo Portillo.

Hemos elaborado la historia del Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo sobre el que no existía documentación monográfica. Para ello hemos contado con la prensa diaria nacional y local, los programas y hojas de las distintas ediciones del evento y las entrevistas con colaboradores del festival. El conocimiento de los rasgos del Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo fruto de esta tesis supera el conocimiento del cartel ya que constituye una aportación novedosa en el conocimiento de las fiestas de Murcia.

En la investigación hemos realizado un trabajo de localización de carteles que ha consistido en reunirlos y ordenarlos de manera que hemos hecho posible su consulta y uso como fuente documental. Para ello se han contrastado los datos de cada cartel desde varias fuentes.

En la información encontrada en distintas publicaciones referentes al cartel de fiestas se incluyen muchos datos que proceden de los folletos anunciadores de las mismas y no de los carteles. O se toman las portadas de los mismos como muestra de las ilustraciones en los casos en los que no se encuentran los posters originales. En la investigación realizada hemos comprobado que no se pueden extrapolar los datos de las portadas de los programas de fiestas a los carteles anunciadores de las mismas -esta cuestión afecta por igual a todas las fiestas- sin contar con otras informaciones que evidencien la coincidencia, conclusión ésta que ha tamizado la selección de los materiales a analizar.

No están localizados todos los carteles de las fiestas de Murcia, en el periodo que se extiende entre 1960 y 2015, en los archivos públicos de la ciudad (Ayuntamiento de Murcia) ni de la comunidad autónoma (Región de Murcia). No existe un catálogo unificado de carteles de fiestas de Murcia. Están sin localizar el 39,2% de los carteles de la Feria de septiembre la mayoría de los cuales pertenecen a los años comprendidos entre 1960 y 1982. Están localizados todos los carteles del Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo entre 1968 y 2015. Los carteles de Semana Santa de Murcia entre 1960 y 2015 están localizados todos menos uno, el del año 1973. Y los carteles de Fiestas de Primavera de Murcia entre 1960 y 2015 están localizados todos menos uno, el del año 1976.

Hemos creado la base de datos que tiene localizados los carteles de fiestas de Murcia, recoge de ellos información de forma y contenido de los mismos y, en consecuencia, es el punto de partida que permite abordar investigaciones posteriores. Hemos dibujado el mapa de localización de la cartelería de las fiestas de Murcia de forma que en siguientes investigaciones se pueden proponer como objetivo encontrar los ejemplares y recoger la imagen de los localizados sin imagen, y localizar los carteles cuyo paradero es desconocido. Los datos correspondientes a este campo constituyen un resultado de gran valor para posteriores proyectos. Este dato se complementa con el registro de la fuente en la ficha donde hemos apuntado el paradero del original y, en cada caso, dónde hemos encontrado la imagen del cartel o noticias sobre el mismo. La base de datos contiene 393 registros:

- 88 registros de Feria de Murcia de Septiembre: 33 anteriores a 1960, 34 localizados de los cuales tenemos la imagen de 27 y no hemos conseguido la imagen de 7.
- 51 registros del Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo: todos localizados de los cuales tenemos la imagen de 49 y no hemos conseguido la imagen de 2.
- 94 registros de Semana Santa de Murcia: 30 anteriores a 1960, 61 localizados de los cuales tenemos la imagen de 57 y no hemos conseguido la imagen de 4.
- 161 registros de Fiestas de Primavera: 33 anteriores a 1960, 131 localizados de los cuales 58 son de las Fiestas de Primavera en su conjunto y tenemos imagen de 52 y no hemos conseguido la imagen de 6; el resto son carteles de una actividad específica: Bando de la Huerta, Entierro de la Sardina y Desfile de las Flores.

Hemos creado una metodología de naturaleza socio-semiótica para el análisis de contenido de carteles de la que forma parte un modelo de ficha técnica de elaboración propia empleada en la base de datos de los carteles cuya validez queda demostrada en esta investigación y es aplicable a todo tipo de carteles independientemente del referente anunciado.

Hemos logrado conocer y describir la estructura del cartel de fiestas de Murcia, los elementos y características comunes de los carteles independientemente de la fiesta de que se trate. A partir de esta identificación se pueden desarrollar estudios comparativos con las características de los carteles festivos de España para determinar si existe o no un patrón y una personalidad específica de este género de carteles en nuestro país.

Con los resultados obtenidos del análisis de los carteles de fiestas de Murcia de la base de datos de las cuatro fiestas (185 carteles con imagen, 19 sin imagen, 92 anteriores) hemos determinado la siguiente estructura:

Las características técnicas de los carteles de fiestas de Murcia son las siguientes:

El formato de los carteles de fiestas de Murcia es rectangular y de orientación vertical. Las dimensiones más utilizadas son 100x70 y 70x50 cm. En ocasiones cambia tamaño y rara vez de orientación.

El patrón de los carteles de las fiestas de Murcia incluye los textos siguientes:

- El título con la denominación de *la fiesta*
- El nombre de la ciudad de Murcia
- Las fechas de celebración con el mes, año y los días de principio y fin
- Los créditos del autor del cartel, la empresa que lo imprime y el código de depósito legal
- Los textos de la identidad gráfica corporativa de los que organizan y colaboran que en la última década suele incluir la identidad de al menos una institución pública - Ayuntamiento de Murcia y Comunidad Autónoma de la Región de Murcia- y de sus marcas turísticas.
- No incluye eslogan de campaña
- Los textos persuasivos que aparecen en los carteles son las declaraciones de interés turístico en la categoría reconocida para cada fiesta (regional, nacional e internacional) y en alguna ocasión los nombres de los artistas imagineros de los pasos de Semana Santa
- Los carteles están realizados a partir de obras de artistas plásticos en su mayoría pintores murcianos y en menor proporción, fotógrafos y diseñadores de la Región de Murcia
- En los carteles de fiestas de Murcia cuando se incluye el texto con el nombre del autor del cartel y su función en la composición del mismo la norma es que se antepone la labor realizada con los términos diseño/diseño gráfico, dirección de arte, ilustración, pintura, obra, original, óleo, técnica mixta, foto, diapositiva, fotografía/s, cartel o autor, normalmente seguida de dos puntos “:”, junto al nombre y apellido del autor en un texto de cuerpo pequeño y tipografía legible que se sitúa en los laterales en vertical o en el margen inferior horizontal separado del resto de los textos de títulos y fechas. Puede aparecer en la misma línea de texto junto a los créditos de imprenta y depósito legal o estar situado en el margen opuesto u otro lugar separado de ellos
- Cuando se trata de la obra firmada por el artista no aparece el nombre de éste en los créditos junto a la imprenta y el depósito legal.
- El nombre de la imprenta y el depósito legal del cartel aparecen en los carteles en un texto de cuerpo pequeño y tipografía legible que se sitúa en los laterales en vertical o en el margen inferior horizontal separado del resto de los textos de títulos y fechas.

No obstante cada fiesta presenta sus peculiaridades:

El patrón de los carteles de las fiestas de septiembre incluye los textos siguientes: el título con la denominación de *Feria de Murcia*; las fechas de celebración con el mes, año y los días de principio y fin; los créditos del autor del cartel, la empresa que lo imprime y el código de depósito legal; los textos de la identidad gráfica corporativa de los que organizan y colaboran, que en los últimos años se ha reducido al Ayuntamiento de Murcia; no se incluye eslogan ni otros textos persuasivos. Los carteles están realizados a partir de obras de artistas plásticos en su mayoría pintores murcianos. Incluyen la identidad gráfica corporativa de los organizadores y colaboradores, siendo fijo el Ayuntamiento de Murcia.

El patrón de los carteles del FIFM incluye los textos siguientes: el título con la denominación de *Festival Internacional Folklore en el Mediterráneo*; el nombre de la ciudad Murcia seguido de las fechas de celebración con el mes, año y los días de principio y fin; los créditos del autor del cartel, la empresa que lo imprime y el código de depósito legal; los textos de la identidad gráfica corporativa de los organizadores y colaboradores, que han ido variando. En los últimos años se han mantenido como organizadores el Ayuntamiento de Murcia, el Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo, fiestas de Murcia, y, como colaboradores, el CIOFF y Estrella de Levante, conforme a la identidad gráfica corporativa y sus normas pero adaptada a las necesidades gráficas del cartel (versiones a todo color, monocromas tanto en positivo como en negativo). No se incluye eslogan si otros textos persuasivos como la declaración de interés turístico. Los carteles están realizados a partir de obras de artistas plásticos en su mayoría pintores murcianos y cada vez más fotógrafos y diseñadores de la región de Murcia e incluyen la identidad gráfica corporativa de los organizadores y colaboradores, siendo fijo el Ayuntamiento de Murcia.

La diferencia en los carteles de Semana Santa en Murcia es que la proporción de fotógrafos entre los autores es mucho mayor que en el resto de fiestas y el Ayuntamiento de Murcia ha sido el encargado de encargarse y difundir el cartel de esta semana de fiestas hasta la llegada de la democracia donde el apoyo institucional público a este tipo de eventos religiosos ha ido variando en función de los criterios políticos de las distintas legislaturas.

Las Fiestas de Primavera siguen el patrón general, sus autores son pintores en su mayoría y el anunciante constante y principal es el Ayuntamiento de la ciudad.

Hemos construido el glosario de autores de carteles de fiesta de Murcia. Esta es una de las aportaciones más ilustrativas de esta investigación y supone el punto de partida del estudio de los cartelistas murcianos tanto del periodo en estudio como de los anteriores. Los datos del perfil de los cartelistas murcianos y de la intervención de las agencias publicitarias en su creación significan el primer peldaño en el conocimiento de los rasgos profesionales y artísticos que han caracterizado a este conjunto de creadores.

Hay autores que se han encargado varios años de realizar el cartel de una misma fiesta o de fiestas distintas. No hemos encontrado una pauta en la repetición de la autoría porque en ocasiones ha sido en años sucesivos y en otras en años separados, incluso en décadas diferentes. No podemos afirmar que la designación del autor haya dependido siempre de las relaciones y criterios personales del encargado de las fiestas. Lo que sí hemos comprobado es la concentración de

repeticiones de autores de las Fiestas de Primavera y la Feria de Murcia entre finales de los años ochenta y principios de los noventa del s.XX.

El pintor que ha realizado carteles de todas las fiestas estudiadas es Manuel Muñoz Barberán.

La investigación aporta la relación de talleres de impresión, industrias gráficas, relacionadas con la impresión de la cartelería murciana:

- Imp. Lit. Anel de Granada: 1960.
- Imp. y Lit. Ortega S.A., C/ Barco, 12 de Valencia Representante en Murcia Carmelo Bueno: desde 1929 hasta 1961 y 1962
- Litografía C.pagán Murcia: 1963
- Gráficas Belkrom S. L. - Ctra. Alcantarilla, 132 - Murcia: años 60
- Muelas: años 60
- Jorge Valls: años 60
- I.G. Policrón, S.A.:1967
- Gráficas Reunidas, S. A. , Hermosilla, 110, Madrid: 1969
- Sucesores de Nogués: años 60.
- Nogués, C/ Platería 39 de Murcia: desde 1969 hasta 1984
- Tip. Belmar, Polo de Medina, 10, Murcia y José Belmar: desde 1971 hasta 1984
- I.G. Jiménez Godoy S.A. C/ Badén, 19, Murcia: en 1977 hasta 1993
- Surgraf, Molina, Murcia: 1986
- El Taller. Ingramur, S.L.: 1992
- Selegráfica: 1993 y 1994
- Gráficas Hernández, S.L.: en 1995
- Muprint, S.L.: en 1995
- Imprenta Regional: de 1995 a 2002
- Novoarte: año 2000
- I.G. Novoarte: desde 2003 hasta 2010
- Industrias Gráficas Libecrom, S.A.: de 2012 a 2015
- A.G. Novograf, S.A.: desde 1985 hasta 2015.

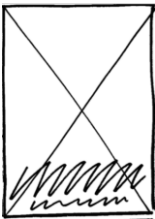
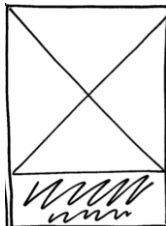
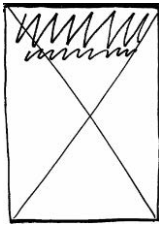
En los ejemplares anteriores al periodo en estudio encontramos los siguientes talleres de impresión:

- Litógrafo Cristobal Pagán de Murcia: años 30 a 50
- Imp. Lit. Offset Anel de Granada: años 40 y 50.
- Lit. José M^a Ventura Hita de Granada: años 50
- Artes Gráficas, S.A. Gijón: años 50

Es curioso que Novograf solo haya impreso un cartel de Semana Santa encargado por el cabildo en 2009 y uno de marca turismo de Murcia capital mientras en las otras fiestas interviene muchos años; se puede deber a la persona encargada de seleccionar este servicio de impresión.

El patrón de los carteles de las fiestas de Murcia presenta las siguientes características de composición:

- El número de carteles analizados de los que contamos con imagen, ilustrados con pinturas de autor es 109, más del doble de los que utilizan fotografías (43) y los que son obras de diseño gráfico (35).
- Respecto al uso del margen en el cartel encontramos que en la ilustración se imprime a sangre, es decir, no hay margen en la mayor parte de los casos, va rodeada por un marco como segunda opción más numerosa, y en mixto, es decir, una parte del cartel lleva marco y otra no en el menor número de ejemplares. En más del doble de las imágenes analizadas la ilustración llega hasta el borde de la impresión y no presenta marco.
- Los tipos de lay out encontrados en esta fiesta son en orden de mayor a menor repetición: el tipo C es el más utilizado y lo vemos en 53 casos; le sigue con 48 casos el tipo F; 20 veces los lay out son de tipo A; del tipo G obtenemos 15 ejemplares; en 12 casos las composiciones son inusuales R; el tipo D lo hemos encontrado en 11; los tipos H y B aparecen en tres carteles cada uno; 5 carteles hemos encontrado de tipo N; y tres de los tipos E, I, L. No hemos encontrado carteles cuya composición básica responda a los tipos de los lay out J, K, M y Ñ en los carteles analizados.

Lay outs más utilizados en los carteles de fiestas de Murcia entre 1960-2015			
			
Tipos	C	F	A

- La orientación común en estos carteles es la vertical que corresponde a más del 90% de los casos, mientras que en el 10% restante, es horizontal.
- En todos los carteles de fiestas se incluyen las Identidades Gráficas Corporativas de las instituciones públicas y privadas que las organizan y colaboran en su celebración. En todos los carteles aparece al menos una institución pública local o regional. El Ayuntamiento de Murcia es el anunciante que aparece en más carteles de fiestas de la ciudad.
- Los personajes, los lugares y el tiempo de las escenas que conforman el contexto argumental de los carteles son en la mayor parte de los casos reales y definidos. Los huertanos y las jóvenes huertanas, los jóvenes, y los niños con sus padres protagonizan las imágenes que se desarrollan en la ciudad donde aparece un

distintivo como la Torre de la Catedral u otro edificio de fácil reconocimiento. El río las palmeras, el cielo abierto y las calles sitúan la acción en un clima cálido (tanto en primavera como en septiembre) y festivo. Las luces, los colores y el movimiento transmiten el ambiente festivo propio de las fiestas que se adornan de flores, farolillos y fuegos artificiales.

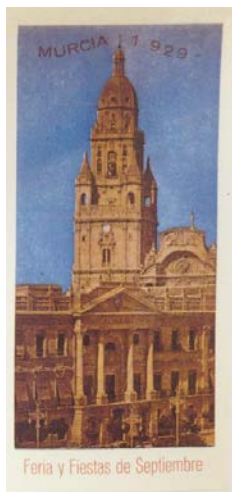
Con el análisis realizado y la extracción de resultados hemos constatado el valor y la riqueza de los carteles como documentos históricos que deben ser considerados y tratados como patrimonio cultural de España. Además, nos permiten reconstruir los cambios en las identidades gráficas corporativas que coinciden con los cambios en los gobiernos del Ayuntamiento y Comunidad Autónoma testimonio de los cambios políticos y sociales. En los logotipos, escudos y demás señas de identidad gráfica corporativa también se plasman los cambios que reflejan los vaivenes de la política regional. Se puede comprobar el uso de la identidad gráfica corporativa de la Región de Murcia encargada a Severo Almansa (que resolvió con un diseño minimalista y una tipografía entonces futurista), en los años 80 tiempos de apogeo del socialismo, cuyo eslogan apostaba “por el cambio”. Cuando el Partido Popular llegó al gobierno regional abandonó esta Identidad gráfica y se recuperó el escudo tradicional de la región y una tipografía también clásica, quizá para significar su nueva línea de actuación.



Los artistas confieren su valor a la ciudad y a sus fiestas. El cartel de fiesta de Murcia ha conservado la concepción del cartel artístico de sus orígenes. En la revisión seriada del mismo se observan las tendencias artísticas y de diseño gráfico más novedosas que se alternan con el arte costumbrista local tradicional dependiendo de la ideología política y social que ostente el gobierno de las instituciones locales, sobre todo, regionales, en parte, y nacionales si coinciden los partidos en el poder.

En cuanto a los signos compartidos por el colectivo murciano que configura el imaginario de las fiestas de Murcia consideramos pertinente extendernos en la exposición de las conclusiones:

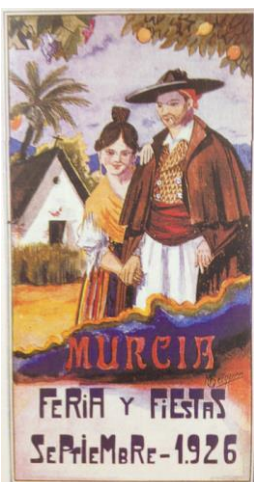
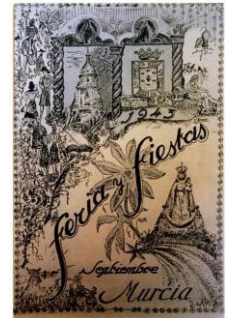
En los carteles y folletos anteriores al periodo estudiado que anuncian los festejos de la Semana santa, Fiestas de Primavera y Feria de Murcia están latentes los acontecimientos más importantes de la ciudad. Los lugares de la ciudad donde se celebran las fiestas se muestran fielmente. Y si los sabemos escuchar nos indican como los murcianos veían su ciudad y sus fiestas, es decir, la imagen que ellos tenían de las fiestas de Murcia. El profesor Belda Navarro (1992 y 1993) resume en tres pilares simbólicos los fundamentos de la personalidad del murciano en base a la repetición de sus imágenes en los programas de las fiestas de Murcia, a saber: el marco monumental representado por la Catedral, el marco natural de la Huerta murciana y la escultura procesional de Salzillo.



Los monumentos urbanos y edificios más representativos se repiten desde 1894 (Feria de Septiembre) Conde de Floridablanca, Monumento a la Fama, Fachada del Ayuntamiento y Catedral, y destaca La Torre de la Catedral.

La Torre de la Catedral ha sido la referencia más repetida también en el siglo que precede al estudio. Es la tercera Torre catedralicia más alta de España – mide 98 metros de altura- después de la Giralda de Sevilla y la Sagrada Familia de Barcelona y su construcción se inició en 1513, siendo Obispo de Cartagena Mateo Lang de Wellenbach, e hicieron falta cuatrocientos años para finalizar las obras. Quizá el objetivo de su construcción le ha llevado a ser el elemento más representativo de la ciudad y ser reconocida por su simple perfil o junto a la peineta curvada del imafrente catedralicio. La Torre alberga el conjunto de campanas que durante siglos ha regido la vida de los murcianos porque además de dar las horas, gobernaba las tandas de riego de la huerta y, por supuesto avisaba de las catástrofes como los incendios o las riadas que inundaban la ciudad.

A pesar de los intentos por separar en las fiestas lo religioso de lo laico o civil en los momentos históricos en los que el poder político lo requería, la referencia a elementos eclesiásticos ha aparecido en los carteles. Es el caso de la Torre de la Catedral que le pese a quien le pese es templo de culto cristiano aunque se utilice como símbolo de identificación de la capital murciana. Es cierto que la imagen de la Fuensanta Patrona de Murcia y de la multitudinaria romería de septiembre u ofrenda de flores de primavera no es un recurso que encontremos con frecuencia en los documentos hasta terminada la Guerra Civil.



En los antecedentes del estudio el personaje que más portadas acumula y que más carteles ha protagonizado es el huertano. La pareja de jóvenes ataviados con los trajes regionales, ellas con los refajos, ya de lana ya de lujo, y moño de picaporte y ellos con zaragüelles o pantalón y montera o gorro calañés transmiten la recuperación de la conciencia regional. La indumentaria de los protagonistas de los carteles permite conocer al pueblo y de ella se puede deducir el clima y los rasgos del carácter, sentimiento y forma de expresión de sus gentes. El traje de huertano popular o regional tiene una especial relevancia como símbolo pues en su día sirvió para



reforzar la identidad del pueblo, afianzar y consolidar las costumbres y tradiciones de los pueblos ante las modas extranjeras como las de la Francia del Rey Sol Luis XIV. Las formas de vestir en la historia son muy significativas como rasgos de pertenencia a un nivel social determinado. Desde que la revolución industrial introdujo el trabajo en serie las indumentarias tradicionales comienzan a perderse. A esto se unió la revolución de los medios de comunicación que propició el comienzo de la universalidad de las modas en una época de la historia que provocó la pérdida de las costumbres y tradiciones que configuran la identidad de los pueblos. En este sentido las fiestas, en general, y el día del bando de la

Huerta, en particular, realizan una función de mantenimiento y refuerzo de la identidad, en este caso, de los murcianos ya que conocer la historia es fundamental para entender quienes somos en el presente.



El escudo de la ciudad es un símbolo que no ha cesado de aparecer, aunque con algunos descansos, de los carteles y folletos de las fiestas. La diversidad de representaciones de este elemento heráldico son de una gran belleza y su repaso deja constancia de la labor artística de la ciudad y de los cambios acaecidos en el Ayuntamiento y las instituciones del gobierno central.

Entre 1931 y 1940 aproximadamente la imagen se simplifica y son más relevantes las referencias simbólicas a lo urbano que a lo festivo (Belda Navarro, 1993). En las dos décadas que preceden al estudio se conjugan los signos de fiesta con los de la urbe ya sea con fotografías o dibujos. En los años 50 los signos de la ciudad no son tan utilizados como como en las décadas anteriores.

Si observamos los carteles de las cuatro fiestas encontramos una serie de rasgos coincidentes y divergentes que esbozan la realidad sobre el cartelismo murciano del siglo XX y principios del XXI.



Como hemos comprobado la mayoría de las ilustraciones utilizadas son obras de pintores autóctonos o afincados en Murcia. Estos artistas han plasmado la esencia de las fiestas mediante la expresión plástica personal. Su intervención en los carteles aporta a la ciudad los valores del artista. Al detener la mirada en las obras reconocemos el devenir de los movimientos artísticos contemporáneos y su implantación en esta tierra. Vemos que hay una convivencia permitida por la sociedad murciana entre pintores costumbristas, que se mantienen alejados –quizá nunca estuvieron cerca- de los cambios en las tendencias estéticas llevadas a los carteles y en toda su obra, y aquellos creadores cuya predilección por el arte les ha llevado a experimentar y adaptarse al medio de comunicación que es el cartel.



En las primeras tres décadas del pasado siglo el realismo deja paso a las formas decorativas estilizadas en lo que al arte del cartel se refiere. El empeño por diferenciar las características del cuadro y del cartel de principios del s. XX - capacidad de síntesis, simplificación de líneas y el uso de tintas planas - que encontramos plasmados, por ejemplo, en los artículos de José Francés en la revista *La Esfera* y en su anuario *El Año Artístico* y la adaptación a las tendencias del diseño europeo las podemos ver en los carteles anteriores al estudio.

Ciertamente casi nada de lo que se ha producido en Murcia tiene suficiente valor intrínseco como para incluirlo en la historia del cartel en España. Si bien, este trabajo contribuye a despertar el interés por el cartel murciano en la tarea de recuperar los orígenes de la publicidad en Murcia y que algunos criterios aplicados en el análisis local puedan extrapolarse y convertirse en conocimientos de interés general.

Para terminar resaltamos que esta investigación abre las puertas a posteriores trabajos sobre cartelismo murciano, una tarea pendiente que cubre un aspecto importante de nuestra cultura.

Posibles líneas de investigación a partir de nuestras aportaciones:

- La determinación de los carteles no encontrados es un dato básico para una investigación posterior a partir de este trabajo por cuanto permite realizar la búsqueda directa de los ejemplares.
- Si cruzamos la información obtenida sobre la IGC con los datos sobre los cambios de gobierno municipal y regional o con las modificaciones en el organigrama de estas instituciones, podemos entender las variaciones en la IGC como exteriorización de las renovaciones y giros en las políticas a seguir y signos de cambio o estabilidad. Como esto nos sacaría del análisis inicial de esta tesis lo emplazamos para una posterior investigación a pesar de que tenemos esta información recogida en nuestros archivos.
- Hemos identificado los signos más representativos de la semiótica festera de Murcia a nivel general de cualquier fiesta y a nivel específico de los cuatro periodos festivos estudiados. A partir de esta identificación se pueden desarrollar estudios comparativos con las fiestas de otras localidades, ya sean ciudades, regiones españolas o un estudio a nivel nacional. Y se puede estudiar el caso individual de las fiestas que se celebran en varios territorios del Estado Español como el caso de la Semana Santa, las Fiestas de Primavera y la Feria local.
- Idéntico estudio de los carteles de fiestas de otras ciudades de la Región (Cartagena, Lorca, Yecla, Ceutí, Mula, etc).
- Con la suma de estas investigaciones se podría estudiar el cartel de fiestas a nivel regional.
- Los estudios comparativos con ciudades de otras regiones españolas que tiene estudiado su cartelismo como Sevilla, Valencia, Pamplona, etc. Proyecto de investigación nacional de cartelismo.
- Aplicar este tipo de análisis a la publicidad comercial en la Región de Murcia.
- Estudio en profundidad de cada cartelista: época, rasgos característicos, aportaciones, etc.
- Estudio de la evolución del diseño gráfico aplicado a la identidad corporativa en Murcia y Región, así como sus autores.
- Estudio de la Agencia de publicidad en Murcia y en la Región
- Creación de observatorio local de publicidad
- Se puede continuar la investigación por ejemplo haciendo una auditoria de “imágenes de las fiestas”, es decir, preguntar a la población por los signos que acompañan a las fiestas que hemos estudiado, esto permitiría comprobar si esos signos (ya sean objetos –indumentaria, muebles, edificios, etc.- o, utensilios, plantas o animales, o términos) son los que se encuentran en los carteles. Se pueden utilizar encuestas con preguntas abiertas y/o dirigidas. Y se puede preguntar por la batería de los signos localizados en la investigación en relación a las fiestas. Sobre la selección de la muestra se podría hacer por Internet o buscando un número de personas de determinado perfil.

Todas las culturas han quedado plasmadas en los objetos de uso cotidiano que se exponen en los museos como enlaces para salvar la distancia temporal. Pues bien, con los carteles, que se

pegan en las calles y a los pocos días se destruyen o se tapan desapareciendo, porque han cumplido su misión, ocurre lo mismo. Los carteles observados “constituyen una original narración histórica de nuestra cultura” (Carrulla y Carrulla, 1998, p. 11) porque forman un todo ordenado y secuencial, con la perspectiva que permite la distancia en el tiempo.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcance de "Los festivales de España" (Domingo 13 de junio de 1954). *La Vanguardia Española*, p.22. Obtenido en la web de la hemeroteca del periódico la vanguardia: <http://hemeroteca.lavanguardia.com/preview/1954/06/13/pagina-22/32785906/pdf.html>
- Agromayor, L. (1987). *España en Fiestas*. Madrid: Aguilar, S.A de ediciones.
- Aguirre Franco, R. (1985). *Carteles en Guipúzcoa*. San Sebastián: Banco Guipuzcoano.
- Alcácer Garmendia, J.A. (1991). *Qué es: el mundo del cartel*. Madrid: Granada.
- Almansa, P. (2003). *Carteles de ayer y de hoy II*. Murcia: Palacio Almudí Ayuntamiento de Murcia.
- Alvarado López, M^a C. (2006). *Publicidad y cultura*. Sevilla: Comunicación Social.
- Alvarado López, M^a C. y Andrés del Campo, S. de (2008). La conciencia de papel. El cartel social en la Guerra Civil española. *A Distancia*, 3 (4), 112-121.
- (2006). El concepto de creatividad en la obra de Pedro Prat Gaballí. *Tripodos*, Extra 2006,13-22.
- (2005). Una reflexión crítica sobre la publicidad estatal. El Estado: ¿anunciante social?. *Telos*, 64, segunda época, julio-septiembre 2005.
- (1999). Gal: Un siglo de perfumería, un siglo de publicidad. Segunda parte. *Publifilia*, 2, 49-64.
- (1998). Gal: Un siglo de perfumería, un siglo de publicidad. *Publifilia*, 1, 23-50.
- Alvarado, M^a C. (2006): *Publicidad y cultura*, Comunicación Social, Sevilla.
- Álvarez, M. (diciembre de 2013). Clasificación de tipografías. Blog La Prestampa, las artes gráficas vistas con otros ojos. Consultado en octubre de 2015 en <https://laprestampa.wordpress.com/clasificacion-familias-tipograficas/>
- Antequera Azpiri, P. (s.a. probable 1927-30). *La publicidad artística para todos*. Burgos: Hijos de Santiago Rodríguez.
- Arnaldo, J. (1999). Un siglo de diseño gráfico en España. *Cuadernos Hispanoamericanos*, 591, Septiembre, 7-12.
- Arregui García, J.A. (2009). *Por el cambio*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Arren, J. (1920?). *Cómo debemos anunciar: La ciencia de la Publicidad*. Barcelona: Sociedad General de Publicaciones, Biblioteca enciclopédica de ciencias comerciales.
- Arroyo Cabello, M^a. (1994): *El periodismo cultural en Murcia (1900-1932)*. Murcia, Instituto de la Comunicación.
- Arroyo, C. (2013). La publicidad exterior. Innovaciones y transformaciones. *El periódico de la Publicidad*. Guía 2013 OOH, p.15.
- ¿Qué es el Archivo Municipal? (n.d.) consultado el 7 de julio de 2015, página web del Archivo Municipal del Ayuntamiento de Murcia: <http://www.archivodemurcia.es/index.aspx>

Artigas, J. (1967). Sinopsis del cartel publicitario español, *Control*, 56, pág. 31.

Aubeyzon Llopis, J. (1928). *Datos y documentos para la historia de la publicidad*. En Armengual, B., Boter, F., Prat Gaballí, P., Bori, R., Gardó, J., Colubi, J. M., Cortés, J., Aubeyzón, J., Miró Mauri, J. M., Pérez Soriano, I.F. y Ramón Baixeras. *Curso de Publicidad y organización* (pp. 11-33). Barcelona: Casa Lonja del Mar.

Ayuntamiento de Madrid, (1985). *100 Años del Cartel Español. Publicidad Comercial (1875-1975)*. Madrid: Centro Cultural Conde Duque, S. A. Ayuntamiento de Madrid.

Ayuntamiento de Murcia (n.d.). La fiesta de mayor tradición en Murcia. Consultado el 30 de abril de 2015, página web de la concejalía de cultura del Ayuntamiento de Murcia <http://www.murcia.es/cultura/multiple.aspx?nm=FIESTAS&ns=Feria%20de%20Murcia&sub=73&id=1&nmenu=3>

-(1994). *27 Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo 1994. 1/13 de septiembre*. Murcia: Ayuntamiento de Murcia.

-(1991). *24 Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo 1991. Del 5 al 15 de septiembre*. Murcia: Ayuntamiento de Murcia.

-(1987). *XX Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo. Murcia-7 al 13 de Septiembre 1987*. Murcia: Ayuntamiento de Murcia.

-(1985). *XVIII Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo. Septiembre 1985*. Murcia: Ayuntamiento de Murcia.

-(1983). *Murcia. XVI Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo*. Murcia: Ayuntamiento de Murcia.

-(1971, 5 de abril). Carteles de semana Santa y Fiestas. *Boletín de Información del Excmo. Ayuntamiento de Murcia*, Año V, 1. Obtenido el 28 de julio de 2014, página web del Archivo Municipal del Ayuntamiento de Murcia: <http://www.archivodemurcia.es>

-(1970, 5 de octubre). Bailar en Murcia. *Boletín de Información del Excmo. Ayuntamiento de Murcia*, Año IV, Nº 50, p. 1. Obtenido el 28 de julio de 2014, página web del Archivo Municipal del Ayuntamiento de Murcia: <http://www.archivodemurcia.es>

-(1970, 1-5 de mayo). Murcia-70. Fiestas de Primavera *Boletín de Información del Excmo. Ayuntamiento de Murcia*, Año IV, Nº 45, p. 1. Obtenido el 28 de julio de 2014, página web del Archivo Municipal del Ayuntamiento de Murcia: <http://www.archivodemurcia.es>

-(1970, 1-5 de mayo). Murcia-70. Fiestas de Primavera *Boletín de Información del Excmo. Ayuntamiento de Murcia*, Año IV, Nº 45, p. 2. Obtenido el 28 de julio de 2014, página web del Archivo Municipal del Ayuntamiento de Murcia: <http://www.archivodemurcia.es>

-(1970, 1-5 de mayo). Murcia-70. Fiestas de Primavera *Boletín de Información del Excmo. Ayuntamiento de Murcia*, Año IV, Nº 45, p. 18. Obtenido el 28 de julio de 2014, página web del Archivo Municipal del Ayuntamiento de Murcia: <http://www.archivodemurcia.es>

-(1970, 1-5 de mayo). Murcia-70. Fiestas de Primavera *Boletín de Información del Excmo. Ayuntamiento de Murcia*, Año IV, Nº 45, p. 19. Obtenido el 28 de julio de 2014, página web del Archivo Municipal del Ayuntamiento de Murcia: <http://www.archivodemurcia.es>

-(1970, 1-5 de mayo). Murcia-70. Fiestas de Primavera *Boletín de Información del Excmo. Ayuntamiento de Murcia*, Año IV, Nº 45, p. 20. Obtenido el 28 de julio de 2014, página web del Archivo Municipal del Ayuntamiento de Murcia: <http://www.archivodemurcia.es>

- (1969). *II Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo. 10, 11 y 12 de octubre de 1969*. Murcia: Caja de Ahorros de Alicante y Murcia.
- (1969, 1 de octubre). Elección y proclamación de la <<Reina de la Huerta 1969-70>>. *Boletín de Información del Excmo. Ayuntamiento de Murcia*, Año IV, p. 8. Obtenido el 28 de julio de 2014, página web del Archivo Municipal del Ayuntamiento de Murcia: <http://www.archivodemurcia.es>
- (1969, 1 de octubre). Dentro del amplio y variado programa de festejos feriales. *Boletín de Información del Excmo. Ayuntamiento de Murcia*, Año IV, p. 35. Obtenido el 28 de julio de 2014, página web del Archivo Municipal del Ayuntamiento de Murcia: <http://www.archivodemurcia.es>
- (1969, 1 de agosto). *Boletín de Información del Excmo. Ayuntamiento de Murcia*, Año IV, Nº 38, p. 1. Obtenido el 28 de julio de 2014, página web del Archivo Municipal del Ayuntamiento de Murcia: <http://www.archivodemurcia.es>
- (1969, 1 de marzo). Programa oficial de Semana Santa y Fiestas de Primavera. *Boletín de Información del Excmo. Ayuntamiento de Murcia*, Año IV, p. 9. Obtenido el 28 de julio de 2014, página web del Archivo Municipal del Ayuntamiento de Murcia: <http://www.archivodemurcia.es>
- (1969, 1 de marzo). Programa oficial de Semana Santa y Fiestas de Primavera. *Boletín de Información del Excmo. Ayuntamiento de Murcia*, Año IV, p. 11. Obtenido el 28 de julio de 2014, página web del Archivo Municipal del Ayuntamiento de Murcia: <http://www.archivodemurcia.es>
- (1968). *Boletín de Información del Excmo. Ayuntamiento de Murcia*, Año III, 27, Agosto-Septiembre 1968. Obtenido el 28 de julio de 2014, página web del Archivo Municipal del Ayuntamiento de Murcia: http://www.archivodemurcia.es/p_pandora/cgi-bin/Pandora.exe?fn=select;xslt=e;query=id:0000328400;words=&encoding=utf-8
- (1968, 1 de abril). Fiestas de Primavera 1968. *Boletín de Información del Excmo. Ayuntamiento de Murcia*, Año III, p. 7. Obtenido el 28 de julio de 2014, página web del Archivo Municipal del Ayuntamiento de Murcia: <http://www.archivodemurcia.es>
- (1968, 1 de abril). Semana Santa. *Boletín de Información del Excmo. Ayuntamiento de Murcia*, Año III, p. 6. Obtenido el 28 de julio de 2014, página web del Archivo Municipal del Ayuntamiento de Murcia: <http://www.archivodemurcia.es>
- (1967, 20 de marzo). La Semana Santa y Fiestas de Primavera murcianas, declaradas de interés turístico. *Boletín de Información del Excmo. Ayuntamiento de Murcia*, Año II, Nº 11, p. 1. Obtenido el 28 de julio de 2014, página web del Archivo Municipal del Ayuntamiento de Murcia: <http://www.archivodemurcia.es>
- (1935, 14 de abril). *El Bando de la Huerta*, p. 11. Obtenido el 28 de julio de 2014, página web del Archivo Municipal del Ayuntamiento de Murcia: <http://www.archivodemurcia.es>
- Azcoaga, E. (1950). Ya no valen los carteles modernos. *Arte comercial*, 4 (26), 12-13.
- (1947). Carteles de ayer y de hoy: de lo original a lo eficaz. *Arte comercial*, 1(3).
- Aznar Almazán, S. (1991). Carteles y cartelista [versión electrónica]. *Espacio, Tiempo y Forma*, Serie VII, 4, Historia del arte, 409-423.
- Baena Palma, F. (1996). *El Cartel De Cine En España (1910-1965)*. Barcelona: Editorial FBP.
- Baladrón, A. (2007). *Reflexiones sobre la omnipresencia publicitaria en el contexto urbano*. En Baladrón, A.; Martínez E. y Pacheco, M. (dir.) *Publicidad y ciudad: la comunicación publicitaria y lo urbano* (pp. -). Sevilla: Comunicación Social.
- Baños González, M. (2001). *Creatividad y Publicidad*. Madrid: Laberinto Comunicación.

Barbosa Sánchez, A. P. (2007). La perspectiva artística de la publicidad. *Pensar la publicidad*, 1 (1), 199-218.

Barceló López, A. (2010). *Semana Santa en la ciudad de Murcia II: los artistas de la pasión*. Murcia: La Real, Muy Ilustre, Venerable y Antiquísima Archicofradía de la Preciosísima Sangre de Nuestro Señor Jesucristo y Museo de la Archicofradía de la Sangre.

- (2008). *Semana Santa en la ciudad de Murcia*. Murcia: La Real, Muy Ilustre, Venerable y Antiquísima Archicofradía de la Preciosísima Sangre de Nuestro Señor Jesucristo y Museo de la Archicofradía de la Sangre.

- (1992). *Pasión de la Semana Santa de Murcia*. Madrid: Servilibro Ediciones.

Barnicoat, J. (2000). *Los carteles: su historia y su lenguaje* (5a ed.). Barcelona: Gustavo Gili.

Baroni, D. (1989). *Diseño Gráfico*. Barcelona: Editorial Folio.

Bermejo, J (2005). *Publicidad y cambio social*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Belda Navarro, C. (1992-1993). Fiesta, espectáculo y propaganda en la Murcia del siglo XIX. *Imaforte* 8/9, 31-49.

- (1992): *Semana Santa y Fiestas de Primavera*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos.

BOE (miércoles 7 de junio de 2006). *ORDEN ITC/1763/2006, de 3 de mayo, por la que se regula la declaración de fiestas de interés turístico nacional e internacional*. N 135, p .21642, obtenido el 13 de abril de 2014 en <https://sede.minetur.gob.es/ES/procedimientosselectronicos/Documents/SE%20Turismo/Declaracionfiestas/Orden%20ITC1763-2006.pdf>

Bohm, D. (2002). *Sobre la creatividad*. Barcelona: Editorial Kairós

Bonet, J. M. (2004). *Un siglo de arte español dentro y fuera de España*. En VV. AA., El Hortelano. Arte español para el Exterior. Programa del Ministerio de Asuntos Exteriores de España (pp. 10-12). Madrid: Tf. Editores, Ministerio de Asuntos Exteriores, Dirección General de Relaciones Culturales y Científicas Sociedad Estatal para la Acción Cultural Exterior, SEACEX.

Botías, A. - (2013). *Murcia .Secretos y leyendas II*. Murcia: Pictografía ediciones.

- (09/09/2012) Aquella remota Feria a ras del Segura. www.laverdad.es consultado el 13 de mayo de 2015.

- (2011). *Murcia .Secretos y leyendas*. Murcia: Pictografía ediciones.

- El entierro de la sardina. Orígenes y desarrollo de una fiesta popular.

-La feria anual del ganado y su creación por Alfonso X.

Bori, R. Y Gardó, J. (1928). *Manual Práctico de Publicidad* (2 vols.). Barcelona: Editorial Cultura.

Bouza Álvarez, F. (1983). *Procedimientos retóricos del cartel*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, Colección Monografías, 63.

Breva Franch, E. (2010). El medio exterior, más allá de una decisión intuitiva. *Zer*, 15(29), 271-288.

- (2008). *La publicidad exterior. Una mirada de 360º. De la teoría a la acción*. Madrid: Ed. Ciencias Sociales.

- Burmand, T. (1948). Las siete causas de nuestro retraso en Publicidad. *Arte Comercial*, 11, 32-36.
- Bueno Ibáñez, P. (1983). El cartel de fiestas del Pilar en Zaragoza (1a ed.). Zaragoza: Ayuntamiento de Zaragoza.
- Calatayud, A. (1955). *Evolución histórica del cartel en Europa*. Madrid: E.O.P.
- Calvera, A. (2003). *Arte ¿? Diseño*. Barcelona: Gustavo Gili.
- (1999). La enseñanza del diseño en España: de la pedagogía a la disciplina. *Cuadernos Hispanoamericanos*, 591, Septiembre, 13-22.
- Calvera, A. y Mallol, M. (ed.) (2001). *Historiar desde la periferia: historia e historias del diseño: actas de la 1ª reunión Científica Internacional de Historiadores y Estudios del Diseño, Barcelona 1999*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Cadena Pazos, C. y Salvador Benítez, A. (2014). Carteles de fiestas. Análisis documental e iconográfico. *Anales de Documentación*, vol. 17, nº 1. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.6018/analesdoc.17.1.182371>.
- Canales Hidalgo, JA. (2006). Pintura mural y publicidad exterior. De la función estética a la dimensión pública [Tesis doctoral no publicada]. Universitat Politècnica de València.
- Capra, F. (1996): *La trama de la vida*. Barcelona: Anagrama.
- Caro Almela, A. (2010). *Comprender la publicidad*. Barcelona: Ed. Blanquerna Tecnologia i Serveis, Facultat de Comunicació Blanquerna, Universitat Ramon Llull, Trípodos, colección (Ex)tensiones.
- (2008). La publicidad como dispositivo operacional. *Pensar la publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*, II (2), 81-106.
- (2007). Fundamentos epistemológicos y metodológicos para un estudio científico de la publicidad. *Pensar la publicidad, Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*, 1 (1), 55-82.
- Carrasco Martínez, M. (2000). *33ª edición Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo. Del 13 al 16 de septiembre de 2000. Plaza Teatro Romea. Murcia, España*. Murcia: Ayuntamiento de Murcia.
- (1992). *Mirar en la biblioteca*. En Rabadán, C. 25 Aniversario. Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo (pp. 25-26). Murcia: Ayuntamiento de Murcia, Federación Española de Agrupaciones de Folklore (F.E.A.F), Federación Murciana de Folklore.
- Carrero López, E. (2001). *La planificación del medio exterior en las centrales de medios*. Cádiz: Ponencia X Jornadas de publicidad exterior.
- Carulla, J. y Carulla A. (2000). *El color de España: The color of Spain: tourism, festivities and exhibitions from 1890 to 1940* (1a ed.). Barcelona: Postermil.
- (2000a). *El color de Madrid*. Barcelona: Postermil.
- (2000b). *El color de la publicidad*. Barcelona: Postermil.
- (1998). *La publicidad en 2000 carteles*. Barcelona: Postermil.
- (1997). *La guerra civil en 2000 carteles. República. Guerra civil. Posguerra* (II vol.) Barcelona: Postermil.
- Carulla, J. (2000): *El color del ocio*. Barcelona: Postermil.
- (1995). *España en 1000 carteles: festivos, taurinos, exposiciones, turísticos*. Barcelona: Postermil.
- (1994). *Cataluña en 1000 carteles: desde los orígenes hasta la guerra civil*. Barcelona: Postermil.

Centro Virtual Cervantes (n.d.). *Signos del siglo. Los lenguajes del diseño*. Museo Virtual de Arte Publicitario (MUVAP) consultado el 15 de junio de 2012 en <http://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala2/default.htm>

Checa Godoy, A. (2007). *Historia de la publicidad*. La Coruña: Netbiblo.

- (2005). *Las rutas de la publicidad en Andalucía*. Sevilla: Ed. Fundación José Manuel Lara, Col. Rutas Culturales.

Cifra (1968, 17 de septiembre). Folklore del Mediterráneo. *Diario ABC (Madrid)*, p. 5. Encontrado el 29 de julio de 2014 en <http://hemeroteca.abc.es>

Círculo de Bellas Artes (2014). Historia. Consultado el 5 de mayo de 2014. <http://www.circulobellasartes.com/historia.php>

Clavijo García, A. y Ramírez Domínguez, J.A. (1981). *El cartel de la Semana Santa malagueña*. Málaga: Museo Diocesano de Arte Sacro-Caja de Ahorros de Ronda, 1981.

Contreras Juesas, R. (2003). *Carteles y cartelistas valencianos*. Valencia: Ajuntament de Valencia.

- (1998). *Los carteles de fallas de Valencia*. Valencia: Ajuntament de Valencia.

Coronado e Hijón, D. (2001). *La metáfora del espejo: teoría e historia del cartel publicitario*. Sevilla: Alfar Universidad. Investigación y ensayo.

Comunidad Autónoma de la Región de Murcia CARM (n.d.). *Concesión de las denominaciones "Fiestas de Interés Turístico Regional" y "Fiestas de Excelencia Turística"*. Consultado el 29 de julio de 2015 en la página web de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia: [http://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=1782&IDTIPO=240&NOMBRECANAL=Fiestas+de+Inter%ED9s+Tur%ED9stico&RASTRO=c388\\$m3144,3348](http://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=1782&IDTIPO=240&NOMBRECANAL=Fiestas+de+Inter%ED9s+Tur%ED9stico&RASTRO=c388$m3144,3348)

Costa, J. (1987). El cartel entre servidumbre y esplendor. *Control*, 304, diciembre.

-(2010, marzo-abril). Tres reflexiones sobre diseño. Consultado en la web de J. Costa.com

Courchinoux, E. (1948). El cartel. *Arte Comercial*, 13,49-51.

Creativos ante el cartel: la calle es suya. (1977). *IPMark* núm. 168, septiembre.

Cruz Moreno, H. (2010). *El diseño del cartel: historia, arte y comunicación* (2ª ed.). Bogotá: Taller cinco.

Cruz Yábar, M.T. (2004). *El Hortelano*. En VV. AA., *El Hortelano. Arte español para el Exterior*. Programa del Ministerio de Asuntos Exteriores de España (pp. 19-28). Madrid: Tf. Editores, Ministerio de Asuntos Exteriores, Dirección General de Relaciones Culturales y Científicas Sociedad Estatal para la Acción Cultural Exterior, SEACEX.

De Andrés del Campo, S. y González Martín, R. (2008). *La publicidad desde el enfoque sistémico. Definición de un modelo teórico*. En Memoria final del Congreso internacional fundacional AE-IC I+C Investigar la Comunicación. Consultado el 26 de mayo de 2015, página web de la Asociación Española de Investigadores en Comunicación: http://www.ae-ic.org/santiago2008/contents/esp/comunicaciones_det2b565.html?id_seccio=3&id_apartat=3&id_callfor=193

- y Alvarado López, Mª C. (1999). *Del modernismo al Déco en la publicidad española*. En R. González Martín (Ed.), *100 años de Arte comercial en España* (pp.21-32). Segovia: Obra social y cultural de Caja Segovia.

De Bono, E. (1998). *El pensamiento Lateral. Manual de creatividad*. Barcelona: Paidós Plural.

De Michel, M. (1989). *Las vanguardias artísticas del siglo XX*. Madrid: Alianza Editorial

Del Río Sadornil y Arquero Avilés, R. (2002). 25 números de la revista *Documentación de las Ciencias de la Información: Índices de autores y materias*. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 25, 361-397. Consultado el 9 de julio de 2014 en <http://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/viewFile/DCIN0202110361A/19483>

Dermée, P. y Courmont, E. (1927). *La técnica del cartel moderno*. Barcelona: Labor.

Diseño gráfico de los'90. (n.d.) *Murcia Visual*. Consultado el 16 de agosto de 2012, <http://www.murciavisual.es/?p=2190>

Diseño Gráfico En Murcia 1899 -1999. (n.d.). Consultado el 16 de agosto de 2012, Cámara Oficial de Comercio Industria y navegación de Murcia, página web de historia de la Cámara: <http://www.cocin-murcia.es/php/lacamara/catalbum.php?idreg=10&dat=msmwizaji1vua25vd24j&idcatmenu=52&ids-ubcatmenu=15&idmenu=12&cabierta=15&ccerrada=15>

Echevarría Vicente, M. A. (1995). *Creatividad y Comunicación*. Madrid: GTE editorial.

-(1970). La única pieza publicitaria genuinamente española: El cartel Taurino. *Estafeta de la publicidad*, I (4), 33-39.

Educastur (n.d.) EL DISEÑO GRÁFICO DE LA "A" A LA "Z" Manolo Prieto. Consultado el 20 de julio de 2010, <http://blog.educastur.es/design/2010/04/29/prieto-manolo/>

Efe Murcia (5 de abril de 2015). La semana Santa La Semana Santa de Murcia, declarada Fiesta de Interés Turístico Internacional. *Laverdad.es* <http://www.laverdad.es/murcia/20110405/local/murcia/semana-santa-murcia-fiesta-201104051131.html>

Eguizábal Maza, R. (2014). *El cartel en España*. Madrid: Cátedra.

-(2010). *La historia del cartel como forma de historia cultural*. En Andrés del Campo, S. de. Otros fines de la publicidad. Salamanca?: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. (pp.136-174).

-(2009a). *Industrias de la conciencia. Una historia social de la publicidad en España (1975-2009)*. Barcelona: Ediciones Península.

-(2009b). Nuevas formas de expresión. Diseño y publicidad. En Rico, F., Gracia, J. y Bonet Salamanca, A. (coords.) *Literatura y Bellas Artes*. Barcelona: Ediciones Península. (pp.515-550)

-(2005). Retrato del publicitario como artista. Una cuestión de identidad [versión electrónica]. *Revista Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, 64, 81-86.

-(2004). *La fotografía publicitaria* (Ponencia). En Actas del I Congreso de Teoría y Técnica de los Medios Audiovisuales: el Análisis de la imagen fotográfica Universitat Jaume I de Castellón. Obtenida el 13 de julio de 2010, de <http://apolo.uji.es/analisisfotografico/analisis/actas.htm>

-(2003). Los años de Arte Comercial. *Publifilia. Revista de culturas publicitarias*, 7, 43-64.

-(2002). El arte al servicio de la técnica. *Publifilia. Revista de culturas publicitarias*, 6, Junio, 65-68.

-(2001). *La fotografía publicitaria*. Madrid: Cátedra.

-(2000). *Arte, publicidad y medios de comunicación*. En Eguizábal Maza, R. y otros, directores. *Publicidad y consumo más de un siglo de historia* (pp.7-15). Santander: Instituto Nacional del consumo.

-(1999a). *Publicidad de vanguardia en España*. En González Martín, R. (coord.), 100 Años de Arte Comercial en España (pp. 33-44). Segovia: Obra social y cultural de Caja Segovia.

-(1999b). Arte menos publicidad: Reflexiones al margen. *Publifilia. Revista de culturas publicitarias*, 2, diciembre, 31-36.

-(1998). *Historia de la publicidad*. Madrid: Eresma & Celeste.

-(1989).

Eguizabal Maza, R. y García-Ochoa Roldán, M.L. (2001, abril). La publicidad y los libros. *Documentos de trabajo de la biblioteca de la Facultad de CC. De la Información de la Universidad Complutense de Madrid*, 1. Consultada el 1 de mayo de 2011, Universidad Complutense de Madrid, página web de la Biblioteca de la Facultad de Ciencias de la Información. <http://www.ucm.es/BUCM/descargas/documento4431.pdf>

Eguizabal Maza, R. y otros, directores (2000). *Publicidad y consumo más de un siglo de historia*. Santander: Instituto Nacional del consumo.

Enel, F. (1977). *El cartel: lenguaje, funciones, retórica* (2a ed.). Valencia: Fernando Torres.

Enrique Bigné, J. (Coord.) (2000). *Temas de investigación de medios publicitarios*. Madrid: ESIC.

Escudero Gómez, A. (2005). *GALICIA en cartel: A imaxe de Galicia na cartellaría turística*. Santiago de Compostela: Universidade, Servizo de Publicacións e Intercambio Científico.

Esteva Fabregat, C. (2006). Encontrado el 6 de mayo de 2006 en <http://www.parrandboleros.com/discografia.htm>

Esteve Fuertes, L. (1970, 1-5 de mayo). Origen de las más genuinas fiestas murcianas. *Boletín de Información del Excmo. Ayuntamiento de Murcia*, Año IV, Nº 45, p. 3. Obtenido el 28 de julio de 2014 en <http://www.archivodemurcia.es>

Europa Press (9 de febrero de 2001). Un logotipo sustituirá el escudo municipal de vehículos, bibliotecas y polideportivos de la ciudad de Murcia. <http://www.europapress.es/murcia/noticia-logotipo-sustituira-escudo-municipal-vehiculos-bibliotecas-polideportivos-ciudad-murcia-20070209170234.html>

Estrella Sweeney, F. (Julio-Septiembre 2005). ¿Marca, logotipo, imagotipo...? El problema de la terminología en la definición de conceptos en el diseño gráfico. *Episteme*, 5, Año 2, Dirección Institucional de Investigación e Innovación Tecnológica. Publicación electrónica editada por Universidad del Valle de México: Rectoría Institucional. Consultado el 27 de diciembre de 2014.

Exterior, un medio en pocas manos. (2005). *Anuncios Revista*, 126, 40.

Fabri, P. (2000). *El giro semiótico*. Barcelona: GEDISA.

Fernández-Delgado Cerdá, M. (2009). Museo Ramón Gaya. Francisco Fuentes. 1900-1988. Catálogo exposición. Murcia: Ayuntamiento de Murcia.

- (2005, 6 de septiembre). Por la Paz. *El Festival*, 3.

- (director) (2004, 7 de septiembre). XXXVII Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo. *El Festival*, 1.

Fernández-Delgado Maroto, M. (1969). Junto a la orilla misma del Mar mediterráneo. En II Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo. Murcia: Caja de Ahorros de Alicante y Murcia.

- (1970). *Si el festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo....* En de Juan, O. (1970). III festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo. Murcia: Patronato del festival.

Ferraz Martínez, A. (1995, [1993]). *El Lenguaje de la Publicidad*. Madrid: Arco Libros.

Ferrer Rodríguez, E. (1980). *La publicidad: Textos y conceptos*. México: Trillas.

Ferrer Cayón, J. (8-VIII-07). Verano, franquismo y festivales. *lavanguardia/culturas*

encontrado en <http://www.radical.es/informacion.php?iinfo=2766>

Ferrier, J.L. (Dtor.)(1990).*El arte del siglo XX*. (2 vols.). Barcelona: Salvat.

Festival Internacional del Folklore en el Mediterráneo (2004, 7 de septiembre – 2012, 7 de septiembre). *El Festival*, cuatro números por año.

Fiell, Ch. y Fiell, P. (2003).*Diseño gráfico para el siglo XXI*. Köln: Taschen.

Floch, J. M. (1993).*Semiótica, marketing y comunicación*. Barcelona: Paidós.

Feliu, E. (2001) La libertad disciplinada Renau. Reflexiones acerca del cartel, pp. 8-17. En Josep Renau. *Cartelismo*.

Flores Arroyuelo, F. J. (2006). *Las edades de la vida: ritos y tradiciones populares en España*. Madrid: Alianza Editorial.

- (2001).*Fiestas de ayer y de hoy en España*. Madrid: Alianza Editorial.

- (1999).*Teatro y fiesta*. Murcia: Nausícaä.

- (1994).*Fiestas de Murcia*. Murcia: Real Academia Alfonso X el Sabio.

- (1993a). *Fiestas de Murcia*. En Manzano, P. (coordinador), Feria de Murcia. Septiembre 1993(pp. 7-24). Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos.

- (1993b).*Murcia, una región en fiestas*. Murcia: Lunwerg.

- (1992). *Fiestas de interés turístico*. Murcia: Consejería de Cultura, Educación y Turismo, Dirección General de Turismo.

- (1990).*Fiestas de pueblo*. Murcia: Universidad, 1990.

Folklore del Mediterráneo. (17/9/1968). *Diario ABC (Madrid)*, p. 5. Encontrado en el 29 de julio de 2014 en <http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/1968/09/17/005.html>

Fontalva Platero, F.J. (1990). *El cartel como soporte conmemorativo*. En AA.VV., Patrimonio Artístico y Monumental (pp. 215-228 y 312-317). Málaga: Ayuntamiento de Málaga.

-(1984). *Un nuevo lenguaje: El cartel*. En AA.VV., Málaga (vol. III: Arte, pp. 985-992). Granada: Ed. Andalucía-Ed. Anel.

-(1982). *El cartel en Málaga*. Historia y estética. [Memoria de Licenciatura inédita]. Málaga: Universidad de Málaga.

Francastel, P. (1965): *La figura y el lugar*. Caracas: Editorial Monte Avila.

Franco Sánchez, M. (coord.), Munuera Rico, D., Carlos Valcárcel C., Isidoro Valverde, I. [et al.] (1992): *Murcia, una región en Semana Santa*. Barcelona: Lunwerg; Murcia: Caja Murcia.

Frascara, J. (2000). *Diseño gráfico y comunicación (7aed.)*. Buenos Aires: Infinito.

Galán Quintanilla, M. A. (1983). Un medio de documentación para la historia de la publicidad: el cartel modernista. *Documentación de las Ciencias de la Información*, VII, 265-271.

Galiana, J. M. (2008). *Entierro de la Sardina. The Burial of the Sardine*. Murcia: Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Turismo y Congresos.

García Fernández, María S. (1985a). Arte y Publicidad. *Nueva Publicidad*, 17 y 18, 27-43.

-(1985b) idem en Ayuntamiento de Madrid. 100 Años del Cartel Español. *Publicidad Comercial (1875-1975)*. (pp. 47-63). Madrid: Centro Cultural Conde Duque, S. A. Ayuntamiento de Madrid.

García Garrido, S. (1997). *Publicidad & Arte: el diseño gráfico. Nuevas tecnologías, nuevos medios*.

García Güatas, M. (1984). *Publicidad artística en Zaragoza*. Zaragoza: Caja de Ahorros y Monte de Piedad de Zaragoza.

García López, M. (2001). *Publicidad Institucional. El estado Anunciante*. Málaga: Universidad de Málaga.

García Martínez, J. (1992). *Los comienzos del Festival. Cuatro pitos y un tambor*. En Rabadán, C. 25 Aniversario. Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo (pp. 13-15). Murcia: Ayuntamiento de Murcia, Federación Española de Agrupaciones de Folklore (F.E.A.F), Federación Murciana de Folklore.

García Ruescas, F. (2000). *Historia de la publicidad y del arte comercial en España. Desde tiempos remotos hasta final del siglo XX*. Barcelona: Arús.

- (1971). *Historia de la publicidad en España*. Madrid: Editora Nacional.

García Serrano, J. (1992). *Se cumplen veinticinco años*. En Rabadán, C. 25 Aniversario. Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo (pp. 20). Murcia: Ayuntamiento de Murcia, Federación Española de Agrupaciones de Folklore (F.E.A.F), Federación Murciana de Folklore.

García? Solas, J. (Julio 2003). Frente al arte y la publicidad. Presupuestos para una metodología y contenidos del diseño gráfico. *Área Abierta*, 6.

García Uceda, M. (2001): *Las claves de la publicidad* (5a ed.). Madrid, ESIC. 5ª Edición

Gil, E. (2007). *Pioneros del diseño gráfico en España*. Barcelona: Index Book.

- (2000). *Un arte para la inmensa mayoría*. En Gil, I., Signos del siglo. 100 años de diseño gráfico en España (pp.). Madrid: DDD, Sociedad estatal para el desarrollo del Diseño y la Innovación. Dirección General de Política de la PYME. Ministerio de Economía y Hacienda.

- blog de Emilio Gil en <http://pionerosgraficos.com/bibliografia/>

Gil, I., (Coor. Edi.) (2000). *Signos del siglo. 100 años de diseño gráfico en España*. Madrid: DDD, Sociedad estatal para el desarrollo del Diseño y la Innovación. Dirección General de Política de la PYME. Ministerio de Economía y Hacienda.

Gil de Vicario, L. (1920, 4 de febrero). Exposición de carteles. *El Liberal*. Citado en Ruiz Llamas, Mª G. (1992, 262).

Gil Fillol, L. (1951). Exposición antológica del cartel (1940-1950). *Arte Comercial*, 30, 3-7.

- (1947). Bellas Artes Gráficas. *Arte Comercial*, 10, 8-10.

Giralt-Miracle, D. (2000). *Un siglo de aventuras y desventuras. El diseño gráfico en España (siglo XIX)*. En Gil, I. Signos del siglo. 100 años de diseño gráfico en España. Madrid: DDD, Sociedad estatal para el desarrollo del Diseño y la Innovación. Dirección General de Política de la PYME. Ministerio de Economía y Hacienda.

- (1996). Los primeros grafistas de Barcelona. *Experimenta*, Observatorio fin de siglo. 25 años de diseño gráfico español 1970-1995, suplemento diciembre (13-14), 35-37.

Gómez (1947). Hablemos de Carteles. *Arte Comercial*, 7, 14.

Gómez Jiménez, P.J. (1995, 7 de octubre). La renovación del cartel cofrade. *Diario 16 de Málaga*, p. 14.

Gómez Alen, J. (2003). *Arte y solidaridad: los pintores españoles y el cartelismo sociopolítico*. Madrid: Tórculo Ediciones, S.L. Fundacio General, Universitat de Valencia.

- González de Tejada José, (1854). Literatura popular: muestras de tiendas-canciones de ciegos-carteles-prospectos. *El semanario pintoresco español*.
- González Lobo, M. A. (1994). *Curso de Publicidad*. Madrid: Eresma& Celeste Ediciones.
- González Lobo, M.A. y Carrero López, E. (2003). *Manual de Planificación de medios* (3a ed). Madrid: ESIC.
- González Martín, J.A. (1996). *Teoría General de la Publicidad*. Madrid: Fondo de cultura Económica.
- (1986-87). Publicidad, modernidad y postmodernidad. *Telos*, 8, 78-89.
- González Martín, R. (2004). La publicidad en el imaginario cultural de la democracia española: 1976-2003. *Historia y Comunicación Social*, 9, 101-135.
- (1999). *Arte y publicidad: entre objetos e imágenes*. En González Martín, R. (coord.). 100 años de Arte Comercial en España (pp. 7-10). Segovia: Obra social y cultural de Caja Segovia.
- Grimau, C. (1979). *El cartel republicano en la guerra civil*. Madrid: Ed. Cátedra.
- Gubern, R. (1997). *Medios Icónicos de masas*. Madrid: Ed. Historia 16.
- (1992). *La mirada opulenta: exploración de la iconosfera contemporánea*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Guerra Saavedra, A. (1999). *Los anuncios por dentro*. Bilbao: Servicio editorial Universidad del País Vasco.
- (n.d.). *Experimentalidad y popularidad cartelística*, pp. 18-27. En López Juan, A. *Josep Renau. Cartelismo*. Alicante: Museo de la Universidad de Alicante.
- Gutiérrez Espada, L. (2000). *El Cartel Publicitario* [Recurso electrónico, CD-ROM]. Madrid: Editorial Complutense.
- Hellín Ortuño, P. (2007). *Publicidad y valores posmodernos*.
- Hernández Martínez, C. (1999). *Manual de creatividad publicitaria*. Síntesis: Madrid.
- (1996). *Percepción, contexto y creación del mensaje publicitario*. Tesis doctoral dirigida por Eguizábal Maza, R. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad Complutense de Madrid. Consultada el 11 de julio de 2014 en e-prints Universidad Complutense de Madrid, <http://eprints.ucm.es/1851/> URL oficial <http://eprints.ucm.es/tesis/19911996/S/3/S3003201.pdf>
- (1995). *Dimensión actual y tendencias de la creatividad publicitaria*. Madrid: Edipo, S.A. Comunicación 2000.
- Hervás Avilés, J. M. (1999). *Diseño gráfico en Murcia (1899-1999)*. Murcia: Consejería de Industria, Trabajo y Turismo.
- (2011, 23 de enero, 13:16). Cien años de diseño gráfico en Murcia. *Experimenta magazine*. Consultada el 16 de agosto de 2012, <http://www.experimenta.es/noticias/historia/cien-anos-de-diseno-grafico-en-murcia-2624> Artículo publicado en Experimenta 33, con el título La mejor cosecha. Diseño gráfico en Murcia (1899-1999).
- Hoja Informativa del "II festival Internacional de Folklore del Mediterráneo" (1969, 25 de julio). Diez mil cartas y carteles, enviados a hoteles de toda Europa. En *Boletín de Información del Excmo. Ayuntamiento de Murcia*, Año IV, Nº 38, p. 1. Obtenido el 28 de julio de 2014 en <http://www.archivodemurcia.es>
- Hoja Informativa del "II festival Internacional de Folklore del Mediterráneo" (1969, 18? de julio). Escenario: Murcia-Parque. El secretario del Festival...pedirá el ingreso... *Hoja Informativa del*

"II festival Internacional de Folklore del Mediterráneo". En *Boletín de Información del Excmo. Ayuntamiento de Murcia*, Año IV, Nº 38, p. 1. Obtenido el 28 de julio de 2014 en <http://www.archivodemurcia.es>

Mann, James Henry, M. (2003). *Carteles Contra Una Guerra. Signos Por La Paz*. Barcelona: Gustavo Gili, Barcelona.

Jardí, E. (1983). *El cartelismo en Cataluña*. Barcelona: Ediciones Destino.

Jiménez-Fontes, M. (2 de abril de 2011). Unos Huertanos de Mariano Ballester anuncian las Fiestas de Primavera. <http://www.laopiniondemurcia.es/murcia/2011/04/02/unos-huertanos-de-mariano-ballester-anuncian-las-fiestas-de-primavera/313118.html>

Jiménez Martínez, P. A. (2013). *Murcia en Primavera*. Murcia: Ayuntamiento de Murcia, Red Municipal de Bibliotecas de Murcia.

Joannis, H. (1986). *El proceso de creación publicitaria. Planteamiento, concepción y realización de los mensajes*. Bilbao: Ediciones Deusto.

Jordán, A. (1995). *Publicitarios de frente y de perfil*. Madrid: Eresma y Celeste Ediciones.

Jordán Montes, F. (2008). *El imaginario del viejo reino de Murcia*. Murcia: Ediciones Tres Fronteras. Consejería de Cultura, Juventud y Deportes de la Región de Murcia

José Luis Montero Rodríguez nombrado Único de Tropa SL en liquidación (n.d.) <http://www.laopiniondemurcia.es/nombramientos/2014/04/24/jose-luis-montero-rodriguez-nombrado-unico-tropa-sl-liquidacion/5886428.html> consultado el 18 de octubre de 2015

Jover Carrión, M. A. (1990). Archivos y documentación local de la región de Murcia. *Documentación de las Ciencias de la información*, 13, 113-131.

de Juan, O. (1970). *III festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo*. Murcia: Patronato del festival.

Julián, I. (1993). *El Cartel Republicano De La Guerra Civil Española*. Editorial Ministerio de Cultura, Dirección General de Bellas Artes y Archivos

Jurado, A. (1998). *La Imprenta: Orígenes Y Evolución*. Madrid: Capta.

Klein, N. (2001). *No logo*. Barcelona: Paidós.

Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido*. Barcelona: Ediciones Paidós.

La Plaza del Cardenal Belluga acoge esta noche la sesión inaugural del Festival Internacional de Folclore en el Mediterráneo (2014, 16 de julio). Consultado el 28 de julio de 2014 en <http://www.murcia.com/noticias/2014/07/16-la-plaza-del-cardenal-belluga-acoge-esta-noche-la-sesion-inaugural-del-festival-internacional-de-folclore-en-el-mediterraneo.asp>

Lasheras Peña, A.B. (2009). *España en París. La imagen nacional en las Exposiciones Universales 1855-1900*. Santander: Universidad de Cantabria, Departamento de historia moderna y contemporánea.

Le Coultre, M. F. y Willcox Purvis A. (2003): *Un siglo de carteles*. [Versión castellana de Eugeni Rossell i Miralles]. Barcelona: Gustavo Gili.

Lema Devesa, C. y Gómez Montero, J. (1999). *Código de publicidad*. Madrid: Marcial Pons, Ediciones Jurídicas y Sociales.

Lens Leiva, J. (2004): Tendencias de la fotografía publicitaria contemporánea: grandes marcas, grandes conceptos. En *Actas del I Congreso de Teoría y Técnica de los Medios Audiovisuales: el*

Análisis de la imagen fotográfica Universitat Jaume I de Castellón. Obtenida el 13 de julio de 2010, de <http://apolo.uji.es/analisisfotografico/analisis/actas.htm>

León, J.L (2001). *Mitoanálisis de la publicidad*. Barcelona: Ariel Comunicación.

- (1998). Mitoanálisis e ideología de la publicidad. *Comunicación y Cultura*, 3, 65-78.
file:///H:/Downloads/Dialnet-MitoanálisisEIdeologiaDeLaPublicidad-2901268.pdf

Lidón Martínez, C. (2006). *La litografía en la región de Murcia (1850-1950)*. Murcia: Real Academia Alfonso X El Sabio.

López Juan, A. (coord.) (n.d.). *Josep Renau. Cartelismo*. Alicante: Museo de la Universidad de Alicante.

López Yera, P.A. (1999). Carteles en libertad. ¿Cómo se llega al pueblo con un cartel?. [versión electrónica]. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 13, 148-151. Obtenido el 27 de junio de 2013 de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=229983>

Lorenzo Puente, F. (1950). La ordenación de las ferias. *Arte comercial*, 5, (25), 32-33.

Los setenta en la publicidad exterior. (1980). *Campaña*, 149-I, marzo.

Luis Bagaria, 1882-1940. (1983). Cat. Expo. Madrid: Biblioteca Nacional, Ministerio de Cultura.

Luminosos y carteles de Madrid. (1962). *IPMark*, 1, diciembre.

Mancebo Roca, J.A. (2004) Josep Renau. *El papel del artista republicano: obra y compromiso* [versión electrónica]. Universidad de Castilla-La Mancha. En Cabrero Blanco, C. (coord.) Comunicaciones del I Congreso "El Republicanismo en España": política, sociedad y cultura. Obtenido el 13 de mayo de 2010 de <http://www.uclm.es/PROFESORADO/juanmancebo/descarga/textos/03.%20Josep%20Renau.%20El%20papel%20del%20artista%20republicano.pdf>

Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos.

- (1992a): *XXV Aniversario Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo 1992*, (Estuche con 25 postales). Murcia: Ayuntamiento de Murcia, Región de Murcia, Consejería de Cultura, Educación y Turismo, Dirección General de Turismo, Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo, Federación Española de Agrupaciones de Folklore.

- (1992b): *Semana Santa y Fiestas de Primavera*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos.

Marchamalo, J. (1996): *Bocadillos de delfín: anuncios y vida cotidiana en la España de postguerra*. Madrid: Grijalbo.

Martínez Pastor, E. (2007). *Orden, estética y regulación jurídica de la publicidad en la ciudad*. En Baladrón, A.; Martínez E. y Pacheco, M. (dir.), *Publicidad y ciudad: la comunicación publicitaria y lo urbano* (pp. -). Sevilla: Comunicación Social.

Martínez Ramos, E. (1992). *El uso de los medios de comunicación en marketing y publicidad*. Madrid: AKAL/Comunicación.

Martínez Ripoll, A. (1983). *La Plaza del Cardenal Belluga, un marco escénico de la Murcia del siglo XVIII*. En *Murcia. XVI Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo*. Murcia: Ayuntamiento de Murcia.

Mateos de los Santos Pérez, G. (1988). *Un siglo de carteles festivo-religiosos en Sevilla (1881-1987): Semana Santa, Feria, C.A.P. San Fernando, Consejo de Cofradías, Semana Santa (Triana), Velá, Corpus, Coronaciones Canónicas, Programas*. Granada: Guillermo Mateos de los Santos Pérez.

-(1985). *EVOLUCION DEL CARTEL FERIAL Y FESTIVO-RELIGIOSO EN SEVILLA Y SU PROVINCIA*. Tesis doctoral. Universidad de Sevilla FACULTAD DE GEOGRAFIA E HISTORIA DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA.

Mattelart, A. y Mattelart, M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós comunicación.

Maturana, H (1991). *La ciencia y la vida cotidiana: la ontología de las explicaciones científicas*. En Watzlawick, P. y Krieg, P. (comps). *La realidad, ¿objetiva o construída?*. Barcelona, Gedisa, 1995, (pp. 157-194).

Medina Barón, M. y Galera del Cerro, F. (1970, 1-5 de mayo). Después de las fiestas.... Boletín de Información del Excmo. Ayuntamiento de Murcia, Año IV, Nº 45, p. 7. Obtenido el 28 de julio de 2014 en <http://www.archivodemurcia.es>

Censo Guía de Archivos de España e Iberoamérica (n.d.). *Ministerio de Información y Turismo. Historia Institucional/Reseña Biográfica*. Obtenido el 13 de abril de 2012 en la página web del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte del Gobierno de España: <http://censoarchivos.mcu.es/CensoGuia/fondoDetail.htm?id=1097814>

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, Secretaría de Estado de Cultura Subdirección General de Promoción de las Bellas Artes, (2004). *20 ilustradores españoles (1898-1936)*. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Subdirección General de Documentación y Publicaciones. http://books.google.es/books/about/20_ilustradores_espa%C3%B1oles_1898_1936.html?hl=es&id=PEAWAQAAIAAJ

Miralles González-Conde, M. A. (2010). *Análisis del mensaje publicitario de telefonía móvil: la adecuación del anuncio al público objetivo de la campaña*. En Nicolás Ojeda, M. A. Miguel Ángel Nicolás Ojeda, Grandío Pérez, M. M. y Fallend, K. (Coordinadores) *Perspectivas de la comunicación móvil Nuevas interacciones entre individuos y actores del mercado* (pp. 115-128). España: Universidad Católica San Antonio

-y Martínez Pastor, E. (2006). El tratamiento de la publicidad en los medios impresos del 12 M al 14 M. En VV.AA., *Cobertura informativa del 11-M* (pp. 337-352). Navarra: EUNSA.

Moles, A. (1976?). *El afiche de la sociedad urbana*. Buenos Aires: Paidós,

Moliné, M. (1999). *La fuerza de la publicidad*. Madrid: Cuadernos Cinco Días.

Montañés, F. (1999). *Arte y Publicidad Turística*. Segovia: Publifilia. *Revista de culturas publicitarias*, 2, diciembre, 65-70.

Montero, M. (2011). La publicidad española en el primer ensayo de sociedad de consumo (1920-1936) un enfoque histórico. *Sphera Pública*, 11, junio, 351-368.

- (2010). *Historia de la Publicidad y de las Relaciones Públicas en Española*. (2 Vols.): *De la nada al consumo. Desde los orígenes hasta 1960*(Volumen I); *La edad de oro de la comunicación comercial* (Volumen II). Sevilla: Comunicación Social.

Montesinos, E. (09 de septiembre de 2014). *Historia de la Feria de Murcia*. <http://meencantamurcia.es/historia-de-la-feria-de-murcia> consultado el 18 de mayo de 2015

Montesinos, M. J. (2 de febrero de 2007). ¿Murcia! Con signo de admiración. Consultado el 18 de mayo de 2015. http://www.laverdad.es/murcia/prensa/20070210/murcia/murcia-signos-admiracion_20070210.html

Monturiol, A. y Vidal, D. (Dres.) (2003). *Imatge i destí: Cartells turístics de les comarques gironines*. Girona: Museu d'Art de Girona.

Morris, Ch. (1985). *Fundamentos de la teoría de los signos*. Barcelona: Paidós.

Muñoz Barberán, M. (1969, 1 de marzo). Semana Santa en Murcia. *Boletín de Información del Excmo. Ayuntamiento de Murcia*, Año IV, p. 27. Obtenido el 28 de julio de 2014 en <http://www.archivodemurcia.es>

- (1969, 1 de marzo). Semana Santa en Murcia. *Boletín de Información del Excmo. Ayuntamiento de Murcia*, Año IV, p. 28. Obtenido el 28 de julio de 2014 en <http://www.archivodemurcia.es>

- (1969, 1 de marzo). Semana Santa en Murcia. *Boletín de Información del Excmo. Ayuntamiento de Murcia*, Año IV, p. 29. Obtenido el 28 de julio de 2014 en <http://www.archivodemurcia.es>

- (1969, 1 de marzo). Semana Santa en Murcia. *Boletín de Información del Excmo. Ayuntamiento de Murcia*, Año IV, p. 30. Obtenido el 28 de julio de 2014 en <http://www.archivodemurcia.es>

Moreu Carbonell, E. (2005). *La Administración anunciante. Régimen Jurídico de la Publicidad Institucional*. Cizur Menor (Navarra): Editorial Aranzadi.

Munari, B. (1968): *El arte como oficio*. Barcelona: Nueva Colección Labor.

Museo de la Ciudad (2014). *Banderines de fieltro del periodo 1974-1983. Colección de Isabel Santo Medina*. Exposición del 14/07/2014 al 29/08/2014 encontrado el 29 de julio de 2014 en <http://www.murcia.es/cultura/agenda.aspx?doc=15714&id=1&ns=Folklore%20en%20el%20Mediterr%C3%A1neo&nmenu=4>

Newark, Q. (2002). *¿Qué es el diseño Gráfico?*. México: Gustavo Gili.

Obradors Barba, M. (2007). *Creatividad y Generación de ideas. Estudio de la práctica creativa en cine y publicidad*. Bellaterra: Universidad Autónoma de Barcelona. Servicio de publicaciones.

Olamendi, G. (n.d.). Campaña de publicidad. Obtenida el 3 de enero de 2006, de <http://www.estoesmarketing.com/publicidad/campana%20de%20publicidad.pdf>

Olivares, F. (2009). "Cidadelimpa" y la contaminación publicitaria en la ciudad. *Zer*, 14 (26), 253-275.

Ortega, E. (2004). *La comunicación publicitaria* (2a ed). Madrid: Ediciones Pirámide. Colección "Economía y empresa".

Ouvrard, N. (coord.) (1991). *Arts&Pub*. París: Centre G. Pompidou

Pacheco Rueda, M. (2009). *Proyección y posibilidades del medio exterior en España: una propuesta de desarrollo* [Recurso electrónico]. Director de tesis, Rafael López Lita. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, Servicio de Publicaciones.

-(2000). *Cuatro décadas de publicidad exterior en España*. Madrid Ediciones Ciencias Sociales, D.L.

Patronato Municipal de Folklore (1986). *Ciclo de Cine Egipcio. XIX Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo*. Murcia: Ayuntamiento de Murcia.

Patronato del Festival de Folklore en el Mediterráneo (1976). *IX Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo. Murcia, 11, 12 y 13 de septiembre de 1976*. Murcia: Patronato Municipal del Festival.

(1971). *IV Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo*. Murcia: Patronato del Festival.

Pedro Cano ilustra por primera vez la Semana Santa murciana con un cuadro de lirios (15.02.13 - 14:41) <http://www.laverdad.es/murcia/20130215/local/murcia/pedro-cano-ilustra-primer-a-201302151441.html>

Pelta Resano, R. (1999a). Tipografía y Publicidad: Préstamos e interferencias. *Publifilia. Revista de culturas publicitarias*, 2, diciembre, 37-48.

-(1999b) Un siglo de diseño gráfico en España. *Cuadernos Hispanoamericanos*, 591, Septiembre, 23-36.

- (1999c) Entre el Art Déco y el pop: la estética publicitaria durante el franquismo. En González Martín, R., 100 años de Arte Comercial en España (pp. 45-56). Segovia: Obra social y cultural de Caja Segovia.

- (1996). Todo estaba inventado. Un prólogo para nuestro tiempo: el diseño en la España de Franco. *Experimenta*, Observatorio fin de siglo. 25 años de diseño gráfico español 1970-1995, suplemento diciembre (13-14), 30-34.

Pérez, C. y Levêque, F. (Comis. Expos.) (2001). *El espectáculo está en la calle. Colin, Carlu, Loupot, Cassandre. El cartel moderno francés*. Madrid: Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía.

Pérez García, J. (2012). La sociedad vallisoletana a través de los carteles de ferias y fiestas. La sociedad vallisoletana a través de los carteles de ferias y fiestas uvadoc.uva.es/bitstream/10324/1723/6/TFM-F_29.pdf

Pérez Rojas, J. (1990). *Art Déco en España*. Madrid: Cátedra.

Pérez Ruiz, M. A. (2003). *La transición de la publicidad española: anunciantes, agencias, centrales y medios. 1950-1980*. Madrid: Fragua.

-(2001). *La publicidad en España: anunciantes, agencias y medios (1850-1950)*. Barcelona: Fragua.

En Biblioteca

- (1996). *Fundamentos de las estructuras de la publicidad*. Madrid: Síntesis.

- (1979). *El mensaje publicitario y sus lenguajes*. Madrid: Instituto Nacional de Publicidad.

Piera, A. (1985): *El cartel comercial, vehículo de cultura* (pp. 11-19). Ayuntamiento de Madrid, 100 años del Cartel Español. Publicidad Comercial (1875-1975). Madrid: Centro Cultural Conde Duque, S. A. Ayuntamiento de Madrid.

Piqueras Moreno, J. (2004). *Maestros del arte en el cartel. Colección José Luis Rupérez*. Alicante: Ed. Caja de Ahorros del Mediterráneo CAM.

Prat Gaballí, P. (1992). *Una nueva técnica: la publicidad científica* (Edición conmemorativa de 75 aniversario de la publicación de esta obra de 1917). Barcelona: Cámara de Comercio de Barcelona.

- (1953). *Publicidad Combativa*. Barcelona: Editorial Labor, S.A.

- (1939). *El poder de la publicidad*. Nuevos ensayos. Barcelona, Editorial Juventud.

- (1934). *Publicidad Racional*. Barcelona: Editorial Labor, S.A.

- (1917). *Publicidad Científica*. Barcelona: Cámara de Comercio y Navegación de Barcelona.

Prieto Benítez, M. (1987). *El cartel, arte y ciencia y lo que sé de su historia (Discurso de ingreso en la Academia de Bellas Artes de Santa Cecilia de D. Manuel Prieto Benítez, "Manolo Prieto")*. Encontrado en <http://fundacionmanoloprieto.org/contenidos/archivos/discurso.pdf> 29 de abril de 2014

Publivía. (1988). *La publicidad en el diseño urbano*. Barcelona.

Puig, J.J. (1996). *5000 años de historia del comercio y la publicidad: la aventura de la comunicación publicitaria y comercial*. Barcelona: RosalJai.

- (1986). *La publicidad: Historia y Técnicas*. Barcelona, Editorial Mitre.

Pyresa. (1968, 11 de septiembre). El día 14 comienza en Murcia el I Festival del Folklore del Mediterráneo. *Diario ABC (Madrid)*, p. 64, Edición de la mañana. Encontrado el 29 de julio de 2014 en <http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/1968/09/11/062.html>

Quílez simón, P. (2004). La difusión de la cultura local: producción de exposiciones itinerantes de la Biblioteca Regional de Murcia. Murcia: Foro Biblioteca y Sociedad., ANABAD.

Quintas Froufe, E. (2011). *Federico Ribas Montenegro. Obra gráfica, editorial y publicitaria. Análisis y catalogación documental (1916-1936)*. Tesis doctoral dirigida por Jorge Lens Leiva. Universidad de Vigo

- (2008, noviembre). Origen y proliferación de los concursos de carteles a principios del siglo XX: El concurso de la perfumería Gal (1916). *Área Abierta*, 21.

Rabadán, M. (1992). *25 Aniversario. Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo*. Murcia: Ayuntamiento de Murcia, Federación Española de Agrupaciones de Folklore (F.E.A.F), Federación Murciana de Folklore.

Ramírez, J.A. (1992). *Medios de masas e historia del arte*. Madrid: Ediciones Cátedra, S.A.

Raventos, J.M. (2000). *Cien años de publicidad española (3 vols.)*. Barcelona: Mediterránea Books.

Real Academia Española (2012). *Diccionario de la Lengua Española (22ª. Ed.)* [versión electrónica]. Consultada el 24 de mayo de 2012 en http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=cartelista.

- Consultada el 22 de abril de 2013 <http://lema.rae.es/drae/?val=fiesta>

Renau, J. (1976). *Función Social del Cartel*. Valencia: Fernando Torres.

Rey Fuentes, J. (1997). *Palabras para Vender, Palabras para Soñar*. Barcelona: Paidós Ibérica.

Reyzábal, M.V. (2002). *Didáctica de los discursos persuasivos: la publicidad y la propaganda*. Madrid: La Muralla.

Renau, J. (1976). *Función Social del Cartel*. Valencia: Fernando Torres.

Ricarte Bescós, J. M^a. (1999). *Creatividad y comunicación persuasiva*. Bellaterra: Universidad Autónoma de Barcelona. Servicio de Publicaciones y otras.

Reyes Moreno, I. (2007). *Protagonista: el cartel*. En Alfeo Álvarez, J.C., Proyecto Media. Consultado el 17 de julio de 2012, Ministerio de Educación y Ciencia, página web de recursos tic: <http://recursostic.educacion.es/comunicacion/media/web/publicidad/bloque1/pag6.html>

Ríos Moyano, S. (2007). *La crítica de diseño gráfico en la revista Arte Comercial (1946-1952)*. Málaga: Servicio de Publicaciones e Intercambio Científico de la Universidad de Málaga.

- (2005-2006). Enseñanza, consejos, aciertos y fallos gráfico-publicitarios analizados en la sección ¡No haga usted esto! Escarmiento en cabeza ajena! De la revista Arte Comercial (1946-1952). *Boletín de Arte*, 26-27, 647-675.

- (2004). *La crítica sobre diseño gráfico español en las revista de arte comercial y publicidad (1900-1970)*. Tesis doctoral, Pr. Dr. D. Isidoro Coloma Martín (director). Málaga: Universidad de Málaga, Departamento de Historia del Arte. Consultado el 7 de julio de 2014, Universidad de Málaga, biblioteca virtual: <http://www.biblioteca.uma.es/bbldoc/tesisuma/16790315.pdf>

- (1999). Publicidad, carteles y... ¿carteles?. *Variaciones*, 32, 34-35.

Rodrigo Alsina, M. (1995). *Los modelos de la comunicación*. Madrid: Tecnos.

Rodríguez Maldonado, T. (2005). *Imagen y discurso: construcción de sentido en las portadas de las revistas semana y cambio 1998-2004*[Versión electrónica]. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. Departamento de Ciencia Política. Consultado el 5 febrero y 24 de abril de 2009, Banco de la República, biblioteca virtual: <http://www.lablaa.org/blaavirtual/todaslasartes/monografia/indice.htm>

Rodríguez Marín, F.J. (1991). Fotografía y Semana Santa: el cartel como elemento conmemorativo y propagandístico. *Vía Crucis de Málaga*, 8, 13-19.

- (1990). El cartel de la Semana Santa. En AA.VV., Patrimonio artístico de las Cofradías (pp. 122-127). Málaga: Arguval.

Romo Santos, M. (2009). *Psicología de la creatividad*. Barcelona: Paidós Ibérica, S.A. Paidós Psicología hoy (vol.71).

- (2003). Teorías implícitas sobre creatividad artística: estudio de las síntesis de conocimiento. *Estudios de Psicología*, 24 (2), 223-239.

Rosell i Miralles, E. (1998). *Carteles* (2a ed.). México: Gustavo Gili, Colección Biblioteca de diseño.

Ruiz Llamas, M^a G. (1992). *Ilustración gráfica en periódicos y revistas de Murcia (1920-1950)*. Murcia: Secretariado de publicaciones. Universidad de Murcia. Real Academia Alfonso X El Sabio.

<http://books.google.es/books?id=F1VHbYTIvy4C&printsec=frontcover&dq=inauthor:%22Mar%C3%ADa+Gracia+Ruiz+Llamas%22&hl=es&sa=X&ei=fZFJUZOnD6aM7Qb89oHIDw&ved=0CC8Q6AEwAA#v=onepage&q&f=false>

Ruiz Llamas, M^a G. y Sahagún Soto, L. (2002). *El cartel: un soporte para la creación y la comunicación*, en Educación artística: plástica y visual: contenidos, actividades y recursos. Barcelona: Praxis, 2002

Ruiz Melendreras, E. (1985a). Notas para una historia del cartel español. *Nueva Publicidad*, 17-18, 1985:13-27.

-(1985b) idem en Ayuntamiento de Madrid. 100 Años del Cartel Español. Publicidad Comercial (1875-1975).(pp. 35-46). Madrid: Centro Cultural Conde Duque, S. A. Ayuntamiento de Madrid.

- (2003). 15 carteles para la historia. *Publifilia. Revista de culturas publicitarias*, 7, junio 2003, 65-89. Original en la Revista *Publicidad*, 29, septiembre-octubre, 1973.

Sáenz De Miera, A. (1997). *Papeles Secundarios. Los escenarios de Málaga en los carteles de Pepe F. Oyarzábal*. Málaga: Teatro Municipal Miguel de Cervantes.

Salom Vidal, V. (1979). El cartel modernista catalán. *D'art*, 5, 78-101 encontrado en RACO <http://www.raco.cat/index.php/Dart/article/download/99773/150798>, 8 de julio de 2014.

- (1972). El cartel en Cataluña hasta 1936. Tesis doctoral. Universidad de Barcelona, 1972.

Schapiro, M. (1988). *El artemoderno*. Madrid: Alianza Editorial. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza.

Sánchez, N. (1997). *El cartel de cine: arte y publicidad*. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza.

Sánchez Albarracín, M. T. (2003). *Fiestas de primavera: Batalla de Flores en Murcia (1899-1977)*. Murcia: Servicio de publicaciones, Universidad de Murcia.

Sánchez Guzmán, J. R. (1997). *La Comunicación Comercial a través del cartel*. En Ayuntamiento de Madrid. 100 Años del Cartel Español. Publicidad Comercial (1875-1975) (pp. 25-33). Madrid: Centro Cultural Conde Duque, S. A. Ayuntamiento de Madrid.

Sánchez López, J.A. (n.d.). De carteles, flashes, impactos y fijaciones. Consultado el 8 de julio de 2014, de http://isel.org//publicaciones/cgpl_2001/Varios/ja_sanchez.htm

-(1997, 16 de agosto). *Estética e Iconografía del cartel de la Feria. Abanico*. En Suplemento SUR, 96-100.

Sánchez Garre, N. (mayo, 2004). El ordenador al servicio del arte. Investigación. *Área Abierta*, 8. <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=893256>

Sánchez Parra, J. (1999). El caso Osborne: una sentencia "artística". Segovia: *Publifilia. Revista de culturas publicitarias*, 2, diciembre, 71-80.

Sánchez Verdú, A. y Martínez Torres, F. (1999). *Diccionario Popular de Nuestra Tierra*. Murcia: La Opinión, S.A.

San Nicolás Romera, C. (2005). *Introducción a la creatividad publicitaria*. Fundamentos teórico-prácticos. Murcia: Diego Marín Librero-Editor.

-(2003). *Aspectos de comunicación y creatividad publicitarias*. Murcia: Universidad Católica San Antonio.

Santaella López, M. (1981). *El concepto de publicidad exterior en el derecho español*. Madrid: Instituto Nacional de Publicidad (Serie temas jurídicos).

Santos Torroella, R. (1949). *El cartel*. Barcelona: Argos.

Satué, E. (1997a). *El diseño gráfico en España. Historia de una forma comunicativa nueva desde los orígenes hasta nuestros días*. Madrid: Alianza (Alianza Forma).

-(1997b). *El diseño gráfico: desde los orígenes hasta nuestros días*. Madrid: Alianza, Alianza Forma, 71.

-(1992). *Los demiurgos del diseño gráfico*. Madrid: Grijalbo Mondadori.

-(1991). *El libro de los anuncios. 3. Volver a empezar (1840-1962)*. Barcelona: Alta Fulla.

-(1988 a). *El libro de los anuncios. 2. Años de aprendizaje (1931-1939)*. Barcelona: Alta Fulla.

-(1988 b). *El cartel publicitario en el diseño de la ciudad*, Publicidad en el diseño urbano. Barcelona: Publivia.

-(1985). *El libro de los anuncios. 1. La época de los artesanos (1830-1930)*. Barcelona: Alta Fulla.

Saura Mira, F. (1970, 1-5 de mayo). Agonía de la fiesta. *Boletín de Información del Excmo. Ayuntamiento de Murcia*, Año IV, Nº 45, p. 5. Obtenido el 28 de julio de 2014 en <http://www.archivodemurcia.es>

-(1970, 1-5 de mayo). Agonía de la fiesta. *Boletín de Información del Excmo. Ayuntamiento de Murcia*, Año IV, Nº 45, p. 6. Obtenido el 28 de julio de 2014 en <http://www.archivodemurcia.es>

Sobrino Manzanares, M.I. (1993). *O cartelismo en Galicia. Desde sus orígenes hasta 1936*. A Coruña: Ediciones do Castro Sada.

-(1985). *El libro de los anuncios I. La época de los artesanos (1830-1930)*. Barcelona: Alta Fulla.

Souter, N. y Newman, S. (2008). *El arte del poster: una guía sobre los mejores posters del mundo*. Madrid: Lisma.

Summers de Aguinaga, B. (2005). *Estudio Global de la obra de Serny (1908-1995): dibujo, pintura y grabado*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Bellas Artes, Departamento de

pintura. Memoria para optar al grado de doctor ¿tesis? Dirigida por Víctor Francisco Fernández-Zarza Rodríguez, V.F. biblioteca.ucm.es/tesis/bba/ucm-t28912.pdf

Sparke, P., Hodges, F., Stone, A., Dent Coad, E. (1987). *Diseño. Historia en imágenes*. Madrid: HermannBlume.

Tentulogo, (17 de julio de 2014). Diferencias entre un logotipo, un isotipo, un imagotipo, una marca...<http://tentulogo.es/blog/diferencias-entre-logotipo-isotipo-imagotipo-marca-imagen-corporativa-identidad-visua/> consultado el 27 de diciembre de 2014.

Termes, J. (1978). Una aproximación histórica al grafismo 1931-1939. En Figueras, J. M. Catálogo de la Exposición de carteles de la República y de la Guerra Civil. Centro Cultural de la Villa de Madrid, 23 octubre-17 noviembre 1978. Citado por Ruiz Llamas, 1992, p. 270.

Timmers, M. (1998). *The power of the poster*. London : V&A Publications.

Tubau, I. (1982). *Dibujando carteles. Creación y realización de posters publicitarios*. Barcelona: CEAC.

Ubierna, J. (1997): *Euskal Herriko Kkartelak: Askatasunaren irudiak*. Vol. 4, Aurkibidea. Tafalla (Navarra): Txapalarita.

Tomás López, M. (2006). *Tesoro de folklore de la Región de Murcia: nuestro tesoro máspreciado*. Murcia: Coros y Danzas de Jumilla, 2006.

Torres Aguilar, F. (1999). Mito y folclore. La imagen de la mujer en una década de carteles de Semana Santa (1921-1931). *Boletín de Arte*, 20, 297-317.

Valenciano Gayá, L. (1981). *Las mascaradas murcianas del siglo XIX (Bando, Testamento y Entierro de la Sardina)*. Murcia: Academia Alfonso X El Sabio.

Valcárcel, C. (1993). El parque Ruiz Hidalgo. Escenario de los grandes festejos murcianos. En Fernández Aguilar, A. *Las postales del Ayer. Memoria gráfica de Murcia*. La Opinión de Murcia. Tomo III. Capítulo XXIII. Parque de Ruiz Hidalgo.) colección por fascículos.

(1992). *Mantuve la continuidad de mi antecesor*. En Rabadán, C. 25 Aniversario. Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo (pp. 16-18). Murcia: Ayuntamiento de Murcia, Federación Española de Agrupaciones de Folklore (F.E.A.F), Federación Murciana de Folklore.

- (1976). *Nueve años de Festival. 1968-1976*. En IX Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo. Murcia, 11, 12 y 13 de septiembre de 1976. Murcia : Patronato Municipal del Festival.

-(1971). *Un año más... 1968-1976*. En IV Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo. 7, 8 y 9 de septiembre de 1971. Murcia : Patronato Municipal del Festival.

-(n.d.) La Feria en el Tiempo. Página web de la Asociación Empresarial de Feriantes de la Región de Murcia. Encontrado en <http://www.feriamurcia.es/feriat tiempo.php> el 23 de febrero de 2015.

Velasco Murviendo, C. (2011). *Carteles de Economía Española, 1870-1960*. Madrid: Fundación Cajas Ahorros Confederada, 2011.

-(2002) *100 Recuerdos En Color: Carteles de Publicidad Comercial en España 1870-1960*. Las Palmas de Gran Canaria: Cabildo Insular de Gran Canaria. Departamento de Ediciones

-(1999). *Reivindicación de un soporte cultural menospreciado: el cartel comercial*. En González Martín, R., 100 años de cartel comercial en España (pp.57-63). Segovia: Obra social y cultural de Caja Segovia.

Vélez, P. (1995). El modernismo en las artes gráficas. Fondos de la casa-museo modernista de Novelda. Alicante: CAM.

Van Dijk, T. A. (1978). *La ciencia del texto*. Barcelona: Paidós Comunicación.

Viera De Miguel, M. (2013). Estereotipos nacionales e imágenes de poder en la Exposición Universal de Barcelona de 1888: "honra y orgullo de la patria española". *Anales de Historia del Arte*. Vol. 23, Núm. Especial, 19-35. http://dx.doi.org/10.5209/rev_ANHA.2013.v23.41894

-(2011). El imaginario visual español en la Exposición Universal de París de 1889: "España de moda". *Anales de Historia del Arte*, Volumen Extraordinario, 537-550 http://dx.doi.org/10.5209/rev_ANHA.2011.37480

Viudes, L. F. (1992). *Festival 88. ¡Las mil y una noches!*. En Rabadán, C. 25 Aniversario. Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo (pp. 21-24). Murcia: Ayuntamiento de Murcia, Federación Española de Agrupaciones de Folklore (F.E.A.F), Federación Murciana de Folklore.

Vilches, L. (1984). *La lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión*. Barcelona: Paidós Comunicación.

Villalba Salvador, M. (2008). Apariencia y ocultación: tradición y modernidad en la colección de carteles del Círculo de Bellas Artes (1904-1936). Edit.um (Ediciones de la Universidad de Murcia): Actas del Congreso Internacional de Imagen y apariencia, Universidad de Murcia. Encontrado en <http://congresos.um.es/imagenyapariencia/imagenyapariencia2008/paper/viewFile/2931/2841> el 5 de mayo de 2014.

VV. AA. (1985). *Arte en Murcia 1862- 1985*. Murcia: Consejería de Cultura y Educación de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

VV. AA. (1991). *Art & Publicité 1890-1990*. París: Editorial Centre Georges Pompidou.

VV. AA. (2011). *Brisas De Oriente: El Cartel Comercial Español 1870-1970*. Colección Carlos Velasco. Ibersaf Editores.

VV. AA. (1985). *El diseño en España. Antecedentes históricos y realidad actual*. Barcelona: Ministerio de Industria y Energía, ADGFAD/ADIFAD/ADP/BCD

VV. AA. (2000). *El diseño. 150 años entre la teoría y la práctica*. Col. Formas plásticas. Valencia: Diputación.

VV. AA. (2000). *El Entierro de la Sardina a la luz de la pintura*. Murcia: Museo de la Ciudad, Ayuntamiento de Murcia.

VV. AA. (2004). *El Hortelano. Arte español para el Exterior. Programa del Ministerio de Asuntos Exteriores de España*. Madrid: Tf. Editores, Ministerio de Asuntos Exteriores, Dirección General de Relaciones Culturales y Científicas Sociedad Estatal para la Acción Cultural Exterior, SEACEX.

VV. AA. (1997). *La eva moderna. Ilustración gráfica española 1914 -1935*. Madrid: Fundación Cultural Mapfre Vida.

VV. AA. (1988). *Le peintre et l'affiche. de Lautrec a Warhol*. Paris: Musée de l'Affiche et de la Publicité.

VV. AA. (1951). Tres conferencias sobre el cartel y la publicidad en los Salones del Centro de Instrucción Comercial. *Arte Comercial*, 30, 8-9.

Willis García-Talavera, J. (2003). La evolución del logotipo en el programa de mano Metro-Goldwyn-Mayer. *Ámbitos*, especial 9-10, 103-117.

Wimmer, Roger y Joseph Dominick (2001). *Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación*. México: Internacional Thomson Editores (6ª edición).

Tesis

Álvarez Gámez, J. (1981). *El cartel, grafismo publicitario*. Tesis doctoral inédita dirigida por Francisco García Gómez. Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Sevilla.

Carrasco Domingo, M. (1980). *El cartel escolar*. Asesor, Manuel Sánchez Méndez. Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Bellas Artes.

Martín Cartaya, F. (1993). *Estudio histórico-artístico y evolutivo del cartel en las fiestas primaverales de Sevilla*. Tesis doctoral inédita dirigida por Maireles Vela, F. Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Sevilla.

Martín Emparan, A. (1993). *El diseño gráfico en la exposición Ibero Americana de Sevilla 1929*. Tesis doctoral dirigida por García Garrido, S. Facultad de Bellas Artes, Departamento de Historia del Arte de la Universidad de Málaga.

Mena García, E. (2012). *El paisaje en la pintura murciana en la segunda mitad del siglo XX*. Tesis doctoral dirigida por Hernández Navarro, M.A. Facultad de Letras, Departamento de Historia del Arte de la Universidad de Murcia.

Morales, J. L. (1973). *Diccionario de pintura en Murcia*. , Murcia: Galería de Arte AL-Kara.

Murillo Díaz, Josefa. (1982). *Los carteles*. Asesor, Álvaro Paricio Latasa. Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Bellas Artes.

Nicolás Ojeda, M. A. (2006). *Publicidad y juventud: un análisis sociosemiótico*. Tesis doctoral inédita dirigida por San Nicolás Romera, C. Dpto. de CC. Sociales, Jurídicas y de la empresa, Universidad Católica San Antonio, UCAM. Murcia.

Peña Hernández, Carmen. (1981). *El cartel: arte como comunicación visual*. Asesor, Francisco Echaz Buisán.

Sarabia García, Pedro A. (1986). *El cartel, entre la publicidad y la pintura: arte y técnica*. Asesor, Manuel L. Villaseñor. Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Bellas Artes.

Serrano Mora, M.A. (2010). *El cine español a través de sus carteles: iconografía y retórica (1909-1980). Historia de un discurso*. UCM, CC. de la Información. SB "cum laude" por unanimidad.

Subiela Hernández, B. (2011). *El diseño de revistas como lenguaje: fundamentos teóricos*. Tesis doctoral inédita dirigida por Correyero, Ruiz, B. y Gobantes Bilbao, M. Dpto. de CC. Sociales, Jurídicas y de la empresa, Universidad Católica San Antonio, UCAM. Murcia.

Torres González, B. (1993). *El cartel taurino como documento histórico y artístico (1822-1966)*. Catálogo de la Colección del Museo Nacional de Antropología. Director, Jesús Hernández Perera. Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Geografía e Historia. Departamento de Historia del Arte II (Moderno).

Páginas web consultadas:

www.cuwnde.com

www.lahistoriadelapublicidad.com

www.laopinion.com

www.laverdad.es

www.parrandboleros.com

www.sbhac.net

www.tesorosdelayer.com

www.libreriacandela.com

www.infocif.es

www.todocolección.net

www.academiadelapublicidad.org/miembros-de-honor/

ANEXOS

REPRODUCCIÓN DE LA BASE DE DATOS DE LOS CARTELES DE FIESTAS
DE MURCIA

Año: 1878 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Biblioteca Nacional de España <http://bibliotecadigitalhispanica.bne.es> <http://bdh.bne.es/bnearch/detalle/2711635>

Signatura Cart.p/178 PID 2711635

Del libro Memoria de la seducción : carteles del siglo XIX en la Biblioteca Nacional

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA DE 1878

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

en los días 1º a 15 de Setiembre

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

AYUNTAMIENTO CONSTITUCIONAL

5) Autor: si no

6) Imprenta: MURCIA.- HIJOS DE NOGUÉS, IMPRESORES. si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

Las fiestas populares que se celebrarán en / dichos días serán las que siguen: / CORRIDAS DE TOROS DE MUERTE / de las ganaderías de D. J. Pérez Concha Sierra, de Sevilla y del Excmo. Sr. Conde de la Patilla antes D. Vicente Romero, de Jerez, que serán lidiados por las medias cuadrillas de/Salvador Sanchez (a) Frascuelo, de Granada, y Manuel hermosilla de Santlúcar./FERIA DE GANADOS/ en el barrio de San Benito./ CUCANAS/ con premios en dinero y varios objetos./JUEGOS FLORALES/noveno certámen, con sod premios a la LITERATURA y uno para la MÚSICA/VISTOSA ILUMINACIÓN EN COLORES/en la torre de la Sta. Iglesia Catedral./SOLEMNE FUNCION RELIGIOSA/ a la PATRONA MARIA STMA. DE LA FUENSANTA en la Sta. Iglesia Catedral./BAILE NACIONAL (sigue en descripción)



ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Tipográfica 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out K ▼

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: solo texto con distintas tipografías

2) Lugar Barrio de San Benito, Sta Iglesia Catedral, Plaza de Palacio, Salón de la Glorieta Real

3) Tiempo Definido

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

El cartel es vertical y esta constituido por textos que juegan combinando distintos cuerpo de letra/fuentes/colores. El texto más importante corona el cartel y es Ayuntamiento constitucional debajo aparece la Imagen de 30 x 23 cm que representa el escudo de la ciudad de Murcia y debajo el texto de Murcia. Con la misma importancia le sigue Feria de 1878

resto del Texto del cartel*(sic): en los días 1º à 15 de Setiembre / Las fiestas populares que se celebrarán en / dichos días serán las que siguen: / CORRIDAS DE TOROS DE MUERTE / de las ganaderías de D. J. Pérez Concha Sierra, de Sevilla y del Excmo. Sr. Conde de la Patilla antes D. Vicente Romero, de Jerez, que serán lidiados por las medias cuadrillas de/Salvador Sanchez (a) Frascuelo, de Granada. y Manuel hermosilla de Sanlúcar./FERIA DE GANADOS/ en el barrio de San Benito./ CUCAÑAS/ con premios en dinero y varios objetos./JUEGOS FLORALES/noveno certámen, con sod premios a la LITERATURA y uno para la MÚSICA/VISTOSA ILUMINAACIÓN EN COLORES/en la torre de la Sta. Iglesia Catedral/SOLEMNE FUNCION RELIGIOSA/á la PATRONA MARIA STMA. DE LA FUENSANTA en la Sta. Iglesia Catedral./BAILE NACIONAL (sigue)*/en la plaza de Palacio./ILUMINACIÓN DE GAS/en el salon de la Glorieta, centro de la feria./en esta línea un adorno rojo ondulado y debajo el sigueinte texto: La banda de música municipal amenizará las veladas de la feria y concurrirá á los paseos matinales en la misma./Otros varios espectáculos ofrecerán á los concurrentes grata y entretenida distraccion./En todos los días de la féria podrán ser visitados gratis el MUSEO ARTÍSTICO ARQUEOLÓGICO y los GABINETES/DE FÍSICA Y QUÍMICA é HISTORIA NATURAL del Instituto de 2ª enseñanza./En los mismos dias se despacharán billetes de ida y vuelta, á precio reducido, en las estaciones de la línea férrea, y en los de las corridas de toros, habrá trenes especiales./Para más detalles veánse los programas./Murcia 12 de agosto de 1878./ EL ALCALDE ACCIDENTAL, EL SECRETARIO,/ RAFAEL ALMAZAN Y MARTÍN. JOSÉ MARIA BALLESTER.

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1895 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Biblioteca Regional DMUG 201411 lám. (cartel) ; 50 x 23 cm <<Feria y fiestas en Murcia : en los días del 1 al 15 de septiembre de 1895 [Material gráfico]. -- [Murcia : Ayuntamiento de Murcia, s.a.] Valencia : Imp. y Lit. J. Ortega. -- 1 lám. (cartel) ; 50 x 23 cm En el reverso consta el programa de las fiestas 1. Fiestas-Murcia-Carteles 398.33(460.33)(084.5) DMUG 20141>> PDF en la web de la biblioteca

Estado Tamaño si no 50 x 23 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA y FIESTAS EN MURCIA

2) Lugar: si no

EN MURCIA

3) Fechas: si no

EN LOS DÍAS DEL 1 AL 15 de SEPTIEMBRE de 1895

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia no aparece

5) Autor: si no

6) Imprenta: Valencia : Imp. y Lit. J. Ortega si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

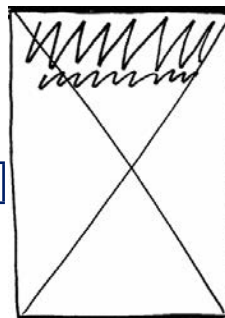
En el reverso consta el programa de las fiestas

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Escudo del Ayuntamiento de Murcia integrado como parte de la ilustración



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Pareja de murcianos en traje regional, torero, picador, toro y caballo y público

2) Lugar Murcia ciudad diversos lugares (vista del consistorio y catedral desde el puente)

3) Tiempo clima agradable por la ropa y las flores

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1917 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

FERIA GENERAL UNA ACTIVIDAD

Fuente: Aparece en Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos. Es la portada del folleto de mano que contiene el programa oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel.

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FIESTAS EN MURCIA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
MURCIA Septiembre 1917

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

5) Autor: si no

6) Imprenta: Lit. Moderna, Alicante si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan: si no

Otros textos persuasivos: si no



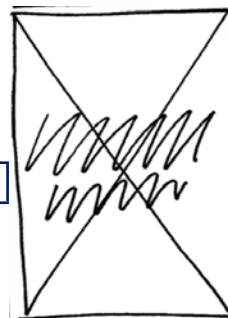
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración: 2) Margen: 3) Tipo lay out:

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar:

3) Tiempo:

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafronte Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1918 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Aparece en Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos. Es la portada del folleto de mano que contiene el programa oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel.

Estado NO localizado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no
FERIA y FIESTAS DE MURCIA

2) Lugar: si no MURCIA
3) Fechas: si no Septiembre 1918

4) Anunciante: organiza y colabora: si no
Ayuntamiento de Murcia no aparece

5) Autor: si no

6) Imprenta: Litografía Moderna, Alicante si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

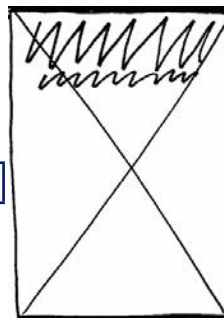


ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out A

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: dos jóvenes huertanas con guirnaldas de flores Real

2) Lugar Murcia Real

3) Tiempo cálido Indefinido

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1922 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: web libro y versión on line del libro de la camaracomercio
http://www.cocin-murcia.es/php/lacamara/album.php?idreg=258&idcat=10&idsbc=11&dat=MSMwIzAjl05ldHNjYXBllw==&idcatmenu=52&idsubcatmenu=15&idmenu=12&cabierta=15&ccerrada=15

es LA PORTADA DEL PROGRAMA PERO NO SE SI ES EL CARTEL TAMBIÉN, aparece en Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo.

Ayuntamiento de Murcia que contiene el programa oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede estar incluido en el cartel

Estado NO localizado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA Y FIESTAS DE MURCIA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

5) Autor: Gil de Vicario si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

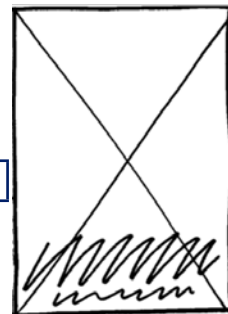


3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: huertana tocando la guitarra, farolillos de feria

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1923 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: libro y versión on line del libro <<http://www.cocin-murcia.es/php/lacamara/album.php?idreg=269&idcat=10&idsbcat=11&dat=MSMwIzAjl05ldHNjYXBllw==&idcatmenu=52&idsbcatmenu=15&idmenu=12&cabierta=15&ccerrada=15>> camara de comercio es la PORTADA DEL PROGRAMA , NO SE SI COINCIDE CON EL CARTEL, aparece también en Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos. Es la portada del folleto de mano que contiene el programa oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel.

Estado NO localizado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA Y FIESTAS DE SEPTIEMBRE

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

1923

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

5) Autor: Gil de Vicario

si no

6) Imprenta:

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

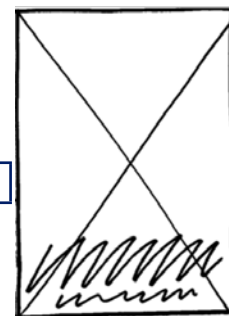


ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Escudo del Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Niña con globos

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria

Niño/a-s Carpa Carrusel/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia

Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia

Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1924 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

FERIA GENERAL UNA ACTIVIDAD

Fuente: Aparece en Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos. Es la portada del folleto de mano que contiene el programa oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel.

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FIESTAS DE SEPTIEMBRE

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

1924

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

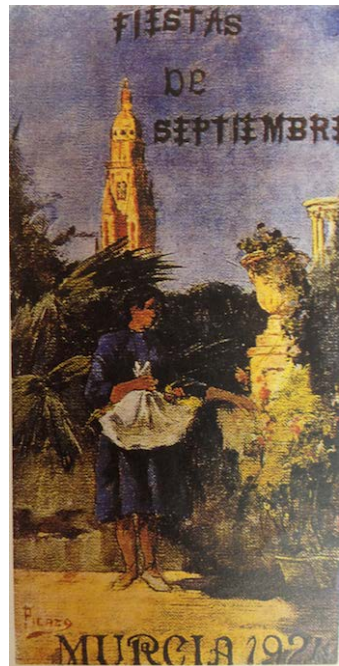
Ayuntamiento de Murcia no aparece

5) Autor: Sánchez Picazo si no

6) Imprenta: La Verdad Murcia si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

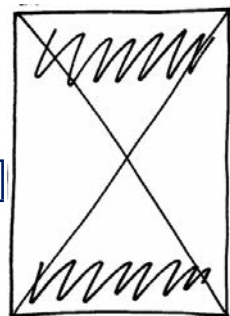


3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1925 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Aparece en Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos. Es la portada del folleto de mano que contiene el programa oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel.

Estado NO localizado

Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA y FIESTAS DE SEPTIEMBRE

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

AÑO 1925

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia no aparece

5) Autor: M. Séiquer

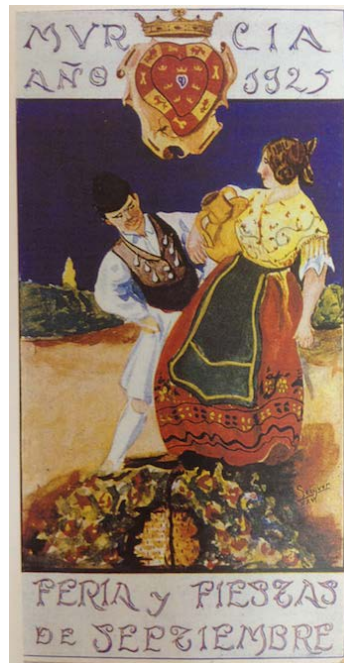
si no

6) Imprenta: La Verdad Murcia

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor

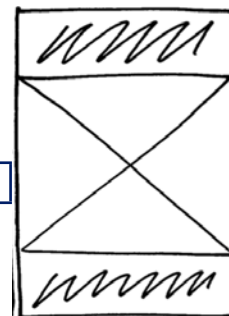
2) Margen Mixto

3) Tipo lay out

H ▼

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Pareja de huertanos

Real

2) Lugar Huerta de Murcia

Real

3) Tiempo cálido al aire libre

Indefinido

Signos Feria

Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia

Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia

Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1926 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Aparece en Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos. Es la portada del folleto de mano que contiene el programa oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel.

Estado

Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA y FIESTAS SEPTIEMBRE

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

SEPTIEMBRE -1.926

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

5) Autor: M. Séiquer

si no

6) Imprenta: La Verdad Murcia

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

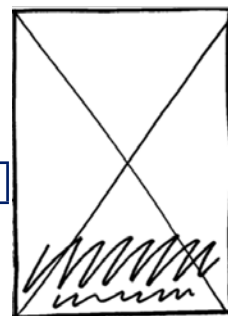
1) Tipo de ilustración

2) Margen

3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Pareja de huertanos en barraca

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria

Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia

Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos

Feria de Murcia

Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1927 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Aparece en Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos. Es la portada del folleto de mano que contiene el programa oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel.

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Feria de Septiembre

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
MURCIA Septiembre 1927

4) Anunciante: organiza y colabora: si no
Ayuntamiento de Murcia no aparece

5) Autor: J. Beltrán si no

6) Imprenta: La Verdad Murcia si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

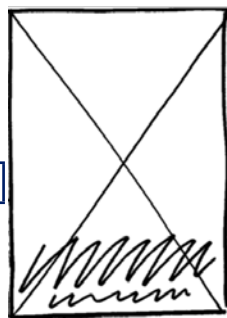


3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Joven señorita con mantón de Manila, peineta y sentada con una guitarra

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1928 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Aparece en Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos. Es la portada del folleto de mano que contiene el programa oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel.

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Feria y Fiestas de Septiembre

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
MURCIA 1928 Septiembre

4) Anunciante: organiza y colabora: si no
Ayuntamiento de Murcia no aparece

5) Autor: J. Beltrán si no

6) Imprenta: La Verdad Murcia si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

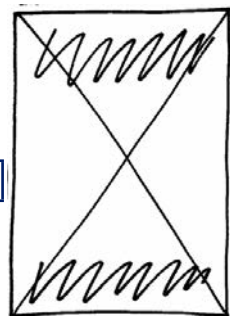
3. OTROS TEXTOS



ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1928 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Aparece en Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos. Es la portada del folleto de mano que contiene el programa oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel.

Estado NO localizado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA DE SEPTIEMBRE

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

SEPTIEMBRE 1928

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia no aparece

5) Autor: J. Portero y M. Séiquer.

si no

6) Imprenta: Tip. San Francisco, Murcia

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

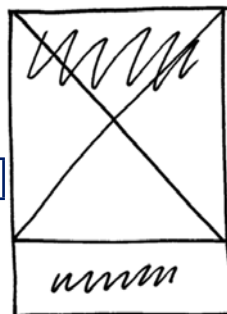
PROGRAMA OFICIAL

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out G ▼

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Pendón bordado con el escudo de Murcia

Real

2) Lugar Recinto Ferial Real

3) Tiempo Al aire libre Indefinido

Signos Feria

- Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
- Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
- Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia

- Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
- Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia

- Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
- Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
- Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
- Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1929 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Aparece en Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos. Es la portada del folleto de mano que contiene el programa oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel.

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Feria y Fiestas de Septiembre

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

1929

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

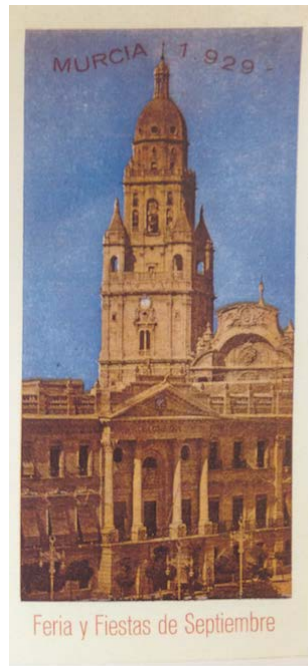
Ayuntamiento de Murcia no aparece

5) Autor: si no

6) Imprenta: Tip. San Francisco si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



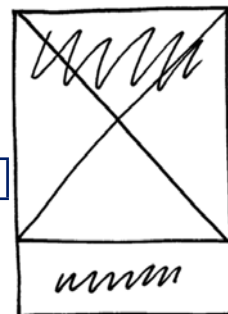
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1929 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

FERIA GENERAL UNA ACTIVIDAD

Fuente: Aparece en Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos. Es la portada del folleto de mano que contiene el programa oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel.

Estado NO LOCALIZADO Tamaño SI NO

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: SI NO

FERIA Y FIESTAS DE SEPTIEMBRE

2) Lugar: SI NO

MURCIA

3) Fechas: SI NO

SEPTIEMBRE 1929

4) Anunciante: organiza y colabora: SI NO

Ayuntamiento de Murcia no aparece

5) Autor:

SI NO

6) Imprenta: IMP. Y LIT: ORTEGA, VALENCIA

SI NO

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan: SI NO

Otros textos persuasivos: SI NO



3. OTROS TEXTOS

Programa oficial

ELEMENTOS VISUALES

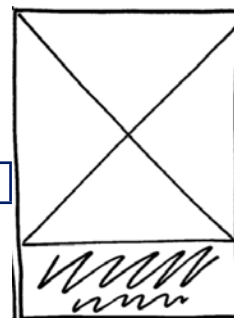
1) Tipo de ilustración Fotografía

2) Margen Con Marco

3) Tipo lay out F ▼

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): SI NO

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma SI NO

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Joven señorita sentada con una guitarra y mantón de Manila

Real

2) Lugar estancia

Real

3) Tiempo indefinido

Indefinido

Signos Feria

- Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
- Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
- Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia

- Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
- Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia

- Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
- Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
- Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
- Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1930 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Aparece en Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos. Es la portada del folleto de mano que contiene el programa oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel.

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA Y FIESTAS DE SEPTIEMBRE

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

1930

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia no aparece

5) Autor: si no

6) Imprenta: IMP. Y LIT: ORTEGA, VALENCIA si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

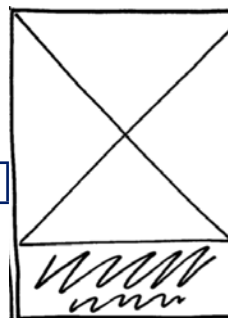
PROGRAMA OFICIAL

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTOS ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1930 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Aparece en Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos. Es la portada del folleto de mano que contiene el programa oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel.

Estado NO localizado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA Y FIESTAS

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

1930

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia no aparece

5) Autor: si no

6) Imprenta: IMP. Y LIT: ORTEGA, VALENCIA si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

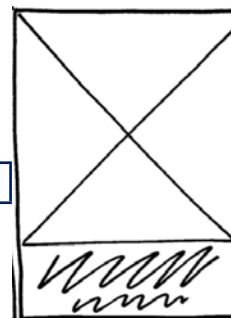
PROGRAMA OFICIAL

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out F ▼

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Joven chica vestida de gitana con mantón de manila y peineta y abanico en romería Real

2) Lugar campo Real

3) Tiempo Al aire libre Indefinido

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1931 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Aparece en Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos. Es la portada del folleto de mano que contiene el programa oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel.

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Feria de Septiembre

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

AÑO 1931

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Editor: Federico Sáez de la Ossa

5) Autor: si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

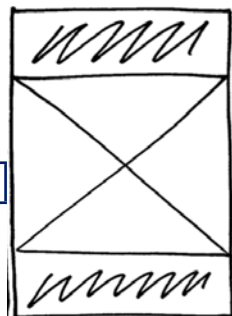
ALBUM ANUNCIADOR
Programa Oficial



ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1931 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Aparece en Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos. Es la portada del folleto de mano que contiene el programa oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel.

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA Y FIESTAS DE SEPTIEMBRE

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

SEPTIEMBRE 1931

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia no aparece

5) Autor: Fuentes

si no

6) Imprenta: Tip. "La verdad" - Murcia

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS



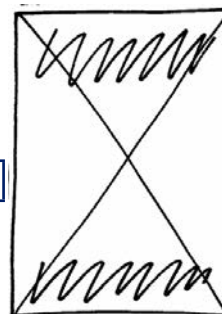
ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración

2) Margen

3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: La república: chica joven con bandera y espada

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria

Niño/a-s Carpa Carrusel/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia

Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos

Feria de Murcia

Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1933 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Aparece en Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos. Es la portada del folleto de mano que contiene el programa oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel.

Estado NO localizado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA Y FIESTAS DE SEPTIEMBRE

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

AÑO 1933

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia no aparece

5) Autor: si no

6) Imprenta: La Verdad, Murcia si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

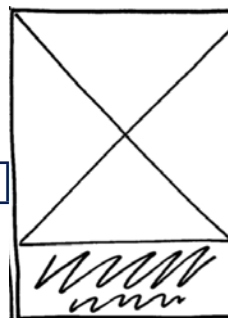
PROGRAMA OFICIAL

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out F

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Pareja de chicas bailando con mantón de Manila Real

2) Lugar Recinto de baile Real

3) Tiempo Al aire libre, noche Indefinido

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1939 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Aparece en Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos. Es la portada del folleto de mano que contiene el programa oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel.

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA DE MURCIA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA 1939

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

5) Autor: si no

6) Imprenta: Galán, Murcia si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

AÑO DE LA VICTORIA



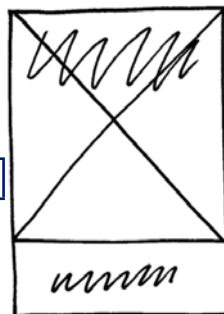
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1941 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Aparece en Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos. Es la portada del folleto de mano que contiene el programa oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel.

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Feria y Fiestas en Murcia

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

Septiembre 1941

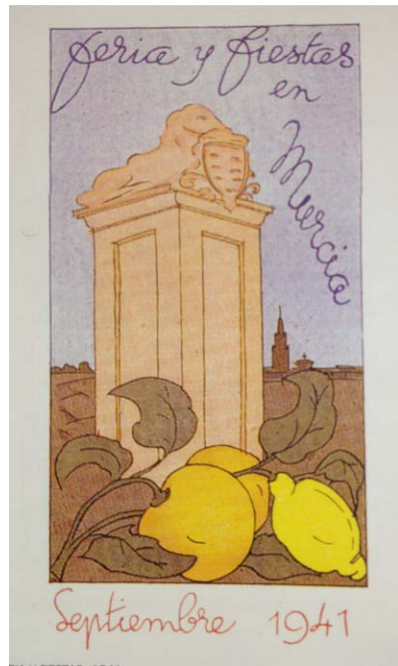
4) Anunciante: organiza y colabora: si no

5) Autor: Soler si no

6) Imprenta: Tip. San Francisco, Murcia si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



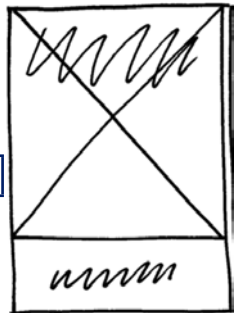
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Paisaje naranjos y limoneros, Pedestal con escudo de Murcia Torre de la Catedral al fondo

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1942 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

FERIA General Una Actividad

Fuente: Aparece en Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos. Es la portada del folleto de mano que contiene el programa oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel.

Estado NO localizado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA Y FIESTAS en Murcia

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Murcia Setiembre 1942

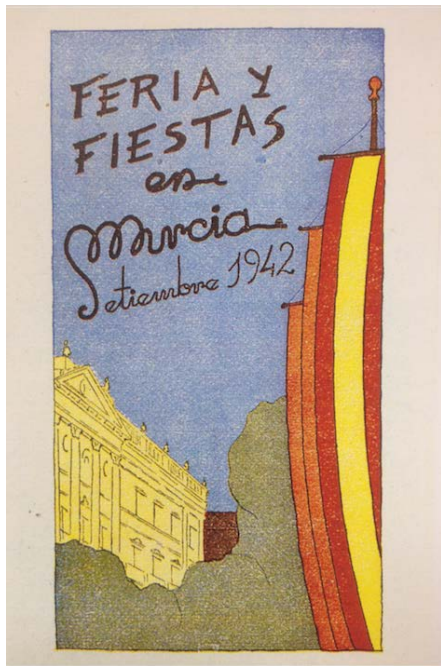
4) Anunciante: organiza y colabora: si no

5) Autor: J. Soler si no

6) Imprenta: Tip. San Francisco, Murcia si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



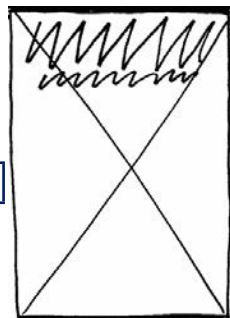
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen Sin Marco Con Marco 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Fachada del Ayuntamiento de Murcia Colgadas con banderas de España y copas de arbol Real

2) Lugar Ciudad de Murcia Real

3) Tiempo Al aire libre Indefinido

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusel/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1942 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Aparece en Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos. Es la portada del folleto de mano que contiene el programa oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel.

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Feria y Fiestas en Murcia

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
en Murcia Setiembre 1942

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

5) Autor: Sánchez Picazo si no

6) Imprenta: Tip. San Francisco, Murcia si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

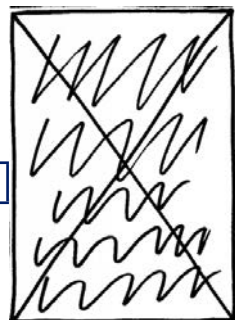


3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1943 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

FERIA General Una Actividad

Fuente: Aparece en Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos. Es la portada del revista que contiene el programa oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel.

Estado NO localizado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Feria y Fiestas

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA 1943 Septiembre

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

5) Autor: si no

6) Imprenta: Tip. San Francisco si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



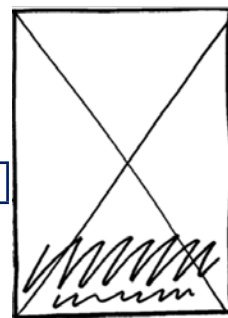
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

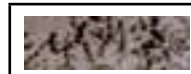
1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out C ▼

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: grupos de chicas en distintas actividades, Virgen de la Fuensanta, Huerta y Ciudad de Murcia Real

2) Lugar Real

3) Tiempo Indefinido

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1944 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente:

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Feria

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

1944

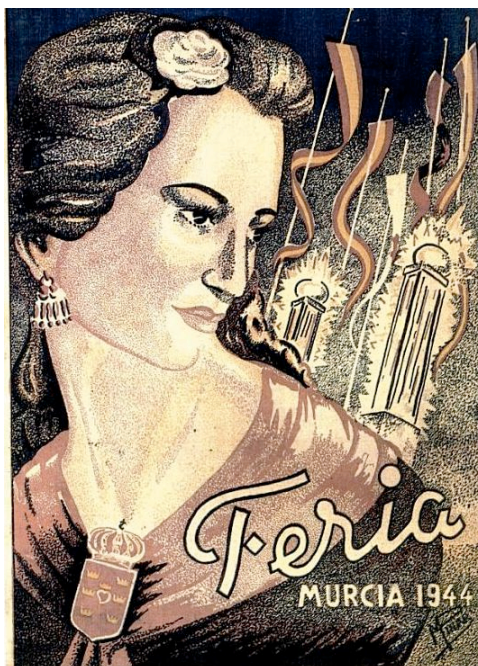
4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: si no

6) Imprenta: Tip.San Francisco si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



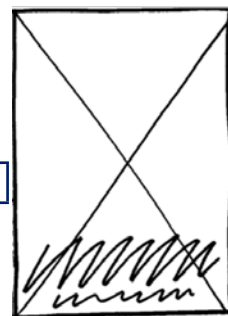
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Huertana

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1944 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Aparece en Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos. Es la portada del folleto de mano que contiene el programa oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel. Ilustraciones interiores y portada de Laorden y textos de Juan carrillo, Leopoldo Ayuso, Vicente Medina y Frutos Baeza.

Estado NO localizado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA DE MURCIA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA SEPTIEMBRE 1944

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

5) Autor: Antonio Laorden si no

6) Imprenta: Tip. San Francisco si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

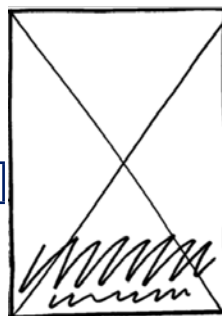


ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out C ▼

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Huertana con plato adornado con torero Real

2) Lugar la ciudad de Murcia Real

3) Tiempo noche Definido

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1946 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: <http://www.tesorosdelayer.com/esp/lote.php?id=65677> Es la portada de la revista que contiene el programa oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel. ANTIGUA REVISTA PROGRAMA OFICIAL DE LA FERIA DE SEPTIEMBRE - MURCIA 1946 - CON MUCHISIMAS FOTOGRAFIAS - 66 PAG - CON DESPERFECTOS EN LAS PORTADAS Y EN ALGUNA HOJA INTERIOR - MUY INTERESANTE - FALTA LA ESQUINA SUPERIOR EN UNA DE LAS PAGINAS.

Estado

Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Feria de Septiembre

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

AÑO 1946

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

5) Autor:

si no

6) Imprenta:

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS



ELEMENTOS VISUALES

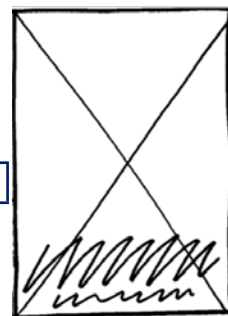
1) Tipo de ilustración

2) Margen

3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Paisaje Huerta de Murcia y Ciudad de Murcia

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria

Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia

Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos

Feria de Murcia

Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1947 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Aparece en Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos. Es la portada de la revista que contiene el programa oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel.

Estado NO localizado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

SEPTIEMBRE 1947

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia

5) Autor: si no

6) Imprenta: La Verdad, Murcia si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

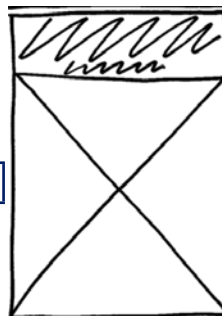


ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Escudo del Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1955 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Aparece en Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos. Es la portada del folleto de mano que contiene el programa oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel.

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

1955

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia

5) Autor: Conte si no

6) Imprenta: Sucesores de Nogués, Murcia si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



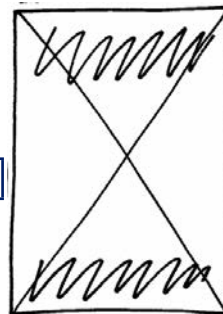
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

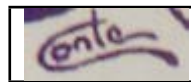
1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Escudo del Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1956 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Aparece en Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos. Es la portada del folleto de mano que contiene el programa oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel.

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
MURCIA 1956

4) Anunciante: organiza y colabora: si no
Ayuntamiento de Murcia

5) Autor: Conte si no

6) Imprenta: Sucesores de Nogués, Murcia si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

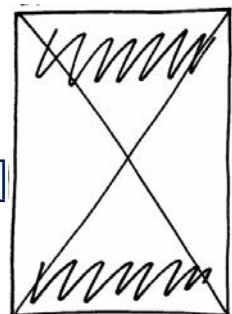


3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1957 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Aparece en Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos. Es la portada del folleto de mano que contiene el programa oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel.

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
MURCIA 1957

4) Anunciante: organiza y colabora: si no
Ayuntamiento de Murcia

5) Autor: A. Mechó si no

6) Imprenta: Sucesores de Nogués si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

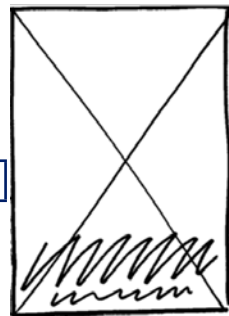


3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1958 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Aparece en Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos. Es la portada del folleto de mano que contiene el programa oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel.

Estado NO localizado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no
FERIA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
MURCIA 1958 SEPTIEMBRE

4) Anunciante: organiza y colabora: si no
Ayuntamiento de Murcia

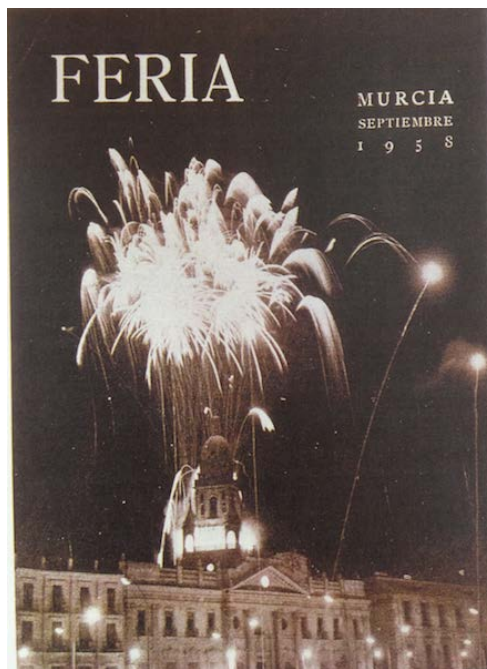
5) Autor: si no

6) Imprenta: Sucesores de Nogués si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

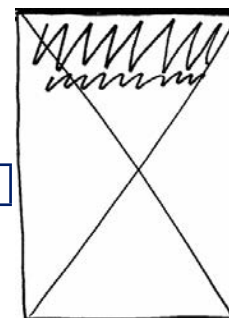
3. OTROS TEXTOS



ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1959 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: ALMUDÍ DIGITALIZADO "00""a"Feria de septiembre"h" [Material gráfico]"b" : 1959, 5 - 20 septiembre. -"a"[Murcia]"b" s. n.]"c", 1959""f" (Litografía C. Pagán)"a"1 lám (cartel)"b" : col"c" ; 49 x 33 cm ""a"Las fechas extremas recogen, probablemente, las fechas de la Feria de la Conserva "14""a"Feria de septiembre"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005818"4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287"

* " ""a" MU-AM"j" 5C"i" (1-2) Y BR foto yo Título:Feria septiembre 1959, Murcia [Material gráfico].Editorial:Murcia : [s.n.], 1959 (Lit. C. Pagán)Descripción física:1 lám. (cartel) : il. ; 49 x 33 cm.Materias:Fiestas-Murcia-Carteles DMUG 4043 En Manzano, P. (coordinador) (1993): Feria de Murcia. Septiembre 1993. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos.Es la portada del díptico que contiene el programa oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que coincidir con el cartel la ilustración.

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 49 x 33 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

septiembre 1959 Del 5 AL 20 ...*ver texto

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

FESTIVALES DE ESPAÑA

5) Autor:

si no

6) Imprenta: LIT.C.PAGAN-MURCIA.

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

FESTIVALES DE ESPAÑA.-Del 6 al 8: Compañía Titular del Teatro de la Zarzuela de Madrid.-Del 9 al 11: Compañía LOPE de VEGA.Día 12: Orquesta Sinfónica de Madrid y los días 13 y 14:/BALLET INTERNACIONAL DEL MARQUES DE CUEVAS/FERIA INTERNACIONAL DE LA CONSERVA-5 AL 20 SEPTIEMBRE/Feria de Ganado.-Ciclismo.-Fiestas Infantiles con Representaciones del teatro de Marionetas del Retiro.-Fiesta Huertana.-Verbenas.-Elección de la Reina de la Feria.-Fuegos Artificiales.-Tiradas Federativas de Tiro al Plato.-Competiciones Deportivas.-Exposiciones y Concursos.-Travesía a nado del Río Segura.-Fútbol.-Conciertos.-Tradicional Romería al Monte./TRES GRANDIOSAS CORRIDAS DE TOROS Y DOS ESPECTÁCULOS COMICO-TAURINOS-MUSICALES Depósito

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Diseño gráfico

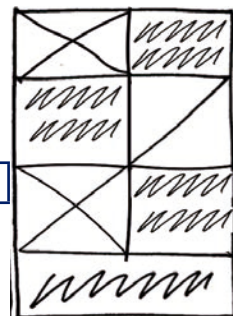
2) Margen Mixto

3) Tipo lay out

R ▼

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Escudo del Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Fuegos de artificio sobre perfil catedral y edificios, pareja de bailarines, torero y toro

Real

2) Lugar Murcia ciudad

Real

3) Tiempo Noche

Indefinido

Signos Feria

Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia

Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos

Feria de Murcia

Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

El cartel está compuesto por tres escenas que se intercalan con los textos principales del mismo. Es un mosaico de seis cuadrados de las mismas dimensiones dispuestos en vertical centrado y en equilibrio real. Las tres escenas representan tres de las actividades de la feria: castillo de fuegos artificiales por la noche sobre la Torre de la Catedral y edificios de Murcia, representación teatral con baile y las corridas de toros. En los otros cuadros se incluyen los textos FERIA (con letras de distintos colores) en el primer cuadro de la izquierda arriba; septiembre /escudo de Murcia/1959 en el cuadro de la derecha de la segunda línea con textos blancos y sombra negra; MURCIA en el primer cuadro de la tercera línea también con las letras de distintos colores. Bajo la ilustración un faldón amarillo sobre el que se escriben todos los actos de las ferias (especificados en el apartado correspondiente de esta ficha) en tipografía de palo seco en color negro excepto la línea de BALLET INTERNACIONAL DEL MARQUES DE CUEVAS escrito en rojo.

Todo el cartel lo remata un filo blanco sobre el que aparece en el lateral izquierdo inferior el texto de la imprenta LIT.C. PAGAN-MURCIA en negro. Y el texto del Depósito Legal MU195-1959 estampado sobre el cartel a mano con un tapon de tinta azul violeta.

Convergencia denotación/connotación:

En la escena de los fuegos artificiales se centra la localización de la fiesta en la ciudad de Murcia con la ilustración de la torre de la Catedral. Integrando estas diversas escenas se significa la variedad de las actividades culturales y festivas que se llevan a cabo, además de la aparición en la base de una franja amarilla se pueden leer los eventos que integran el programa de fiestas y los días en los que se realizarán. En este caso aparece la Feria Internacional de la Conserva por lo que tradicionalmente es una actividad vinculada con la feria de septiembre. Y por supuesto, las corridas de toros. "

"FESTIVALES DE ESPAÑA": se trataba de un organismo del Ministerio de Información y Turismo que llevaba actividades culturales por todos los lugares de España donde se celebraban fiestas.

Otros datos

Este año la portada del díptico que contiene el programa oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia coincide con la ilustración del cartel. La diferencia es que el cartel presenta un faldón con la enumeración de las actividades de la Feria igual que ocurre en la Feria de 1963.

Año: 1960 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

FERIA GENERAL UNA ACTIVIDAD

Fuente: Encontrada la portada del díptico que contiene el programa oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel. En Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos.

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA DE SEPTIEMBRE

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA SEPTIEMBRE DE 1960

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

EXCMO. AYUNTAMIENTO DE MURCIA

5) Autor: si no

6) Imprenta: Belkron, Murcia si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



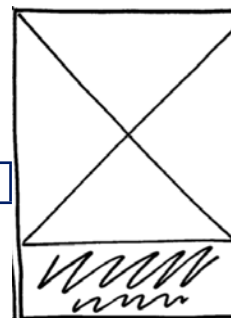
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTOS ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Imagen cuadrada de fondo negro. En blanco cuatro círculos irregulares tanto en el tamaño como en el trazo con salpicaduras situados en los cuatro cuartos y que se superponen por las zonas de contacto. Debajo el escudo del ayuntamiento de Murcia a la derecha y los textos a la izquierda centrados en tres líneas, todo en negro sobre fondo blanco: EXCMO. AYUNTAMIENTO DE MURCIA/PROGRAMA OFICIAL/FERIA DE SEPTIEMBRE DE 1960

Convergencia denotación/connotación:

Los trazos blancos sobre el fondo negro transmiten la sensación de luces en movimiento que brillan en la noche.

Otros datos

Año: 1961 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Encontrada la portada del programa de mano oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel. En Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos.
Encontrado en la BRM DMUX 149-275 DSN 1380-522 Título: Carteles de ayer y hoy. II. PERO ESTA EQUIVOCADO, ES EL DE 1963 PERO EN LA DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO APARECE EL DE 1961

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA de Septiembre

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
MURCIA Septiembre 1961

4) Anunciante: organiza y colabora: si no
Ayuntamiento de Murcia

5) Autor: Conte si no

6) Imprenta: Belkron, Murcia si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

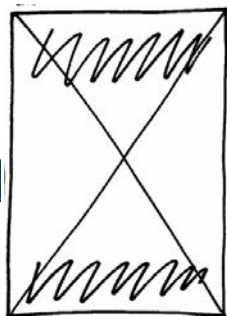


3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Sobre fondo negro una superposición de elementos. De delante hacia atrás son: como protagonista la cabeza y el troco de un toro en movimiento sobre un fondo arena redondeado; en el lado derecho un manojo de globos de colores; en la parte de arriba, más pequeño, un carrusel de caballitos y una carpa adornado todo ello con ristas de luces de colores; Corona el cartel la palabra FERIA dibujada con los perfiles de bombillas de color azul tipografía de palo seco.

Debajo del toro los textos: de/Septiembre (en blanco)1961(en rojo) tipografía manual/MURCIA (en azul) tipografía de palo seco.

En la esquina dereinferior derecha la firma del autor en amarillo.

Convergencia denotación/connotación:

La composición de los elementos del cartel transmiten la variedad de actividades que configuran la feria de murcia. Las luces sobre fondo oscuro y el movimiento de la disposición comunican que son fiestas para participar de ellas y no solo contemplarlas.

Otros datos

Año: 1962 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Encontrada la portada del programa de mano oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel. En Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos.

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

Septiembre 1962

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia

5) Autor: Conte si no

6) Imprenta: Muelas, Murcia si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

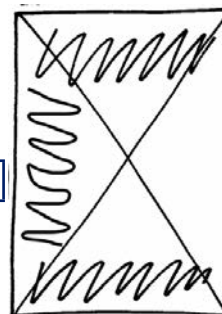


3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Sobre fondo verde una superposición de elementos. De delante hacia atrás son: Banderola vertical en movimiento en la parte izquierda del cartel con el texto FERIA en fucsia y con tipografía de palo seco; a la derecha los dos protagonistas del teatro de guiñol, la bruja y el niño con la estaca, en el fondo se ven las siluetas de las carpas de la feria y la noria. Sobre esta ilustración el texto Septiembre 1962 y debajo de los moigotees MURCIA ambos textos en blanco con perfil fucsia.

En la esquina dereinferior derecha la firma del autor en amarillo.

Convergencia denotación/connotación:

La composición de los elementos del cartel transmiten la variedad de actividades que configuran la feria de murcia. Las luces sobre fondo oscuro y el movimiento de los monigotes invitan al disfrute de las mismas.

Otros datos

Año: 1963 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Digitalizado por el Almadí buscar en el opac equivocado pone semana santa pero el autor, las fechas y el mes coinciden con la Feria de ese año y con el cartel. "1 ""a"Conte"ZZ0004310" "10""a"Semana Santa"h" [Material gráfico]"b" : 1963, 8-16 septiembre"c" / Conte. -- " ""a"[Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia]"c", 1963 " ""a"1 lám. (cartel) "b" : col."c" ; 49 x 33 cm "14""a"Semana Santa"z"- Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles" ZZ0004287" * " ""a" MU-AM"j" 36C"t" (1-2) Encontrada la portada del programa de mano oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel. En Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos. Imforma de que se imprime en Belkron, Murcia

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 49 x 33 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
MURCIA SEPTIEMBRE 1963

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia no aparece
FESTIVALES DE ESPAÑA

5) Autor: Conte si no

6) Imprenta: No aparece (el folleto lo imprime Belkron, Murcia) si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



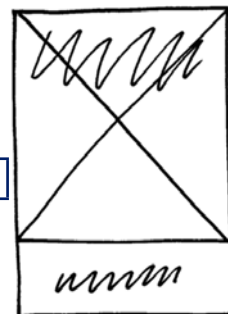
3. OTROS TEXTOS

FESTIVALES DE ESPAÑA del 8 al 16, inclusive/Compañías: ARTE LIRICO-TEATRO DE HUMOR-COMEDIA-BALLET/III Certamen de Artistas Noveles.-I Cinturón Ciclista de Murcia.-Feria de / Ganado. -Verbenas. - Competiciones deportivas.-Exposiciones.-Conciertos. / Fuegos de artificio.-Semana Infantil.-Corridas de Toros.-Travesía a nado / y en piragua del Río Segura.-Gran Cabalgata Infantil/ RECINTO FERIAL EN EL JARDÍN BOTÁNICO Y PASEO DEL MALECÓN TRADICIONAL ROMERÍA AL MONTE/ DEPOSITO LEGAL MU.186-1963

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen Mixto 3) Tipo lay out G

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Niño en caballito de feria Real

2) Lugar Recinto ferial Real

3) Tiempo Noche cálida Indefinido

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusel/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Aparece en primer plano un niño montado en un caballito de feria marrón con lunares blancos. Esta al aire libre y es tarde noche porque el fondo superior es negro y el fondo del chico es azul por las luces del luminoso de la feria. Al fondo aparece una sección de una carpa. Sobre la escena aparece la palabra "FERIA" dibujada en blanco con lunares naranjas a modo de luces de feria en tipografía de palo seco. Debajo del niño los textos centrados de SEPTIEMBRE 1963 en verde sobre MURCIA en blanco con perfil negro, ambos textos sobre fondo naranja, en el mismo fondo en la mitad en color marrón pegado a la derecha se estampa la firma de Conte. El dibujo se recorta por arriba con fondo negro. La parte inferior del cartel es el programa de actividades de la feria. Los textos son negros sobre fondo azul.*

Los colores utilizados son 4: naranja, cyan (verde por superposición), marrón y negro. El cartel se enmarca con un filo blanco sobre el que aparece en el margen inferior el número de depósito legal DEPOSITO LEGAL MU.186-1963 en negro.

Convergencia denotación/connotación:

La imagen centra la atención en el disfrute de los niños de las atracciones de feria (ilustración genérica de Feria) pero el cartel lleva en el faldón inferior la enumeración de las actividades previstas lo que amplía las expectativas del receptor y le invita a disfrutar de ellas según sus gustos, edad, etc. En el dibujo se transmite movimiento, la noche está de fondo. El elemento visual autóctono en la imagen es la firma del ilustrador, Conte.

Otros datos

FESTIVALES DE ESPAÑA era un organismo dependiente del Ministerio de Información y Turismo que organizaba programas de actividades itinerantes por todo el territorio español de Música, Teatro y Danza a través del Patronato de Información y Educación Popular -creado en 1954- en colaboración con el Ayuntamiento de la ciudad. Mediante la 1963 JUNTA COORDINADORA DE FESTIVALES MINISTERIO DE INFORMACION Y TURISMO

En 1963 se crea el Consejo Nacional de Festivales de España Orden de 26 de octubre de 1963 por la que se crea el Consejo Nacional de Festivales de España.PDF (BOE-A-1963-22432 - 2 págs. - 202 KB)

Año: 1964 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

FERIA General Una Actividad

Fuente: Encontrada la portada del díptico que contiene el programa oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel. En Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos.

Estado

Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

SEPTIEMBRE 1964

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia

5) Autor: Conte

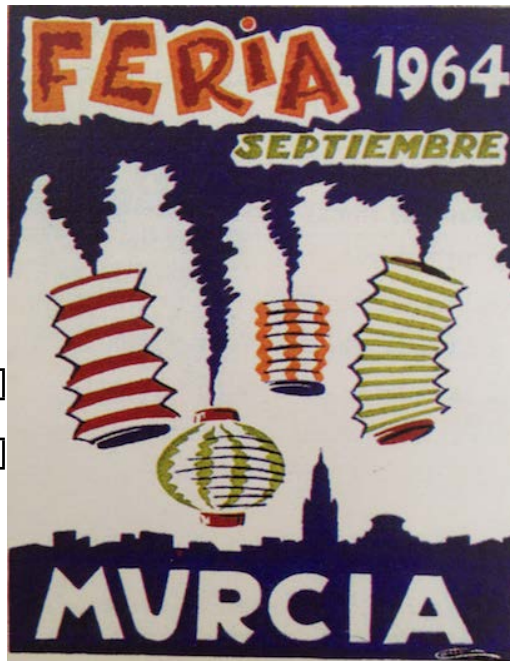
si no

6) Imprenta: Sucesores de Nogués, Murcia

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

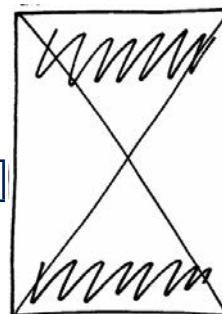
ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración

2) Margen

3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria

- Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
- Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
- Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia

- Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
- Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos

Feria de Murcia

- Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
- Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
- Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
- Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Portada vertical de fondo azul oscuro y negro. En el 1/4 superior sobre el fondo azul oscuro los textos FERIA (naranja rojo y perfil blanco) 1964 (blanco) SEPTIEMBRE verde con perfil blanco). La parte central la ocupan cuatro farolillos que iluminan el cielo de Murcia por lo que el fondo se vuelve blanco de luz. El 1/4 inferior es el perfil de Murcia donde se reconoce la Torre de la Catedral y la puerta de la misma de Plaza de Belluga en macizo azul oscuro sobre el que aparece en blanco el nombre de MURCIA en blanco. La tipografía es de palo seco.

Convergencia denotación/connotación:

La imagen centra la atención en el elemento festivo de los farolillos que adornan los bailes y los recintos donde se reúnen las personas a pasarlo bien y donde suele haber música. La noche es el contexto de las actividades donde aparece el contraste con las luces blancas que nos indica que son actividades que se hacen por la tarde/noche. Hay movimiento en los adornos festivos.

Otros datos

Año: 1965 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Encontrada la portada del programa de mano oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel. En Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos.

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

SEPTIEMBRE 1965

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia

5) Autor: Conte si no

6) Imprenta: Jorge Valls, Murcia si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



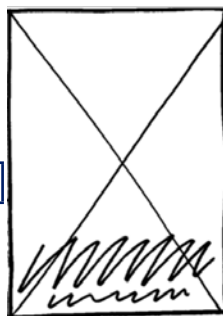
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta Imafronte Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

cartel vertical de fondo azul oscuro y negro. El escudo de Murcia aparece en la esquina derecha superior en línea amarilla. El cartel lo ocupa un conjunto de cinco globos de colores y el texto FERIA en letras de esos mismos colores y con volumen en negro debajo los textos SEPTIEMBRE 1965 centrado en negro con tipografía de palo seco y cierra la portada el texto-MURCIA- EEN ROSA CON FILO BLANCO

Convergencia denotación/connotación:

La imagen centra la atención en el elemento infantil de los globos. Y la noche como contexto de las actividades donde aparece el reflejo blanco de las luces.

Otros datos

Año: 1966 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

FERIA General Una Actividad

Fuente: Encontrada la portada del programa de mano oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel. En Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos.

Estado NO localizado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA

2) Lugar: si no

3) Fechas: si no
Septiembre 1966

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia

5) Autor: Conte si no

6) Imprenta: Jorge Valls, Murcia si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

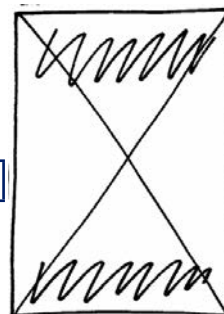


3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Busto de niño sujeto comiendo helado sujeto al palo enroscado de un caballito de feria

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafronte Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Portada vertical de fondo amarillo. El texto FERIA arriba a la izquierda de gran tamaño, fondo verde y con luces blancas. el busto de un niño que lame un cucurucho de helado con la mano derecha y con la izquierda se agarra al palo enroscado de un caballito de feria. Parte del fondo del niño es negro. debajo los textos Septiembre en verde y 1966 en blanco ambos en escritura manual. amarilla.

Convergencia denotación/connotación:

La imagen centra la atención en el público infantil que disfruta de la feria lo que nos indica el palo enroscado típico del caballito. Hace buen tiempo porque el niño se está comiendo un helado y lleva una camiseta de manga corta. El contraste de la noche con las luces nos indica que son actividades que se hacen por la tarde/noche. hay movimiento en la imagen del niño saboreando el helado y las curvas del palo.

Otros datos

Año: 1967 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Encontrada la portada del programa de mano oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel. En Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos.

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
MURCIA SEPTIEMBRE 1967

4) Anunciante: organiza y colabora: si no
Ayuntamiento de Murcia

5) Autor: Momo si no

6) Imprenta: Sucesores de Nogués, Murcia si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



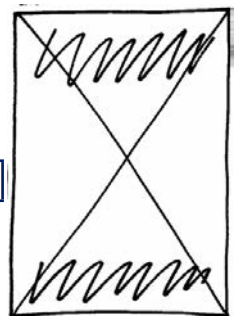
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Portada vertical de fondo blanco. El texto FERIA en la parte inferior en letras macizas de colores con relieve en negro. En cima, y ocupando toda la portad, la silueta en blanco de un niño montado sobre un caballo de feria al que atraviesa el palo enroscado característico del carrusell en color amarillo y con sombras negras que le dan relieve. todo ello sobre una mancha perfil roja. En la parte superior derecha los textos MURCIA (en rojo, debajo SEPTIEMBRE (en azul) y debajo 1967 (idem azul). A la izquierda del palo en la esquina el escudo de Murcia en línea amarilla y fondo verde. La firma del autor aparece en el margen derecho en azul.

Convergencia denotación/connotación:

La imagen centra la atención en el público infantil que disfruta de la feria lo que nos indica el palo enroscado típico del caballito. Hay movimiento en la imagen en los trazos curvos de la sombra roja, en las curvas del palo y en la disposición de las letras de FERIA.

Otros datos

Año: 1968 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Encontrada la portada del folleto de mano oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel. En Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos.

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA DE SEPTIEMBRE

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

SEPTIEMBRE 68

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia

5) Autor:

si no

6) Imprenta: Sucesores de Nogués

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



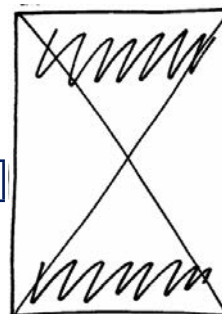
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Silueta de niño montado en un caballito de feria con palo mastil enroscado

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusel/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Portada vertical de fondo amarillo. El texto FERIA lo compone el dibujo de un niño de perfil que vuelve la cara hacia el espectador y extiende su brazo derecho paralelo al suelo donde sujeta un molinillo de viento y tiene otro elemento en la cintura de manera que forma la letra F mayúscula de la palabra FERIA que se completa con las letras minúscula eria situadas a la altura de las piernas del protagonista. Debajo los textos de (sobre un recorte de color azul y en color blanco) y SEPTIEMBRE (en color negro sobre el fondo amarillo) Y 68 (en negro y el 6 sobre fondo amarillo y el 8 sobre fondo blanco) dispuestos en distintas alturas y con diversas tipografías y color y fondo de color. El fondo que rodea al niño es blanco y el paisaje de fondo del niño lo forman diversas carpas y atracciones de feria entre las que destaca a la derecha una gran noria. En la parte superior de la portada en un recorte de fondo blanco el texto MURCIA. En la esquina superior derecha una representación simplificada del escudo de Murcia donde solo aparecen las siete coronas y el corazón del escudo sin marco.

Convergencia denotación/connotación:

La imagen centra la atención en el público infantil que disfruta de la feria lo que nos indica la cara sonriente del chaval pecoso. Se muestra la diversidad de atracciones del recinto ferial y hay movimiento en la imagen en los trazos curvos de molino de viento y los banderines de las atracciones y en la disposición de los textos.

Otros datos

Se percibe un cambio en la concepción de esta portada donde se juega con las tipografías y las figuras geométricas del fondo lo que nos trae indicios de la llegada del diseño gráfico en la creación de estas portadas que no son meras ilustraciones alegóricas.

Año: 1969 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Encontrada la portada del folleto de mano oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel. En Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos.

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA DE MURCIA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

SEPTIEMBRE 1969

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Publicidad Vértice y Ayuntamiento de Murcia

5) Autor: Serafín Alonso

si no

6) Imprenta: Nogués, Murcia

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



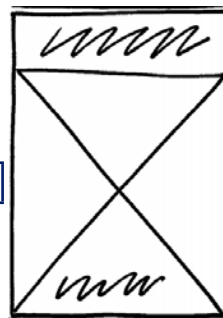
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTOS ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Portada cuadrada en la franja superior 1/4 sobre fondo blanco en tipografías variadas y con letras colocadas a distintas alturas la palabra FERIA consta de una capitular roja de forma original y de las demás ltrs sobre cuadrados de colores. El resto del título DE (negro) MURCIA (en rojo) de menor tamaño y con unos cuadros amarillos por encima. El resto de la portada lo ocupa una fotografía de una sección de un carrusell de caballitos con niños montados con todos los palos característicos. Al fondo unas carpas típicas de las ferias. La fotografía tiene recortado el fondo que es de amarillo fuerte. Pegado al margen izquierdo la palabra SEPTIEMBRE perpendicular al horizonte y sobre ella el año 1969.

Convergencia denotación/connotación:

La imagen centra la atención en el público infantil que disfruta de la feria lo que nos indica las caras sonriente de las niñas. Se muestra la diversidad de atracciones del recinto ferial y hay movimiento en la imagen en las direcciones de los palos de los caballitos y las posturas de los niños.

Otros datos

Se mantiene el cambio hacia el diseño gráfico en la concepción de esta portada donde se juega con las tipografías en la creación de estas portadas que no son meras ilustraciones alegóricas sino que atrapan el recorrido visual del espectador para que lea el mensaje como el emisor desee.

Se menciona como editor de folleto a la empresa Publicidad Vértice

Año: 1970 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Encontrada la portada del folleto de mano oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel. En Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos.

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA DE MURCIA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

SEPTIEMBRE 70

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Publicidad Vértice y Ayuntamiento de Murcia

5) Autor: Serafín Alonso

si no

6) Imprenta: Nogués, Murcia

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan: si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

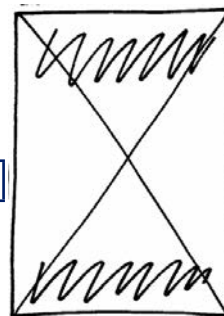
ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración

2) Margen

3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Silueta de niño montado en un caballito de feria con palo mastil enroscado

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria

Niño/a-s Carpa Carrusel/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia

Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia

Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Portada vertical que tiene en el fondo una línea gruesa naranja vertical en todo el lado izquierdo y un margen blanco que rodea la ilustración. Ésta tiene un fondo grisáceo azulado. El texto FERIA encabeza la composición sobre los trazos de los fuegos artificiales que se reparten de izquierda a derecha sobre el perfil blanco de la Torre de la Catedral y la puerta de la Plaza de Belluga y los trazos de las atracciones. en la parte derecha sobre los fuegos la preposición de en blanco sobre un recorte rojo. Sobre los edificios el texto MURCIA en negro. Esto sirve de paisaje de fondo de los protagonistas que son dos chicos jóvenes que se acercan en coches de choque. El muchacho del primer plano levanta los brazos y sonríe abiertamente, viste una camiseta de manga corta. En la parte inferior a la izquierda el número 70 del año de la Feria y a la derecha el nombre del mes SEPTIEMBRE ambos textos en naranja y tipografía de palo seco.

Convergencia denotación/connotación:

La imagen centra la atención en el público joven, ya no solo infantil, que disfruta de la feria lo que nos indica la cara sonriente del protagonista. Se muestra la diversidad de atracciones del recinto ferial y sobre todo las nuevas como los coches de choque y la montaña rusa y una atracción que hace volar en círculos los asientos de los pasajeros propias de las innovaciones de los años setenta. Hay movimiento en la imagen en los trazos curvos de los fuegos artificiales y de las atracciones así como en el recorrido de los coches. Tanto el fondo como los fuegos artificiales nos sitúan en la tarde/noche cuando el sol se pone.

Otros datos

Se mantiene el cambio hacia el diseño gráfico en la concepción de esta portada donde se juega con las tipografías en la creación de estas portadas que no son meras ilustraciones alegóricas sino que atrapan el recorrido visual del espectador para que lea el mensaje como el emisor desea.

Se menciona como editor de folleto a la empresa Publicidad Vértice

Año: 1971 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: <http://www.todocoleccion.net/murcia-feria-septiembre-ano-1971-programa-actos-20-pags-14-5-x-17-5-cm~x17624099> Es la portada del díptico que contiene el programa oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel. MURCIA - FERIA DE SEPTIEMBRE - AÑO 1971 - PROGRAMA DE ACTOS - 20 PÁGS. 14,5 X 17,5 CM. También en Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos.

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA SEPTIEMBRE

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

SEPTIEMBRE 1971

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

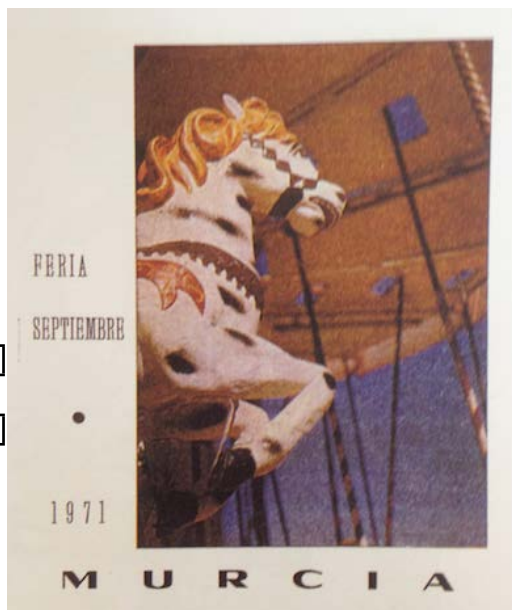
Publicidad Vértice y Ayuntamiento de Murcia

5) Autor: Tomás Alarcón si no

6) Imprenta: Nogués, Murcia si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

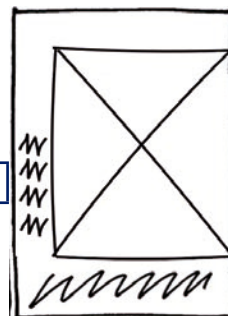


3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

La portada presenta un marco grueso por el lado izquierdo y la parte inferior de la fotografía donde se sitúan los textos en negro. A la izquierda de arriba abajo justificados a la izquierda : FERIA/SEPTIEMBRE./1971. En la parte inferior, en negro y cuerpo de letra grande en tipografía de palo seco y distribuido en el ancho MURCIA. la fotografía ocupa el robapáginas derecho superior y la protagoniza la parte delantera de un caballito de feria y los palos de los caballitos en distintas direcciones con sus rayados característicos

Convergencia denotación/connotación:

La perspectiva de la fotografía del carrusel de caballitos transmite movimiento y centra la Feria en el disfrute de las atracciones para niños. Sin embargo, ya se transmite mucho más que eso con este icónico caballo.

Otros datos

Es el primer año de esta década en el que se ilustra con fotografía.
Se menciona como editor de folleto a la empresa Publicidad Vértice

Año: 1972 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Encontrada la portada del folleto de mano oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel. En Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos.

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA SEPTIEMBRE

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

SEPTIEMBRE 1972

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Publicidad Vértice y Ayuntamiento de Murcia

5) Autor: Tomás Alarcón si no

6) Imprenta: Nogués, Murcia si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

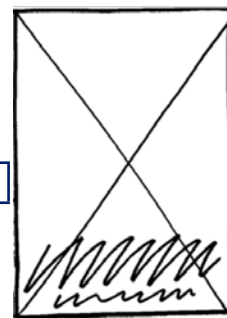


3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusel/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

La portada presenta una fotografía a sangre de fondo oscuro nocturno y unos rayos de luces que dibujan una figura elíptica que forma lazadas. En el fondo se vislumbran unas carpas o casetas con luces de colores. En la parte inferior en tres líneas en color blanco y con diversas tipografías de palo seco se colocan los textos: FERIA SEPTIEMBRE/1972/MURCIA.

Convergencia denotación/connotación:

La fotografía artística capta las formas que dibujan las luces en movimiento. Nos sitúa en la noche.

Otros datos

Por segundo año consecutivo de esta década en el que se trata de una fotografía y del mismo autor. Se menciona como editor de folleto a la empresa Publicidad Vértice

Año: 1973 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

FERIA General Una Actividad

Fuente: Encontrada la portada del folleto de mano oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel. En Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos.

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA SEPTIEMBRE

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

SEPTIEMBRE 1973

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia

5) Autor: Tomás Alarcón

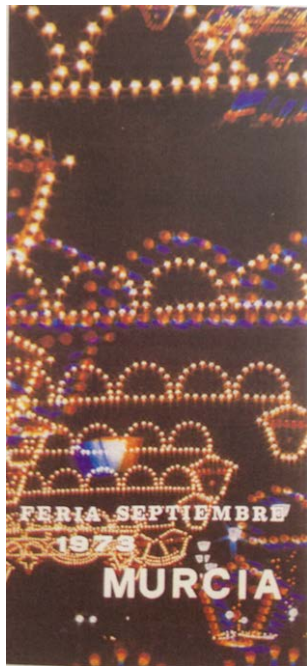
si no

6) Imprenta: Nogués, Murcia

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

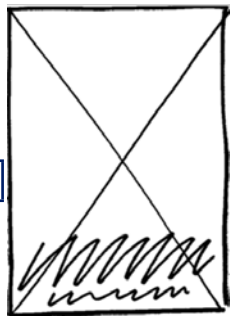
ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración

2) Margen

3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

La portada presenta una fotografía a sangre de fondo oscuro nocturno donde se retratan más de siete hileras horizontales de luces que cubren las calles en fiestas. entre las formas de las luces aparecen la silueta de faroles. En la parte inferior en tres líneas en color blanco y con diversas tipografías de palo seco y romana se colocan los textos: FERIA SEPTIEMBRE/1973/MURCIA.

Convergencia denotación/connotación:

La fotografía artística capta las formas que dibujan las luces en movimiento que genera colores. Nos situa en la noche. Y los faroles nos transporta a recintos donde se baila al son de la música alegre y movida de las fiestas.

Otros datos

Por tercer año consecutivo de esta década en el que se trata de una fotografía y del mismo autor.

Año: 1974 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente:

Estado

Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

2) Lugar: si no

3) Fechas: si no

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor:

si no

6) Imprenta:

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración

2) Margen

3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria

Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia

Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia

Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1975 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Encontrada la portada del folleto de mano oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel. En Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos.

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA DE SEPTIEMBRE

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

SEPTIEMBRE 1975

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia

5) Autor: si no

6) Imprenta: Belmar, Murcia si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

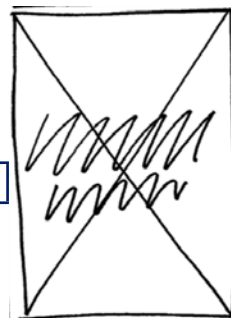


3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Paisaje de Murcia urbano

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

La portada presenta un paisaje de Murcia urbano dibujado con lápiz gris donde aparece la Torre de la Catedral y la fachada de la puerta de Plaza de Belluga y la fachada del Ayuntamiento de Murcia así como la farola típica del puente viejo y su barrera. El dibujo lo delimitan unas líneas finas horizontales arriba y abajo en color rojo oscuro. Sobre el dibujo se coloca en tres grande líeneas el texto en el mismo rojo oscuro y con tipografía de palo seco los textos:FERIA DE /SEPTIEMBRE/1975. Debajo del ainferior el texto MURCIA en el mismo gris que los trazos del dibujo.

Convergencia denotación/connotación:

No existen connotaciones de fiesta. El dibujo solo transmite la identidad de la ciudad de Murcia por sus edificios más reconocidos.

Otros datos

Año: 1976 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

FERIA General Una Actividad

Fuente: Encontrada la portada del díptico oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel. En Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos.

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA DE SEPTIEMBRE

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA SEPTIEMBRE 1976

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia

5) Autor: si no

6) Imprenta: Belmar, Murcia si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan: si no

Otros textos persuasivos: si no

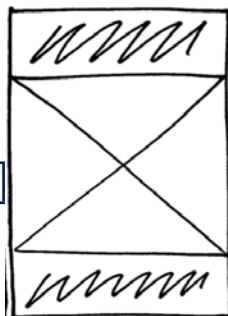


3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no



5) Firma si no

CONTEXTOS ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Paisaje de Murcia urbano

2) Lugar Calles

3) Tiempo Noche

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusel/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

La portada presenta un paisaje de Murcia urbano dibujado desde el malecón con el río y el puente viejo y, por supuesto, la Torre de la Catedral y la fachada de del Ayuntamiento. El dibujo ocupa la parte central de la portada sobre un fondo azul cyan rectangular. Por encima el texto FERIA DE SEPTIEMBRE 1976 en tres líneas en color negro y tipografía de palo seco. Debajo de la ilustración el nombre de la ciudad MURCIA en negro y misma tipografía pero de menor cuerpo también sobre fondo blanco.

Convergencia denotación/connotación:

Como en el año anterior no existen connotaciones de fiesta en la portada. El dibujo solo transmite la identidad de la ciudad de Murcia por sus edificios más reconocidos.

Otros datos

Año: 1977 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente:

Estado

Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

5) Firma si no

CONTEXTOS ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar 3) Tiempo

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1978 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente:

Estado

Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

2) Lugar: si no

3) Fechas: si no

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria

Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia

Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos
Feria de Murcia

Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1979 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

FERIA General Una Actividad

Fuente: Encontrada la portada del folleto de mano oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel. En Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos.

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA DE SEPTIEMBRE

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

SEPTIEMBRE 1979

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia

5) Autor: Diseño Ekipo/Vértice, ilustración de Chipola si no

6) Imprenta: Jiménez Godoy si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

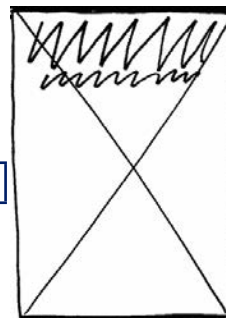


3. OTROS TEXTOS

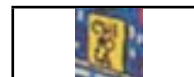
ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

La portada presenta una ilustración de una tarde en el recinto ferial donde hay padres con niños pequeños y niños y mayores comiendo dulce de algodón y globos de distintos colores y formas y disparando a los palillos o montados en la montaña rusa o en la noria todos sonrientes. Al fondo de la escena se levanta a la izquierda la mitad de la Torre de la Catedral tras el río. El suelo de la escena es de tierra y la vegetación aparece entre las atracciones. El cielo azul oscuro de la parte superior sirve de fondo de los textos de color blanco y con tipografías de palo seco y distribuidos en tres líneas: FERIA DE SEPTIEMBRE 1979/MURCIA/PROGRAMA OFICIAL.

Convergencia denotación/connotación:

El dibujo transmite la identidad de la ciudad de Murcia por sus edificio más reconocido y el bullicio de la Feria que se abre a público de todas las edades.

Otros datos

En el folleto consta que el diseño es de Ekipo/Vértice que es el nombre de dos agencias de publicidad de Murcia. Hasta entonces Vértice había intervenido como editora de algunos folletos. Las agencias se unieron como vemos en el folleto de este año y más tarde quedará solo Ekipo con el conocido ilustrador *Chipola* como se conoce a Joaquín García Abellán.

Año: 1980 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Encontrada la portada del folleto de mano oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel. En Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos.

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

2) Lugar: si no MURCIA
3) Fechas: si no 1980

4) Anunciante: organiza y colabora: si no
EXCMO AYUNTAMIENTO DE MURCIA
Consejo Municipal de Cultura y Festejos

5) Autor: Diseño Ekipo, ilustraciones de Chipola si no

6) Imprenta: Jiménez Godoy, Murcia si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

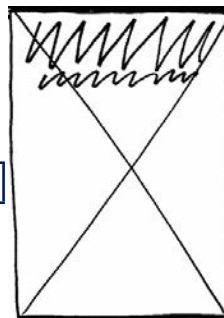


3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Familias y empleados de la feria, globero y globos

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

La portada presenta una ilustración de fondo blanco que se distribuye en cinco partes horizontales con distintos personajes y actividades. En la franja superior se repite el dibujo de un teatrillo de guiñol y en el centro un recuadro donde se sitúan los textos del emisor y el año en cinco líneas: EXCMO AYUNTAMIENTO /DE MURCIA/ Consejo Municipal /de Cultura y Festejos/1980. En la segunda franja un chico sandwich se repite y detrás de uno de ellos un abuelo y su nieto leen lo que anuncia. Debajo se repite tres veces a la izquierda un cantante con maracas y traje blanco y a la derecha una marioneta de hilos. Debajo se repite un torero apoyado en su toro y a la derecha una pareja de niños y en la franja inferior se repite un grupo de jóvenes volando cometas.

Convergencia denotación/connotación:

El dibujo transmite que hay actividades de diferentes tipos y para todas las edades. Hay movimiento en las posturas de los personajes.

Otros datos

Este año el diseño es solo de Ekipo donde trabaja el ilustrador *Chipola*. Más adelante, en 1984 *Chipola* fundará la agencia Contraplano y el dibujante *Baldomero Baldo* se quedará en Ekipo. Contraplano se verá forzada a cerrar en 2011 tras 27 años de trabajo a causa de la crisis económica y el cambio en el negocio publicitario.

Año: 1981 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Encontrada la portada del folleto de mano oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que puede coincidir o no con el cartel. En Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos.

Estado NO localizado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA DE SEPTIEMBRE

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

SEPTIEMBRE 1981

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia

5) Autor: Diseño Ekipo, ilustraciones de Chipola si no

6) Imprenta: Jiménez Godoy, Murcia si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan: si no

Otros textos persuasivos: si no



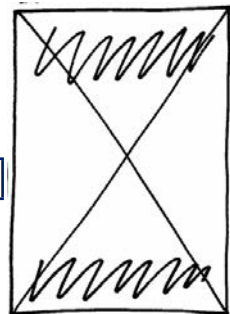
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out D

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

[Empty box for graphical identity]



5) Firma si no

[Empty box for signature]

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Niño vestido de juglar tocando clarinete Real

2) Lugar Indefinido Fantástico

3) Tiempo Noche Indefinido

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

La portada presenta una ilustración de fondo negro con la figura central de un niño vestido de juglar que toca un instrumento de viento sentado sobre un recuadro donde pone Programa oficial (en anaranjado). En el mismo color y tipografía en la parte superior aparecen los textos en dos líneas: Feria de Septiembre/ 1981 Murcia.

Convergencia denotación/connotación:

El dibujo transmite música e intervención de los niños en las actividades.

Otros datos

Año: 1982 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Encontrado el programa oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que no coincide el diseño con el cartel. En Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos.

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

5) Firma si no

CONTEXTOS ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar 3) Tiempo

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

El programa de este año es un original montaje giratorio con el tren de la bruja dibujado por Chipola y diseñado por Ekipo por lo que suponemos que el cartel fué diseñado por los mismos pero no lo podemos afirmar.

Año: 1983 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Localizado en el Almudí "1""a"Prolongo, Pastor"ZZ0005836" "10""a"Feria de Septiembre,"h" [Material Gráfico]"b" : Murcia del 1 al 13 de 1983"e" / Diseño, Pastor Prolongo. -- " ""a"Murcia"b" : Consejo Municipal de Cultura y Festejos, Ayuntamiento de Murcia"e", 1983"e" (Murcia"fi" : I.G Jiménez Godoy) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 60 x 83 cm D.L. " ""a"MU-560/1983 "14""a" Feria de septiembre"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005818" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * "1 ""a"MU-AM"j" 168C (1-3) Encontrado el libro con el programa oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia cuya portada no coincide con el cartel. En Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos.

Estado Localizado NO imagen Tamaño si no 60 x 83 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Feria de Septiembre

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Murcia del 1 al 13 de 1983

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Consejo Municipal de Cultura y Festejos, Ayuntamiento de Murcia

5) Autor: Diseño, Lucía Pastor Prolongo si no

6) Imprenta: I.G Jiménez Godoy si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar 3) Tiempo

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusel/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

El programa de este año es un libro editado por el Ayuntamiento de Murcia cuya portada **no coincide con el cartel**. Su diseño fue realizado por Estudio Edr.
NO ES EL MISMO EL AUTOR DEL CARTE

Año: 1984 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Localizado en el Almudí "1 ""a"Salinas, Francisco"ZZ0001295" "10""a"Feria de Septiembre"h" [Material gráfico]"b" : Murcia del 1 al 11 de septiembre de 1984"c" / Fotografía y diseño, Paco Salinas. -- " ""a"Murcia"b" : Consejo Municipal ded Cultura, Ayuntamiento de Murcia "c", 1984"f" (José Belmar) ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c"; 63 x 99 cm D.L. " ""a"MU-291-1984 "14""a"Feria de septiembre"z"- Murcia"j"- Carteles"ZZ0005818"" 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287"* "1 ""a"MU-AM"j" 202C (1-5)
Encontrado el folleto de mano con el programa oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia cuya portada NO COINCIDE CON EL CARTEL. En Manzano, P. (coordinador) (1993): Feria de Murcia. Septiembre 1993. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos.

Estado Localizado NO imagen Tamaño si no 63X99 cm.

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Feria de Septiembre

2) Lugar: si no

Murcia

3) Fechas: si no

del 1 al 11 de septiembre de 1984

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Consejo Municipal de Cultura, Ayuntamiento de Murcia

5) Autor: Fotografía y diseño, Paco Salinas si no

6) Imprenta: José Belmar si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar
3) Tiempo

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

El programa de este año es un folleto que simula un libro de cuentas con las etiquetas propias diseñado por Vicente Martínez Gadea y Severo Almansa NO COINCIDE CON EL AUTOR DEL CARTEL

Año: 1985 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Localizada la imagen en la web de uno de los autores http://www.pabloportillo.net/arte/source/cartel_feria_sept_1985.htm Localizado en el Almuñé "1 ""a"Portillo, Manuel"ZZ0005742""10""a"Feria de septiembre"h" [Material gráfico]"b" : Murcia 85, del 4 al 17 "c" / Diseño, Manuel y Pablo Portillo. -- " ""a"Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia, Consejo Municipal de Cultura [etc] "c", 1985" ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 98 x 62 cm "14""a"Feria de septiembre"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005818" " 4""a"Murcia"x" -Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287""1 ""a"Portillo, Pablo"ZZ0005744""* "1 ""a"MU-AM"j" 187C (1-2)."x" A los dos ejemplares les falta un trozo

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 98x62 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA DE SEPTIEMBRE

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
MURCIA 85, del 4 al 17

4) Anunciante: organiza y colabora: si no
EXCELENTISIMO AYUNTAMIENTO DE MURCIA
CONSEJO MUNICIPAL DE CULTURA
COLABORA CONSEJERIA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO
COMUNIDAD AUTONOMA DE MURCIA

5) Autor: Diseño, Manuel y Pablo Portillo si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

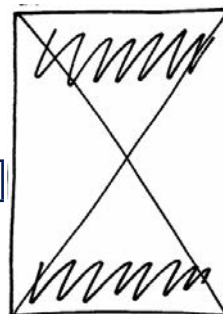


ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out D

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Una pareja de jóvenes deslizando por el cielo, fuegos artificiales Real

2) Lugar El cielo Fantástico

3) Tiempo Noche Indefinido

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical con la ilustración a sangre sobre la que se encuentran los textos superpuestos de la siguiente forma: en la parte superior en blanco con sombra negra desplazada a la derecha y tipografía de palo seco el nombre de la fiesta-FERIA DE SEPTIEMBRE-; en la parte inferior izquierda en unas franjas de fondo rosa con los textos en el azul de fondo y tipografía de palo seco en dos líneas justificadas a la izquierda: MURCIA 85, DEL 4 AL 17 / EXCELENTISIMO AYUNTAMIENTO DE MURCIA CONSEJO MUNICIPAL DE CULTURA COLABORA CONSEJERIA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO COMUNIDAD AUTONOMA DE MURCIA.

La escena de la ilustración deja ver a una pareja de jóvenes sentados en una atracción volante de feria que no está dibujada pero que se evidencia por la postura de los pasajeros y como se agarran al manillar frontal del asiento y el chico con una copa/vaso que alza con la mano derecha. Se tumban uno sobre otro por la inercia de la curva que dibuja una estela que deja en el cielo el recorrido de donde vienen.

En el cielo azul de la noche brillan las palmeras que dibujan los fuegos artificiales que dejan chisporrotear sus restos que descienden también reluce la estela de la pareja.

Convergencia denotación/connotación:

La noche de fiestas donde los jóvenes se divierten se sitúa en una localidad porque hay fuegos artificiales. La imagen invita a los jóvenes a disfrutar de las fiestas y poder volar a lugares de ensueño donde se olviden las tareas cotidianas. El movimiento está presente en la escena en las curvas que dibujan los fuegos artificiales, las chispas, la postura de los personajes, el vestido de la chica.

Otros datos

El programa de este año es un artefacto que forma una cara donde rotan los días y el programa por los ojos y la boca. El diseño es de Chipola desde su nueva empresa Contraplano. NO COINCIDE CON EL AUTOR DEL CARTEL. Se habla de diseño e ilustración como tareas complementarias.

Los jóvenes son los protagonistas de la feria y no lo niños

Año: 1986 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

FERIA GENERAL UNA ACTIVIDAD

Fuente: Localizado en el Almodí "1 ""a"Haro, Ángel"ZZ0000175" "10""a"Feria de Septiembre"h" [Material gráfico]"b" : Murcia 86"c" / Diseño, Ángel Haro. -- " ""a"Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia, Consejo Municipal de Festejos y Turismo"c", 1986"fr" (I.G Jiménez Godoy) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 100 x 64 cm D.L. " ""a"MU-315-86 "14""a"Feria de septiembre"z"-Murcia"j"-Carteles "ZZ0005818" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287 * "1 ""a"MU-AM"j" 200C

Estado Localizado NO imagen Tamaño si no 100 x 64 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Feria de Septiembre

2) Lugar: si no

Murcia

3) Fechas: si no

86

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia, Consejo Municipal de Festejos y Turismo(etc)

5) Autor: Diseño, Ángel Haro

si no

6) Imprenta: I.G Jiménez Godoy

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

El programa de este año es una libreta de gusanillo con un troquel de banderola curvado del mismo diseñador. Encontrada la portada del folleto de mano del programa oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que no coincide el diseño con el cartel. En Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos.

COINCIDE CON EL AUTOR DEL CARTEL

Año: 1987 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Localizado en el Almudí "1 ""a"Portillo, Manuel"ZZ0005742"10""a"Feria de Septiembre"h [Material gráfico]"b" : Murcia, del 3 al 15 "c" / Diseño, M. y P. Portillo; Ilustración, P. Portillo. -- " ""a"Murcia"b": Ayuntamiento de Murcia, Consejo Municipal de Festejos y Turismo" c", D.L 1987" f" (I.G. Jimenez Godoy) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 54 x 85 cm " ""a"Representa: Un coche con personas montadas y de fiesta "14""a"Feria de septiembre"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005818" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287"1 ""a"Portillo, Pablo"ZZ0005744" * "1 ""a"MU-AM"j" 122C
Localizada la ilustración en el Archivo del Almudí ("1 ""a"Portillo, Pablo"ZZ0005744" "10""a"[Feria de Septiembre 1987]"h" [Material gráfico]"c" / [Diseño, Manuel y Pablo Portillo; Ilustración, P. Portillo]" ""a"1 pintura"b" : col."c" ; 52 x 79 cm " ""a"Original. Técnica mixta sobre cartón para la Feria de Septiembre de 1987 "1 ""a"Portillo, Manuel"ZZ0005742") y en la página de unos de los autores http://www.pabloportillo.net/artesource/feriaseptiembre2.htm

Estado Localizado NO imagen Tamaño sí no 54 x 85 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: sí no

Feria de Septiembre

2) Lugar: sí no 3) Fechas: sí no

Murcia del 3 al 15

4) Anunciante:organiza y colabora: sí no

Ayuntamiento de Murcia, Consejo Municipal de Festejos y Turismo

5) Autor: Diseño, M. y P. Portillo; Ilustración, P. Portillo. sí no

6) Imprenta: I.G. Jimenez Godoy sí no



2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan sí no

Otros textos persuasivos: sí no

3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): sí no

5) Firma sí no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Jóvenes en coche que van de fiesta y fuegos artificiales

2) Lugar 3) Tiempo

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

La ilustración es horizontal y en la escena aparecen tres jóvenes montados en un coche descapotable que se dirige hacia el fondo de la imagen. El chico conduce y vuelve la cabeza mientras saluda al espectador al igual que la chica de la derecha que sentada sobre el respaldo del asiento trasero junto a su amiga levanta una copa con la mano derecha brindando y señalando a los fuegos artificiales del final del camino. Los fuegos de artificio dibujan palmeras de colores y salen todos del mismo punto del horizonte al que se llega por un camino dibujado por palmeras que a derecha e izquierda flanquean la carretera por donde circula el coche que sale de la esquina izquierda y se dirige hacia la parte derecha.

NO HEMOS VISTO EL CARTEL ORIGINAL POR LO QUE NO SABEMOS DONDE SE INCLUYERON LOS TEXTOS.

Convergencia denotación/connotación:

Los jóvenes de la escena dialogan con el receptor invitándolo a seguirles, el carácter implicativo y seductivo de la escena es muy claro. La noche y la diversión de los jóvenes que beben y se divierten está llena de movimiento que se desprende de los fuegos de artificio, las ropas de la chica de la izquierda y las luces de los faros traseros del vehículo. Éstas últimas se unen a la claridad que provoca en la noche la luna llena y el lugar de donde proceden los fuegos artificiales que es una localidad en fiestas.

Otros datos

Del dibujo infantil utilizado en los años 60 hemos llegado a las ilustraciones con aerógrafo con un estilo depurado y profesional pasando por la incorporación de la fotografía natural y artística a la publicidad.

Los jóvenes que salen de marcha vuelven a ser los protagonistas de la feria y no lo niños.

Año: 1988 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: BR DMUG 4682 Título:Feria de septiembre [Material gráfico] : Murcia 1988 del 1 al 13 / diseño P. manzano. Editorial: Murcia: Ayuntamiento de Murcia, 1988 (Novograf)Descripción física:1 lám. (cartel) : il. ; 68 x 96 cm.Materias:Fiestas-Murcia-Carteles Autores:Manzano, Pedro

En Almdú: "1""a"Manzano, Pedro"ZZ0004296" "10""a"Feria de septiembre"h" [Material gráfico]"b" : Murcia 1988, del 1al 13"c" / Diseño, Pedro Manzano. -- " ""a"Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia"c", 1988"e" (Murcia"f" : A.G. Novograf) ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 100 x 70 cm D.L. " ""a"MU-512-1988 "14""a"Feria de septiembre"z"-Murcia "j"-Carteles"ZZ0005818"" 4""a"Murcia"x"- Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * "1 ""a"MU-AM"j" 182C (1-2).

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 68x96 cm.

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA DE SEPTIEMBRE

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

1988, del 1 al 13

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

EXCMO. AYUNTAMIENTO DE MURCIA

5) Autor: Diseño: P. Manzano

si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf, S.A.

si no



2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

D.L.: MU-512-1988

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Diseño gráfico

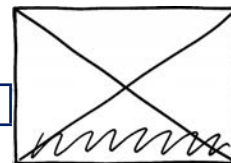
2) Margen A sangre

3) Tipo lay out

N ▼

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Pareja de jóvenes y fuegos artificiales

Real

2) Lugar Indefinido

Fantástico

3) Tiempo Noche

Indefinido

Signos Feria

Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia

Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos

Feria de Murcia

Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel Horizontal de fondo azul degradado de arriba abajo. Sobre la parte oscura, que hace de cielo aparecen los fuegos artificiales en forma de palmeras de colores y el paisaje de fondo de la escena que es la Puerta del recinto ferial iluminada con luces amarillas y con árboles a los lados, así como perfil de casetas de donde surgen destellos de luces de colores. En primer plano por la derecha bajo las palmas de una palmera una pareja de jóvenes camina con bebidas en la mano y con un corte en sus ropas muy de moda (ella porta torera con hombreras y pendiente triangular con gafas de sol en la mano).

Justificados a la izquierda en la parte inferior los textos en tipografía de palo seco, color amarillo con filo magenta, en dos líneas: FERIA DE SEPTIEMBRE/ MURCIA 1988, del 1 al 13. Debajo el escudo del Ayuntamiento acompañado a su derecha por el texto. EXCMO. AYUNTAMIENTO DE MURCIA (en azul).

En el margen izquierdo inferior se sitúan los créditos del autor, la imprenta y el depósito legal en negro y tipografía de palo seco: Diseño: P. Manzano - Imprime: A.G. Novograf, S.A. - D.L.: MU-512-1988

Convergencia denotación/connotación:

El dibujo transmite la marcha de los jóvenes de los ochenta en sus vestimentas y peinados así como el detalle de las gafas de sol. Así mismo, la estética ochentera se deja ver en los recortes de papel de la composición y en las figuras triangulares y puntiagudas de esta década. Este año se dirige a un público joven que sale por la noche a tomar copas y a divertirse. Se celebran fiestas locales porque son propios de ellas los fuegos artificiales que se prenden en días muy determinados. Se hace referencia a un recinto ferial cuya puerta blindada por dos árboles es de donde salen los fuegos. Es un espacio al aire libre por lo que el clima es suave por la noche. Se transmite movimiento en la escena. Se trata de fiestas populares porque el cartel es un anuncio del Ayuntamiento luego se dirige a todos los ciudadanos.

Otros datos

Encontrada la portada del folleto de mano del programa oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia que no coincide el diseño con el cartel. En Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos.

La portada del folleto de mano oficial editado por el Ayuntamiento de Murcia no coincide el diseño con el cartel siendo el autor el mismo, es decir, COINCIDE CON EL AUTOR DEL CARTEL. El folleto lleva en su portada un caballito de feria.

Los jóvenes de marcha por la noche siguen siendo los protagonistas de la feria.

Destaca la ilustración con recortes de color de moda en estos años

Año: 1989 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Localizado en el Almudi: "10""a"Feria de Murcia, 1989""h" [Material gráfico]"b" : 1-12 de septiembre "c" / ilustración, diseño gráfico y dirección de arte, Julio García Abril. -- " ""a"Murcia""b" : Ayuntamiento de Murcia"c", 1989""e" (Murcia"f" : I.G. Jiménez Godoy)" ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 69 x 99 cm"14""a"Feria de septiembre"z"-Murcia""j"-Carteles"ZZ0005818"" 4""a"Murcia"x" -Fiestas""j"-Carteles"ZZ0004287""1 ""a"García Abril, Julio"ZZ0005823" * "1 ""a"MU-AM""j" 204C (1-8)

Estado Localizado NO imagen Tamaño si no 69 x 99 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Feria de Murcia

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Murcia 1989 1-12 de septiembre

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia

5) Autor: ilustración, diseño gráfico y dirección de arte, Julio García Abril si no

6) Imprenta: I.G. Jiménez Godoy si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar 3) Tiempo

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta Imafronte Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Este año el título es FERIA DE MURCIA

El Programa de fiesta oficial del Ayuntamiento y un abanico que se regaló (con los textos MURCIA CALIDA REGION ACOGEDORA) son de otro autor, Pedro Manzano. NO COINCIDE CON EL AUTOR DEL CARTEL.

El diseñador gráfico y pintor murciano Julio García Abril comenzó su actividad creativa a finales de los años setenta. Desde entonces, la presencia de García Abril ha sido constante en el panorama del diseño gráfico regional. Es muy reconocida su trayectoria como cartelista (es autor de prácticamente toda la serie que anuncia la celebración anual del certamen CreaJoven, que convoca el Ayuntamiento de Murcia) y como creador de catálogos de arte y otras publicaciones. <http://www.murciavisual.net/?p=660> Doble A Publicidad Dirección: Calle Apóstoles, 3. 30001 Murcia Teléfono: 606 572 677 Correo electrónico: doblea@doblea.es Director: Julio García Abril

Año: 1990 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

FERIA General Una Actividad

Fuente: BR DMUG 4598 Título:Feria de Murcia 1990 [Material gráfico] : 1 al 15 de septiembre / diseño Julio G. Abril.Editorial: Murcia: Ayuntamiento de Murcia, 1990 (Novograf)Descripción física:1 lám. (cartel) : il. ; 98 x 68 cm.Materias:Fiestas-Murcia-Carteles Autores:García Abril, Julio

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 98 x 68 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no
FERIA DE MURCIA 1990

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
MURCIA 1990 1-15 de septiembre

4) Anunciante:organiza y colabora: si no
Ayuntamiento de Murcia

5) Autor: Diseño: JULIO G. ABRIL. si no

6) Imprenta: Imprime: A. G. Novograf, S.A. si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

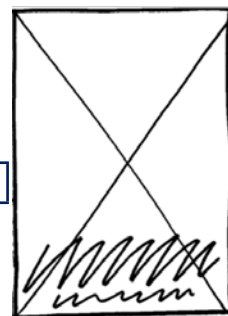
D.L.: MU-994-1990

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Diseño gráfico 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out C

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Sobre de carta remitido por el Ayuntamiento abierto del que salen objetos de la Feria de Murcia: Real
fuegos artificiales, abanico, atracciones, claveles banderillas tambores coche de choque

2) Lugar indefinido Fantástico

3) Tiempo caluroso por el abanico y noche por la luna Indefinido

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafronte Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical de fondo naranja con filo fino blanco. La ilustración presenta en primer plano en la esquina inferior izquierda un sobre de correos blanco con la pestaña del remitente extendida hacia el centro del cartel. Del sobre salen objetos que se distribuyen por todo el cartel en hileras que se disparan del sobre. En la esquina derecha inferior la luna y de ahí hacia la izquierda y hacia arriba encontramos: una atracción de feria volante con cabina y avionetas rojas que salen de la misma y vuelan sobre el fondo, las cañas de los fuegos artificiales y el palo de lanzarlos, una fotografía antigua alegórica de la Corrida de Toros con cabeza de toro y de caballos, claveles blancos y rojos, un abanico, centros de flores, un tambor con su baqueta, banderines de colores, pinceles, las golondrinas que se salen del cartel por el margen derecho, banderillas y una foto de una escena antigua de moros, confeti de colores salpicados de forma ordenada por toda la escena. La identidad corporativa del anunciante es el remitente de la carta por lo que aparece el escudo del Ayuntamiento y su texto correspondiente - Ayuntamiento de Murcia - en diagonal y boca abajo como corresponde a la apertura del sobre. En la parte delantera del sobre aparece como si fuera un matasellos un coche de choque visto desde arriba (plano cenital), dos sellos uno de campos de flores con el texto GRASSE 25 PERFUMES y a su derecha otro con un detalle de un paisaje murciano con flores con el texto MURCIA 25 AROMAS. Debajo los textos centrales del título y las fechas de celebración de las fiestas en negro con tipografía manual: FERIA DE MURCIA 1990/ 1-15 de Septiembre.

En la parte inferior junto al sobre se sitúan los créditos del autor, la imprenta y el depósito legal en negro y tipografía de palo seco: Diseño: Julio G. Abril. Imprime: A.G. Novograf, S.A. - D.L.: MU-994-1990

Convergencia denotación/connotación:

Los distintos objetos indican la variedad de actividades que oferta la ciudad - el remitente del mensaje es el Ayuntamiento- y se indica que hay cosas que hacer tanto de día como de noche por eso la presencia de la luna en un extremo. La estación del año todavía es calurasa a medio día por eso se propone el abanico pero está próximo el otoño por lo que las golondrinas comienzan su migración. Hay atracciones en un recinto ferial, fiestas de moros y cristianos, toros, música y fiesta(confeti) para disfrutar todo el día y para todos los gustos y personas de todas las edades. Hay movimiento en la escena pues el contenido del sobre sale disparado con fuerza y los objetos se disponen en trayectorias circulares y en grupos que se desplazan como los aviones y las golondrinas.

Otros datos

Destaca la ilustración con recortes de color de moda en estos años.

El título es FERIA DE MURCIA como el año anterior y también se repite el MISMO AUTOR DOS AÑOS CONSECUTIVOS

El folleto impreso con el programa oficial del Ayuntamiento de Murcia con la colaboración de la Consejería de Cultura, Educación y Turismo de la Región de Murcia, lo diseñó Pedro Manzano. NO COINCIDE EL AUTOR.

Año: 1991 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: BR DMUG 3710 Título:Feria de Murcia 1991 [Material gráfico] : septiembre del 5 al 17 / diseño Pedro Manzano. Editorial: Murcia: Ayuntamiento de Murcia, Dirección General de Turismo, 1991 (Jiménez Godoy) Descripción física:1 lám. (cartel) : il. ; 98 x 68 cm.Materias:Fiestas-Murcia-Carteles Autores:Manzano, Pedro

Estado Tamaño si no 98 x 68 cm.

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA DE MURCIA 1991

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

1991 EPTIEMBRE DEL 5 AL 17

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA

Concejalía de Festejos

Región de Murcia

Consejería de Cultura, Educación y Turismo. Dirección General de Turismo.

5) Autor: DISEÑO PEDRO MANZANO. FOTOGRAFÍAS: ARCHIVO DEL si no

FESTIVAL DE FOLKLORE. REVISTA MOROS Y CRISTIANOS. ANTONIO LOPEZ.

6) Imprenta: IMPRESO EN: JIMENEZ GODOY, S.A. si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

D.L.: MU-1688-1991.

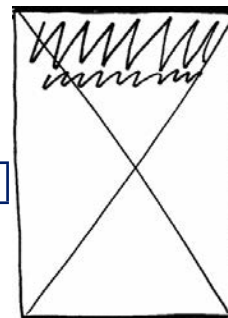
ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración

2) Margen

3) Tipo lay out ▼

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

El cartel vertical está compuesto por cuatro fotografías insertadas en cuatro columnas separadas por espacio en blanco vertical que le sirve de marco lateral. Los anchos de las columnas coinciden con la caja de las palabras del título que encabeza el cartel en la parte superior que son: FERIA DE MURCIA 1991. El texto va sobre una franja blanca que cruza el cartel de lado a lado, tiene una tipografía de palo seco y es azul, excepto MURCIA que es rojo con sombras izquierdas en diversos colores.

Bajo la palabra FERIA una pareja de un grupo folklórico en la calle y parte de una guitarra que asoma por la izquierda; bajo la palabra DE una estrecha sección de una foto donde dos niños con caras de diversión van montados en el sillón de una atracción bajo las hileras de luces de la misma; MURCIA encabeza la foto de un integrante de los moros y cristianos ataviado con un llamativo tocado de plumas de avestruz y cierra el cartel por la derecha bajo el año 1991 la foto de un torero que da un pase de rodillas a un toro que enviste la muleta roja. Bajo el año un círculo magenta contiene el mes y las fechas cuyo texto negro y tipografía de palo seco se adapta al círculo en dos partes: SEPTIEMBRE DEL 5 AL 17.

En el centro de la parte inferior se disponen las identidades gráficas de los organizadores en un rectángulo vertical de fondo blanco y de arriba abajo son: símbolo del Ayuntamiento de Murcia y debajo centrado y subrayado AYUNTAMIENTO DEL MURCIA debajo centrado Concejalía de Festejos con la tipografía y color según sus normas; debajo la identidad de la comunidad de Murcia con el escudo y debajo los textos centrados en cuatro líneas (se indica el salto de línea con "/") **Región de Murcia** Consejería de Cultura, /Educación y Turismo. /Dirección General de Turismo. con la tipografía y color según sus normas.

En el margen izquierdo con un cuerpo pequeño en negro y tipografía de palo seco los siguientes textos: DISEÑO PEDRO MANZANO. FOTOGRAFÍAS: ARCHIVO DEL FESTIVAL DE FOLKLORE. REVISTA MOROS Y CRISTIANOS. ANTONIO LOPEZ. IMPRESO EN: JIMENEZ GODOY, S.A. D.L.: MU-1688-1991.

Convergencia denotación/connotación:

En el cartel se muestran escenas reales de diversas actividades que dejan ver la amplia oferta dirigida a toda clase de públicos diversos. Son fiestas en las que se interviene y de las que se disfruta participando en los eventos no solo como meros espectadores. Se transmite el movimiento en las distintas situaciones que aparecen en el cartel. Hay mucho colorido y luz en el ambiente de los festejos que se anuncian.

Otros datos

El símbolo del Ayuntamiento es NUEVO y refleja la fachada de la casa consistorial con árboles a ambos lados en vez del escudo de la ciudad. Este año también en el cartel del Festival de Folklore en el Mediterráneo aparece la nueva identidad del Ayuntamiento.

El programa oficial del Ayuntamiento de Murcia con la colaboración de la Dirección General de Turismo es una carpeta con la que se montaba un teatro con distintos fondos de jardines de Murcia y distintas actividades de la feria diseñado por el diseñador Pedro Manzano como el año anterior. SI COINCIDE EL AUTOR DEL CARTEL Y EL FOLLETO PERO NO EL DISEÑO.

Año: 1992 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: BR DMUG 1736 Título: Feria de Murcia, septiembre 1992 [Material gráfico] / diseño Pedro Manzano. Editorial: Murcia : Ayuntamiento de Murcia [etc.], 1992 (Jiménez Godoy) Descripción física: 1 lám. (cartel) : il. ; 88 x 69 cm. Materias: Fiestas-Murcia-Carteles

Autores:

Localizado en el Almudí "1 ""a"Manzano, Pedro"ZZ0004296""10""a"Feria de Murcia"h [Material gráfico]"b" : septiembre 1992 del 3 al 15" c" / diseño, Pedro Manzano. -- " ""a"Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos"b" : Consejería de Cultura, Educación y Turismo, Dirección General de Turismo" c", D.L. 1992 "f" (Jiménez Godoy)" ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 88 x 69 cm D.L. " ""a" MU-1466-1992 "14""a"Feria de septiembre"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005818"" 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * "1 ""a" MU-AM"j" Cajón 3, n. 9 (1-6)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 88x69 cm.

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA DE MURCIA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

SEPTIEMBRE . 1992 DEL 3 AL 15

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA

Concejalía de Festejos

Región de Murcia

Consejería de Cultura, Educación y Turismo. Dirección General de Turismo.

5) Autor: Diseño: Pedro Manzano

si no

6) Imprenta: Impreso en: Jiménez Godoy, S.A.

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

Depósito Legal: MU-1.466- 1992

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Diseño gráfico

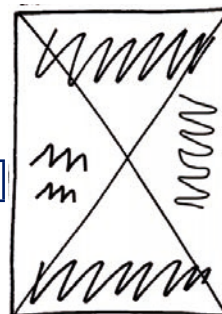
2) Margen A sangre

3) Tipo lay out

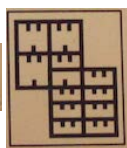
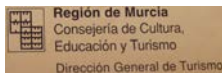
R ▼

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia, Escudo Región de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Joven chica con abanico

Real

2) Lugar Recinto ferial

Real

3) Tiempo Noche cálida

Definido

Signos Feria

Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia

Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos

Feria de Murcia

Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical de fondo azul oscuro. La protagonista ocupa el cartel de arriba abajo. Se trata de una figura de mujer de cabeza hasta las caderas que sostiene un abanico - de fondo violeta y varillas negras - extendido con la mano derecha donde aparecen los textos de las fechas de la feria: SEPTIEMBRE . 1992 (en amarillo y tipografía de palo seco)/ DEL 3 AL 15 (en blanco tipografía de palo seco). La cabeza de la figura está cubierta por una melena larga negra y en la cara solo tiene los labios rojos. Lleva puesto una chaqueta torera rosa y de filetes rojos con lunares y cuello rojo y unos pantalones con la forma de los toreros rojos y de filo amarillo que dibujan un gran escote. Por detrás de la figura se dibuja una noria con puntos blancos de luz. A la izquierda arriba una media luna verdosa fosforescente. En la parte superior de izquierda a derecha el texto en amarillo y tipografía de palo seco: FERIA DE. A la derecha en vertical MURCIA en amarillo y con sombra violeta.

En la parte inferior izquierda las identidades corporativas completas de los organizadores en negro sobre una franja amarilla. Y sobre la misma franja que cambia de color a violeta en la esquina derecha inferior en el lateral aparecen los créditos del autor, la imprenta y el depósito legal en blanco y tipografía de palo seco: Diseño: Pedro Manzano - Impreso en: Jiménez Godoy, S.A. - Depósito Legal: MU-1.466- 1992

Convergencia denotación/connotación:

La Feria de septiembre de Murcia vuelve a centrar su atención en la diversión nocturna de los jóvenes. La noche se presenta como marco fundamental de las actividades que se centran sobre todo en las atracciones de feria que nos transmiten las luces que dibujan la noria y los toros que se representan en la vestimenta de la figura central que es un tanto asexual. La estética de la ilustración es muy representativa del final de los ochenta y principio de los noventa. El diseñador continúa con la tendencia ilustrativa de dibujar simulando los recortes de cartulina de colores planos.

Otros datos

El programa oficial del Ayuntamiento de Murcia con la colaboración de la Dirección General de Turismo era un folleto que se regalaba dentro de una caja que contenía como regalo una chapa de metal y una baraja de cartas cuyos palos eran motivos de la feria de septiembre. Este año continúa siendo Pedro Manzano el encargado de diseñar tanto el cartel como el programa descrito. SI COINCIDE EL AUTOR DEL CARTEL Y EL FOLLETO EL DISEÑO ESTÁ CONECTADO POR EL ABANICO.

Año: 1993 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: BR DMUG 4231 Título:Feria de Murcia [Material gráfico] : septiembre '93 del 2 al 14 / diseño P. Manzano. Editorial:Murcia : Ayuntamiento de Murcia, 1993 (Jiménez Godoy) Descripción física:1 lám. (cartel) : il. ; 98 x 68 cm. Materias:Fiestas-Murcia-Carteles Autores:Manzano, Pedro Localizado en el Almadí "1" "a"Manzano, Pedro "ZZ0004296"10 "a"Feria de Murcia "h" [Material gráfico]"b" : septiembre '93 del 2 al 14 "c" / diseño, P. Manzano, -- " "a"Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos "c", [1993]"f" (I.G. Jiménez Godoy) " "a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 98 x 68 cm D.L. " "a"MU-1225-1993 " * "1 "a"MU-AM"j" Cajón 3, n. 10 (1-6)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 98x68 cm.

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA DE MURCIA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

SEPTIEMBRE '93. DEL 2 AL 14

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA

Concejalía de Festejos

Región de Murcia

Consejería de Fomento y Trabajo Dirección General de Turismo.

5) Autor: DISEÑO: P. MANZANO

si no

6) Imprenta: IMPRIME: I. G. JIMENEZ GODOY, S.A.

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

DEPOSITO LEGAL: MU-1225 / 1993

ELEMENTOS VISUALES

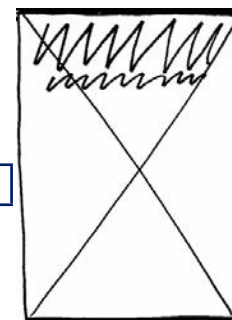
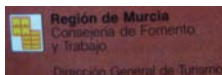
1) Tipo de ilustración Diseño gráfico

2) Margen A sangre

3) Tipo lay out A B

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia, Escudo Región de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Joven muchacha con peineta, mantón de manila y cabeza de toros

Real

2) Lugar La ciudad de Murcia, plaza de toros y recinto ferial

Real

3) Tiempo Clima Cálido dielo azul

Definido

Signos Feria

Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia

Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos

Feria de Murcia

Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical en cuya parte superior sobre un arco que descansa a derecha e izquierda sobre dos columnas con capiteles con vegetación el título de la fiesta de lado a lado con una tipografía típica taurina de color rosa con sombra negra desplazada a la derecha abajo que le da relieve. sobre el arco el cielo azul y centrado en la parte superior las fechas en texto blanco con tipografía de palo seco: SEPTIEMBRE'93. DEL 2 AL 14. Justo debajo la protagonista de la escena aparece apoyada en la barrera de lo que parece un palco de la plaza de toros en el que cuelga un manton de manila de fondo morado con flores de colores y flecos negros. A la derecha del mantón una cabeza disecada de toro adornado con flores y cintas de colores todo sobre la barrera con la bandera de España y adornos típicos del traje de luces que asoman por debajo del mantón. La joven se apoya en el mantón sujetando un manojo de rosas con el brazo izquierdo y con una flor en la mano derecha que cae por delante del balcón. El paisaje de fondo de la chica es un conjunto de edificios urbanos entre los que destaca la Torre de la Catedral de Murcia, los mástiles con las banderas de España y de Murcia, el letrero luminoso de bombillas del recinto ferial, una noria y una ristra de farolillos. La identidad corporativa de los organizadores está colocada en la esquina inferior izquierda una sobre otra con sus colores y tipografías correspondientes (de arriba abajo): logo del Ayuntamiento de Murcia y debajo textos centrados (AYUNTAMIENTO DE MURCIA/Concejalía de Festejos); escudo de la Región de Murcia y a su derecha los textos normalizados (Región de Murcia/Consejería de Fomento / y Trabajo/ Dirección General de Turismo). En el lateral derecho abajo con el texto de arriba abajo en tipografía de palo seco en negro y cuerpo de letra pequeño los datos del autor, la imprenta y el depósito legal: DISEÑO: P. MANZANO - IMPRIME: I. G. JIMENEZ GODOY, S.A. - DEPOSITO LEGAL: MU-1225 / 1993

Convergencia denotación/connotación:

En el cartel toma fuerza la alusión a la fiesta de los toros que son muy importantes en el conjunto de la feria. Se continúa dando importancia a los jóvenes como público de las fiestas. Se reúnen diversas actividades bajo el título de Feria de Murcia. Y se presentan como moderno y actual ya que la chica lleva su adaptación al tiempo de la peineta la flor del pecho los pendientes etc. La estética sigue en sintonía con las modas juveniles del cambio de década incluso la expresión de la modelo de mujer fatal. se trata de un collage. Hay movimiento en las banderas que ondean al aire y la noria.

Otros datos

El programa oficial del Ayuntamiento de Murcia se recoge en un folleto que acompaña a un libro sobre la feria de septiembre concretamente sobre los folletos de la misma.

Este año continua siendo Pedro Manzano el encargado de diseñar tanto el cartel como el programa descrito. SI COINCIDE EL AUTOR DEL CARTEL Y EL FOLLETO CON EL LIBRO: Manzano, P. (coordinador) (1993): *Feria de Murcia. Septiembre 1993*. Murcia: Región de Murcia, Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo. Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos.

Año: 1994 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: BR DMUG 4612 Título:Feria de Murcia [Material gráfico] : septiembre del 1 al 13, 1994 / diseño DARDO sobre fotografía de José A. Acosta.Editorial:Murcia : Ayuntamiento de Murcia : Consejería de Fomento y Trabajo,1994 (Novograf)Descripción física:1 lám. (cartel) : il. ; 97 x 68 cm.Materias:Fiestas-Murcia-Carteles

Entidades:

Localizado en el Almu: "10""a"Feria de Murcia"b" [Material gráfico]"b" : del 1 al 13"e" / diseño, Dardo; fotografía de José A. Acosta. -- " ""a"Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos"b" : Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo"e", D.L. 1994"e" (A.G. Novograf) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 97 x 68 cm D.L. ""a"MU-977-1994 "14""a"Feria de septiembre"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005818"" 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287""1 ""a"Acosta, José A. "ZZ000728 7""2 ""a"Dardo"ZZ0007288" * "1 ""a"MU-AM"j" Cajón 7, n. 15 (1-2)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 97x68 cm.

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA DE MURCIA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

Septiembre . del 1 al 13 . 1994

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA

Concejalía de Festejos

Región de Murcia

Consejería de Fomento y Trabajo Dirección General de Turismo.

5) Autor: Diseño: DARDO sobre fotografía de José A. Acosta si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf, S.A. si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

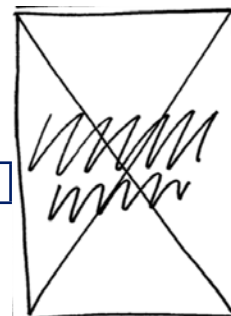
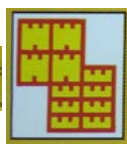
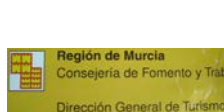
-D.L.: MU-977-1994

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia, Escudo Región de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Torre de la Catedral y fuegos artificiales

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical compuesto por una fotografía rodeada por un marco azul verdoso con las esquinas del mismo amarillas. La fotografía retrata los fuegos artificiales que dibujan formas de palmeras - que salen y ocupan la parte derecha del cartel- en la noche donde reluce la Torre de la Catedral de Murcia que ocupa el cuarto inferior izquierdo. Sobre la catedral los textos de la feria y las fechas de celebración en dos líneas sobre rectángulos de color y tipografías de palo seco: el título FERIA DE MURCIA en color amarillo y con la capitular en una tipografía manual en amarillo y con sombra fucsia sobre un rectángulo violeta; las fechas, Septiembre, con la S en mayúscula naranja con sombra amarilla y el resto de los textos en naranja con la sombra fina blanca sobre rectángulo azul celeste y con redondeles de color naranja y con sombra amarilla para separarlos: Septiembre . del 1 al 13 . 1994

En la esquina inferior derecha sobre un recuadro amarillo están colocadas las identidades gráficas de los organizadores que de izquierda a derecha son: El símbolo del Ayuntamiento de Murcia con los textos correspondientes debajo y centrados (AYUNTAMIENTO DE MURCIA / Concejalía de Festejos) y a la derecha el escudo de la comunidad autónoma y sus textos correspondientes a la derecha según sus normas de colocación (**Región de Murcia /** Consejería de Fomento y Trabajo / Dirección General de Turismo). Sobre esto en el lateral derecho abajo con el texto en tipografía de palo seco en negro y cuerpo de letra pequeño los datos del autor, la imprenta y el depósito legal: Diseño: DARDO sobre fotografía de José A. Acosta - Imprime: A.G. Novograf, S.A.. -D.L.: MU-977-1994

Convergencia denotación/connotación:

La fotografía muestra la celebración de las fiestas nocturnas de la ciudad de Murcia, son actos con movimiento y ruido como los fuegos artificiales que invitan a ser compartidos entre los asistentes. La composición con la foto realista de la antigua catedral contrasta con el tono actualizado y atrevido del diseño del cartel en la forma y en los colores elegidos para los textos y las franjas de color.

Otros datos

Año: 1995 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: BR DMUG 4596 Título:Feria de Murcia [Material gráfico] : del 31 de agosto al 17 de septiembre de 1995 / [ilustración] Enrique Nieto.Editorial:Murcia : Ayuntamiento de Murcia, 1995 (Gráficas Hernandez)Descripción física:1 lám. (cartel) : il. ; 98 x 68 cm. Materias:Fiestas-Murcia-Carteles Autores:Nieto Navarro, Enrique (1943-) Localizado en el Almuñé "00""a"Feria de Murcia"b" [Material gráfico]"b" : del 31 de agosto al 17 de septiembre de 1995"b" / Enrique Nieto. -- " "a"Murcia"b" : Ayuntamiento, Concejalía de Cultura, Festejos y Turismo."c", D.L. 1995"b" (Gráficas Hernández) " "a"1 lám. (cartel)"c" ; 98 x 68 cm D.L. " "a"MU-1307-1995"1 ""a"Nieto, Enrique "ZZ0008096"

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 98 x 68 cm.

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA DE MURCIA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

Del 31 de Agosto al 17 de Septiembre de 1995

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA

Concejalía de Cultura, Festejos y Turismo

5) Autor: Enrique Nieto 95

si no

6) Imprenta: Imprime: Gráficas HERNÁNDEZ, S.L.

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

- Depósito Legal: MU-1307 - 1995

ELEMENTOS VISUALES

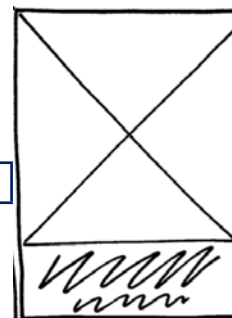
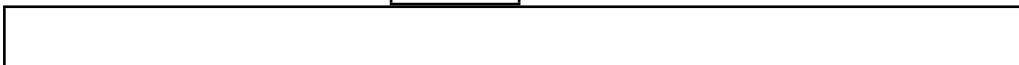
1) Tipo de ilustración Pintura de autor

2) Margen Mixto

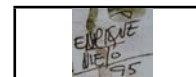
3) Tipo lay out

F ▼

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Paisaje de ciudad de Murcia con gran haz de luz desde la feria

Real

2) Lugar Murcia ciudad

Real

3) Tiempo Noche Cálida

Definido

Signos Feria

Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia

Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos

Feria de Murcia

Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical donde la ilustración ocupa las 3/4 partes superiores a sangre y el 1/4 inferior es de fondo blanco sobre el que se distribuyen los textos.

La ilustración se trata de una pintura del pintor murciano Enrique Nieto que consiste en un paisaje de la vista desde el Río a la altura del malecón de los edificios emblemáticos del centro de la ciudad del margen del río y del recinto ferial que aparece tras el puente del canal del Segura. Entre los edificios se reconoce y destaca la Torre de la Catedral y la puerta que da a la Plaza de Belluga. El puente de dos arcos hace de frontal donde se puede ver el techo de una carpa propia de las atracciones de feria y sobresale la noria. Estos elementos destacados están rodeados de casas. Este paisaje ocupa una franja horizontal colocada en la parte inferior de la pintura. el resto del cuadro, toda la extensión lo ocupa el cielo azul oscuro de la noche y un gran haz de luz amarillo que comienza como fondo de la noria y se abre hacia arriba hasta los vértices del cartel.

La parte inferior del cartel la ocupan los siguientes textos centrados en azul oscuro como el cielo de la pintura y en tipografía de palo seco siendo el tamaño del título de un cuerpo muy grande (de arriba abajo líneas separadas por "/"): Del 31 de Agosto al 17 de Septiembre de 1995 / FERIA DE MURCIA . Debajo centrado el escudo del Ayuntamiento y sus textos conforme las normas de la nueva imagen corporativa. Debajo, en la esquina inferior izquierda en horizontal, con el texto en tipografía de palo seco, en negro y cuerpo de letra pequeño, los datos de la imprenta y el depósito legal: Imprime: **Gráficas HERNÁNDEZ, S.L.** - Depósito Legal: MU-1307 - 1995

Convergencia denotación/connotación:

La imagen marca el camino hacia la luz que hay que hacer en la ciudad de Murcia para encontrar la Feria pero con este paisaje transmite también que es toda la ciudad la que está de fiesta y no solo hay feria sino más fiesta y diversión.

Otros datos

Este año Ayuntamiento tiene una NUEVA IMAGEN CORPORATIVA vuelve al ESCUDO TRADICIONAL imagen corporativa sin embargo en [LOS CARTELES DE LAS OTRAS FIESTAS DE ESTE MISMO AÑO SE CONTINUA CON EL LOGOTIPO ANTERIOR puede ser porque se ha cambiado de Gobierno y se ha comenzado en septiembre un nuevo curso y se estrena la nueva imagen sin embargo el vacartel del Folklore que es también en septiembre si tiene las identidades anteriores.](#)

NO APARECE Región de Murcia

De este año hay en la BR -DMUG 5372- un cartel de la I Feria de ganado de Murcia, II Época, organizada por la peña la Hijueta, del 7 al 10 de septiembre en los Dolores, paraje de la Azacaya, Murcia

Año: 1996 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

FERIA GENERAL UNA ACTIVIDAD

Fuente: Localizado en el Almudí "10""a"Feria de Murcia '96"h" [Material gráfico]"b" : del 5 al 22 de septiembre 1996"c" / P. Rómulo. -- " ""a"Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Cultura, Festejos y Turismo"c, [1996]" ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 68 x 48 cm "14""a"Feria de septiembre"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005818" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" "1 ""a"Rómulo, Pedro"ZZ0007301" * "1 ""a"MU-AM"j" Cajón 9, n. 12 (1-3)

Estado Localizado NO imagen Tamaño si no 68 x 48 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Feria de Murcia '96

2) Lugar: si no

Murcia

3) Fechas: si no

del 5 al 22 de septiembre 1996

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Cultura, Festejos y Turismo

5) Autor: Pedro Rómulo

si no

6) Imprenta:

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar
3) Tiempo

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Pedro Rómulo pintor de Alcantarilla expuso en la galería clave en 1999 en 2014 sigue exponiendo obras (aunque era hecha en 1997) en la región

Año: 1997 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Yo le hice fotos de los archivos de Novograf y de Novograf y el autor me mando una foto por el facebook.

En BR DMUG 4503 Título:Feria de Murcia [Material gráfico] : 3 al 21 de septiembre 1997 / autor Nicolás de Maya.Editorial:Murcia : Ayuntamiento de Murcia, 1997 (Novograf)Descripción física:1 lám. (cartel) : il. ; 69 x 49 cm.Materias:Fiestas-Murcia-CartelesAutores: Maya, Nicolás de (1968-)

Localizado en el Almuñ "10""a"Feria de Murcia"h" [Material gráfico]"b" : 3 al 21 de septiembre 1997 "c" / autor, Nicolás de Maya. -- ""a"Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia" c", D.L. 1997"F" (A.G. Novograf) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 69 x 48 cm "14""a"Feria de septiembre"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005818" " ""a"Murcia"x"-Fiestas"j" "-Carteles "ZZ0004287" "1 ""a" Maya, Nicolás de"ZZ0001846" * "1 ""a"MU-AM"j" Cajón 10, n. 29

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 69x49 cm.

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Feria de Murcia

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
Murcia 3 al 21 de septiembre 1997

4) Anunciante:organiza y colabora: si no
AYUNTAMIENTO DE MURCIA

5) Autor: Autor: NICOLAS DE MAYA. si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf, S.A. si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

D.L. MU-1094-1997

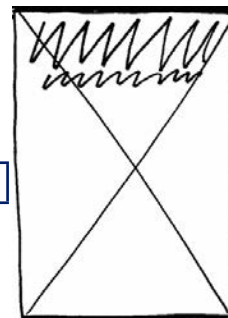


ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out A

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Torero, Esquimal, Niña con manzana caramelizada y moro, Torre dela Catedral

Real

2) Lugar Ciudad de Murcia Real

3) Tiempo Clima cálido Definido

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical con una obra del pintor Nicolás de Maya a sangre. La escena se desarrolla en un paisaje de fondo de la margen del río que da a la fachada del Ayuntamiento donde asoma la Torre de la Catedral y la puerta de la misma que da a la plaza de Belluga con sus palmeras y árboles y demás edificios que la rodean. Delante en primer plano, cuatro personajes asoman el busto. A la izquierda un torero que mira de frente, a su derecha un esquimal de tres cuartos, a su derecha delante de todos la cabeza inclinada de una niña rubia que mira sonriente al espectador junto a ella un palo con una manzana caramelizada roja mordida y a la derecha del todo el perfil de un hombre con casco y vestiduras de cristiano.

Los textos encabezan el cartel. El título el de mayor tamaño esta centrado y es de color azul oscuro con sombra blanca con tipografía romana. Debajo, también centrado, en rojo y con la misma tipografía pero de la mitad del cuerpo que el título las fechas de las fiestas: 3 al 21 de septiembre 1997. Inmediatamente debajo el escudo del Ayuntamiento el texto subrayado AYUNTAMIENTO DE MURCIA colocado debajo como las normas indicaban.

En la parte superior del margen lateral izquierdo los textos en vertical, en negro y tipografía de palo seco del nombre del autor, imprenta y depósito legal: Autor: NICOLAS DE MAYA. Imprime: A.G. Novograf, S.A. . D.L. MU-1094-1997

Convergencia denotación/connotación:

El cartel deja ver la variedad de actividades que ofrece la ciudad y en la que intervienen gentes de muy diversos gustos y edades. La manzana que se come la niña nos sitúa en las atracciones típicas de la feria que suelen frecuentar los más pequeños, además su expresión comunica el disfrute que se encuentra en ello y del que invita a participar. El torero con su mirada desafiante no pierde el carácter torero y el esquimal no trae el folklore de sus lejanas tierras mientras que el guerrero cristiano desplaza su mirada de perfil. Actividad y movimiento en una ciudad que acoge a los participantes.

Otros datos

Este año solo aparece nombrado el Ayuntamiento de Murcia sin especificar Concejalía y no sigue sin aparecer la Región de Murcia.

Año: 1998 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Yo le hice fotos de los archivos de Novograf y de Novograf.

En BR DMUG 921 Título:Feria de Murcia [Material gráfico] : 3-20 septiembre 1998.Editorial:Murcia : Ayuntamiento de Murcia, 1998 (A. G. Novograf)Descripción física:1 lám. (cartel) ; 69 x 45 cm.Materias:Fiestas-Murcia-Carteles

Localizado en el AlmuDI "00""aFeria de Murcia"h [Material gráfico]"b" ; 3 al 20 de septiembre 1998"c" / Lidó Rico. -- " ""a"Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia"c", D.L. 1998"f" (A. G. Novograf) ""a"1 lám. (cartel)"c" ; 69 x 45 cm D.L. " ""a"MU-1358-1998 "1 ""a"Lidó Rico, José Ramón"d" (1968-)"ZZ0002462" * "1 ""a"MU-AM"j" Cajón 12, n. 24 (1-14)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 69 x 45 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA DE MURCIA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

3/20 SEPTIEMBRE 1998

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA

5) Autor:Lidó Rico, José Ramón

si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf, S.A.

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

D.L. MU-1.358-1998

ELEMENTOS VISUALES

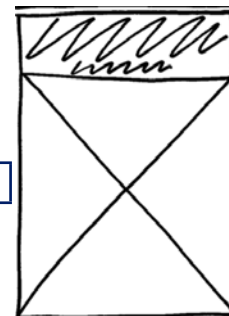
1) Tipo de ilustración

2) Margen

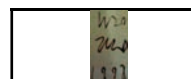
3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Huellas de palmas de las manos

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria

- Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
- Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
- Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia

- Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
- Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia

- Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
- Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
- Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
- Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical con la pintura del pintor Lidó Rico que ocupa todo el espacio a sangre excepto por la parte superior que es una franja marrón muy oscura sobre la que se encuentran centrados la identidad del emisor y debajo las fechas de la fiesta anunciada: escudo del Ayuntamiento y debajo el texto AYUNTAMIENTO DE MURCIA como corresponde a las normas y debajo en el mismo color del fondo de la pintura, un ocre, y tipografía romana 3/20 SEPTIEMBRE 1998. La pintura presenta un fondo beige sobre el que hay estampado en marrón en la parte superior el título FERIA DE MURCIA con la técnica del "stencil" utilizada en los graffitis debajo tres pájaros posados sobre tres palos con soporte (gabardinas- tapa de gamba rebozada) y en la base las huellas de las manos de alguien que se juntan en las muñecas y se abren hacia los laterales.

En el margen inferior centrado debajo del a firma del artista, en color negro y tipografía romana aparece el nombre de la imprenta y el depósito legal: Imprime: A.G. Novograf, S.A. - D.L. MU-1094-1997

Convergencia denotación/connotación:

La imagen del cartel es simbólica y no se interpretar su significado. La técnica y el colorido es muy similar a las pinturas con los dedos que el autor hizo ese año por lo que siguió su momento pictórico para abordar la ilustración del cartel.

Tres pájaros y las huellas de unas manos abiertas podrían significar las atracciones de feria donde se dispara para tirar los objetos y las huellas de alguien que son personales y únicas.

Otros datos

En este año el artista pintaba con los dedos y acrílicos y barniz sobre papel

Año: 1999 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Yo le hice fotos de los archivos de Novograf.

En BR DMUG 747 Título:Feria de Murcia [Material gráfico] : del 1 al 19 de septiembre de 1999.Editorial:Murcia : Ayuntamiento de Murcia, 1999 (Novograf)Descripción física:1 lám. (cartel) ; 70 x 44 cm.Materias:Fiestas-Murcia-Carteles Localizado en el Almudí "00""a"Feria de Murcia"h" [Material gráfico]"b" : del 1 al 19 de septiembre 1999"c" / Esteban Linares. -- " ""a"Murcia "b": Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Cultura y Festejos"c", D.L. 1999"" (A.G. Novograf)" ""a"1 lám. (cartel)"c" ; 70 x 44 cm D.L. " ""a"MU-1594-1999 "1 ""a"Linares, Esteban"ZZ0006771"" "1 ""a"MU-AM"j" Cajón 13, n. 7

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 70 x 44 cm.

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Feria de Murcia

2) Lugar: si no

Murcia

3) Fechas: si no

Del 1 al 19 de Septiembre de 1999

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA
Concejalía de Cultura y Festejos

5) Autor: Esteban Linares 1999

si no

6) Imprenta: Imprime; A.G. Novograf, S.A.

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

D.L. MU-1.594-1999

ELEMENTOS VISUALES

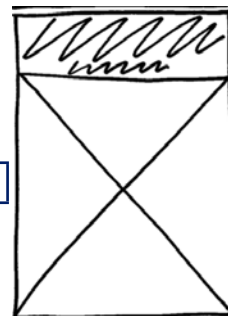
1) Tipo de ilustración Pintura de autor

2) Margen Con Marco

3) Tipo lay out

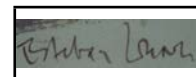
4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia



1999

5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Paisaje urbano de Murcia

Real

2) Lugar Ciudad de Murcia

Real

3) Tiempo De día

Definido

Signos Feria

Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia

Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos

Feria de Murcia

Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical que consta de la pintura del artista murciano Esteban Linares con un marco blanco. La ilustración es un paisaje urbano de Murcia que presenta una vista de la ciudad desde el Malecón donde destaca la Torre de la Catedral en rojo. Se reconocen en los trazos sueltos propios del estilo del autor varios edificios murcianos como el Palacio del Almuñé, el Puente Viejo y el Ayuntamiento rodeados de edificios altos más actuales. Los coches transitan por las calles y el Río marca el margen derecho de la escena. Sobre la ciudad el cielo es azul y hay nubes grisáceas dispersas sobre un relieve de montaña. El marco que rodea a la pintura es más ancho en la parte superior y sobre él se disponen los textos centrados con una tipografía manual (fantástica) que alterna los colores negro y burdeos: Feria de MURCIA / Del 1 al 19 de Septiembre de 1999. En la parte inferior sobre el fondo blanco la imagen corporativa del anunciante como corresponde a sus normas: Escudo del Ayuntamiento y debajo el texto centrado AYUNTAMIENTO DE MURCIA / Concejalía de Cultura y Festejos. La firma del pintor y el año que suele acompañar a la rúbrica están en la parte inferior derecha central de la obra. En el lateral derecho de la imagen, sobre el marco blanco están los textos de la imprenta y el depósito legal: Imprime; A.G. Novograf, S.A. . D.L. MU-1.594-1999

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 2000 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Yo le hice fotos de los archivos de Novograf.

Localizado en el Almuñé "1 ""a"Barnuevo, Manuel"ZZ0000164" "10""a"Feria de Murcia"h" [Material gráfico]"b" : Desde el 31 de agosto hasta el 19 de septiembre de 2000" / autor Manuel Barnuevo. -- " ""a"Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Cultura y Festejos" "c", D.L. 2000" (Novograf) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 69 x 48 cmD.L. " ""a"MU-1.642-2000

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 70 x 44 cm.

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA de MURCIA

2) Lugar: si no

Murcia

3) Fechas: si no

Desde el 31 de agosto hasta el 19 de septiembre de 2000

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA

Concejalía de Cultura y Festejos

Región de Murcia

Consejería de Turismo y Cultura Dirección General de Promoción Turística

5) Autor: Manolo Barnuevo

si no

6) Imprenta: Imprime; A.G. Novograf, S.A.

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

D.L. MU-1.642-2000

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor

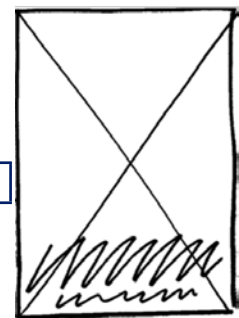
2) Margen A sangre

3) Tipo lay out

C ▼

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia Región de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Abanico y monigotes

Real

2) Lugar dibujo

Fantástico

3) Tiempo

Indefinido

Signos Feria

Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia

Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia

Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical que consta de la pintura del artista murciano Manolo Barnuevo a sangre sobre la que se han colocaaado los textos en la parte inferior de lado a lado. El título FERIA DE MURCIA aparece en blanco con sombra negra desplazada a la derecha, tipografía de palo seco y la iniciales F en rojo M en verde claro y A en azul claro. Debajo centrado el texto en negro con tipografía romana las fechas de celebración con los números en azul claro y el año en rojo: Desde el 31 de agosto hasta el 19 de septiembre de 2000.

La ilustración es un gran abanico de fondo verde oscuro con dibujo de personas animales y cosas en la tela del mismo y por debajo del mismo más monigotes 7y objetos como tres vasos uno de ellos con vino. El fondo de la pintura en amarillo y anaranjado.

La firma del pintor está en la parte central de la pintura. En la parte inferior izquierda sobre la palabra feria y el fondo amarillo se colocan las identidades corporativas de los anunciantes como corresponde a sus normas una sobre otra, de arriba abajo son: el escudo de la Región con sus textos centrados bajo el mismo **Región de Murcia** / Consejería de Turismo y Cultura / Dirección General de Promoción Turística; Escudo del Ayuntamiento y debajo el texto centrado **AYUNTAMIENTO DE MURCIA** / Concejalía de Cultura y Festejos.

La firma del pintor y el año que suele acompañar a la rúbrica están en la parte central a la derecha de la obra bajo el abanico. En el lateral inferior derecho de la imagen, sobre el fondo de la pintura están los textos de la imprenta y el depósito legal: Imprime; A.G. Novograf, S.A. . D.L. MU-1.642-2000

Convergencia denotación/connotación:

La imagen es una abstracción figurativa donde el artista reúne figuras de personas, animales y cosas que combina en una secuencia imprecisa donde se significa el movimiento por ejemplo, en los tres vasos situados en diagonal unidos por unos trazos en las partes superiores donde el más alejado contiene vino (líquido rojizo). Se transmite la variedad de actividades donde interviene el público y el buen tiempo cálido que hace necesario el abanico para refrescarse en la calle.

Otros datos

Vuelve a aparecer como emisor **Región de Murcia** esta vez con las nuevas denominaciones de su organigrama (consejería y dirección general) con la nueva disposición debajo centrada de los textos que en el cartel de 1994 fue la última vez que intervino.

Año: 2001 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Imagen encontrada en todocoleccion.net en la caja y el llavero que se regalaron ese año. Localizado en el Almudí "1 ""a"Pérez, Manuel"d" (1976-)q". (Pérez López, Manuel)"ZZ0003040" "10""a"Feria de Murcia"h" [Material gráfico]"b": 30 de agosto - 16 de septiembre 2001. -- " ""a"Murcia"b": Ayuntamiento de Murcia"c", [2001] " ""a"1 lám. (cartel)"b": col."c"; 70 x 45 cm"1 ""a"Pérez, Manuel"j"-Carteles"ZZ0007984"

Estado Localizado NO imagen Tamaño si no 70 x 45 cm.

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Feria de Murcia

2) Lugar: si no

Murcia

3) Fechas: si no

30 de agosto / 16 de septiembre 2001

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA

5) Autor: Manuel Pérez

si no

6) Imprenta: Imprime; A.G. Novograf, S.A.

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor

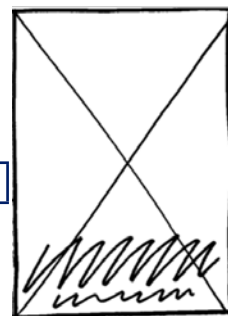
2) Margen Mixto

3) Tipo lay out

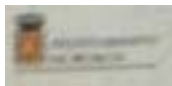
C ▼

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia Región de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Joven, globos y fuegos artificiales

Real

2) Lugar Explanda

Real

3) Tiempo Noche cálida

Definido

Signos Feria

Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia

Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafronte Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos

Feria de Murcia

Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical que consta de la pintura del artista murciano Manuel Pérez a sangre menos por la base en la que lleve un faldón de fondo blanco con los textos y la Identidad gráfica del Ayuntamiento. El título en azul oscuro en tipografía de palo seco Feria de Murcia, debajo a caja justificada a la izquierda en rojo 30 de agosto / 16 de septiembre 2001 y a su lado el escudo y textos de la identidad del Ayuntamiento de Murcia a la derecha de este en dos líneas: AYUNTAMIENTO / DE MURCIA. La línea propia de la identidad aparece debajo de escudo y textos.

La ilustración tiene un busto de una chica en primer plano en la esquina inferior derecha que vuelve su cabeza hacia atrás para mirar los globos amarillo y rosa que se elevan al cielo estrellado y los fuegos artificiales que en la parte izquierda dibujan palmeras que relucen en la oscura noche.

Convergencia denotación/connotación:

La noche es el escenario central de las fiestas anunciadas y los jóvenes aquellos que disfrutan de ellas aunque también el elemento infantil situa a los niños en las fiestas anunciadas. La noche y la juventud implican copas, música, baile y diversión. Los fuegos artificiales denotan las celebraciones locales de actividades para disfrute de los asistentes.

Otros datos

Este mismo año expuso retratos del renacer : del 3 al 28 de abril de 2001, Sala Caballerizas, Molinos del Río Segura, oncejalía de Cultura y Festejos (Imp. Pictografía)

Año: 2002 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Yo le hice fotos de los archivos de Novograf.

En BR DMUG 230 Título:Feria de Murcia [Material gráfico] : 5 al 17 de septiembre de 2002.Editorial:Murcia : Ayuntamiento de Murcia, 2002 (A. G. Novograf)Descripción física:1 lám. (cartel) : col. ; 58 x 48 cm.Materias:Fiestas-Murcia-Carteles Localizado en el Almuadí "00""a"Feria de Murcia"h" [Material gráfico]"b" : 5 - 17 de septiembre 2002"c" / Sonia Navarro. -- " ""a"Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia"c", D.L. 2002"f" (Novograf) ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 58 x 48 cm D.L. " ""a"MU-1558 -2002"1 ""a"Navarro, Sonia"ZZ0008026"

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 58 x 48 cm.

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Feria de Murcia

2) Lugar: si no

Murcia

3) Fechas: si no

5 al 17 de septiembre de 2002

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA

5) Autor: Sonia Navarro

si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf, S.A.

si no



2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

/ D.L.: MU-1.558-2002

ELEMENTOS VISUALES

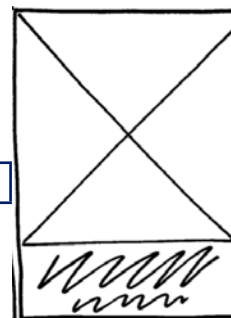
1) Tipo de ilustración

2) Margen

3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Abstracción Geométrica

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria	<input type="checkbox"/> Niño/a-s	<input type="checkbox"/> Carpa	<input type="checkbox"/> Carrusell/Caballitos	<input type="checkbox"/> Manton manila y Mantilla	<input type="checkbox"/> Voladores y Mrusa
	<input type="checkbox"/> Globos	<input type="checkbox"/> Atracciones	<input type="checkbox"/> Fuegos artificiales	<input type="checkbox"/> Bandera de España	
	<input type="checkbox"/> Toros	<input type="checkbox"/> Noria	<input type="checkbox"/> Farolillos y adornos	<input type="checkbox"/> Coches de Choque	

Signos Murcia	<input type="checkbox"/> Torre Catedral	<input type="checkbox"/> Puente Viejo	<input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Moneo	<input type="checkbox"/> Palmera	<input type="checkbox"/> Huerta
	<input type="checkbox"/> Imafrente	<input type="checkbox"/> Teatro Romea	<input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta	<input type="checkbox"/> Traje regional	<input type="checkbox"/> Barraca	<input type="checkbox"/> Río

Signos Feria de Murcia	<input type="checkbox"/> Noche/Estrellas	<input type="checkbox"/> Luces	<input type="checkbox"/> Música/instrumento	<input type="checkbox"/> Virgen de la Fuensanta	<input type="checkbox"/> Romería
	<input type="checkbox"/> Jóvenes	<input type="checkbox"/> Flores	<input type="checkbox"/> Títeres/Guiñol	<input type="checkbox"/> Variedad de actividades	
	<input type="checkbox"/> Padres	<input type="checkbox"/> Frutos/limón	<input type="checkbox"/> Traje regional	<input type="checkbox"/> Festival Folklore	
	<input type="checkbox"/> Baile	<input type="checkbox"/> Huertos	<input type="checkbox"/> Abanico	<input type="checkbox"/> Moros y Cristianos	

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical que consta de la pintura de la artista murciana Sonia Navarro a sangre menos por la base en la que lleve un faldón de fondo gris con los textos y la Identidad gráfica del Ayuntamiento. El título en rojo en tipografía de palo seco Feria de Murcia, debajo centrado en blanco la fecha 5 al 17 de septiembre de 2002 y debajo el escudo del ayuntamiento y su texto centrado debajo sin mención a ninguna consejería **AYUNTAMIENTO DE MURCIA**.

La ilustración consiste en una composición de rectángulos de colores (gris, rojo, blanco, marrón, negro, azul claro, naranja, verde y beige).

La firma del pintor no la encontramos. En el margen inferior derecho sobre el fondo gris los textos de la imprenta y el depósito legal en negro y tipografía de palo seco: Diseño: Imprime: A.G. Novograf, S.A. / D.L.: MU-1.624-2003

Convergencia denotación/connotación:

El público infantil es el protagonista de las fiestas. Las actividades se desenvuelven durante todo el día tanto con sol como por la noche. La explosión de color del cartel y los colores calientes transmiten la diversión y movimiento de las fiestas.

Otros datos

NO se menciona a ninguna consejería

Año: 2003 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: En BR DMUG 2 Título:Feria de Murcia 2003 [Material gráfico] : 4 al 16 de septiembre / diseño, Ángel Hernández. Editorial: Murcia : Ayuntamiento de Murcia, 2003 (Imp. Novograf)Descripción física:1 lám. (cartel) : col. ; 99 x 69 cm.Materias:Fiestas-Murcia-Carteles Autores:Hernández, Ángel (1937-2011)
Localizado en el Almuñécar "00" "a" "Feria de Murcia" "h" [Material gráfico] "b" : 4 - 16 de septiembre 2003 "c" / Diseño Ángel Hernández. -- " " "a" "Murcia" "b" : Ayuntamiento de Murcia "c", D.L. 2003 "f" (Novograf) " " "a" "1 lám. (cartel)" "b" : col. "c" ; 99 x 69 cm D.L. " " "a" "MU-1624-2003 "1 " "a" "Hernández de Dios, Ángel" "ZZ0003355"

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 99 x 69 cm.

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Feria de Murcia

2) Lugar: si no

Murcia

3) Fechas: si no

4 al 16 de septiembre 2003

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA

5) Autor: Diseño: Ángel Hernández

si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf, S.A.

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

D.L.: MU-1.624-2003

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor

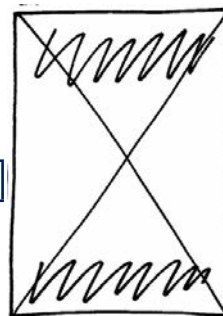
2) Margen A sangre

3) Tipo lay out

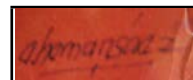
D ▼

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Niños montados en el carrusel de caballitos

Real

2) Lugar Recinto Ferial

Real

3) Tiempo Cálido

Definido

Signos Feria

Niño/a-s Carpa Carrusel/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia

Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos

Feria de Murcia

Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical que consta de un collage con dibujos del pintor murciano Ángel Hermansáez (1937-2011) a sangre sobre los que se han colocado los textos: en la parte superior con tipografía de palo seco en verde claro con filo blanco Feria de Murcia y justo debajo con gran tamaño a caja derecha el año con tipografía de fantasía en muchos colores. En la base del cartel centrado el texto con las fechas de la feria 4 al 16 de septiembre con tipografía palo seco en amarillo. Debajo centrado

la identidad gráfica del Ayuntamiento de la ciudad: el escudo del ayuntamiento y su texto en blanco centrado debajo sin mención a ninguna consejería **AYUNTAMIENTO DE MURCIA**.

La ilustración consiste en un grupo de niños montados en los caballitos en un carrusel de techo muy colorido (que parece hecho con recortes de cartulinas y papapeles de colores) con los palos típicos con líneas curvas en blanco y negro. Los personajes están dibujados sobre papel de periódico y revistas. El paisaje que envuelve la escena tiene tres partes: una de fondo negro donde aparece la fotografía de la Torre de la catedral y la puerta que da a la plaza de Belluga, otra en el centro de fondo amarillo y azul cyan con un sol amarillo y la tercera de fondo rojo.

La firma del pintor y el año que suele acompañar a la rúbrica están en la esquina inferior derecha de la obra.

En el margen inferior izquierdo los textos del autor, la imprenta y el depósito legal en negro y tipografía de palo seco:

Diseño: Ángel Hermansáez / Imprime: A.G. Novograf, S.A. / D.L.: MU-1.624-2003

Convergencia denotación/connotación:

La composición evoca un conjunto de edificios verticales y una calle (la base horizontal).

Otros datos

NO se menciona a ninguna consejería

De este año hay en la BR -DMUG 80- un cartel de la 9ª Feria de ganado de Murcia, editado por el Ayuntamiento de Murcia, del 4 al 7 de septiembre de 2003 La Azacaya, Murcia, diseñado por Pablo Portillo. Impreso en Novograf. (Tengo la imagen)

Año: 2004 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Yo le hice fotos de los archivos de Novograf.

En BR DMUG 5881 Título:Feria de Murcia : 2 al 14 de septiembre de 2004 / autor Carlos Callizo Gutiérrez.Editorial:Murcia : Ayuntamiento de Murcia, 2004 (Novograf)Descripción física:1 lám. (cartel) : il. ; 99 x 59 cm.Tipo de documento:sin mediaciónMaterias: Fiestas-Murcia-Carteles Autores:Callizo, Carlos (1965-)

Localizado en el Almuadi "1 ""a"Callizo, Carlos"ZZ0003362""10""a"Feria de Murcia"h" [Material gráfico]"b" : 2 al 14 de septiembre de 2004"c" / autor, Carlos Callizo Gutiérrez. -- " ""a"Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia"c", [2004]" ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 100 x 59 cm D.L. " ""a"MU-1.412-2004 "14""a"Feria de septiembre"z"-Murcia"j"-Carteles "ZZ0005818"" 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287"C-2004 (PM) (10 ej.)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 99 x 69 cm.

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Feria de Murcia

2) Lugar: si no

Murcia

3) Fechas: si no

2 al 14 de septiembre de 2004

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA

5) Autor: Autor: Carlos Callizo Gutiérrez

si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf, S.A.

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

D.L.: MU-1.412-2004

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración

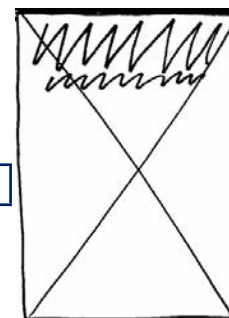
2) Margen

3) Tipo lay out

▼

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Caballo de feria

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria

Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia

Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos

Feria de Murcia

Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical que consta de un cuadro del pintor murciano Carlos Callizo a sangre sobre los que se han colocado los textos: en la parte superior con tipografía de palo seco en rojo burdeos con filo blanco Feria de Murcia y justo debajo las fechas de la feria 2 al 14 de septiembre de 2004 con tipografía palo seco en blanco. En la base del cartel centrada la Identidad gráfica del Ayuntamiento de la ciudad: el escudo del ayuntamiento y su texto centrado debajo sin mención a ninguna consejería AYUNTAMIENTO DE MURCIA.

La ilustración consiste en un torso de caballo al galope que irrumpen en la imagen con un estallido de luz amarilla a su alrededor que provoca en él y en el palo que lo atraviesa -y del que vemos su parte superior- unos brillos amarillos relucientes.

En las esquinas inferiores la pintura adquiere un rojo oscuro intenso, en la parte superior izquierda el cielo azul nocturno deja ver la media luna blanca que dibuja un perfil humano.

En la esquina derecha inferior se ve en pequeño tamaño al mismo caballito de feria entero corriendo con el mastil superior todo en color negro.

La firma del pintor y el año que suele acompañar a la rúbrica están en la esquina inferior izquierda y en este mismo lugar, en el margen inferior izquierdo los textos de la imprenta y el depósito legal en negro y tipografía de palo seco:

Autor: Carlos Callizo Gutiérrez - Imprime: A.G. Novograf, S.A. - D.L.: MU-1.412-2004

Convergencia denotación/connotación:

La imagen del caballo transmite movimiento veloz y explosión de energía con los calores calientes y luminosos que estallan en el cuadro. La imagen infantil del caballito de feria se sale del carrusell para vivir las fiestas. La feria no se queda o se reduce a los caballitos sino que va más allá.

Otros datos

NO se menciona a ninguna consejería

Año: 2005 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: En BR DMUG 1611 Título:Feria de Murcia [Material gráfico] : del 1 al 13 de septiembre de 2005 / cartel, Muñoz Barberán. Editorial:Murcia : Ayuntamiento de Murcia, 2005 (Novograf)Descripción física:1 lám. (cartel) : il. ; 70 x 49 cm.Materias: Fiestas-Murcia -CartelesAutores:Muñoz Barberán, Manuel (1921-2007)

Localizado en el Almad("00""a"Feria de Murcia"h" [Material gráfico]"b" : 1 al 13 de septiembre de 2005"c" / cartel, Muñoz Barberán. -- " ""a"Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia"c", D.L. 2005 ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 70 x 49 cm D.L. ""a"MU-1.490-2005"1 ""a"Muñoz Barberán, Manuel"ZZ0000679"

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 70 x 49 cm.

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA DE MURCIA

2) Lugar: si no

Murcia

3) Fechas: si no

1 al 13 de septiembre de 2005

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA

5) Autor: Cartel: Muñoz Barberán

si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf, S.A.

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

D.L.: MU-1.490-2005

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor

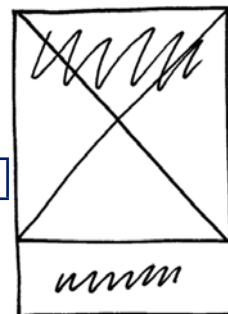
2) Margen A sangre

3) Tipo lay out

G ▼

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

MUÑOZ-BARBERÁN

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Caballo de feria

Real

2) Lugar Recinto Ferial

Real

3) Tiempo

Indefinido

Signos Feria

Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia

Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos

Feria de Murcia

Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical que consta de un cuadro del pintor murciano Muñoz Barberán rodeado de un filo negro y un marco blanco ancho por todas partes menos por la base en la que es el doble de ancho y sobre el que se encuentra centrado el texto de las fechas de la feria 1 al 13 de septiembre de 2005 con tipografía palo seco en blanco. Debajo, en la base del cartel, centrada la Identidad gráfica del Ayuntamiento de la ciudad: el escudo del ayuntamiento y su texto centrado debajo sin mención a ninguna consejería AYUNTAMIENTO DE MURCIA.

La ilustración consiste en una escena donde se encuentran las siluetas de mucha gente que pasea en una calle o plaza. Se distinguen entre las siluetas personas mayores con sombrero y bastón niños cogidos de la mano de sus padres y jóvenes de todas las edades. En la Plaza un teatrillo de títeres y las manos con las barillas y los hilos en primer plano en la parte superior derecha. La calle está adornada por la parte superior con ristas de luces que se entrelazan. Hay tres espacios, como tres tiendas y otras a los lados, cada una con una bandera en lo alto entre las que se distingue perfectamente la de España y la de Murcia. Parecen las cábilas de los moros y cristianos que se celebran como parte de las feria.

En la parte superior del cuadro el pintor a integrado con la misma técnica el texto FERIA DE MURCIA en verde oscuro entre las luces amarillas.

La firma del pintor está en la esquina inferior derecha de la obra. En el margen inferior derecho de la pintura situado en el marco blanco que la rodea los textos del autor, la imprenta y el depósito legal en negro y tipografía de palo seco:

Cartel: Muñoz Barberán / Imprime: A.G. Novograf, S.A. / D.L.: MU-1.490 -2005

Convergencia denotación/connotación:

Se trata de un cartel cuya imagen presenta una ciudad en fiestas, con la gente en la calle, las luces propias de la fiesta nocturna que implica diversión. Al mismo tiempo, hay variedad de actividades como las dirigidas a los niños representadas por las manos del titiritero y las casetas para un público joven y adulto. El bullicio de la gente reunida para disfrutar implica movimiento.

Otros datos

NO se menciona a ninguna consejería

Año: 2006 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Yo le hice fotos de los archivos de Novograf.

En BR DMUG 5879 Título:Feria de Murcia [Material gráfico] : 31 de agosto al 12 de septiembre de 2006 / [ilustración] Rosa Vivanco.Editorial:Murcia : Ayuntamiento de Murcia, 2006.Descripción física:1 lám.(cartel) : il. ; 99 x 60 cm.Materias:Fiestas-Murcia-Carteles

Autores:Vivanco, Rosa (1957-)

Localizado en el Almuñi "00""a"Feria de Murcia"h" [Material gráfico]"b" : 31 de agosto - 12 de septiembre 2006"c" / cartel, Rosa Vivanco. -- " ""a"Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia"c", D.L. 2006"t" (A.G. Novograf) ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 99 x 61 cm D.L. " ""a"MU-1.385-2006 "1 ""a"Vivanco, Rosa"ZZ0000858"

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 99 x 61 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Feria de Murcia

2) Lugar: si no

Murcia

3) Fechas: si no

31 agosto - 12 septiembre 2006

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA

5) Autor: Cartel: Rosa Vivanco

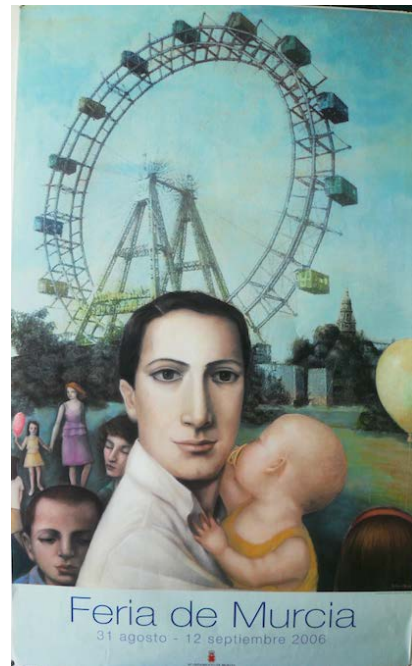
si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

D.L.: MU-1.385 -2006

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor

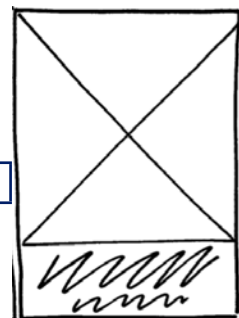
2) Margen Mixto

3) Tipo lay out

F ▼

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Padre o madre con bebé en brazos y noria

Real

2) Lugar Recinto Ferial

Real

3) Tiempo Clima cálido

Definido

Signos Feria

Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia

Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos

Feria de Murcia

Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical que consta de un cuadro a sangre por los lados y por arriba de la pintora murciana Rosa Vivanco. En la parte inferior un faldón blanco sobre el que se encuentran centrados los textos de la feria (en un cuerpo muy grande) y las fechas de celebración (debajo del título) con tipografía palo seco en azul oscuro: Feria de Murcia / 31 agosto - 12 septiembre 2006. Debajo, centrada, la Identidad gráfica del Ayuntamiento de la ciudad: el escudo del ayuntamiento y su texto centrado debajo sin mención a ninguna consejería AYUNTAMIENTO DE MURCIA.

La ilustración consiste en una escena donde se encuentra en primer plano el busto de un padre (con rasgos un tanto andróginos) con un bebé en brazos. A la derecha la cabeza de una niña vuelta de espaldas con una cinta rija en el pelo y un globo amarillo. A la izquierda tres niños en planos que se alejan y una madre con una niña de la mano, la pequeña lleva en la mano derecha un algodón de azúcar rosa. Sobre la cabeza del protagonista aparece una gran noria y el cielo azul claro despejado que cubre el paisaje de fondo de la ciudad de Murcia donde destaca la Torre de la Catedral, vegetación y otros edificios.

La firma del pintor está en la esquina inferior derecha de la obra. Debajo de la misma, situada sobre el faldón blanco que ocupa la parte inferior del cartel se sitúan los registros del autor, la imprenta y el depósito legal en negro y tipografía de palo seco: Cartel: Rosa Vivanco / Imprime: A.G. Novograf / D.L.: MU-1.385 -2006

Convergencia denotación/connotación:

Se trata de un cartel que pone el énfasis en las actividades de la feria para los niños. El recinto ferial se puede visitar en familia por las tardes y hay tanto cacharritos como chucherías para pasar una agradable jornada. Se trata del recinto ferial de la ciudad de Murcia que queda un poco apartado del centro por la distancia a la que se ve la Torre de la Catedral de la ciudad. El bullicio de la gente reunida para disfrutar implica movimiento. La temperatura de estos días es muy cálida porque los personajes van vestidos de pleno verano.

Otros datos

NO se menciona a ninguna consejería

Año: 2007 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: En BR DMUG 5879 Título:Feria de Murcia [Material gráfico] : 30 de agosto-11 de septiembre 2007 / [diseño] Paco Níguez. Editorial:Murcia : Ayuntamiento de Murcia, 2007 (Novograf)Descripción física:1 lám. (cartel) : il. ; 98 x 69 cm.Materias:Fiestas- Murcia- Carteles Autores:Níguez, Paco (1959-)
Localizado en el Almuadí "00""a"Feria de Murcia"h" [Material gráfico]"b" : 30 agosto - 11 septiembre 2007"c" / cartel, Paco Níguez. - " ""a"Murcia "b" : Ayuntamiento de Murcia"c", D.L. 2007"f" (A.G. Novograf) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 99 x 69 cm D.L. " ""a"MU-1.563-2007 "1 ""a"Níguez, Paco"d" (1959-)"ZZ0003254"

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 98 x 69 cm.

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Feria de Murcia

2) Lugar: si no

Murcia

3) Fechas: si no

30 agosto - 11 septiembre 2007

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA

5) Autor: Cartel: Paco Níguez

si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

D.L.: MU-1.563 -2007



ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor

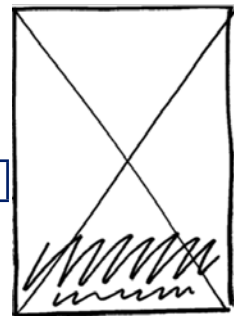
2) Margen A sangre

3) Tipo lay out

C ▼

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

Paco Níguez

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Pareja niño y niña con globos

Real

2) Lugar Recinto Ferial

Real

3) Tiempo Noche cálida

Definido

Signos Feria

Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia

Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos

Feria de Murcia

Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical que consta de un cuadro a sangre del pintor murciano Paco Níguez. Todos los textos se han colocado sobre la pintura, son de color blanco, incluso el texto de la identidad del Ayuntamiento. El título Feria de Murcia aparece en la base del cartel de lado a lado con tipografía de palo seco. Encima se han colocado a caja con el título dos elementos: justificada a la derecha la Identidad gráfica del Ayuntamiento de la ciudad -el escudo del Ayuntamiento con un filo blanco y su texto a la derecha justificado en dos líneas: AYUNTAMIENTO / DE MURCIA -que continúa este año sin hacer mención a ninguna consejería- y debajo la línea también en blanco propia de la identidad aparece debajo del escudo y el texto; justificada a la derecha con la misma tipografía de palo seco que el título aparecen las fechas de la feria: 30 agosto - 11 septiembre 2007.

La ilustración sitúa la escena en el recinto ferial donde hay coches de choque, voladores con forma de pulpo, montaña rusa y más atracciones. En el centro de la obra una pareja formada por un niño que sujeta a una niña más pequeña que él por los hombros y mira de frente al espectador. La pequeña abraza a su oso de peluche con un brazo y en la mano derecha, adornada con dos pulseras una rosa y otra amarilla, sostiene dos globos de colores (amarillo y rosa como las pulseras) con el brazo extendido hacia arriba. Ambos llevan ropa y calzado de verano. A sus espaldas en el lado izquierdo una madre mira la pista de coches de choque y hay otro padre con su hijo y otra silueta. Sobre ellas aparecen diversidad de atracciones con luces brillantes. A la derecha el agua del río refleja el puente que pasa sobre él que es el puente de la pasarela de la capital de Murcia. Sobre toda la escena el cielo azul oscuro de la noche que se aclara con las luces de las atracciones y de la vida de la ciudad.

La firma del pintor está en la esquina inferior derecha de la obra. En el margen derecho inferior en vertical se sitúan los créditos del autor, la imprenta y el depósito legal en negro y tipografía de palo seco: Cartel: Paco Níguez / Imprime: A.G. Novograf / D.L.: MU-1.563 -2007

Convergencia denotación/connotación:

Se trata de un cartel que como el año anterior pone el énfasis en las actividades de la feria para los niños. En recinto ferial los más pequeños van acompañados de sus mayores, en familia en esta ocasión por la noche. Hay diversidad de atracciones. Se trata del recinto ferial de la ciudad de Murcia porque aparece claramente el puente de Murcia conocido como la pasarela. El bullicio de la gente por la feria implica movimiento. La temperatura de estos días es muy cálida porque los niños van vestidos de pleno verano.

Otros datos

Es la segunda vez que vemos la disposición del texto del Ayuntamiento de Murcia a la derecha del escudo como en 2001 y texto en blanco como en 2003
NO se menciona a ninguna consejería.

Año: 2008 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Imagen en internet, tanto de la pintura original http://www.murciaescultura.es/p/product_info.php?

products_id=329&osCsid=akou9j0iill44u2c341k52klk3

Localizado en el Almudi "00""a"Feria de Murcia""h" [Material gráfico]"b": 4 al 16 de septiembre de 2008"c" / [cartel], Cantabella. -- " ""a"Murcia "b": Ayuntamiento de Murcia"c", D. L. 2008"p" (A.G. Novograf) ""a"1 lám. (cartel)"b": col."c": 99 x 69 cm D.L. ""a"MU-2027-2008"1 ""a"Cantabella"ZZ0008993"

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 99 x 69 cm.

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Feria de Murcia

2) Lugar: si no

Murcia

3) Fechas: si no

4 al 16 de septiembre de 2008

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Murcia

FIESTAS DE MURCIA

5) Autor: Cartel: Carmen Cantabella

si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

D.L.: MU-2027-2008

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor

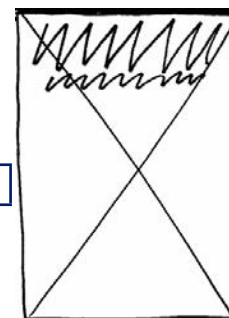
2) Margen A sangre

3) Tipo lay out

A B

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia Fiestas de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Niña antigua en caballito de feria

Real

2) Lugar Carrusel de feria

Real

3) Tiempo Noche cálida

Definido

Signos Feria

Niño/a-s Carpa Carrusel/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia

Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos

Feria de Murcia

Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical que consta de una obra a sangre de la artista murciana Carmen Cantabella. Los textos y la Identidad Corporativa de los organizadores y colaboradores se han colocado sobre la ilustración en rectángulos de color. El título y las fechas de celebración aparecen en tipografía de palo seco y color blanco en dos líneas sobre un rectángulo de color naranja fuerte que comienza en el margen izquierdo y termina en la mitad derecha pero sin llegar al margen: Feria de Murcia / 4 al 16 de septiembre de 2008. En la parte inferior derecha del cartel sobre un rectángulo blanco que comienza en el margen de la esquina derecha están colocados las identidades del Ayuntamiento de Murcia en sus colores normalizados - rojo de fondo y líneas y letras blancas que solo lleva el texto MURCIA- y de las Fiestas de Murcia - que consta de dibujo y texto centrado debajo en versalitas FIESTAS DE MURCIA-.

La ilustración es un montaje de fotografía antigua e ilustración. La escena se desarrolla en un carrusell de caballitos antiguo donde hay tres niñas que miran al público montadas en la atracción vestidas con trajes de época, botas y sombreros cuya imagen está reproducida en blanco y negro. La niña protagonista en primer plano está montada en un caballito dibujado con colores planos y llamativos (rosa, amarillo y azul). En la parte central del carrusell se refleja la Torre de la Catedral de Murcia en los espejos que la adornan. En la imagen toman aparecen los palos en espiral que suben y bajan.

La firma de la artista está situada en la esquina inferior izquierda del cartel.

No lo podemos ver con claridad pero en el margen izquierdo hay una línea de texto que suponemos son los créditos del autor, la imprenta y el depósito legal en negro y tipografía de palo seco: Cartel: Carmen Cantabella / Imprime: A.G. Novograf / D.L.: MU-2027 -2008

Convergencia denotación/connotación:

Se trata de un cartel que como el años anteriores pone el énfasis en las actividades de la feria para los niños. En esta ocasión el fotomontaje de las niñas antiguas en el carrusell muestran que la esencia de la feria es la misma y no ha cambiado con el tiempo. La fantasía de la imaginación mezcla un personaje imaginado con la realidad. La escena sitúa la feria en Murcia a través del espejo donde se distingue la Torre de la Catedral de la ciudad. Hay movimiento en la escena porque las niñas están disfrutando de un "viaje" en la atracción y porque la forma en espiral de los palos verticales nos lo recuerda, al pasar por delante del espectador las pequeñas lo miran directamente lo que implica e invita a disfrutar de las atracciones.

Otros datos

NUEVA IDENTIDAD DEL AYUNTAMIENTO
NUEVO LOGOTIPO DE Fiestas de Murcia

Año: 2009 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Las fotos las hice yo de un ejemplar que recogí en la oficina de turismo

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 99 x 69 cm.

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FERIA DE MURCIA

2) Lugar: si no

Murcia

3) Fechas: si no

SEPTIEMBRE 2009

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Murcia

FIESTAS DE MURCIA

5) Autor: AUTOR: MANUEL VACAS

si no

6) Imprenta: IMPRESIÓN: A.G. NOVOGRAF

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

D.L.: MU-2051 -2009

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor

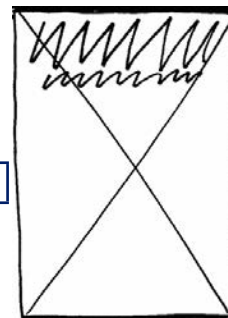
2) Margen A sangre

3) Tipo lay out

A ▼

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia Fiestas de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Grupo de niños andando con globos de colores, gran noria al fondo

Real

2) Lugar Carrusel de feria

Real

3) Tiempo Noche cálida

Definido

Signos Feria

Niño/a-s Carpa Carrusel/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia

Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos

Feria de Murcia

Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical que consta de una obra a sangre del pintor murciano Manuel Vacas. Los textos y la Identidad Corporativa de los organizadores y colaboradores se han colocado sobre la ilustración calados sobre el fondo. De arriba abajo y en la parte izquierda se han colocado en primer lugar y a sangre con la parte superior las identidades del Ayuntamiento de Murcia - en sus colores normalizados - rojo de fondo y líneas y letras blancas que solo lleva el texto MURCIA- y de las Fiestas de Murcia - que consta de dibujo y texto centrado en versalitas debajo FIESTAS DE MURCIA-. Debajo y centrado de lado a lado del cartel el título de la feria en amarillo fuerte y tipografía de palo seco FERIA DE MURCIA y a caja justificado a la izquierda el mes y el año de la celebración en el blanco roto el título SEPTIEMBRE 2009.

La ilustración está realizada en acrílico sobre lienzo, presenta una escena nocturna en la que cinco niños - el más pequeño sujeta cuatro globos de colores vivos en la mano- van andando por el Malecón de espaldas al público. Se pueden ver las luces de las casetas de los Huertos a la izquierda y de los edificios más emblemáticos de la ciudad rodeados de palmeras y árboles. En la parte derecha superior al fondo destaca una noria. En el lado la fachada de la casa consistorial con la Torre de la Catedral junto a una gran luna llena. En el centro de la imagen las puertas del Malecón.

La firma del autor se sitúa en la parte inferior derecha del cuadro.

En el margen izquierdo inferior se sitúan los créditos del autor, la imprenta y el depósito legal en blanco y tipografía de palo seco: AUTOR: MANUEL VACAS . IMPRESIÓN: A.G. NOVOGRAF . D.L.: MU-2051 -2009

Convergencia denotación/connotación:

Se trata de un cartel que como el años anteriores pone el énfasis en las actividades de la feria para los niños. Pero en esta ocasión deja ver la variedad de actividades que se distribuyen por la ciudad: los Huertos en el Malecón, la Feria - simbolizada por la noria- en su recinto y la diversión por todo el centro de la urbe representado por La Torre de la Catedral y el Ayuntamiento. Los niños van andando con energía, la luna representa la noche llena de luces propias de las fiestas y todo ello comunica el "bullicio" de las fiestas, a la vez que la "serenidad" de las noches murcianas. La temperatura de estos días festivos es muy cálida porque los niños van vestidos de pleno verano.

Otros datos

Año: 2010 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Las fotos las hice yo de un ejemplar que recogí en la oficina de turismo
En BR DMUG 5366 Título:Feria de Murcia, septiembre 2010 [Material gráfico] / pintura de Antonio Tapia.Editorial:Murcia : [s.n.], 2010 (Novograf)Descripción física:1 lám. (cartel) : il. ; 96 x 60 cm.Materias:Fiestas-Murcia-Carteles
Autores:Tapia, Antonio

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 96 x 60 cm.

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Feria de Murcia

2) Lugar: si no

Murcia

3) Fechas: si no

SEPTIEMBRE 2010

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Murcia

MURCIA 2016

capital europea de la cultura

ciudad candidata

5) Autor: Pintura: Antonio Tapia

si no

6) Imprenta: Imprime: A. G. Novograf

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

D.L.: MU-1.190-2010

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor

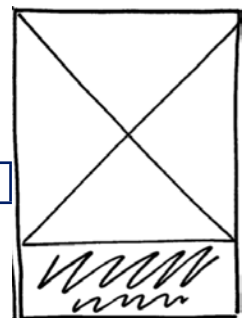
2) Margen Mixto

3) Tipo lay out

F ▼

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia, Murcia candidata capital cultura 2016



5) Firma si no

TAPIA 10/



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Atracciones de feria con Moneo detrás

Real

2) Lugar Recinto ferial de Murcia

Real

3) Tiempo Noche cálida

Definido

Signos Feria

Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia

Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos

Feria de Murcia

Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical que consta de una obra a sangre del pintor murciano Manuel Vacas.

La ilustración está realizada en acrílico con una tabla texturada y en un formato de 140 por 100 centímetros. Según su autor "En él convergen cuatro estilos diferentes de figuración: el hiperrealismo, el impresionismo, el realismo fotográfico y el post-art." <http://www.laverdad.es/murcia/v/20100706/region/nunca-quisiera-pesebrista-antonio-20100706.html>

En la base aparece una vista panorámica de la feria en plena actividad donde se distinguen muchas atracciones con la noria, el gusano loco, la tómbola y otras más veladas. En la parte superior, en primer plano, se dibuja la silueta rellena de color azul y negro plano de varios personajes montados en una atracción de vuelo que salen disparados en sus cabinas con brazos y manos abiertos al aire. El fondo de la escena es la fachada del edificio conocido como Moneo situado en la Plaza del Cardenal Belluga frente a la Catedral de Murcia. Toda la imagen está llena de grietas que afectan a todos los planos descritos -feria y voladores- del cuadro. La firma del autor se sitúa en la parte inferior derecha del cuadro.

En el margen izquierdo inferior se sitúan los créditos del autor, la imprenta y el depósito legal en negro y tipografía de palo seco: Pintura: Antonio Tapia. Imprime: A.G. Novograf. D.L.: MU-1.190-2010.

Los textos y la Identidad Corporativa de los organizadores y colaboradores se han colocado sobre un faldón en la parte inferior de fondo azul oscuro. En la primera línea el texto blanco de lado a lado Feria de Murcia. Debajo a la derecha el mes y año de la feria en amarillo SEPTIEMBRE 2010. A la derecha la identidad del Ayuntamiento de Murcia en sus colores normalizados - rojo de fondo y líneas y letras blancas que solo lleva el texto Murcia- y a la derecha de esta la identidad de la candidatura de Murcia como capital europea de la cultura con el símbolo y los textos en tres líneas: MURCIA 2016 / capital europea de la cultura / ciudad candidata.

Convergencia denotación/connotación:

Se trata de un cartel que como el años anteriores pone el énfasis en las actividades de la feria. En palabras del autor contiene cuatro planos de figuración diferentes en los que se han querido mezclar elementos comunes y repetidos todos los años en la feria como son las atracciones, que representan la intemporalidad de la imagen, en contraposición a realidades del presente como el edificio Moneo, anexo al Consistorio murciano. De este modo, el cartel sitúa en primer plano la feria de atracciones, en un segundo nivel de realidad se aprecia difuminado el edificio Moneo, en tercer plano la silueta de un tiovivo "que representa la alegría, la ilusión y la esperanza", según el artista, y en el cuarto nivel de figuración se perfilan unas grietas que demuestran el paso del tiempo. Según su autor "Intento reflejar una Murcia diferente, no es cartel de catedral y feria, o de huertos." <http://www.laverdad.es/murcia/v/20100706/region/nunca-quisiera-pesebrista-antonio-20100706.html>

Se deja ver la variedad de actividades que se distribuyen por la ciudad que este año está simbolizada por la fachada del Moneo de la Plaza de Belluga. La diversidad de atracciones de la Feria se retrata de forma realista en la pintura. Destaca la seguridad del recinto ferial con la aparición de los personajes ataviados con chalecos naranjas. Hay mucho movimiento en los personajes de todas las edades que participan de la escena y, sobre todo en los pasajeros de la atracción volante que aparecen en la parte superior derecha en primer plano con los brazos y las piernas en acción. La imagen está llena de luces procedentes de la feria por lo que debe ser de noche. Son fiestas para todos los públicos. Las grietas en la fachada del edificio Moneo son contradictorias ya que es una construcción reciente por lo que la obra adquiere un significado futurista ya que tienen que pasar años para que el inmueble presente ese desgaste.

Otros datos

Según informaron los medios locales este año se hicieron hecho 500 banderolas, además de los mupis y cartelería correspondiente que el ciudadano podía recoger en todas las oficinas de turismo de la ciudad. De la misma forma estaban a disposición del público los folletos de la feria que se imprimieron en varios idiomas los que contenían actividades de interés turístico internacional.

Por su parte, el concejal de Festejos ha señalado que es la primera vez que un cartel se realiza con tinta ecológica y que en este sentido se ha tenido en cuenta el 'Proyecto Murcia Ciudad Sostenible'.

Año: 2011 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Las fotos las hice yo de un ejemplar que recogí en la oficina de turismo
En BR DMUG 6042 Título:Feria de Murcia septiembre 2011 [Material gráfico] / Nono García.Editorial:Murcia : Ayuntamiento de Murcia,
2011 (Novograf)Descripción física:1 lám. (cartel) : il. ; 94 x 68 cm.Materias:Carteles

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 94 x 68 cm.

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

feria de murcia

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Murcia

septiembre 2011

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Murcia

5) Autor: Pintura: Nono García si no

6) Imprenta: Imprime: A. G. Novograf si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

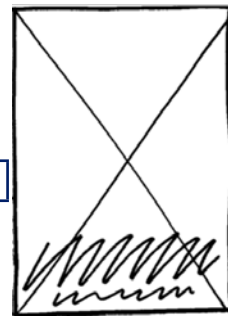
D.L.: MU-1.009-2011

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out C

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Casas de Murcia con fuegos artificiales Real

2) Lugar Ciudad de Murcia Real

3) Tiempo Despejado Definido

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical que consta de una obra a sangre del pintor murciano Nono García. El fondo del cartel es blanco. En la parte superior un paisaje de los edificios de Murcia desde arriba, donde se distinguen las cúpulas de varios templos, las azoteas de edificios altos y destaca entre ellos la Torre de la Catedral. En el paisaje urbano se reconoce una palmera en la parte izquierda de cuyos trazos se derraman unas gotas que llegan a la parte inferior del cartel.

La firma del autor se sitúa en la parte inferior derecha del cuadro. En el cuarto inferior derecho aparecen los textos del anuncio: el título en dos líneas en una tipografía romana, en distintos tamaños y en minúsculas formando un rectángulo, donde la palabra feria va en magenta y el resto en negro; debajo y justificado a la caja izquierda el mes y el año en la misma tipografía y en negro - septiembre 2011- con los dos últimos números uno alargados hacia abajo con la pintura. Más a bajo e igualmente justificado a la caja izquierda con los textos anteriores la identidad del Ayuntamiento de Murcia en negro con las líneas y texto en blanco Murcia.

En el margen izquierdo inferior en vertical se sitúan los créditos del autor, la imprenta y el depósito legal en negro y tipografía de palo seco: Pintura: Nono García / Imprime: A. G. Novograf / D.L.: MU-1.009-2011

Convergencia denotación/connotación:

Se trata de un cartel que pone el énfasis en la ciudad de Murcia que se deja ver en esta vista de pájaro de los edificios de pisos propios de la ciudad que se intercalan con las edificaciones más antiguas y representativas como la Catedral con su conocida torre. Que se trata de una ciudad en fiestas nos lo indican las salpicaduras de colores que representan los fuegos artificiales propios de los festejos locales para todas las públicas. Aunque el fondo es blanco la noche queda transmitida porque los fuegos artificiales solo se perciben en contraste con la oscuridad de la noche. El movimiento se significa porque es implícito a los fuegos artificiales y también con las gotas que caen y recorren el espacio. La claridad de la imagen transmite buen tiempo.

Otros datos

Año: 2012 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Las fotos las hice yo de un ejemplar que recogí en la oficina de turismo

Estado Tamaño si no 94 x 68 cm.

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Feria de MURCIA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

30 Agosto / 11 Septiembre 2012

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

MURCIA

5) Autor: Autor: José Lucas

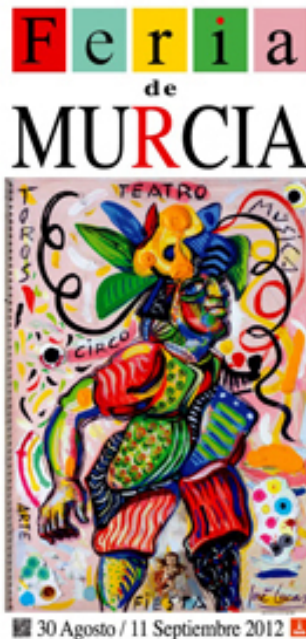
si no

6) Imprenta: Imprime: A. G. Novograf

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

D.L.: MU 663-2012

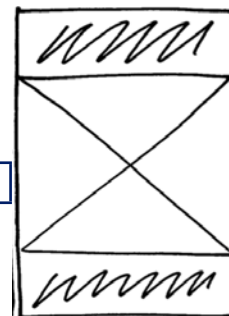
ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración

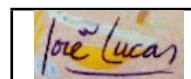
2) Margen

3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria

- Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
- Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
- Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia

- Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
- Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia

- Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
- Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
- Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
- Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical que consta de una obra del pintor murciano Nono García. La pintura acrílica sobre cartón y unas medidas de 49 x 34 cm. En la parte superior e inferior del cartel hay dos espacios de fondo blanco donde se sitúan el título de la feria, las fechas, las identidades de la organización y el código QR. En la parte de arriba en tres líneas, tipografía romana y color negro excepto el punto de la i de Feria y la R de MURCIA. Cada letra de Feria va sobre un rectángulo de un color (rojo, azul, amarillo, verde y rosa). En el faldón inferior los textos de las fechas de la feria en negro con la misma tipografía del título 30 Agosto / 11 Septiembre 2012. A la derecha de la fecha la identidad del Ayuntamiento en rojo con las líneas y texto Murcia en blanco y a la izquierda un código QR en negro.

El fondo del cartel es rosa claro. El cuadro ocupa el centro del cartel donde aparece en el margen izquierdo de arriba abajo el gusanillo de una libreta. La ilustración está integrada por la figura de un personaje humano vestido como un bufón -personaje propio de la comedia del arte italiano- con todos los colores del arco iris y en movimiento que mira de lado al espectador. Al individuo le rodean los nombres de las actividades de la feria de Murcia en color negro y a mano con distintas caligrafías: además, el artista ha incluido las palabras: TOROS, TEATRO, MÚSICA, CIRCO, ARTE Y FIESTA. La figura está rodeada de formas y líneas de colores y hay una fotografía de un angelito en la parte inferior. La firma del autor se sitúa en la parte inferior derecha del cuadro.

En el faldón inferior debajo de la ilustración a la derecha se sitúan los créditos del autor, la imprenta y el depósito legal en negro y tipografía de palo seco: Imprime: A. G. Novograf . Autor: José Lucas . D.L.: MU 663-2012

Convergencia denotación/connotación:

La obra del pintor es una explosión de colores y formas que transmite la alegría de la fiesta mediante la figura humana que recuerda a un personaje de arlequín con trazos de vivos colores y todo su entorno luminoso y en movimiento. El código QR en negro sirve para que los viandantes puedan descargar el programa de las fiestas directamente en sus móviles lo que implica la interacción de los organizadores con las personas de manera que le facilitan la información para que puedan disfrutar de la oferta que deseen. La variedad de actividades que el Ayuntamiento prepara para que los ciudadanos disfruten se expresa con las palabras escritas en torno al personaje.

José Lucas explicó a los medios que la elección de esta figura "casi hedonista" es la de "quitar el muermo y las dificultades" y "transmitir a los ciudadanos el espíritu lúdico de fiesta, diversión y juerga". Igualmente, el pintor ha manifestado que su intención en la de "insuflarle alegría al espíritu de la gente", ya que "el único antídoto" contra la situación actual es "la diversión y pasarlo bien". El Alcalde interpretó en cartel como la "explosión del colorido en torno a la Feria de septiembre" a la que ha identificado con la "música, alegría y con vivirlo en la calle con intensidad" y ha añadido que "sin duda ha conseguido" expresarlo. (http://noticias.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/turismo-y-tiempo-libre/camara-presenta-el-cartel-de-la-feria-de-septiembre-de-murcia-donado-por-el-pintor-ciezano-jose-lucas_vxFdhTx7OumhAPBSF6w6/)

Otros datos

El cartel anunciador de la Feria 2012 incluye por primera vez un código QR que permite consultar la versión digital del programa de fiestas cuando a finales de agosto sea presentado, aplicación que ya se utilizó para la difusión del último programa de Fiestas de Primavera del mismo año.

Se realizó edición de cerca de 2.000 carteles, y una impresión de tamaño más reducido para mostrar en escaparates de comercios y establecimientos de hostelería. Los carteles se expusieron especialmente en mupis y banderolas en farolas, ese efectuó una campaña especial de difusión en playas desde Benidorm hasta Almería y otros municipios de la Región.

Año: 2013 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: La imagen la he encontrado en internet <http://www.laopiniondemurcia.es/murcia/2013/08/08/alberto-corazon-pone-misterio-cartel/489568.html> el programa lo imprime novograf pero no se quien imprime el cartel.

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Feria de Murcia

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Murcia

SEPTIEMBRE 2013

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Murcia

5) Autor: Alberto Corazón si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

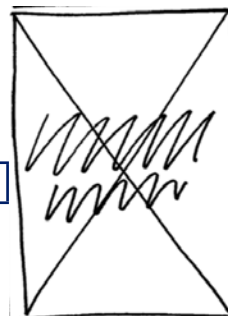
D.L.: MU- -2013

ELEMENTOS VISUALES

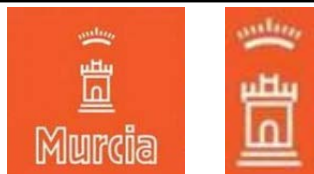
1) Tipo de ilustración Diseño gráfico 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out A B

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Trazos

Fantástico

2) Lugar Ciudad de Murcia Real

3) Tiempo Indefinido Indefinido

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusell/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical obra del pintor y diseñador madrileño Alberto Corazón. El protagonista del cartel es el título de las fiestas anunciadas y las fechas de celebración que tiene la misma tipografía que la identidad del Ayuntamiento que es también fruto de su trabajo. Los textos aparecen en dos tonos de azul, el más oscuro para los perfiles de las letras y el más claro para el relleno de las mismas. Los textos se disponen en cinco líneas con diversos cuerpos que de arriba abajo son: Feria / de / Murcia / SEPTIEMBRE/ 2013.

Debajo centrada la identidad corporativa del Ayuntamiento en rojo con las líneas y texto Murcia en blanco.

El fondo de la imagen es beige amarillo sobre este fondo hay una serie de elementos abstractos que se repite por toda la extensión del cartel. El elemento está formado por cuatro pinceladas, cada una de un color -rojo, amarillo, beige y negro-, que se unen por la parte inferior.

No vemos la firma del autor y aunque se percibe una línea negra en el margen vertical derecho del cartel no podemos asegurar que se trate de los créditos del autor, la imprenta y el depósito legal aunque es lo más probable.

Convergencia denotación/connotación:

La imagen de fondo transmite movimiento por las pinceladas dispersas y calor por los tonos rojos y amarillos. Así mismo se transmite luz por los tonos amarillos y explosión por la forma de los elementos decorativos que podrían evocar los fuegos artificiales. El color de los textos azules pone de relieve la importancia del texto: la feria de septiembre de Murcia. El cartel no lleva ningún elemento característico del evento ni de la ciudad donde ocurre pero según aparece en los medios locales: La convocatoria 'Feria de Murcia' es la protagonista del trabajo de Corazón, dejando a la imagen en un segundo plano. Una imagen que ha querido que resultase tan seductora como evocadora de una fiesta total, para públicos de todas las edades y de todos los gustos. Así, los amantes del teatro, los taurinos, los amantes de la música, los niños, a los que la fascinación del fuego, en las hogueras, en los fuegos artificiales, sigue atrapándoles... todos encontrarán un motivo para dedicarle unos minutos a la obra. De igual forma, para los desarrollos tipográficos Corazón ha utilizado los mismos recursos del logotipo del ayuntamiento de Murcia, también obra suya, para continuar consolidando la nueva identidad gráfica de la institución.

El artista ha querido diseñar «un cartel que no se consuma inmediatamente una vez visto, que tenga un punto de misterio, que provoque hablar de él. Como con el arte, no hay que preguntarse qué significa, sino qué me sugiere. Y cuantas más cosas sugiera, será mejor cartel», indica Corazón.http://www.laopiniondemurcia.es/especiales/feria-murcia/2013/09/alberto-corazon-ilustra-feria-cartel-invita-hablar-n288_16_6521.html

Otros datos

EL AUTOR DE ESTE AÑO NO ES MURCIANO, es Alberto Corazón ha adaptado la gráfica a las condiciones de lectura en cada soporte que se instalará en las calles de la capital (banderolas, mupis, carteles).

El programa de fiestas de este año en la portada aparece un logotipo de fiestas de Murcia y debajo otro con el texto "Ahora" FERIA DE MURCIA SEPTIEMBRE 2013. Con fotos de los moros, la Fuensanta en Romería, los fuegos artificiales y la feria.

Año: 2014 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

FERIA GENERAL UNA ACTIVIDAD

Fuente: Las fotos las hice yo de un ejemplar que recogí en la oficina de turismo

Estado Localizado SI imagen Tamaño SI NO 98 x 68,5

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: SI NO

Feria de Murcia

2) Lugar: SI NO

MURCIA

3) Fechas: SI NO

SEPTIEMBRE 2014

4) Anunciante:organiza y colabora: SI NO

Murcia

5) Autor: Autor: Carlos Pardo

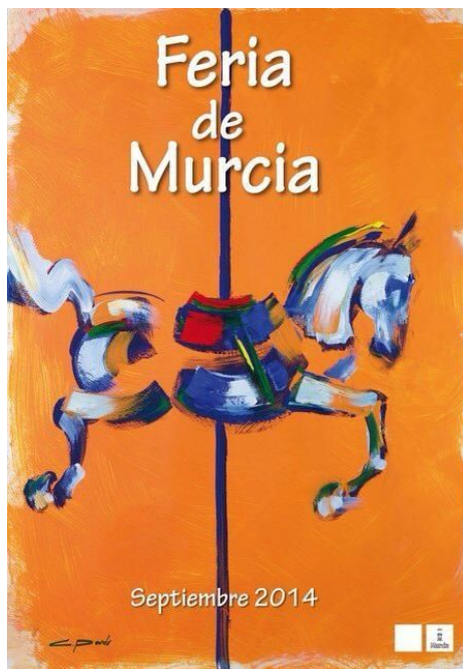
SI NO

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf

SI NO

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan SI NO

Otros textos persuasivos: SI NO



3. OTROS TEXTOS

D.L.: MU- 872 -2014

ELEMENTOS VISUALES

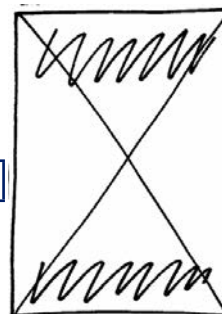
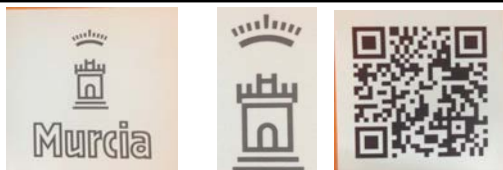
1) Tipo de ilustración

2) Margen

3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): SI NO

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma SI NO



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Caballito de Feria con palo en espiral

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Feria

Niño/a-s Carpa Carrusel/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia

Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia

Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical obra del pintor murciano Carlos Pardo. El personaje protagonista del cartel es un gran caballito de feria en tonos azules, con la silla de montar roja, atravesado por la barra espiral azul oscura que lo sujeta propia de esta atracción de feria infantil. El fondo de la imagen es naranja fuerte el color complementario del azul oscuro del caballito. El caballo presenta colores blancos muy intensos y el borde del cartel tiene pinceladas donde el naranja deja ver el blanco del papel.

El título del cartel encabeza el mismo centrado en tres líneas sobre la barra del caballito en color blanco y sombra gris - desplazada hacia la derecha y abajo- y con tipografía manual caligráfica: Feria / de / Murcia. En la parte inferior del cartel centrado sobre la barra azul, en blanco y misma tipografía que el título las fechas en una línea: Septiembre 2014.

La firma del artista está en la esquina izquierda en negro.

En la esquina derecha se encuentra la identidad corporativa del Ayuntamiento sobre fondo blanco con las líneas y texto Murcia en negro y a su izquierda sobre un recuadro blanco el código QR. A la misma altura en el margen se sitúan los créditos del autor, la imprenta y el depósito legal en negro y tipografía de palo seco: Autor: Carlos Pardo - Imprime: A.G. Novograf - D.L.: MU- 872 -2014

Convergencia denotación/connotación:

La imagen transmite movimiento por las pinceladas de la pintura del caballo y a su alrededor, la postura del caballito y la barra que lo sujeta. Aunque el caballito parece que centra la atención en los niños más pequeños es a la vez una atracción que perdura en el tiempo y de la que todas las generaciones vivas han disfrutado o conocido de pequeños por lo que se transmite que la feria es para todos. Los colores complementarios naranja y azul provocan que el cartel vibre y transmita luz y brillo. Los colores del caballo también transmiten los brillos propios de las luces de la feria y si hay luces es porque es de noche cuando los pueblos se llenan de luces música y bullicio de personas que se divierten.

Otros datos

Año: 2015 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

Feria General Una Actividad

Fuente: Imagen digital encontrada en <http://www.forocoches.com/foro/showthread.php?t=4493608>
Cartel original recogido en la oficina de información

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 97,7 x 58

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Feria de Murcia

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
Murcia septiembre 2015

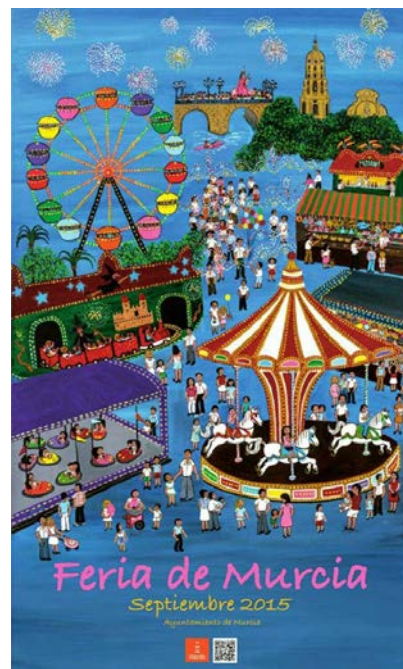
4) Anunciante: organiza y colabora: si no
Ayuntamiento de Murcia

5) Autor: Autora: Carmen Artigas si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



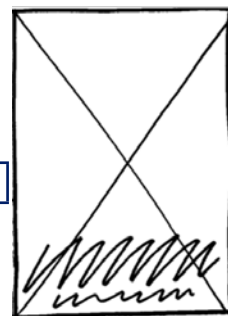
3. OTROS TEXTOS

D.L.: MU- 950-2015

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out C

4) Identidad Gráfica (Isotipo/símbolo): si no



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Niños con adultos y trabajadores de la feria, Virgen de la Fuensanta, atracciones de feria Real

2) Lugar Recinto Ferial y avenida del río Segura de Murcia de la ciudad de Murcia Real

3) Tiempo cálido Definido

Signos Feria Niño/a-s Carpa Carrusel/Caballitos Manton manila y Mantilla Voladores y Mrusa
 Globos Atracciones Fuegos artificiales Bandera de España
 Toros Noria Farolillos y adornos Coches de Choque

Signos Murcia Torre Catedral Puente Viejo Fachada Ayuntamiento Moneo Palmera Huerta
 Imafrente Teatro Romea Santuario Fuensanta Traje regional Barraca Río

Signos Feria de Murcia Noche/Estrellas Luces Música/instrumento Virgen de la Fuensanta Romería
 Jóvenes Flores Títeres/Guiñol Variedad de actividades
 Padres Frutos/limón Traje regional Festival Folklore
 Baile Huertos Abanico Moros y Cristianos

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical obra del pintora murciano Carmen Artigas de estilo naif. La ilustración integra los aspectos de la feria más representativos como son la romería para acompañar al a Virgen de la Fuensanta a su santuario pasando por el puente viejo, como el ambiente del recinto ferial con las atracciones más significativas - noria, tren de la bruja, coches de choque, caballito, tómbola y tiro- y donde no falta la vendedora de dulce de algodón y la caseta de bebidas de la marca murciana de cerveza Estrella de levante. Todo la feria se ve repleta de jóvenes y padres con hijos de todas las edades incluidos los bebés en carricoches y tomados en brazos, en la escena no faltan los globos en manos de una niña y del hombre que los vende. Las luces se reparten por todas la atracciones y destacan las luminarias que adornan las calles principales de la ciudad de lado a lado.

Por encima de la virgen en la parte superior derecha se asoma y corona la escena la torre de la catedral y la peineta del imafrente y el verdor del follaje de los árboles se reparten a derecha e izquierda donde sobresalen las palmeras típicas de la ciudad.

Toda la ilustración tiene el fondo azul que en la parte superior es del cielo iluminado por los fuegos artificiales y que se vuelve río por debajo del puente, por donde navega un piragüista y se mancha de grises en el suelo de la feria.

En la parte inferior del cartel centrado sobre la barra azul, en blanco y misma tipografía que el título las fechas en una línea: Septiembre 2014.

La firma del artista está en la parte inferior izquierda de la ilustración insertado entre las hileras de luces de la caseta de los coches de choques esquina izquierda en negro.

En la parte inferior del cartel se sitúan en tres líneas centrados, los textos del título de la fiesta, la fecha y el anunciante. De arriba abajo encontramos: *Feria de Murcia* en tipografía manual de color rosa/ *septiembre 2015* en amarillo/*Ayuntamiento de Murcia* en el mismo amarillo que la fecha. Debajo y también centrado se encuentra la identidad corporativa del Ayuntamiento sobre fondo rojo y a su derecha sobre un recuadro blanco el código QR.

En el margen derecho abajo donde termina el dibujo se sitúan los créditos de la imprenta, la autora y el depósito legal con un tipografía de palo seco pequeña y en color blanco sobre la pintura: Imprime: A.G. Novograf. Autora: Carmen Artigas.D.L.: MU- 950-2015

Convergencia denotación/connotación:

La imagen transmite movimiento con el bullicio de los visitantes de la feria, las atracciones en pleno funcionamiento llenas de crios acompañados por adultos y de jóvenes, los acompañantes de la Virgen caminando agolpados, los fuegos artificiales, etc.

Se unen la noche y el día en ese cielo con fuegos de artificio sobre el trono de la Patrona que sale de la ciudad al alba.

Se une la tierra y el agua porque el río parece que llegase a todas partes.

Las luces son uno de los elementos característicos de la ciudad en fiestas y se encuentra en toda la imagen.

Otros datos

Es muy curioso que se haya incluido como subtítulo el texto Ayuntamiento de Murcia con la misma tipografía que los demás textos porque no pertenece a la identidad corporativa del Ayuntamiento que ha reducido el texto a Murcia y por lo que sea los encargados han decidido especificar que es el ayuntamiento el responsable de las fiestas septembrinas. por tercer año consecutivo no especifica los días en los que se celebran las fiestas. En los últimos años los días de celebración suelen no aparecer sin embargo ha sido un dato habitual en estos carteles festivos.

Año: 1968 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: CAJA POSTALES no digitalizada Museo Ramón Gaya de Murcia ESCANEO PROPIO

Encontrado también en el Boletín de Información del Excmo. Ayuntamiento de Murcia, Año III, nº 27

http://www.archivodemurcia.es/p_pandora/cgi-bin/Pandora.exe?fn=select;xslt=e;query=id:0000328400;words=;encoding=utf-8 Boletín Municipal de la creación del festival con la imagen del cartel.

En la BRM aparece la referencia del programa del festival sin embargo en la caja donde debería estar encontramos el de 1969, 70 y otros tantos pero no este del primer año el 6 de agosto de 2014, he quedado en volver en septiembre que estará el responsable.

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

I FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE DEL MEDITERRANEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA 14-15-16 SEPTIEMBRE 1.968

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Suponemos que organiza el patronato del festival al que pertenece el logo del mismo. No aparece en el cartel pero sabemos por la prensa ABC y por el Boletín que está patrocinado por el Gobernador provincial de Murcia

5) Autor: Manuel Muñoz Barberán si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

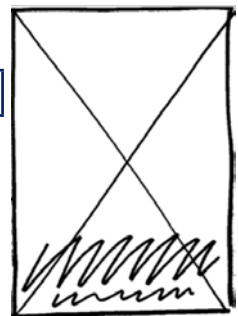
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica: si no

FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE DEL MEDITERRANEO



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Pareja de huertanos bailando, sol y mar

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz Imafrente Santuario Fuensanta Barraca Balneario Puente Viejo Moneo Huerta Molino Teatro Romea Traje regional Río

Signos Festival Folklore Mediterráneo Murcia sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle cielo mediterráneo un país concreto cantor/es músico/s bailarín/a mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical donde texto e imagen se integran en una estampa de fondo blanco sangre (sin marco). En la esquina superior derecha se sitúa el logotipo del festival en negro y a su izquierda la fecha de la celebración del mismo en un bloque de texto del mismo tipo distribuido en tres líneas del mismo cuerpo y centrado (de arriba abajo se marca con la barra inclinada"/" el salto de línea): 14-15-16/ SEPTIEMBRE/ 1.968/.

Aparece en primer plano, centrada, una pareja de jóvenes huertanos ataviados con el traje regional bailando (incluye peinado y adorno de la chica) una danza típica murciana.

La escena se desarrolla en un paisaje de playa en el que destaca un gran sol (que comienza en la esquina superior izquierda) sobre el mar que desemboca en la arena.

La ilustración está firmada por el pintor.

En la parte inferior aparece el texto en negro, mayúscula y con tipo de letra de palo seco que sirve de base a la escena, justificado a la izquierda en tres líneas (de arriba abajo se marca con la barra inclinada"/" el salto de línea):

I FESTIVAL/INTERNACIONAL /DE FOLKLORE DEL MEDITERRANEO - MURCIA.

Convergencia denotación/connotación:

La pareja de jóvenes baila una danza típica del folklore murciano esto nos lo transmite tanto el traje regional que portan como la postura de los brazos, sobre todo, y de las piernas y la sincronía del movimiento.

El movimiento aparece en la imagen en la postura de las cabezas, brazos y piernas de los huertanos.

El entorno de playa en el que destaca un gran sol y el mar se vincula con el paisaje mediterráneo al que hace alusión el texto en negro que sirve de base a la escena, la chica va en manga corta lo que indica que la temperatura no es baja, no hace frío.

Los textos informan sobre el lugar -Murcia-, los días de celebración del evento -14, 15, y 16 de septiembre de 1968-, el nombre del acontecimiento que se celebra y que se trata de su primera edición "Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo". El logotipo del festival transmite que es un acontecimiento con identidad propia y que si todo sale correctamente se seguirá celebrando en el futuro. Este último dato lo refuerza que en el nombre se incluya el número de la edición "I" que lleva a pensar en la sucesión de celebraciones que le seguirán II, III, etc., en definitiva que es un proyecto con continuidad.

Aparece la rúbrica en la ilustración del cartel lo que significa que se trata del trabajo de un artista, en este caso un pintor local costumbrista del que se reproduce una pintura.

Otros datos

Como no hemos visto un cartel original solo lo recogido en la postal, no contabilizamos que lleve escrito los datos del depósito legal y de la imprenta. Suponemos que se los llevaría porque en los carteles de estos años era una práctica habitual.

El autor del imagen del cartel es un pintor local de prestigio que firma su trabajo.

Año: 1969 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Archivo del Almudí: 2 referencias: 1) catalogado y DIGITALIZADO "1 ""a"Muñoz Barberán, Manuel"ZZ0000679""10""a"II Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo-Murcia"h" [Material gráfico]"b" : 10-11-12 octubre 1969"c" / Manuel Muñoz Barberán -- ""a"[Murcia"b" : s.n]"c", D.L. 1969"e" (Murcia"p" : G. Belkron) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" : 90 x 64 cm " ""a"Representa: Europa con los grupos folklóricos alrededor.D.L. ""a"MU-179-1969"24""a"Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo"n" (2"d". 1969"c ".Murcia)"j"-Carteles"ZZ0005855"" 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * "1 ""a"MU-AM"j" 146C

Existe otra versión del cartel en la CAJA de POSTALES propiedad del Museo Ramón Gaya de Murcia que se analiza en la ficha siguiente.

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 90 x 64 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

II FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE DEL MEDITERRANEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA 10-11-12/ OCTUBRE/ 1969

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Suponemos que organiza el patronato del festival al que pertenece el logo del festival. No aparece en el cartel pero sabemos que lo preside el Gobernador civil de Murcia y colaboran instituciones públicas y privadas.

5) Autor: Muñoz Barberán, Manuel si no

6) Imprenta: G. Belkrom, S. L. - Ctra. Alcantarilla, 132 - MURCIA si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

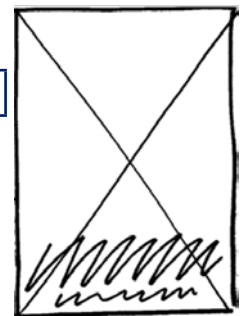
Dep. Leg. 179 - MU -1969

ELEMENTOS VISUALES

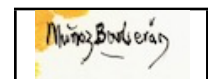
1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica: si no

FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE DEL MEDITERRANEO



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: grupo folklóricos en parejas cintas y mapa del mediterráneo

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz Imafrente Santuario Fuensanta Barraca Balneario Puente Viejo Moneo Huerta Molino Teatro Romea Traje regional Río

Signos Festival Folklore Mediterráneo Murcia sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle cielo mediterráneo un país concreto cantor/es músico/s bailarín/a mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical donde texto e imagen se integran en una estampa a sangre (sin marco). El fondo es blanco a sangre.

En la esquina superior derecha se sitúa el logotipo del festival en negro y en la esquina izquierda la fecha de la celebración del mismo en un bloque de texto del mismo tipo distribuido en tres líneas del mismo cuerpo y centrado (de arriba abajo se marca con la barra inclinada"/" el salto de línea): 10-11-12/ OCTUBRE/ 1969.

Aparece en el centro de la ilustración el mapa del Mar Mediterráneo con todos los países de Europa que delimitan con él dibujado con una línea blanca y todo el fondo es azul haciendo que el Mar mediterráneo bañe todo el territorio con pinceladas que simulan las hondas del agua. Rodea este mapa una franja ancha de colores anaranjados como la arena de las playas sobre las que aparecen trece parejas de baile distribuidas en círculo circundando el continente. Las parejas danzan agarradas con un brazo y con el otro levantado y las piernas en movimiento con trajes coloridos y sombreros que deben corresponder a trajes típicos de un lugar concreto. Cada pareja sostiene una cinta de un color que se une a las del resto del grupo en la punta de un mastil que aparece en la parte superior derecha de la imagen. El autor ha estampado su firma en la esquina derecha inferior.

En el mapa aparece la silueta de la catedral de Murcia que sobresale del este del mapa de España con línea blanca.

La escena descansa sobre el nombre del evento con el texto en negro, mayúscula y con tipo de letra de palo seco y centrado en dos líneas (de arriba abajo se marca con la barra inclinada"/" el salto de línea): II FESTIVAL INTERNACIONAL /DE FOLKLORE DEL MEDITERRANEO - MURCIA que ocupa apro. 1/5 del cartel.

En la parte inferior se colocan justificados a la izquierda y a la derecha respectivamente los siguientes textos sobre la imprenta y el depósito legal en un cuerpo de letra pequeño: /G. Belkrom, S. L. - Ctra. Alcantarilla, 132 - MURCIA - 1.969;/ /Dep. Leg. 179 - MU -1969/.

Convergencia denotación/connotación:

La imagen nos sitúa en el Mar Mediterráneo que es el protagonista de la escena y que inunda toda la tierra, por eso los países son de agua de mar y no colores de vegetación o tierra.

La composición da cabida a todos los países que baña sus costas en él y señala como lugar de referencia la ciudad de Murcia en España desde donde sobresale como señal de localización la torre de su catedral, lo que sitúa el acto anunciado en este lugar concreto donde se reúnen todos estos países. Esto informa de que los grupos folklóricos convocadas en este festival tienen como condición limitar con el Mediterráneo. La arena donde desemboca el Mar es el suelo que pisa el grupo folklórico que representa un baile en círculo que recoge en su interior a todos los pueblos del mapa y que forma una especie de carpa con cintas de colores unidas que simboliza la unión armoniosa de los pueblos. Se trata de un evento internacional ya que los grupos participantes no son solo españoles como el que aparece en esta pintura. Se trata de un baile folklórico por cuanto los personajes visten traje regional y por la postura de los brazos y de las piernas en movimiento sincrónico.

El movimiento aparece en la imagen en las posturas de brazos y piernas de las parejas de baile y en las cintas (sobre todo en las puntas de las lazadas).

Los textos informan sobre el lugar (Murcia) los días de celebración del evento, 10, 11, y 12 de octubre de 1969, el nombre del acontecimiento que se celebra y que se trata de su segunda edición "II Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo".

El nombre de la imprenta y el depósito legal del cartel dotan al mismo y a la organización de la actividad de seriedad, legalidad y responsabilidad.

El logotipo del festival transmite que es un acontecimiento con identidad propia y que si todo sale correctamente se seguirá celebrando en el futuro. Este último dato lo refuerza la inclusión en el nombre del número de la edición "II" que lleva a pensar que se continuará celebrando en los años sucesivos.

Este segundo año no se realiza en septiembre con la Feria de Murcia sino en octubre de forma individual, lo que indica que no es un acto más de estas fiestas murcianas.

Aparece la rúbrica en la ilustración del cartel lo que significa que se trata del trabajo de un artista, en este caso un pintor local costumbrista del que se reproduce una pintura.

Otros datos

En este cartel se observa un cambio en el logotipo del festival en las olas del mar de la parte inferior que en el primer año era una curva no simétrica más elevada de derecha que de izquierda, ahora la curva es simétrica en el centro donde desciende.

Se celebra en octubre lo que será la excepción que confirme la regla hasta 2013 y 2014 cuando el festival se traslada al mes de julio

Año: 1969 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Este cartel pertenece a la CAJA de POSTALES propiedad del Museo Ramón Gaya de Murcia y presenta DIFERENCIAS RESPECTO A LA OTRA PIEZA DEL MISMO AÑO del Archivo del Almuñé analizada en la ficha anterior: se observan cambios en la ILUSTRACIÓN (aunque el autor y tema son los mismos), COMPOSICIÓN del texto y LOGOTIPO que aparece en azul en vez de en negro. NO DIGITALIZADA por el Museo, escaneada por la investigación. Esta versión la hemos encontrado también en el Boletín de información del Excm. Ayuntamiento de Murcia, año IV, nº38. a una sola tinta en la web del Archivo Municipal de Murcia.

Creemos que coincide con la segunda referencia del Archivo del Almuñé de carteles de folklore de este año que es la siguiente: "1.ª a) Muñoz Barberán, Manuel" ZZ0000679 "10.ª a) II Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo" h) [Material gráfico] b) : 1969, 10-11-12 octubre" c) / Muñoz Barberán. -- " " a) [Murcia] b) : [Ayuntamiento de Murcia] c) , 1969 " " a) 1 lám. (cartel) b) : col. " c) : 90 x 63 cm " 24.ª a) Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo" n) (2ª) d) . 1969 " c) . Murcia) j) -Carteles" ZZ0005855 " " 4.ª a) [Murcia] b) " Fiesta" c) Carteles" ZZ0004987 " " " a) MUÑEZ BARBERÁN" 10C

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 90 x 63 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

II FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE DEL MEDITERRANEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA 10, 11 y 12 / OCTUBRE / 1969

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Suponemos que organiza el patronato del festival al que pertenece el logo del festival. No aparece en el cartel pero sabemos que lo preside el Gobernador civil de Murcia y colaboran instituciones públicas y privadas.

5) Autor: Muñoz Barberán, Manuel si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

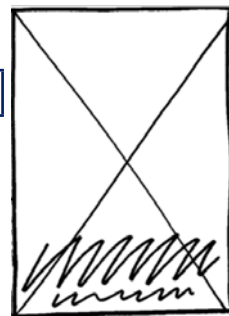
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica: si no

FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE DEL MEDITERRANEO



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Parejas de grupo folklórico y cintas

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz Imafrente Santuario Fuensanta Barraca Balneario Puente Viejo Moneo Huerta Molino Teatro Romea Traje regional Río

Signos Festival Folklore Mediterráneo Murcia sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle cielo mediterráneo un país concreto cantor/es músico/s bailarín/a mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical donde texto e imagen se integran en una estampa a sangre (sin marco). El fondo es blanco a sangre. En la esquina superior derecha se sitúa la fecha de la celebración del mismo en un bloque de texto del mismo tipo distribuido en tres líneas del mismo cuerpo y centrado (de arriba abajo se marca con la barra inclinada"/" el salto de línea): 10, 11 y 12/ OCTUBRE/ 1969 y en la esquina izquierda el logotipo del festival en azul cyan.

Aparece en el centro de la ilustración un grupo de baile de determinado país que baila por parejas unidas por unas cintas que convergen sobre el grupo en una lazada formada por las cintas de todas las parejas de baile que sostiene un mastil negro en la punta más alta.

El primer plano lo ocupa una pareja en pleno baile en la que se detallan los trajes típicos y sus complementos como sombreros y adornos.

El resto de las parejas aparecen girando en círculo alrededor del mastil de las cintas, todas ellas danzan con los brazos levantados y las piernas en movimiento.

El suelo y el fondo de la escena son trazos anaranjados y amarillos cálidos. El autor ha estampado su firma en la esquina derecha inferior de la ilustración.

La escena descansa sobre el nombre del evento con el texto en negro, mayúscula y con tipo de letra de palo seco, justificado a la izquierda en tres líneas (de arriba abajo se marca con la barra inclinada"/" el salto de línea):

II FESTIVAL/INTERNACIONAL /DE FOLKLORE DEL MEDITERRANEO - MURCIA. MURCIA está escrito con un cuerpo de letra 1/3 más mayor que el nombre del festival.

Convergencia denotación/connotación:

La imagen nos sitúa frente a una representación de un baile folklórico. Reconocemos que se trata de un baile folklórico por la indumentaria de los personajes que visten traje regional y por la postura de los brazos y de las piernas que corresponden a las danzas populares.

Se trata de un evento internacional ya que los grupos participantes no son solo españoles como el que aparece en esta pintura.

El movimiento aparece en la imagen en las posturas de brazos y piernas de las parejas de baile y en las cintas (sobre todo en las puntas de las lazadas), así como en los trazos semicirculares que envuelven a los danzantes.

Los textos informan sobre el lugar (Murcia) los días de celebración del evento, 10, 11, y 12 de octubre de 1969, el nombre del acontecimiento que se celebra y que se trata de su segunda edición "II Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo".

El logotipo del festival transmite que es un acontecimiento con identidad propia y que si todo sale correctamente se seguirá celebrando en el futuro. Este último dato lo refuerza la inclusión en el nombre del número de la edición "II" que lleva a pensar que se continuará celebrando en los años sucesivos.

Este segundo año no se realiza en septiembre con la Feria de Murcia sino en octubre de forma individual, lo que indica que no es un acto más de estas fiestas murcianas.

Aparece la rúbrica en la ilustración del cartel lo que significa que se trata del trabajo de un artista, en este caso un pintor local costumbrista del que se reproduce una pintura.

Otros datos

En este cartel se observa un cambio en el logotipo del festival en las olas del mar de la parte inferior que en el primer año era una curva no simétrica más elevada de derecha que de izquierda, ahora la curva es simétrica en el centro donde desciende y cambia de color a azul cyan.

Como no hemos visto un cartel original solo lo recogido en la postal, no contabilizamos que lleve escrito los datos del depósito legal y de la imprenta. Suponemos que se los llevaría porque en los carteles de estos años era una práctica habitual. Hay que solicitar en el Almuñécar ver la segunda referencia para comprobar que es esta imagen la segunda versión del cartel.

Año: 1970 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Versión del cartel en la CAJA de POSTALES propiedad del Museo Ramón Gaya de Murcia. NO DIGITALIZADA por el Museo, escaneada por la investigación. Existe otro cartel de este año que hemos encontrado en el programa de actos del festival (en la Biblioteca Regional de Murcia, HP 1963) y que se analiza en la ficha siguiente.

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

III FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRANEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA 17, 18, 19 y 20/ SEPTIEMBRE/ 1970

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Suponemos que organiza el patronato del festival al que pertenece el logo del festival. No aparece en el cartel pero sabemos que lo preside el Gobernador civil de Murcia y colaboran instituciones públicas y privadas.

5) Autor: Muñoz Barberán, Manuel si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

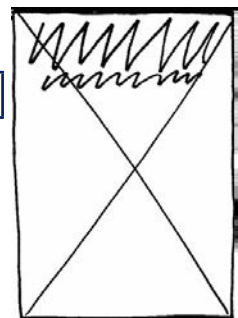
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

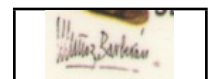
1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica: si no

FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRANEO



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: pareja de baile de grupo ruso

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia

- | | | | |
|---|---|----------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Torre Catedral | <input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento | <input type="checkbox"/> Palmera | <input type="checkbox"/> Plaza de la Cruz |
| <input type="checkbox"/> Imafrente | <input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta | <input type="checkbox"/> Barraca | <input type="checkbox"/> Balneario |
| <input type="checkbox"/> Puente Viejo | <input type="checkbox"/> Moneo | <input type="checkbox"/> Huerta | <input type="checkbox"/> Molino |
| <input type="checkbox"/> Teatro Romea | <input type="checkbox"/> Traje regional | <input type="checkbox"/> Río | |

Signos

Festival Folklore Mediterráneo Murcia

- | | | | | | |
|--------------------------------|---------------------------------------|--|---|---|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> sol | <input type="checkbox"/> fuego | <input type="checkbox"/> corazones | <input type="checkbox"/> símbolo paz | <input type="checkbox"/> grupo bailando | <input type="checkbox"/> azul |
| <input type="checkbox"/> mar | <input type="checkbox"/> arena playa | <input type="checkbox"/> banderas | <input type="checkbox"/> personaje murciano | <input checked="" type="checkbox"/> pareja/s bailando | <input type="checkbox"/> calle |
| <input type="checkbox"/> cielo | <input type="checkbox"/> mediterráneo | <input checked="" type="checkbox"/> un país concreto | <input type="checkbox"/> cantor/es músico/s | <input type="checkbox"/> bailarín/a | |
| <input type="checkbox"/> mapa | <input type="checkbox"/> cintas | <input type="checkbox"/> unión países | <input type="checkbox"/> grupo folklórico | <input checked="" type="checkbox"/> movimiento | |

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical donde texto e imagen se integran en una estampa a sangre (sin marco). El fondo es blanco a sangre. En la parte superior se sitúa el nombre del evento anunciado con el texto en negro, mayúscula y con tipo de letra de palo seco y justificada la primera línea a la izquierda y la segunda a la derecha (de arriba abajo se marca con la barra inclinada"/" el salto de línea): III FESTIVAL INTERNACIONAL DE/ FOLKLORE DEL MEDITERRANEO que ocupa aprox. 1/7 del cartel.

Bajo el título se coloca la escena que ocupa el resto del cartel.

La imagen consiste en una pareja de baile ataviada con el traje típico de su lugar de origen. La chica aparece de frente con la cabeza inclinada y una sonrisa alegre con los brazos en jarras y las piernas abiertas y levemente dobladas las rodillas. El chico está pegado a ella por la espalda y aparece de perfil en la misma postura. La estampa no tiene ningún tipo de fondo de suelo, cielo o sombra.

En el lado izquierdo de la ilustración a la altura de la cabeza de la protagonista y con el mismo tamaño aparece el logotipo del festival en azul cian.

En la esquina derecha de la ilustración junto a las botas de los personajes está la fecha de la celebración del evento en un bloque de texto del mismo tipo distribuido en tres líneas del mismo cuerpo y centrado (de arriba abajo se marca con la barra inclinada"/" el salto de línea), el cuerpo de la fecha es la mitad del utilizado para el título y el lugar: 17, 18, 19 y 20/ SEPTIEMBRE/ 1970.

El autor ha estampado su firma en la esquina derecha inferior bajo la bota del varón.

En la parte inferior izquierda junto a las botas de la chica aparece el texto del lugar -MURCIA- en negro en mayúsculas, con el mismo tipo de letra y cuerpo que el título.

Convergencia denotación/connotación:

La imagen nos sitúa como el los carteles del año anterior frente a una representación de un baile folklórico.

Reconocemos que se trata de un baile folklórico por la indumentaria de los personajes que visten traje regional y por la postura de los brazos y de las piernas que corresponden a las danzas populares.

Las ropas, de manga larga y tejidos cálidos, y los complementos de la pareja, sobre todo los gorros, el pañuelo de la protagonista y las botas que calzan ambos nos informan de que en este caso pertenecen a un grupo ruso o de un lugar del este. Se trata de un evento internacional ya que los grupos participantes no son solo españoles.

El movimiento aparece en la imagen en la postura de cabeza, brazos y piernas de la pareja de baile.

Los textos informan sobre el lugar (Murcia) los días de celebración del evento, 17, 18, 19 y 20 de septiembre de 1970, el nombre del acontecimiento que se celebra y que se trata de su tercera edición "III Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo".

El logotipo del festival transmite que es un acontecimiento con identidad propia y que si todo continúa como hasta ahora se seguirá celebrando en el futuro.

Esta tercera edición vuelve a celebrarse el festival en septiembre como en la primera ocasión por lo que sabemos que se integra en el marco de la Feria de la ciudad de Murcia.

Aparece la rúbrica en la ilustración del cartel lo que significa que se trata del trabajo de un artista, en este caso un pintor local costumbrista del que se reproduce una pintura.

Otros datos

El autor de las ilustraciones es el mismo desde la primera edición del festival, no sabemos si lo realizaba por encargo del patronato o si era una aportación voluntaria del autor. Suponemos que por encargo, en la contraportada del programa de este año y del siguiente (BRRM) se nombra a Muñoz Barberán como autor de las ilustraciones.

Como no hemos visto un cartel original solo lo recogido en la postal, no contabilizamos que lleve escrito los datos del depósito legal y de la imprenta. Suponemos que se los llevaría porque en los carteles de estos años era una práctica habitual.

Año: 1970 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Versión encontrada en el programa de actos del festival (en la Biblioteca Regional de Murcia, HP 1963) y que se analiza en esta ficha.

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

III FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRANEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA 17, 18, 19 y 20/ SEPTIEMBRE/ 1970

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Organiza el patronato del festival al que pertenece el logo del festival. No aparece en el cartel pero sabemos que lo preside el Gobernador civil de Murcia y colaboran instituciones públicas y privadas información obtenido del programa del festival encontrado en la BRM

5) Autor: Muñoz Barberán, Manuel si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

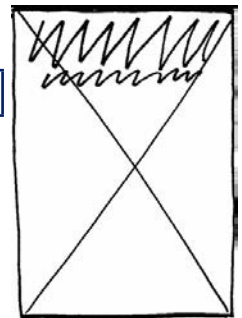
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica: si no

FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRANEO



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

<input type="checkbox"/> Torre Catedral	<input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Palmera	<input type="checkbox"/> Plaza de la Cruz
<input type="checkbox"/> Imafronte	<input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta	<input type="checkbox"/> Barraca	<input type="checkbox"/> Balneario
<input type="checkbox"/> Puente Viejo	<input type="checkbox"/> Moneo	<input type="checkbox"/> Huerta	<input type="checkbox"/> Molino
<input type="checkbox"/> Teatro Romea	<input type="checkbox"/> Traje regional	<input type="checkbox"/> Río	

<input type="checkbox"/> sol	<input type="checkbox"/> fuego	<input type="checkbox"/> corazones	<input type="checkbox"/> símbolo paz	<input type="checkbox"/> grupo bailando	<input type="checkbox"/> azul
<input type="checkbox"/> mar	<input type="checkbox"/> arena playa	<input checked="" type="checkbox"/> banderas	<input type="checkbox"/> personaje murciano	<input type="checkbox"/> pareja/s bailando	<input type="checkbox"/> calle
<input type="checkbox"/> cielo	<input type="checkbox"/> mediterráneo	<input checked="" type="checkbox"/> un país concreto	<input type="checkbox"/> cantor/es músico/s	<input type="checkbox"/> bailarín/a	
<input type="checkbox"/> mapa	<input type="checkbox"/> cintas	<input checked="" type="checkbox"/> unión países	<input type="checkbox"/> grupo folklórico	<input checked="" type="checkbox"/> movimiento	

Signos Festival Folklore Mediterráneo Murcia

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical donde texto e imagen se integran en una estampa a sangre (sin marco). El fondo es blanco a sangre. En la parte superior se sitúa el nombre del evento anunciado con el texto en negro, mayúscula y con tipo de letra de palo seco y justificada la primera línea a la izquierda y la segunda a la derecha (de arriba abajo se marca con la barra inclinada"/" el salto de línea): III FESTIVAL INTERNACIONAL DE/ FOLKLORE DEL MEDITERRANEO que ocupa aprox. 1/7 del cartel.

Bajo el título se coloca la escena que ocupa el resto del cartel.

La imagen consiste en una chica ataviada con el traje típico de su lugar de origen caminando hacia adelante con la cabeza en 3/4. La protagonista da una zancada amplia con la pierna derecha estirada hacia adelante y con los dos brazos levantados sostiene por encima de su cara un gran adorno floral con forma de globo. En lo alto del adorno aparecen pinchadas juntas en distintas alturas las banderas de once países (la imagen que hemos encontrado no tiene buena resolución por lo que no sabemos si son exactamente once el número de banderas).

El suelo y el fondo de la chica esta sombreado.

La reproducción encontrada en el programa es bitono, todo el fondo cyan a un porcentaje bajo y la imagen incluidos los textos en escala de grises.

En esta reproducción no se incluye el logotipo del festival.

El autor ha estampado su firma en la esquina derecha inferior bajo el zapato de la danzarina.

En la esquina inferior derecha del cartel junto a la firma del artistan aparece la fecha de la celebración del evento en un bloque de texto del mismo tipo de letra distribuido en tres líneas del mismo cuerpo y centrado (de arriba abajo se marca con la barra inclinada"/" el salto de línea), el cuerpo de la fecha es la mitad del utilizado para el título y el lugar: 17, 18, 19 y 20/ SEPTIEMBRE/ 1970.

En la parte inferior izquierda del cartel se coloca el texto del lugar de celebración -MURCIA- en negro en mayúsculas, con el mismo tipo de letra y cuerpo que el título.

Convergencia denotación/connotación:

La imagen nos sitúa como el los carteles del año anterior frente a una representación de carácter folklórico que en este caso, atendiendo a las banderas que porta la chica y a la forma de caminar, podría representar el desfile de los grupos integrantes en esta edición del festival puesto que en los encuentros de los años anteriores ya se ha repetido este pasacalles con banderas. Se trata de un evento internacional ya que los grupos participantes no son solo españoles. Así mismo reconocemos que se trata de acto folklórico por la indumentaria de la protagonista que viste, se peina y adorna de la forma típica de su lugar de origen.

El movimiento aparece en la imagen en la postura de brazos y piernas de la chica.

Los textos informan sobre el lugar (Murcia) los días de celebración del evento, 17, 18, 19 y 20 de septiembre de 1970, el nombre del acontecimiento que se celebra y que se trata de su tercera edición "III Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo".

La ausencia del logotipo del festival se debe, según deducimos, a que esta imagen aparece en la contraportada del programa por lo que el logo se ha colocado en la portada pero esto no lo sabemos con seguridad.

Esta tercera edición vuelve a celebrarse el festival en septiembre como en la primera ocasión por lo que sabemos que se integra en el marco de la Feria de la ciudad de Murcia.

Aparece la rúbrica en la ilustración del cartel lo que significa que se trata del trabajo de un artista, en este caso un pintor local costumbrista del que se reproduce una pintura.

Otros datos

El autor de las ilustraciones es el mismo desde la primera edición del festival, no sabemos si lo realizaba por encargo del patronato o si era una aportación voluntaria del autor. Suponemos que por encargo, en la contraportada del programa de este año y del siguiente (BRRM) se nombra a Muñoz Barberán como autor de las ilustraciones.

Como no hemos visto un cartel original solo lo recogido en la postal, no contabilizamos que lleve escrito los datos del depósito legal y de la imprenta. Suponemos que se los llevaría porque en los carteles de estos años era una práctica habitual.

Año: 1971 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Versión del cartel en la CAJA de POSTALES propiedad del Museo Ramón Gaya de Murcia. NO DIGITALIZADA por el Museo, escaneada por la investigación. La misma imagen la hemos encontrado en el programa de actos del festival (en la Biblioteca Regional de Murcia, HP 1963).

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

IV FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRANEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA 7-8-9 SEPTIEMBRE 1971

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Organiza el patronato del festival al que pertenece el logo del festival. No aparece en el cartel pero sabemos por el programa (BRM, HP1963) que lo preside el Gobernador civil de Murcia y colaboran instituciones públicas y privadas.

5) Autor: Muñoz Barberán, Manuel si no

6) Imprenta: Belmar-Murcia-Polo de Medina, 10 si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

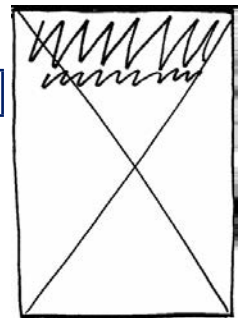
Dep. Leg. MU -191-1971

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out A

4) Identidad Gráfica: si no

FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRANEO



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: joven huertana y otros personajs femeninos de diversos paises Real

2) Lugar Playa del mediterráneo Fantástico

3) Tiempo Clima mediterráneo, cálido Definido

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz Imafrente Santuario Fuensanta Barraca Balneario Puente Viejo Moneo Huerta Molino Teatro Romea Traje regional Río

Signos Festival Folklore Mediterráneo Murcia sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle cielo mediterráneo un pais concreto cantor/es músico/s bailarín/a mapa cintas unión paises grupo folklórico movimiento

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical donde texto e imagen se integran en una estampa a sangre (sin marco). El fondo es blanco a sangre. En la parte superior se sitúa el nombre del evento anunciado con el texto en negro, mayúscula y con tipo de letra de palo seco y justificada la primera línea a la izquierda y la segunda a la derecha (de arriba abajo se marca con la barra inclinada"/" el salto de línea): IV FESTIVAL INTERNACIONAL DE/ FOLKLORE DEL MEDITERRANEO que ocupa aprox. 1/7 del cartel. El número romano que indica la edición del evento tiene un cuerpo de letra aprox. del doble del título.

A la izquierda del título integrado en él está colocado el logotipo del festival en color rojo como el refajo de la protagonista del cartel.

Bajo el título se coloca la escena que ocupa el resto del cartel.

En la imagen aparece una chica vestida con el traje regional de Murcia (refajo, medias esparteñas cucos, enaguas, delantal blusa con mangas de farol atadas con cinta del color del refajo, mantoncillo, pendientes largos u moño picaporte con lazada), de espaldas dando un paso hacia delante con la pierna derecha y los brazos alzados y extendidos hacia un grupo de chicas que aparece frente a ella. El conjunto aparece de frente, se ven los cuerpos de las mujeres situadas en primera fila y las cabezas de las situadas en las filas de atrás. Todas ellas dirigen su mirada hacia la huertana y se inclinan para juntarse. La chica de la izquierda extiende su brazo izquierdo a la altura de la cintura para corresponder al abrazo.

La estampa envuelta en un fondo azul por la derecha y anaranjado por la izquierda.

Se trata de representantes femeninos con rasgos fáciles de diversas razas y peinados y ataviadas con los trajes regionales (peinados, sombreros, adornos, vestidos) que se reúnen en un círculo junto a la murciana.

El autor ha estampado su firma en la esquina derecha inferior.

La escena descansa sobre las fechas del festival en una línea justificada a la izquierda a la altura de la alpargata de la huertana en texto negro, mayúscula y con tipo de letra de palo seco, 7-8-9 SEPTIEMBRE 1971, y el nombre de la ciudad que indica la localización geográfica del mismo MURCIA con el mismo formato que el resto de los textos pero en un cuerpo de letra mayor.

En la parte inferior se colocan justificados a la izquierda y a la derecha respectivamente los siguientes textos sobre la imprenta y el depósito legal en un cuerpo de letra pequeño: */Belmar-Murcia-Polo de Medina, 10/; /Dep. Leg. MU -191 -1971/.*

Convergencia denotación/connotación:

La imagen nos sitúa frente a un acto de unión fraternal, amistoso y pacífico entre los pueblos del mundo que simboliza la misión principal del festival. Murcia es la que inicia el gesto lo que viene representado por la postura de la joven murciana que es de acogida a las personas que tiene delante con los brazos extendidos hacia arriba y arqueados hacia delante en el inicio de un paso para protagonizar un abrazo que abarca a todas las naciones y las reúne en un gesto amistoso puesto que todas las representantes de los países sonríen amablemente y se inclinan hacia su anfitriona. La chica de la izquierda del grupo extiende su brazo izquierdo a la altura de la cintura para corresponder al abrazo. Se trata de un evento internacional ya que los grupos participantes no son solo españoles.

Sabemos que las integrantes del grupo (se pueden contar unas diez cabezas) representan a distintos pueblos de todo el mundo por como van arregladas, por sus vestidos y adornos, pero, sobre todo por sus peinados, sombreros y los rasgos faciales (ojos, color tez, forma de la cara,...).

Se trata de un acto folklórico porque todas las jóvenes de la escena visten trajes típicos de su cultura popular.

El logotipo del festival es rojo como el refajo de la protagonista forma una línea diagonal de lectura que comienza en el logo y termina en el nombre de la ciudad -MURCIA- pasando por la ilustración.

La estampa envuelta en un fondo azul por la derecha y anaranjado por la izquierda sitúa la escena en el mar, el cielo azul y la arena de las costas mediterráneas. La manga corta de la protagonista indica el buen tiempo de la estación del año.

El movimiento aparece en la imagen en las posturas de todas las chicas de la escena sobre todo en los brazos en la inclinación del torso.

Los textos informan sobre el lugar (Murcia) los días de celebración del evento, 7, 8 y 9 de septiembre de 1971, el nombre del acontecimiento que se celebra y que se trata de su cuarta edición "IV Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo" que se mantiene en septiembre en los días de la Feria de la ciudad de Murcia.

Aparece la rúbrica en la ilustración del cartel lo que significa que se trata del trabajo de un artista, en este caso un pintor local costumbrista del que se reproduce una pintura.

Otros datos

El autor de las ilustraciones es el mismo desde la primera edición del festival, no sabemos si lo realizaba por encargo del patronato o si era una aportación voluntaria del autor. Suponemos que por encargo, en la contraportada del programa de este año y del siguiente (BRRM) se nombra a Muñoz Barberán como autor de las ilustraciones.

Este año ha cambiado el director del festival: Carlos Valcárcel

Año: 1972 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Versión del cartel en la CAJA de POSTALES propiedad del Museo Ramón Gaya de Murcia. NO DIGITALIZADA por el Museo, escaneada por la investigación.

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

V FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRANEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA 9-10-11 SEPTIEMBRE 1972

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Organiza el patronato del festival al que pertenece el logo del festival. Suponemos que organiza el patronato del festival al que pertenece el logo del mismo.

5) Autor: Julio Arruga si no

6) Imprenta: BELMAR-Murcia-Polo de Medina, 10. si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

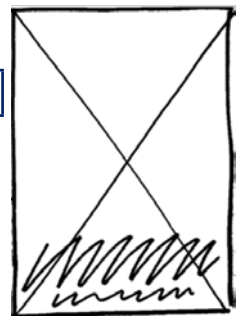
D. L. MU -233-72

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Diseño gráfico 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out C ▼

4) Identidad Gráfica: si no

FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRANEO



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: pareja de cantores: una sirena y un chico con guitarra. Notas musicales con banderas. Real

2) Lugar Mar Mediterráneo Fantástico

3) Tiempo Clima mediterráneo, cálido Definido

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz Imafronte Santuario Fuensanta Barraca Balneario Puente Viejo Moneo Huerta Molino Teatro Romea Traje regional Río

Signos Festival Folklore Mediterráneo Murcia sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle cielo mediterráneo un pais concreto cantor/es músico/s bailarín/a mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical de fondo a sangre de color azul degradado de arriba abajo en el 3/4 donde el azul más oscuro macizo dibuja las crestas de las olas del mar y e fondo queda un degradado que colorea el cielo.

Sobre las olas flota centrada una pareja compuesta por una sirena delante y un cantor detrás desplazado medio cuerpo a la derecha. Ambos personajes visten traje regional y con los brazos extendidos en cruz, cantan con la boca abierta, la cabeza elevada y los ojos cerrados. Una ristra de notas musicales sale de la boca de cada personaje y se eleva en diagonal a derecha e izquierda. En estas notas aparecen las banderas de seis países colocados en los rabillos de estos signos de la escritura musical.

La sirena sube la cola a la derecha sobre la que aparece la pierna del cantor doblada por la rodilla y le cuelga del cuello un instrumento de cuerda especie de guitarra) propia del folklore de su pueblo..

La mitad pez del personaje femenino, sus brazos y pendientes son de color blanco macizo así como las manos del cantor -y sus adornos del cuello y del pantalón - y las notas musicales.

El 1/4 inferior del cartel lo acupan todos los textos (de arriba abajo se marca con la barra inclinada"/" el salto de línea): el nombre del evento anunciado con el texto en azul casi blanco, mayúsculas y con tipo de letra de palo seco redonda y en tres líneas justificadas a la izquierda donde se coloco el número romano de la edición en gran tamaño un cuerpo de letra aprox. del doble del título que sobresale de las tres líneas V FESTIVAL INTERNACIONAL/ DE FOLKLORE/EN EL MEDITERRANEO; debajo ocupa todo el ancho del cartel el lugar y la fecha del evento en una línea con el texto en mayúscula en el mismo cuerpo y tipografía que el título pero en amarillo anaranjado del mismo tono que la guitarra del cantor y unas cintas de la sirena /MURCIA, 9-10-11 SEPTIEMBRE 1972/. Bajo este bloque de texto en el mismo color en un tamaño bastante menor y en tipo oración, se coloca el nombre del autor del cartel en el extremo derecho y justificados en el extremo izquierdo con un cuerpo menor los datos de la imprenta y el depósito legal de la publicación / D. L. MU -233-72.

Convergencia denotación/connotación:

La imagen nos sitúa frente a una representación de canto folklórico de un país determinado. El personaje central es un ser mitológico, la sirena que simboliza que el canto es de gran belleza puesto que estos seres imaginarios atraían a los hombres con sus melodías sin que pudieran oponer resistencia.

Las banderas de distintos países forman parte de las distintas notas pero integrando una misma melodía en total armonía lo que simboliza la misión principal del festival. Se trata de un evento internacional ya que los grupos participantes no son solo españoles.

Se trata de un acto folklórico porque los personajes de la escena visten trajes típicos de su pueblo y por el instrumento musical.

termina en el nombre de la ciudad -MURCIA- pasando por la ilustración.

La estampa envuelta de arriba abajo por un fondo azul nos situa en un paisaje marino de buen tiempo, de cielo azul por arriba y mar azul con las hondas dibujadas por abajo.

El movimiento aparece en la imagen en las posturas de brazos y piernas de las parejas, en las notas musicales y en las olas del mar.

Los textos informan sobre el lugar (Murcia) los días de celebración del evento, 9, 10 y 11 de septiembre de 1972, el nombre del acontecimiento que se celebra y que se trata de su quinta edición "V Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo" que se mantiene en septiembre en los días de la Feria de Murcia.

El logotipo del festival informa del respaldo de la organización del patronato.

La imagen central no va firmada con la rúbrica del autor del cartel sino que su nombre aparece con la misma tipografía que el resto de los textos en un cuerpo de letra pequeño en el margen inferior derecho para informar de que es el diseñador de toda la composición además del dibujo que ilustra el anuncio luego no se trata de un cuadro de un pintor como en años anteriores.

Otros datos

El autor de la ilustración ha cambiado por primera vez. La imagen no va firmada con la rúbrica del autor del cartel sino que aparece su nombre en tipografía en el margen inferior derecho.

Año: 1973 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Versión del cartel en la CAJA de POSTALES propiedad del Museo Ramón Gaya de Murcia. NO DIGITALIZADA por el Museo, escaneada por la investigación.

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

VI FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRANEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA 7-8-9-10 SEPTIEMBRE 1973

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Organiza el patronato del festival al que pertenece el logo del festival. Suponemos que organiza el patronato del festival al que pertenece el logo del mismo.

5) Autor: Párraga, José María si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

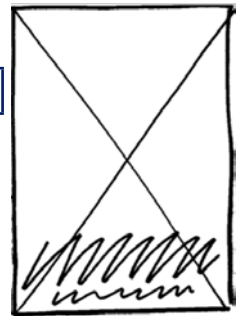
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out C

4) Identidad Gráfica: si no

FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRANEO



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: pareja de folklóricos Real

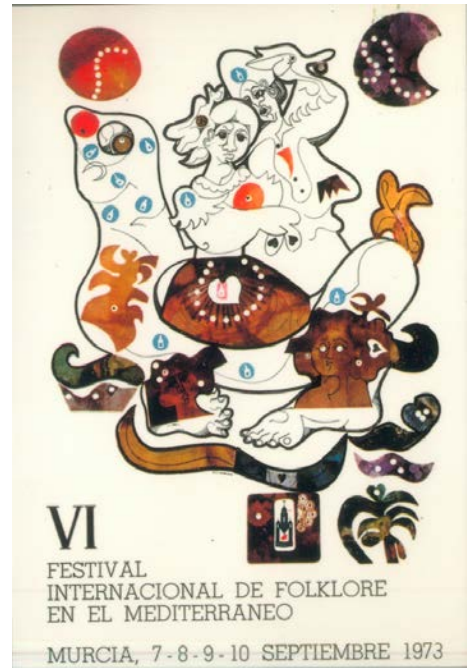
2) Lugar Mar Mediterráneo Fantástico

3) Tiempo Clima mediterráneo, cálido Definido

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz Imafrente Santuario Fuensanta Barraca Balneario Puente Viejo Moneo Huerta Molino Teatro Romea Traje regional Río

Signos Festival Folklore Mediterráneo Murcia sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle cielo mediterráneo un país concreto cantor/es músico/s bailarín/a Murcia mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento



NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical de fondo a sangre de color blanco.

La ilustración es una especie de collage donde se combinan varias formas reconocibles aunque con cierto nivel de abstracción.

En la parte superior a izquierda y derecha se colocan respectivamente el sol y la luna en el centro una pareja reconocen un pareja de la que se ve de cintura para arriba, la chica delante y el varón detrás, en una postura dinámica. Están colocado en una figura con forma de flotador donde aparecen repetidas veces unos círculos azules con el logo del festival en blanco. Este distintivo también los lleva la pareja, él en el sombrero y ella en la manga del corpiño. La chica va peinada con un moño de picaporte típico huertano, su acompañante lleva un sombrero, y va vestida con camisa de mangas de farol con puntillas y delantal (adornado con el logo del festival) como corresponde al traje de huertana y está tocando unas postizas adornadas con corazones.

Bajo la figura dos bustos a derecha e izquierda cada uno sobre un pie humano. Toda la composición descansa sobre unas formas de cretas de ola que nos sitúa en el mar y en el centro en la parte inferior está colocado el logotipo del festival en negro sobre blanco incrustado en un cuadrado con el estampado del resto de la ilustración, a su derecha una forma de corazón dentro de la que se recorta una palmera. Hay corazones por todo el estampado de la imagen.

El 1/4 inferior del cartel lo ocupan todos los textos (de arriba abajo se marca con la barra inclinada "/" el salto de línea): el nombre del evento anunciado con el texto en negro, mayúsculas y con tipografía romana y en tres líneas justificadas a la izquierda sobre ellas aparece el número romano de la edición en gran tamaño un cuerpo de letra aprox. del doble del título y en negrita VI FESTIVAL /INTERNACIONAL DE FOLKLORE/EN EL MEDITERRANEO; debajo ocupa todo el ancho del cartel el lugar y la fecha del evento en una línea con el texto en mayúscula en el mismo cuerpo y tipografía que el título: MURCIA, 9-10-11 SEPTIEMBRE 1973.

Convergencia denotación/connotación:

La imagen se interpreta por el anclaje de los textos. En la ilustración entre figurativa y abstracta se reconocen un pareja en una postura dinámica sobre una figura que podría recordar a un mapa donde aparecen repetidas veces unos círculos azules con el logo del festival en blanco como si señalase distintas ubicaciones. Este distintivo también los lleva la pareja, él en el sombrero y ella en la manga del corpiño lo que relaciona a la pareja con la actividad del festival.

La indumentaria corresponde al traje regional de Murcia lo que indica que se trata de un acto folklórico.

El sol a la izquierda y la luna a la derecha pueden interpretarse como el transcurso de días completos. Bajo la figura unas formas de cretas de ola que nos sitúa en el mar y la forma de palmera en la huerta de Murcia y dos bustos con un pie humano cada uno que pueden simbolizar la danza de distintos lugares.

Los corazones son signos de amor en este caso entre los países participantes.

El movimiento aparece en la imagen en las posturas de brazos y piernas de las parejas y en las olas del mar.

Los textos informan sobre el lugar (Murcia) los días de celebración del evento, 7, 8, 9, y 10 de septiembre de 1973, el nombre del acontecimiento que se celebra y que se trata de su quinta edición "VI Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo" que se mantiene en septiembre en los días de la Feria de Murcia.

El logotipo del festival informa del respaldo de la organización del patronato.

Aparece la rúbrica en la ilustración del cartel lo que significa que se trata del trabajo de un artista, en este caso un pintor local del que se reproduce una pintura.

Otros datos

Se vuelve a la autoría de un pintor local de prestigio.

Como no hemos visto un cartel original solo lo recogido en la postal, no contabilizamos que lleve escrito los datos del depósito legal y de la imprenta. Suponemos que sí los llevaría porque en los carteles de estos años era una práctica habitual.

Año: 1974 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Versión del cartel en la CAJA de POSTALES propiedad del Museo Ramón Gaya de Murcia. NO DIGITALIZADA por el Museo, escaneada por la investigación.

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

VII FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRANEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA 2.3.4 SEPTIEMBRE 1974

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Organiza el patronato del festival al que pertenece el logo del festival. Suponemos que organiza el patronato del festival al que pertenece el logo del mismo.

5) Autor: Carbonell, Antonio si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

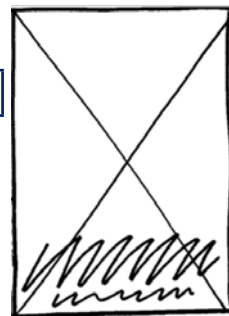
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica: si no

Logo: FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRANEO



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

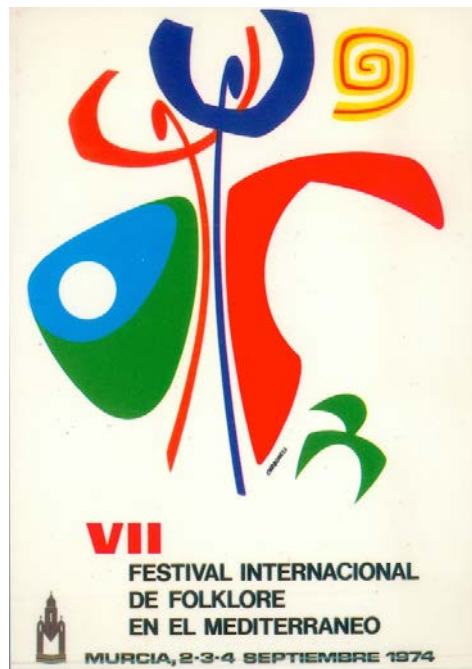
2) Lugar

3) Tiempo

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz Imafrente Santuario Fuensanta Barraca Balneario Puente Viejo Moneo Huerta Molino Teatro Romea Traje regional Río

Signos Festival Folklore Mediterráneo Murcia sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle cielo mediterráneo un país concreto cantor/es músico/s bailarín/a mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento



NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical de fondo a sangre de color blanco.

La ilustración es de grafismo sintético donde aparece un sol a la derecha arriba, a la derecha abajo una cabeza de palmera en el centro una pareja de hombre y mujer bailando con los brazos en alto y una pierna alzada. La mujer lleva una falda donde aparece dibujada la luna y el mar sobre la tierra verde en el delantal y la falda.

En la parte inferior izquierda está colocado el logotipo del festival en gris.

El 1/4 inferior del cartel lo ocupan todos los textos (de arriba abajo se marca con la barra inclinada "/" el salto de línea): el nombre del evento anunciado con el texto en negro, mayúsculas y con tipo de letra de palo seco y en tres líneas justificadas a la izquierda sobre ellas aparece el número romano de la edición en rojo, gran tamaño un cuerpo de letra aprox. del doble del título y en negrita VII/ FESTIVAL /INTERNACIONAL/ DE FOLKLORE/EN EL MEDITERRANEO; debajo centrado el lugar y la fecha del evento en una línea, en mayúscula en el mismo cuerpo y tipografía que el título: MURCIA, 2.3.4 SEPTIEMBRE 1974.

Convergencia denotación/connotación:

En las figuras de la ilustración nos encontramos ante un baile que sabemos que es folklórico por los textos que sirven de anclaje. De la misma forma el sol y la luna con el azul del mar, nos sitúan en el mar mediterráneo. La palmera nos lleva a la costa murciana del Mediterráneo.

El movimiento aparece en la imagen en las posturas de brazos y piernas de las parejas y las palmas de palmas.

Los textos informan sobre el lugar (Murcia) los días de celebración del evento, 2, 3 y 4 de septiembre de 1973, el nombre del acontecimiento que se celebra y que se trata de su séptima edición "VII Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo" que se mantiene en septiembre en los días de la Feria de Murcia.

El logotipo del festival informa del respaldo de la organización del patronato.

Aparece la rúbrica en la ilustración del cartel lo que significa que se trata del trabajo de un artista, en este caso un pintor e ilustrador local del que se reproduce una creación.

Otros datos

Como no hemos visto un cartel original solo lo recogido en la postal, no contabilizamos que lleve escrito los datos del depósito legal y de la imprenta. Suponemos que se los llevaría porque en los carteles de estos años era una práctica habitual.

Año: 1975 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Versión del cartel en la CAJA de POSTALES propiedad del Museo Ramón Gaya de Murcia. NO DIGITALIZADA por el Museo, escaneada por la investigación.

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

VIII FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRANEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA 1975 / 13, 14, 15 DE SEPTIEMBRE

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Organiza el patronato del festival al que pertenece el logo del festival. Suponemos que organiza el patronato del festival al que pertenece el logo del mismo.

5) Autor: si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



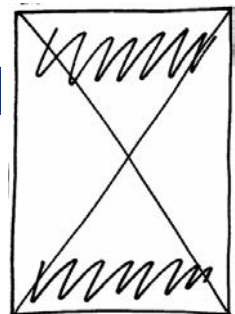
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica: si no

Logo: FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRANEO



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: pareja bailando entre una sevillana y un varón de un lugar concreto, y grupo detrás

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia
 Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz
 Imafrente Santuario Fuensanta Barraca Balneario
 Puente Viejo Moneo Huerta Molino
 Teatro Romea Traje regional Río

Signos Festival Folklore Mediterráneo Murcia
 sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul
 mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle
 cielo mediterráneo un país concreto cantor/es músico/s bailarín/a
 mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical de fondo a sangre de color beige.

El 1/8 superior del cartel lo ocupa el nombre de la ciudad en blanco, mayúsculas con un tipo de letra con rabos (buscar nombre), MURCIA, y a su derecha el logotipo del festival en gris dentro de un círculo blanco.

La ilustración consiste en una fotografía recortada sobre el fondo de color macizo. En la imagen aparece una pareja bailando cogidos de ferte, ella es una sevillana con su traje de lunares, pendientes, tacones y recogido alto con flor en lo más alto eue sonríe mirando al espectador. Ella con la mano derecha coge la del chico izquierda, y coloca la izquierda sobre el hombro del chico que la agarra por la cintura con el brazo derecho. Están rodeados por el el grupo folklórico del varón y llevan todos el traje típico de su lugar de procedencia. A la altura de la bota del varón, a su derecha se ve el año 1975 en blanco en tipografía de palo seco y super ancha.

Por debajo del recorte fotográfico y el año una línea fina blanca lo separa del resto de los textos.

El 1/8 inferior del cartel lo ocupan los textos en tres bloques que ocupan la misma altura y con el mismo margen por todos lados, todos en color rojo y con la misma tipografía de palo seco (de izquierda a derecha separado por doble barra inclinada "/" y de arriba abajo se marca con la barra inclinada "/" el salto de línea): primer bloque el número romano segundo bloque el nombre del festival y en tercero los días y el mes en que se celebra: VIII // FESTIVAL INTERNACIONAL DE / FOLKLORE / EN EL MEDITERRANEO // 13, 14 , 15 / DE / SEPTIEMBRE

Convergencia denotación/connotación:

La fotografía nos muestra un momento del festival que testimonia el ambiente de entendimiento y amistad en el que se desenvuelven los días de su celebración. se trata de una pareja de baile que integra a dos personas de pueblos y culturas muy distantes pero que gracias a este encuentro son capaces de armonizar sus pasos con alegría y entablar lazos en tre sus comunidades de origen lo que lleva a a paz entre los pueblos que es fin último del evento. Se trata de un evento internacional ya que los grupos participantes no son solo españoles.

Se trata de un acto folklórico por los atuendos tradicionales que portan los integrantes de la fotografía.

No hay más símbolos sobre ubicación sobre Murcia o Mar mediterráneo.

El movimiento aparece en la imagen en las posturas de brazos y piernas de la pareja.

Los textos informan sobre el lugar (Murcia) los días de celebración del evento, 2, 3 y 4 de septiembre de 1973, el nombre del acontecimiento que se celebra y que se trata de su octava edición "VIII Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo" que se mantiene en septiembre en los días de la Feria de Murcia.

El logotipo del festival informa del respaldo de la organización del patronato.

No aparece ninguna referencia al autor del cartel, ni del fotógrafo, ni de la imprenta lo que puede deberse a que no estamos frente a un cartel original sino a la reproducción del mismo en las postales y quizá hayan recortado los créditos porque quedarían de un tamaño tan pequeño que resultaría ilegible.

Otros datos

Como no hemos visto un cartel original solo lo recogido en la postal, no contabilizamos que lleve escrito los datos del fotógrafo, agencia de publicidad, etc. es decir, del autor del cartel ni del depósito legal y de la imprenta. Suponemos que se los llevaría porque en los carteles de estos años era una práctica habitual.

Año: 1976 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Versión del cartel en la CAJA de POSTALES propiedad del Museo Ramón Gaya de Murcia. NO DIGITALIZADA por el Museo, escaneada por la investigación.
Lo encontramos también en el programa del festival en la BRM HP1963-1964

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

IX FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRANEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA *11, 12 y 13 * SEPTIEMBRE * 1976

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Organiza el patronato del festival al que pertenece el logo del festival.
Suponemos que organiza el patronato del festival al que pertenece el logo del mismo.

5) Autor: ekipo 76 si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

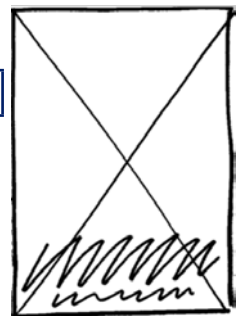
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Diseño gráfico 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out C ▼

4) Identidad Gráfica: si no

Logo: FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRANEO



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: monijote de paja con traje de banderas bailando Fantástico

2) Lugar Indefinido Fantástico

3) Tiempo Indefinido Indefinido

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz
 Imafrente Santuario Fuensanta Barraca Balneario
 Puente Viejo Moneo Huerta Molino
 Teatro Romea Traje regional Río

Signos Festival Folklore Mediterráneo Murcia sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul
 mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle
 cielo mediterráneo un país concreto cantor/es músico/s bailarín/a
 mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento



NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical de fondo a sangre de color negro.
En la esquina superior izquierda se encuentra el logotipo del festival en blanco.

La ilustración consiste en el dibujo de un monigote, un hombre de paja (lo vemos en su cara manos y pies) que lleva puesto un gorro de lana de rayas rojas y blancas con borla roja en la punta en cuyo rostro se dibuja una amplia sonrisa que termina en coloretos redondos rojos.

Lleva puesto un blusón estampado con las banderas de muchos países recogido en la cintura con un fagín con la bandera de España que termina un unos cabos con borla roja. Debajo unos pantalones de fondo blanco con rayas verticales rojas.

El monigote está saltando representando un salto típico de los bailes folklóricos con los brazos hacia arriba y las piernas hacia un lado con las rodillas dobladas y tocándose los pies en el aire formando un círculo a la derecha. Alrededor de toda la figura aparecen trazos blancos de animación del movimiento.

A la altura de la rodilla derecha del personaje está el número romano de la edición del festival en blanco y de gran tamaño en tipografía de palo seco: IX. El 1/4 inferior del cartel lo ocupan el resto de los textos en cinco líneas: las dos primeras justificadas a la izquierda y en blanco /FESTIVAL/INTERNACIONAL DE/; las dos líneas que le siguen /FOLKLORE en el / MEDITERRANEO/ están centradas y ocupan el ancho del cartel con un pequeño margen a los lados, la tipografía es extranegrita y de palo seco y está rellena con una fusión de colores que empieza en ocre, amarillo pasa a naranja, rojo, magenta, morado, azul verde amarillo y naranja.

Debajo y ocupando el mismo espacio que las líneas anteriores, en blanco y mayúsculas el nombre del lugar y la fecha de celebración MURCIA* 11, 12 Y 13* SEPTIEMBRE*1976

En cuerpo pequeño en el lateral derecho a media altura el logotipo de la agencia de publicidad autora del cartel y el año del mismo: ekipo 76

Convergencia denotación/connotación:

Se trata de un acto folklórico por los atuendos tradicionales que portan los integrantes de la fotografía.

El personaje protagonista del mensaje reúne las características esenciales del festival y su razón de ser: llegar a través del folklore, la música, el canto y la danza, a la unión amistosa y armoniosa de los pueblos de todo el mundo. Se trata de las banderas de los países participantes en la edición que se anuncia cosa que comprobamos en el cartel del año siguiente porque cambian las banderas que adornan el blusón del monigote. El hombre de paja muestra la alegría en su cara y baila representando a todo el mundo puesto que en sus ropas se unen las banderas. Y es España el país que reúne a los pueblos lo que simboliza el cinturón con la bandera del país. .

El monigote está saltando representando un salto típico de los bailes folklóricos con los brazos hacia arriba y las piernas hacia un lado con las rodillas dobladas y tocándose los pies en el aire formando un círculo a la derecha.

El movimiento aparece en la imagen en la postura de brazos y piernas del monigote y en los grafismos propios de los dibujos comics

No hay más símbolos sobre ubicación sobre Murcia.

Pero el relleno de colores del texto "Folklore en el Mediterráneo" deja ver los colores de un paisaje mediterráneo desde la salida y puesta del sol, el cielo azul y el mar que se adentra en el verde y el ocre de las playas, la tierra y la vegetación de la costa.

Los textos informan sobre el lugar (Murcia), los días de celebración del evento, 11, 12 Y 13 de SEPTIEMBRE de 1976, y nombre del acontecimiento que se celebra y que se trata de su novena edición "IX Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo" que se mantiene en septiembre en los días de la Feria de Murcia.

Debajo y ocupando el mismo espacio que las líneas anteriores, en blanco y mayúsculas el nombre del lugar y la fecha de celebración MURCIA.

El logotipo del festival informa del respaldo de la organización del patronato.

Es la primera vez en que nos consta que el cartel lo ha realizado una agencia de publicidad, EKIPO.

Otros datos

Como no hemos visto un cartel original solo lo recogido en la postal, no contabilizamos que lleve escrito los datos del depósito legal y de la imprenta. Suponemos que se los llevaría porque en los carteles de estos años era una práctica habitual.

Como el cartel está firmado por la agencia de publicidad EKIPO suponemos que el dibujante autor del monigote es Chipola que trabajaba en esta agencia hasta que se separó para fundar otra agencia de publicidad llamada Contraplano, esta pendiente una investigación que reconstruya el devenir de la empresa publicitaria en Murcia capital.

Año: 1977 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Versión del cartel en la CAJA de POSTALES propiedad del Museo Ramón Gaya de Murcia. NO DIGITALIZADA por el Museo, escaneada por la investigación.

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

X FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRANEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA * 10, 11, y 12 * SEPTIEMBRE * 1977

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Organiza el patronato del festival al que pertenece el logo del festival. Suponemos que organiza el patronato del festival al que pertenece el logo del mismo.

5) Autor: ekipo si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

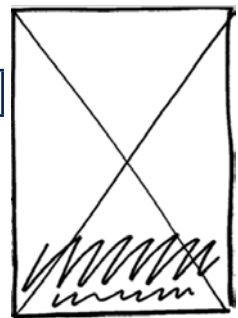
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Diseño gráfico 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out C ▼

4) Identidad Gráfica: si no

Logo: FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRANEO



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: monijote de paja con traje de banderas bailando Fantástico

2) Lugar Indefinido Fantástico

3) Tiempo Clima mediterráneo, cálido Indefinido

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz Imafrente Santuario Fuensanta Barraca Balneario Puente Viejo Moneo Huerta Molino Teatro Romea Traje regional Río

Signos Festival Folklore Mediterráneo Murcia sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle cielo mediterráneo un país concreto cantor/es músico/s bailarín/a mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento



NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical de fondo a sangre de color verde oscuro.
En la esquina superior izquierda se encuentra el logotipo del festival en blanco.

La ilustración consiste en el dibujo de un monigote, un hombre de paja (lo vemos en su cara manos y pies) que lleva puesto un gorro de lana de rayas rojas y blancas con borla roja en la punta en cuyo rostro se dibuja una amplia sonrisa que termina en coloretos redondos rojos.

Lleva puesto un blusón estampado con las banderas de muchos países recogido en la cintura con un fagín con la bandera de España que termina un unos cabos con borla roja. Debajo unos pantalones de fondo blanco con rayas verticales rojas.

El monigote está saltando representando un salto típico de los bailes folklóricos con los brazos hacia arriba y las piernas hacia un lado con las rodillas dobladas y tocándose los pies en el aire formando un círculo a la derecha. Alrededor de toda la figura aparecen trazos blancos de animación del movimiento.

A la altura de la rodilla derecha del personaje está el número romano de la edición del festival en blanco y de gran tamaño en tipografía de palo seco: X. El 1/4 inferior del cartel lo ocupan el resto de los textos en cinco líneas: las dos primeras justificadas a la izquierda y en blanco /FESTIVAL/INTERNACIONAL DE/; las dos líneas que le siguen /FOLKLORE en el / MEDITERRANEO/ están centradas y ocupan el ancho del cartel con un pequeño margen a los lados, la tipografía es extranegrita y de palo seco y está rellena con una fusión de colores que empieza en ocre, amarillo pasa a naranja, rojo, magenta, morado, azul verde amarillo y naranja.

Debajo y ocupando el mismo espacio que las líneas anteriores, en blanco y mayúsculas el nombre del lugar y la fecha de celebración MURCIA* 10, 11, y 12 * SEPTIEMBRE*1977.

En cuerpo pequeño en el lateral derecho a media altura el logotipo del autor del cartel en blanco.

Convergencia denotación/connotación:

Como el año anterior:

El personaje protagonista del mensaje reúne las características esenciales del festival y su razón de ser: llegar a través del folklore, la música, el canto y la danza, a la unión amistosa y armoniosa de los pueblos de todo el mundo. Se trata de las banderas de los países participantes cosa que comprobamos porque en el cartel del año anterior cambian las banderas del estampado del blusón del monigote. El hombre de paja muestra la alegría en su cara y baila representando a todo el mundo puesto que en sus ropas se unen las banderas. Y es España el país que reúne a los pueblos lo que simboliza el cinturón con la bandera del país, por todo ello se trata de un evento internacional ya que los grupos participantes no son solo españoles.

El monigote está saltando representando un salto típico de los bailes folklóricos con los brazos hacia arriba y las piernas hacia un lado con las rodillas dobladas y tocándose los pies en el aire formando un círculo a la derecha.

El movimiento aparece en la imagen en la postura de brazos y piernas del monigote y en los grafismos propios de los dibujos comics

No hay más símbolos sobre ubicación sobre Murcia.

Pero el relleno de colores del texto "Folklore en el Mediterráneo" deja ver los colores de un paisaje mediterráneo desde la salida y puesta del sol, el cielo azul y el mar que se adentra en el verde y el ocre de las playas, la tierra y la vegetación de la costa.

Los textos informan sobre el lugar (Murcia), los días de celebración del evento, 10, 11 y 12 de septiembre de 1977, y el nombre del acontecimiento que se celebra y que se trata de su décima edición "X Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo" que se mantiene en septiembre en los días de la Feria de Murcia.

El logotipo del festival informa del respaldo de la organización del patronato.

El cartel es el mismo que el año anterior por lo que entendemos que el cartel lo ha realizado una agencia de publicidad, EKIPO, pero no se lee bien el texto.

Otros datos

Como no hemos visto un cartel original solo lo recogido en la postal, no contabilizamos que lleve escrito los datos del depósito legal y de la imprenta. Suponemos que se los llevaría porque en los carteles de estos años era una práctica habitual.

Como el cartel está firmado por la agencia de publicidad EKIPO suponemos que el dibujante autor del monigote es Chipola que trabajaba en esta agencia hasta que se separó para fundar otra agencia de publicidad llamada Contraplano, esta pendiente una investigación que reconstruya el devenir de la empresa publicitaria en Murcia capital.

Año: 1978 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Versión del cartel en la CAJA de POSTALES propiedad del Museo Ramón Gaya de Murcia. NO DIGITALIZADA por el Museo, escaneada por la investigación.

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

XI FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRANEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA * 9, 10 y 11 * SEPTIEMBRE * 1978

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Organiza el patronato del festival al que pertenece el logo del festival. Suponemos que organiza el patronato del festival al que pertenece el logo del mismo.

5) Autor: ekipo 78 si no

6) Imprenta: I.G. JIMENEZ GODOY-Cxx Bxxx, 19- MURCIA si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

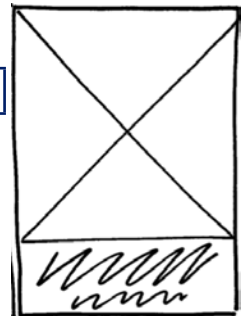
D.L. MU XXX-78

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica: si no

Logo: FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRANEO



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Grupo folklórico de músicos tocando

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz Imafrente Santuario Fuensanta Barraca Balneario Puente Viejo Moneo Huerta Molino Teatro Romea Traje regional Río

Signos Festival Folklore Mediterráneo Murcia sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle cielo mediterráneo un país concreto cantor/es músico/s bailarín/a mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento



NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical de fondo en negro que enmarca una fotografía.

La fotografía está centrada desplazada hacia arriba con un ancho marco negro que es el fondo del cartel y de los textos de la parte inferior. La foto lleva un fino filo blanco que lo separa del fondo. En la imagen aparece un grupo folklórico de un pueblo determinado compuesto por cinco varones con sus instrumentos sobre un escenario en plena actuación.

Debajo de la fotografía a caja con el ancho de la misma aparece en la esquina derecha el logotipo del festival en blanco y en la esquina izquierda el número romano en blanco y de gran tamaño de la misma altura que el logo y debajo en dos líneas, en blanco el texto /FESTIVAL/INTERNACIONAL DE/. Bajo estas líneas aparece en dos líneas /FOLKLORE en el / MEDITERRANEO/ que están centradas y ocupan el ancho del cartel con un pequeño margen a los lados, la tipografía es extranegrita y de palo seco y está rellena con una fusión de colores que empieza en ocre, amarillo pasa a naranja, rojo, magenta, morado, azul verde amarillo y naranja (idéntico a los dos años precedentes).

Debajo y ocupando el mismo espacio que las líneas anteriores, en blanco y mayúsculas el nombre del lugar y la fecha de celebración MURCIA* 9, 10, 11 * SEPTIEMBRE*1978.

En un cuerpo pequeño en el lateral derecho a media altura el logotipo de la agencia que firma con el año ekipo 78.

En un cuerpo de letra pequeño en el margen inferior derecho en una línea y justificado a la derecha aparecen los datos de la imprenta con la dirección y el depósito legal: I.G. JIMENEZ GODOY-Cxx Bxxx, 19- MURCIA D.L. MU XXX-78

Se sustituyen los textos/letras que no podemos leer con exactitud por "x".

Convergencia denotación/connotación:

El cartel nos pone frente a una actuación real de un grupo folklórico musical lo que sabemos tanto por sus vestidos como por sus instrumentos. La escena es una muestra de lo que se puede ver durante los días que dura el encuentro, es decir, representaciones de grupos folklóricos.

Es un evento internacional ya que los grupos participantes no son solo españoles como podemos apreciar en la foto en este caso de músicos que no son españoles.

El movimiento aparece en la imagen en la postura de brazos y piernas de los músicos.

No hay más símbolos sobre ubicación sobre Murcia.

Como en los años anteriores el relleno de colores del texto "Folklore en el Mediterráneo" deja ver los colores de un paisaje mediterráneo desde la salida y puesta del sol, el cielo azul y el mar que se adentra en el verde y el ocre de las playas, la tierra y la vegetación de la costa.

Los textos informan sobre el lugar (Murcia), los días de celebración del evento, 9, 10, y 11 de septiembre de 1978, y el nombre del acontecimiento que se celebra y que se trata de su décimo primera edición "XI Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo" que se mantiene en septiembre en los días de la Feria de Murcia.

El logotipo del festival informa del respaldo de la organización del patronato.

El cartel lo ha realizado la agencia de publicidad EKIPO como en los dos años precedentes pero no ha mantenido la mascota sino que ha introducido una fotografía aunque ha mantenido la tipografía de los textos.

Otros datos

Año: 1979 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Versión del cartel en la CAJA de POSTALES propiedad del Museo Ramón Gaya de Murcia. NO DIGITALIZADA por el Museo, escaneada por la investigación.

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

XII FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRANEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA * 8, 9 y 10 * SEPTIEMBRE*1979

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Organiza el patronato del festival al que pertenece el logo del festival. Suponemos que organiza el patronato del festival al que pertenece el logo del mismo.

5) Autor: ekipo 79 si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

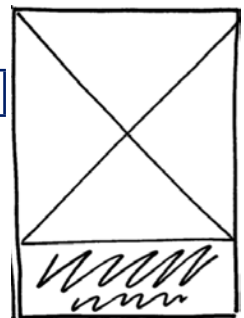
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica: si no

FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRANEO



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Grupo folklórico tocando música y parte de las chicas bailando

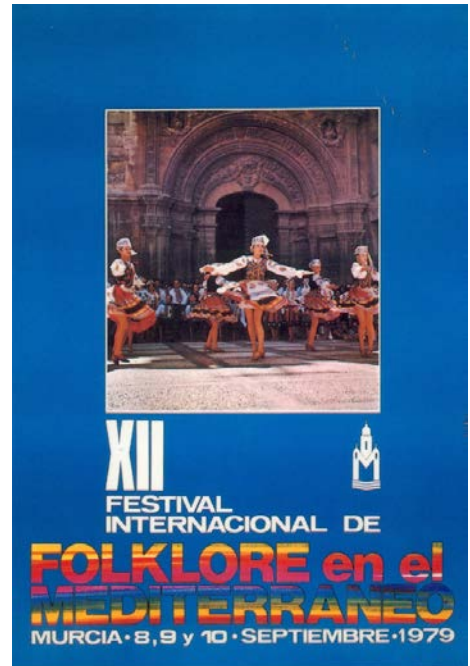
2) Lugar

3) Tiempo

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz Imafronte Santuario Fuensanta Barraca Balneario Puente Viejo Moneo Huerta Molino Teatro Romea Traje regional Río

Signos Festival Folklore Mediterráneo Murcia sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle cielo mediterráneo un pais concreto cantor/es músico/s bailarín/a mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento



NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical de fondo azul cyan que enmarca una fotografía.

La fotografía está centrada desplazada hacia arriba con un ancho marco azul que corresponde al fondo del cartel y de los textos de la parte inferior. La foto lleva un fino filo blanco que lo separa del fondo. En la imagen aparece un grupo folklórico de un pueblo determinado en plena actuación: delante un grupo de chicas ejecuta un baile en círculo y dando vueltas sobre sí, detrás el resto del grupo unos de pie cantando y otros sentados tocando los instrumentos como el acordeón. Todo el grupo ataviado con el traje regional, en este caso el adorno de la cabeza de las chicas presentan dos modelos distintos.

Debajo de la fotografía a caja con el ancho de la misma aparece en la esquina derecha el logotipo del festival en blanco y en la esquina izquierda el número romano en blanco y de gran tamaño de la misma altura que el logo y debajo en dos líneas, en blanco el texto /FESTIVAL/INTERNACIONAL DE/. Bajo estas líneas aparece en dos líneas /FOLKLORE en el / MEDITERRANEO/ que están centradas y ocupan el ancho del cartel con un pequeño margen a los lados, la tipografía es extranegrita y de palo seco y está rellena con una fusión de colores que empieza en ocre, amarillo pasa a naranja, rojo, magenta, morado, azul verde amarillo y naranja (idéntico a los dos años precedentes).

Debajo y ocupando el mismo espacio que las líneas anteriores, en blanco y mayúsculas el nombre del lugar y la fecha de celebración MURCIA* 8, 9 y 10 * SEPTIEMBRE*1979.

En cuerpo pequeño en el lateral derecho a media altura el logotipo de la agencia que firma con el año ekipo 79.

Convergencia denotación/connotación:

El cartel nos pone frente a una actuación real de un grupo folklórico lo que sabemos tanto por sus vestidos como por sus instrumentos.

La escena es una muestra de lo que se puede ver durante los días que dura el encuentro en las calles y plazas de Murcia, es decir, representaciones de grupos folklóricos. Estas representaciones, como en la imagen se puede apreciar, no solo se pueden disfrutar en el escenario principal del festival, sino también sobre el suelo (en esta fotografía se aprecia el suelo de piedras característico de esta plaza murciana), a pie de calle.

Es un evento internacional ya que los grupos participantes no son solo españoles como podemos apreciar en la foto.

El movimiento aparece en la imagen en las faldas y adornos de la bailarinas, así como en la postura de brazos y piernas. Sobre la localización en Murcia del festival encontramos la fachada de la Catedral de Murcia de la Plaza de La Cruz en la imagen donde se desarrolla la escena.

Como en los años anteriores el relleno de colores del texto "Folklore en el Mediterráneo" deja ver los colores de un paisaje mediterráneo desde la salida y puesta del sol, el cielo azul y el mar que se adentra en el verde y el ocre de las playas, la tierra y la vegetación de la costa.

Los textos informan sobre el lugar (Murcia), los días de celebración del evento, 8, 9 y 10 de septiembre de 1979, y el nombre del acontecimiento que se celebra y que se trata de su décimo segunda "XII Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo" que se mantiene en septiembre en los días de la Feria de Murcia.

El logotipo del festival informa del respaldo de la organización del patronato.

El cartel lo ha realizado por cuarto año consecutivo la agencia de publicidad EKIPO en esta ocasión mantiene el diseño del año anterior sustituyendo la fotografía y actualizando los datos de la edición del festival y las fechas de celebración, así como el año en el nombre de la agencia.

Otros datos

Como no hemos visto un cartel original solo lo recogido en la postal, no contabilizamos que lleve escrito los datos del depósito legal y de la imprenta. Suponemos que se los llevaría porque en los carteles de estos años era una práctica habitual.

Año: 1980 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Versión del cartel en la CAJA de POSTALES propiedad del Museo Ramón Gaya de Murcia. NO DIGITALIZADA por el Museo, escaneada por la investigación.

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

XIII FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRANEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA * 13, 14 y 15 * SEPTIEMBRE*1980

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Organiza el patronato del festival al que pertenece el logo del festival. Suponemos que organiza el patronato del festival al que pertenece el logo del mismo.

5) Autor: ekipo si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

/DECLARADO FIESTA DE INTERES TURISTICO/
/Placa de Bronce de la Orden al Mérito Turístico/

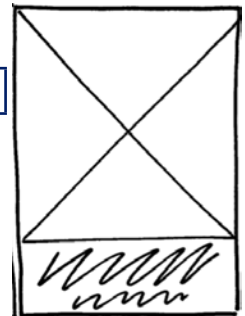
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica: si no

FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRANEO
Placa de Bronce de la Orden del Mérito Turístico



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Grupo folklórico tocando música y parte de las chicas bailando

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia

- | | | | |
|---|---|----------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Torre Catedral | <input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento | <input type="checkbox"/> Palmera | <input type="checkbox"/> Plaza de la Cruz |
| <input type="checkbox"/> Imafrente | <input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta | <input type="checkbox"/> Barraca | <input type="checkbox"/> Balneario |
| <input type="checkbox"/> Puente Viejo | <input type="checkbox"/> Moneo | <input type="checkbox"/> Huerta | <input type="checkbox"/> Molino |
| <input type="checkbox"/> Teatro Romea | <input type="checkbox"/> Traje regional | <input type="checkbox"/> Río | |

Signos

Festival Folklore
Mediterráneo
Murcia

- | | | | | | |
|--------------------------------|---------------------------------------|--|--|--|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> sol | <input type="checkbox"/> fuego | <input type="checkbox"/> corazones | <input type="checkbox"/> símbolo paz | <input checked="" type="checkbox"/> grupo bailando | <input type="checkbox"/> azul |
| <input type="checkbox"/> mar | <input type="checkbox"/> arena playa | <input type="checkbox"/> banderas | <input type="checkbox"/> personaje murciano | <input type="checkbox"/> pareja/s bailando | <input type="checkbox"/> calle |
| <input type="checkbox"/> cielo | <input type="checkbox"/> mediterráneo | <input checked="" type="checkbox"/> un país concreto | <input checked="" type="checkbox"/> cantor/es músico/s | <input type="checkbox"/> bailarín/a | |
| <input type="checkbox"/> mapa | <input type="checkbox"/> cintas | <input type="checkbox"/> unión países | <input checked="" type="checkbox"/> grupo folklórico | <input checked="" type="checkbox"/> movimiento | |



NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical de fondo gris oscuro que enmarca una fotografía.

La fotografía está centrada desplazada hacia arriba con un ancho marco azul que corresponde al fondo del cartel y de los textos de la parte inferior. La foto lleva un fino filo blanco que lo separa del fondo. En la imagen aparece un grupo folklórico de un pueblo determinado en plena actuación: seis chicos formando una barrera entrelazados por los brazos en los hombros en plenosalto con las piernas izquierdas en el aire y apoyados en la punta del pie derecho. Junto a ellos, al fondo de la imagen se ve a los músicos que interpretan el número correspondiente. La escena ocurre sobre un escenario con cortinas. Todo el grupo lleva puesto el traje regional.

El grupo de baile no es español lo que indica que en el festival participan grupos de otros países por lo que se trata de un acto internacional.

Debajo de la fotografía a caja con el ancho de la misma aparece en la esquina derecha el logotipo del festival en blanco y en la esquina izquierda el número romano en blanco y de gran tamaño de la misma altura que el logo y debajo en dos líneas, en blanco el texto /FESTIVAL/INTERNACIONAL DE/. Bajo estas líneas aparece en dos líneas /FOLKLORE en el / MEDITERRANEO/ que están centradas y ocupan el ancho del cartel con un pequeño margen a los lados, la tipografía es extranegra y de palo seco y está rellena con una fusión de colores que empieza en ocre, amarillo pasa a naranja, rojo, magenta, morado, azul verde amarillo y naranja (idéntico a los dos años precedentes).

Debajo centrado un bloque con el sello del Mérito al Turismo rodeado de un filo blanco y dos líneas de texto blanco con tipografía de palo seco como sigue: a la altura de la esquina superior derecha el texto en una línea /DECLARADO FIESTA DE INTERES TURÍSTICO/ y a la altura de la esquina derecha inferior /Placa de Bronce de la Orden al Mérito Turístico/.

Debajo y ocupando el mismo espacio que las líneas anteriores, en blanco y mayúsculas el nombre del lugar y la fecha de celebración MURCIA* 13, 14 y 15* SEPTIEMBRE*1980.

Convergencia denotación/connotación:

El cartel nos pone frente a una actuación real de un grupo folklórico lo que sabemos tanto por sus vestidos como por sus instrumentos.

La escena es una muestra de lo que se puede ver durante los días que dura el encuentro en los escenarios del festival que son representaciones de grupos folklóricos.

Es un evento internacional ya que los grupos participantes no son solo españoles como podemos apreciar en la foto en este caso se trata de jóvenes ataviados con gorros "rusos" e indumentaria de algún país del este, es decir, de un país muy alejado de España.

El movimiento aparece en la imagen tomada cuando la pierna izquierda está elevada y en la imagen se recoge el degradado de la imagen movida y, en general, en la postura de brazos y de todo el cuerpo. Al fondo se encuentran los músicos tocando sus instrumentos.

No aparece ningún signo de localización en Murcia.

Como en los años anteriores el relleno de colores del texto "Folklore en el Mediterráneo" deja ver los colores de un paisaje mediterráneo desde la salida y puesta del sol, el cielo azul y el mar que se adentra en el verde y el ocre de las playas, la tierra y la vegetación de la costa.

Los textos informan sobre el lugar (Murcia), los días de celebración del evento, 8, 9 y 10 de septiembre de 1980, y el nombre del acontecimiento que se celebra y que se trata de su décimo tercera edición XIII Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo" que se mantiene en septiembre en los días de la Feria de Murcia.

El logotipo del festival informa del respaldo de la organización del patronato.

La inclusión del sello del galardón del mérito al turismo recibido por el festival así como su declaración como evento de interés turístico transmiten nivel del acontecimiento anunciado y garantizan al público que se trata de una oferta de ocio de calidad.

Otros datos

Como no hemos visto un cartel original solo lo recogido en la postal, no contabilizamos que lleve escrito los datos del autor aunque sabemos que continúa siendo la agencia de publicidad EKIPO porque mantiene la composición del cartel de los dos años precedentes y de las tipografías de los cuatro anteriores.

Tampoco aparece el del depósito legal y de la imprenta, suponemos que se los llevaría porque en los carteles de estos años era una práctica habitual.

Año: 1981 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Versión del cartel en la CAJA de POSTALES propiedad del Museo Ramón Gaya de Murcia. NO DIGITALIZADA por el Museo, escaneada por la investigación.

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

XIV FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRANEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA * 12, 13 y 14 * SEPTIEMBRE*1981

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Organiza el patronato del festival al que pertenece el logo del festival. Suponemos que organiza el patronato del festival al que pertenece el logo del mismo.

5) Autor: si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

/DECLARADO FIESTA DE INTERES TURISTICO/
/Placa de Bronce de la Orden al Mérito Turístico/

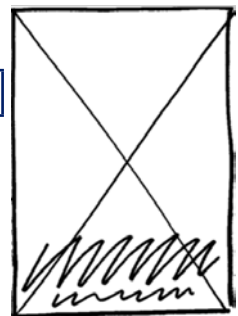
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Fotografía 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out C ▼

4) Identidad Gráfica: si no

FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRANEO
Placa de Bronce de la Orden del Mérito Turístico



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Chicas tocando el tambor y bailando con espectadores Real

2) Lugar vía pública, calle o plaza Real

3) Tiempo Clima mediterráneo, cálido Definido

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia

Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz
 Imafrente Santuario Fuensanta Barraca Balneario
 Puente Viejo Moneo Huerta Molino
 Teatro Romea Traje regional Río

Signos

Festival Folklore
Mediterráneo
Murcia

sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul
 mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle
 cielo mediterráneo un país concreto cantor/es músico/s bailarín/a
 mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical que consiste en una fotografía a sangre donde se incrustan los textos en negro macizo. En la imagen aparecen en primer plano una pareja de bailarinas orientales dando vueltas en un baile al mismo tiempo que tocan el tambor. En segundo plano otras bailarinas ejecutando el mismo baile y con el tambor. al fondo enmarcando la escena espectadores e integrantes varones del grupo folklórico. están bailando en plena calle ante los viandantes que se han parado a contemplar la escena. El grupo de danzarinas y sus acompañantes lucen los trajes típicos de su pueblo de origen. Las protagonistas sonrien. Todos los textos se encuentran en la parte inferior sobre el suelo de la foto en seis líneas, centrados, todos en negro y en tipografía de palo seco: en la primera línea, de izquierda a derecha, en número romano de la edición del festival en un cuerpo doble al del resto del título del evento XIV, la palabra FESTIVAL y el logotipo del festival de la misma altura aque el número romano; el resto de las líneas el siguiente texto separadas las líneas por "/" de arriba abajo: INTERNACIONAL DE/ FOLKLORE en / el MEDITERRANEO/ . La línea siguiente lleva un un cuerpo de letra pequeño y a caja con la línea inmediatamente superior dos textos justificados a la izquierda y a la derecha respectivamente: /DECLARADO FIESTA DE INTERES TURISTICO/ Placa de Bronce de la Orden al Mérito Turístico/.Debajo el nombre del lugar y la fecha de celebración MURCIA* 12,13 y 14 * SEPTIEMBRE*1981.A la derecha de esta línea el sello del Mérito al Turismo rodeado de un filo blanco

Convergencia denotación/connotación:

El cartel nos pone frente a una actuación real de un grupo folklórico lo que sabemos tanto por sus vestidos como por sus instrumentos.

La escena es una muestra de lo que se puede ver durante los días que dura el encuentro en plena calle, es decir, representaciones de grupos folklóricos.

El grupo de baile no es español lo que indica que en el festival participan grupos de otros países por lo que se trata de un acto internacional.

El movimiento aparece en la imagen tomada en pleno giro de las bailarinas que aparecen inclinadas y sus faldas al vuelo por la inercia.

la fotografía está tomada en una plaza murciana que los habitantes de Murcia podrían llegar a reconocer si se fijan mucho pero que no recoe ningún rasgo emblemático para simbolizar la ciudad de Murcia.

Los textos informan sobre el lugar (Murcia), los días de celebración del evento, 12, 13 y 14 de septiembre de 1981, y el nombre del acontecimiento que se celebra y que se trata de su décimo cuarta edición XIV Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo" que se mantiene en septiembre en los días de la Feria de Murcia.

El logotipo del festival informa del respaldo de la organización del patronato.

El cartel lo ha realizado por quinto año consecutivo la agencia de publicidad EKIPO en esta ocasión mantiene el diseño de los dos años anteriores sustituyendo la fotografía y actualizando los datos de la edición del festival y las fechas de celebración.

La inclusión del sello del galardón del mérito al turismo recibido por el festival así como su declaración como evento de interés turístico transmiten nivel del acontecimiento anunciado y garantizan al público que se trata de una oferta de ocio de calidad.

Otros datos

Como no hemos visto un cartel original solo lo recogido en la postal, no contabilizamos que lleve escrito los datos del autor, el depósito legal y la imprenta, suponemos que se los llevaría porque en los carteles de estos años era una práctica habitual.

El cartel puede haber sido diseñado por una agencia de publicidad como en los años anteriores, o puede ser una fotografía de autor que se ha maquetado en la imprenta.

Es el cuarto año consecutivo que se utiliza una fotografía de un grupo de fuera de España.

Año: 1982 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Versión del cartel en la CAJA de POSTALES propiedad del Museo Ramón Gaya de Murcia. NO DIGITALIZADA por el Museo, escaneada por la investigación.

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

XV FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRANEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA 11, 12 y 13 de septiembre 1982

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Organiza el patronato del festival al que pertenece el logo del festival. Suponemos que organiza el patronato del festival al que pertenece el logo del mismo.

5) Autor: Ig García si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADO FIESTA DE INTERES TURISTICO

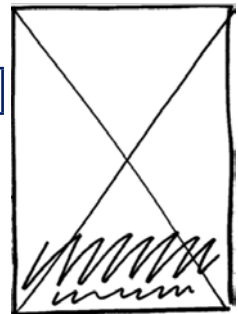
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Diseño gráfico 2) Margen Mixto 3) Tipo lay out C ▼

4) Identidad Gráfica: si no

FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRANEO
Placa de Bronce de la Orden del Mérito Turístico



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Paloma estampada con monigotes de personas rellenos de banderas de distintos países Fantástico

2) Lugar Mar Mediterráneo Real

3) Tiempo Indefinido Indefinido

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz
 Imafrente Santuario Fuensanta Barraca Balneario
 Puente Viejo Moneo Huerta Molino
 Teatro Romea Traje regional Río

Signos Festival Folklore Mediterráneo Murcia sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul
 mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle
 cielo mediterráneo un país concreto cantor/es músico/s bailarín/a
 mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento



NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical que consiste en una ilustración de fondo azul a sangre.

Es una ilustración con figuras planas y colores macizos que simula una composición con papeles recortados con precisión superpuestos.

En la imagen aparecen en primer plano ocupando 2/3 una paloma blanca sobre el fondo azul sobre ella se recortan una serie de seis tiras de figuras de monigotes de chico y chica rellenos cada uno con una bandera diferente. Las primeras cuatro tiras van de lado a lado del cartel de forma que, donde no cortan con la paloma, los monigotes aparecen sobre el fondo rellenos con un azul más claro.

En la parte superior e inferior el cartel presenta una franja blanca del mismo tamaño como un marco fino pero que no aparece en los laterales derecho e izquierdo.

Todos los textos se encuentran en la parte inferior derecha bajo la paloma formando un bloque de texto inclinado siguiendo la estela de la paloma. Los textos del título, fechas y lugar son blancos con una tipografía de palo seco en el mismo cuerpo excepto el número romano de la edición que tiene un tamaño aproximadamente 1/3 mayor que el nombre del festival. Están dispuestos en seis líneas justificadas a la izquierda menos la sexta línea justificada a la derecha (la separación de las líneas se marca con "/" y va de arriba abajo): XV FESTIVAL/ INTERNACIONAL/ DE FOLKLORE EN /EL MEDITERRANEO/ MURCIA, 11, 12 Y 13 de/ septiembre 1982/.

Debajo en una línea justificada a la derecha en un cuerpo de letra pequeño y en negro aparece el texto siguiente: /DECLARADO FIESTA DE INTERES TURISTICO/.

La imagen de la Placa de Bronce de la Orden al Mérito Turístico está colocada a la derecha de la primera línea de texto bajo la paloma.

El logotipo del festival adquiere gran importancia en su tamaño que ocupa el tercio inferior izquierdo. está colocado inclinado como el bloque de texto y en este cartel lleva dos colores el naranja en dos tonos para la parte superior que simboliza un edificio con una torre, y el azul claro para la parte inferior que simboliza las olas del mar.

Convergencia denotación/connotación:

El cartel rompe con los planteamientos anteriores en cuanto a las escenas que presenta. En esta ocasión no hay integrantes de grupo folklórico bailando, cantando o tocando instrumentos. Se trata de un gran símbolo, la paloma, que ocupa la mayor parte del cartel. Es por tanto un mensaje de paz. Y presenta a los protagonistas de esa relación pacífica que son las personas que toman forma esquemática simulando las tiras de papel recortado donde los personajes aparecen de la mano, es decir, en armonía y por tanto en una convivencia amistosa. Se especifica que estas personas son tanto hombres como mujeres, ya que hay recortes con falda y sin falda, y que cada uno es de diferente nacionalidad. El movimiento aparece en la imagen en la paloma en pleno vuelo con las alas extendidas y en la inclinación de los textos que siguen la estela de la misma, así como en la inclinación del logo. El festival persigue (estela) la paz entre los hombres y mujeres de las naciones de la tierra.

Los textos informan sobre el lugar (Murcia), los días de celebración del evento, 12, 13 y 14 de septiembre de 1981, y el nombre del acontecimiento que se celebra y que se trata de su décimo cuarta edición XIV Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo" que se mantiene en septiembre en los días de la Feria de Murcia.

El logotipo del festival informa del respaldo de la organización del patronato y por su gran tamaño deja ver la torre de la catedral de la ciudad de Murcia y la "M" que es la inicial del nombre de la capital donde se celebra el festival así como del nombre del mar que titula al festival, sin descartar las olas del mar sobre las que descansa todo lo anterior.

El cartel lo ha realizado Ig. García

La inclusión del sello del galardón del mérito al turismo recibido por el festival así como su declaración como evento de interés turístico transmiten nivel del acontecimiento anunciado y garantizan al público que se trata de una oferta de ocio de calidad.

Otros datos

Como no hemos visto un cartel original solo lo recogido en la postal, no contabilizamos que lleve escrito el depósito legal y de la imprenta, suponemos que se los llevaría porque en los carteles de estos años era una práctica habitual.

En la postal parece una franja blanca en la parte superior e inferior del cartel que no parece que las llevara el cartel original sino que se trata de una solución para acomodar el cartel al tamaño de la postal por lo cual no lo recogemos en la descripción del cartel.

El 9 de junio de este año 1982 se aprueba el estatuto de Autonomía de la Región de Murcia

Año: 1983 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Versión del cartel en la CAJA de POSTALES propiedad del Museo Ramón Gaya de Murcia. NO DIGITALIZADA por el Museo, escaneada por la investigación.
Este cartel aparece dentro del programa de este año en escala de grisis (BRM HP 1963)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

XVI FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRANEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA (España) 9/10/11 Septiembre 1983

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Organiza el patronato del festival al que pertenece el logo del festival.
Suponemos que organiza el patronato del festival al que pertenece el logo del mismo.

5) Autor: Manuel Muñoz Barberán si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



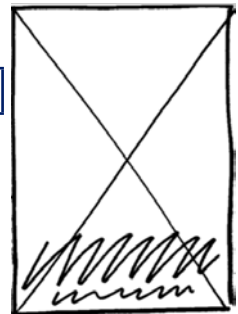
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica: si no

FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRANEO



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Pareja bailando en traje regional

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia
 Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz
 Imafronte Santuario Fuensanta Barraca Balneario
 Puente Viejo Moneo Huerta Molino
 Teatro Romea Traje regional Río

Signos Festival Folklore Mediterráneo Murcia
 sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul
 mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle
 cielo mediterráneo un país concreto cantor/es músico/s bailarín/a
 mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical donde texto e imagen se integran en una estampa a sangre (sin marco). El fondo es blanco.

En la esquina superior izquierda se sitúa el logotipo del festival en morado.

La imagen ocupa las 3/4 partes superiores del cartel. En ella aparece una pareja de jóvenes bailando

Aparece en primer plano, centrada que ocupa una pareja de jóvenes ataviados con el traje regional bailando (incluye peinado y adorno de la chica) una danza típica murciana.

La escena se sitúa en un paisaje de playa en el que destaca un gran sol (que comienza en la esquina superior izquierda) sobre el mar que desemboca en la arena.

La ilustración está firmada por el pintor en la esquina inferior derecha de la misma a la altura de las botas.

En la parte inferior aparecen todos los textos con el mismo tipo de letra de palo seco en dos bloques: un bloque en la esquina inferior izquierda con el número de la edición y el nombre del festival todo en tipo oración con el mismo cuerpo de letra y en azul oscuro igual a trazos azules de la ilustración -(la separación de las líneas se marca con "/" y va de arriba abajo): XVI/ Festival/ Internacional de/ Folklore en el/ Mediterraneo/; y un segundo bloque justificado a la

derecha en la esquina inferior donde aparecen los días, el mes y el lugar de la celebración del mismo con el texto en morado como el logotipo, a caja superior e inferior con el bloque de la derecha en tres líneas la fecha y en dos líneas la localidad (de arriba abajo se marca con la barra inclinada "/" el salto de línea): 9/10/11 // Septiembre // 1983; Murcia // (España)

Convergencia denotación/connotación:

El cartel vuelve al planteamiento de mensaje de las cuatro primeras ediciones y la imagen la realiza el mismo pintor que, como es habitual, la firma.

La imagen nos sitúa frente a una representación de un baile folklórico. Reconocemos que se trata de un baile folklórico por la indumentaria de los personajes que visten traje regional y por la postura de los brazos y de las piernas que corresponden a las danzas populares.

Se trata de un evento internacional ya que los grupos participantes no son solo españoles como el que aparece en esta pintura que parece de un país del este, sobre todo por las botas que calzan.

El movimiento aparece en la imagen en las posturas de brazos y piernas de las parejas de baile, así como en los trazos semicirculares que envuelven a los danzantes.

Los textos informan sobre el lugar (Murcia), los días de celebración del evento, 9, 10, y 11, de septiembre de 1983, y el nombre del acontecimiento que se celebra y que se trata de su décimo sexta edición "XVI Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo", y que se mantiene en septiembre en los días de la Feria de Murcia.

El logotipo del festival transmite que es un acontecimiento con identidad propia y que cuenta con el respaldo del patronato en la organización.

Aparece la rúbrica en la ilustración del cartel lo que significa que se trata del trabajo de un artista, en este caso un pintor local del que se reproduce una pintura.

Otros datos

Como no hemos visto un cartel original solo lo recogido en la postal, no contabilizamos que lleve escrito el depósito legal y de la imprenta, suponemos que se los llevaría porque en los carteles de estos años era una práctica habitual.

En este cartel no aparece la declaración de interés turístico ni la placa de bronce quizás porque estaba ya desgastado el galardón y no sabemos si la declaración debía renovarse...nos referimos a estas referencias que aparecen en los carteles de los tres años anteriores: DECLARADO FIESTA DE INTERÉS TURÍSTICO y la imagen de la Placa de Bronce de la Orden al Mérito Turístico. Este año hay DOS carteles del mismo autor.

Año: 1983 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Versión del cartel en la CAJA de POSTALES propiedad del Museo Ramón Gaya de Murcia. NO DIGITALIZADA por el Museo, escaneada por la investigación.
Tenemos textos del programa de la edición de este año que está en la Biblioteca Regional de Murcia HP1963.

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

XVI FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRANEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA (España) 9/10/11 Septiembre 1983

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Organiza el patronato del festival al que pertenece el logo del festival.
Suponemos que organiza el patronato del festival al que pertenece el logo del mismo.

5) Autor: Manuel Muñoz Barberán si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



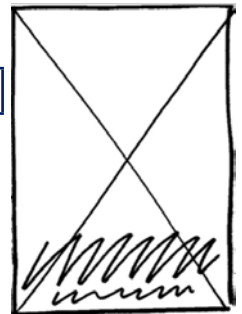
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica: si no

FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRANEO



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Pareja bailando en traje regional

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz
 Imafronte Santuario Fuensanta Barraca Balneario
 Puente Viejo Moneo Huerta Molino
 Teatro Romea Traje regional Río

Signos Festival Folklore Mediterráneo Murcia sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul
 mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle
 cielo mediterráneo un país concreto cantor/es músico/s bailarín/a
 mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical donde texto e imagen se integran en una estampa a sangre (sin marco). El fondo es blanco. En la esquina superior izquierda se sitúa el logotipo del festival en morado.

La imagen consiste en un retrato de medio cuerpo de una chica vestida con el traje tradicional de su pueblo de origen que está colocada de medio lado y vuelve la cara hacia el espectador aunque la mirada no es directa hacia el frente.

La ilustración está firmada por el pintor en la esquina inferior derecha de la misma a la altura de las botas.

En la parte inferior aparecen todos los textos con el mismo tipo de letra de palo seco en dos bloques: un bloque en la esquina inferior izquierda con el número de la edición y el nombre del festival todo en tipo oración con el mismo cuerpo de letra y en azul oscuro igual a trazos azules de la ilustración -(la separación de las líneas se marca con "/" y va de arriba abajo): XVI/ Festival/ Internacional de/ Folklore en el/ Mediterraneo/; y un segundo bloque justificado a la derecha en la esquina inferior donde aparecen los días, el mes y el lugar de la celebración del mismo con el texto en morado como el logotipo, a caja superior e inferior con el bloque de la derecha en tres líneas la fecha y en dos líneas la localidad (de arriba abajo se marca con la barra inclinada "/" el salto de línea): 9/10/11 // Septiembre // 1983; Murcia // (España)

Convergencia denotación/connotación:

El cartel vuelve al planteamiento de mensaje de las cuatro primeras ediciones y la imagen la realiza el mismo pintor que, como es habitual, la firma.

La imagen nos sitúa frente al retrato de una chica vestida y ataviada con el traje regional de su lugar de procedencia por lo que entendemos que se trata de un evento sobre folklore.

Se trata de un evento internacional ya que la protagonista no es española cosa que sabemos tanto por la indumentaria como por los rasgos faciales que son de otra raza.

La protagonista está quieta detalle a tener en cuenta al contrastar con los carteles de los años precedentes en los que la imagen indica movimiento.

Los textos informan sobre el lugar (Murcia), los días de celebración del evento, 9, 10, y 11, de septiembre de 1983, y el nombre del acontecimiento que se celebra y que se trata de su décimo sexta edición "XVI Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo", y que se mantiene en septiembre en los días de la Feria de Murcia.

El logotipo del festival transmite que es un acontecimiento con identidad propia y que cuenta con el respaldo del patronato en la organización.

Aparece la rúbrica en la ilustración del cartel lo que significa que se trata del trabajo de un artista, en este caso un pintor local del que se reproduce una pintura.

Otros datos

Como no hemos visto un cartel original solo lo recogido en la postal, no contabilizamos que lleve escrito el depósito legal y de la imprenta, suponemos que se los llevaría porque en los carteles de estos años era una práctica habitual.

En este cartel no aparece la declaración de interés turístico ni la placa de bronce quizás porque estaba ya desgastado el galardón y no sabemos si la declaración debía renovarse...nos referimos a estas referencias que aparecen en los carteles de los tres años anteriores: DECLARADO FIESTA DE INTERÉS TURÍSTICO y la imagen de la Placa de Bronce de la Orden al Mérito Turístico. Este año hay DOS carteles del mismo autor.

Año: 1984 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Versión del cartel en la CAJA de POSTALES propiedad del Museo Ramón Gaya de Murcia. NO DIGITALIZADA por el Museo, escaneada por la investigación.
Tenemos textos del programa que está en la Biblioteca Regional de Murcia HP1963.

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

XVII FESTIVAL INTERNACIONAL FOLKLORE DEL MEDITERRANEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA 1984 DEL 3 AL 9 DE SEPTIEMBRE

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Excmo. Ayuntamiento de Murcia. Patronato Municipal de Folklore.

5) Autor: Alfonso Albacete si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

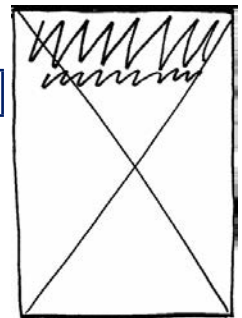
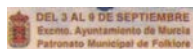
Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out ▼

4) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia

- | | | | |
|---|---|----------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Torre Catedral | <input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento | <input type="checkbox"/> Palmera | <input type="checkbox"/> Plaza de la Cruz |
| <input type="checkbox"/> Imafrente | <input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta | <input type="checkbox"/> Barraca | <input type="checkbox"/> Balneario |
| <input type="checkbox"/> Puente Viejo | <input type="checkbox"/> Moneo | <input type="checkbox"/> Huerta | <input type="checkbox"/> Molino |
| <input type="checkbox"/> Teatro Romea | <input type="checkbox"/> Traje regional | <input type="checkbox"/> Río | |

Signos

Festival Folklore Mediterráneo Murcia

- | | | | | | |
|---|---|--|--|--|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> sol | <input type="checkbox"/> fuego | <input type="checkbox"/> corazones | <input type="checkbox"/> símbolo paz | <input checked="" type="checkbox"/> grupo bailando | <input checked="" type="checkbox"/> azul |
| <input checked="" type="checkbox"/> mar | <input checked="" type="checkbox"/> arena playa | <input type="checkbox"/> banderas | <input type="checkbox"/> personaje murciano | <input type="checkbox"/> pareja/s bailando | <input type="checkbox"/> calle |
| <input type="checkbox"/> cielo | <input type="checkbox"/> mediterráneo | <input type="checkbox"/> un país concreto | <input checked="" type="checkbox"/> cantor/es músico/s | <input type="checkbox"/> bailarín/a | |
| <input type="checkbox"/> mapa | <input type="checkbox"/> cintas | <input checked="" type="checkbox"/> unión países | <input type="checkbox"/> grupo folklórico | <input checked="" type="checkbox"/> movimiento | |

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical donde texto e imagen se integran en una estampa con un marco claro que pertenece a la misma pinturero es blanco.

En la parte superior del cartel aparece el título del evento con el número de la edición en una tipografía libre, de palo seco, pintada por el autor en el mismo cuadro en dos líneas y en cuatro colores armonizados con el cuadro (blanco, negro, tierra, naranja) y sobre un fondo tierra (la separación de las líneas se marca con "/" y va de arriba abajo): XVII / FESTIVAL INTERNACIONAL / FOLKLORE DEL MEDITERRÁNEO. Debajo sobre el fondo azul del mar los datos del lugar y el año centrados en dos líneas y con un tamaño menor que el nombre: MURCIA / 1984.

En la imagen se representa una escena donde el personaje central es un auleta que va caminando por el mar con el agua hasta las rodillas. Aparece de espaldas (3/4), desnudo y tocando el aulós una flauta doble instrumento de la antigua Grecia que en Roma recibió el nombre de tibia. Es una persona de piel marrón ya que su reflejo en el agua, el brazo derecho y los perfiles del cuerpo son marrones aunque el reflejo del mar rellena la figura de azul. El mar se mueve y a su alrededor se dibujan las ondas donde se reflejan dos figuras, a derecha e izquierda, de dos personas, una blanca y otra negra respectivamente. Los reflejos parten de los pies en movimiento de ambos personajes situados en la orilla del mar. Los reflejos de la luz naranja del sol cuando se pone inundan toda la escena.

Los colores de la pintura son el azul, blanco, negro, marrón y naranja intenso.

La pintura está firmada por el pintor en la esquina inferior derecha de la misma y lleva el año.

En la esquina inferior izquierda se sitúa la identidad corporativa del organizador del festival que consta de la parte simbólica que es el escudo de Murcia y los textos en dos líneas de texto justificado en color rojizo (no se percibe bien) que de arriba abajo son (líneas separadas por "/"): Excmo. Ayuntamiento de Murcia / Patronato Municipal de Folklore.

Sobre este texto la fecha del festival en mayúsculas y mismo tipografía que el ayuntamiento: DEL 3 AL 9 DE SEPTIEMBRE

Convergencia denotación/connotación:

El auleta protagonista de la escena se mueve por el mar tocando el aulós mientras las otras personas de la escena danzan en la orilla del mar que sabemos que es el Mediterráneo porque lo dice el título y por ser un instrumento griego el que porta el muchacho. Así como por la luz naranja rojiza característica de los atardeceres mediterráneos.

Se trata de un baile internacional, donde personas de distintas razas, (blanco, negro y marrón) y, por tanto de distintas partes del mundo, danzan al unísono. Es un acontecimiento que procura la paz y armonía entre los pueblos.

Se transmite el movimiento en toda la imagen sobre todo en los pies de los danzantes y en las ondas del mar.

Los textos informan sobre el lugar (Murcia), los días de celebración del evento, del 3 al 9 de 1984, y el nombre del acontecimiento que se celebra y que se trata de su décimo séptima edición " XVII FESTIVAL INTERNACIONAL FOLKLORE DEL MEDITERRÁNEO, y que se mantiene en septiembre en los días de la Feria de Murcia.

El logotipo del festival desaparece en esta edición y en su lugar aparece la identidad corporativa del Ayuntamiento y los textos que localizan la organización del festival dentro de las competencias de un patronato con nombre propio "Patronato

Municipal de Folklore.

Aparece la rúbrica en la ilustración del cartel lo que significa que se trata del trabajo de un artista que ha preparado esta pintura para el efecto puesto que lleva pintadas los textos también.

Otros datos

Como no hemos visto un cartel original solo lo recogido en la postal, no contabilizamos que lleve escrito el depósito legal y de la imprenta, suponemos que se los llevaría porque en los carteles de estos años era una práctica habitual.

En este cartel como el año anterior no aparece la declaración de interés turístico ni la placa de bronce.

NO APARECE EL LOGO DEL FESTIVAL POR PRIMERA VEZ DESDE SU INICIO y aparece por PRIMERA VEZ EL ESCUDO DEL AYUNTAMIENTO Y LA LEYENDA del Ayuntamiento y del Patronato.

En este cartel hay un cambio de nombre.

Año: 1985 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Versión del cartel en la CAJA de POSTALES propiedad del Museo Ramón Gaya de Murcia. NO DIGITALIZADA por el Museo, escaneada por la investigación.

Catalogado en el Almuñi: "1""a" Gaya, Ramón "ZZ0005828" "10""a" XVIII Festival Internacional Folklore del Mediterráneo "h" [Material gráfico] "b": Murcia 1985 del 4 al 15 septiembre "c" / Ramón Gaya. -- " ""a" Murcia "b": Patronato Municipal del Festival de Folklore, Ayuntamiento de Murcia "c", D.L. 1985 "f" (Novograf) " ""a" 1 lám. (cartel) "b": col. "c": 76 x 55 cm " ""a" Napolitana D.L. " ""a" MU-377-1985 "24""a" Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo "n" (18""d". 1985 "c". Murcia) "j". Carteles "ZZ0005853" " 4""a" Murcia "x". Fiestas "j". Carteles "ZZ0004287" * "1 ""a" MU-AM "j" 149C (1-7) Otro cartel que creemos está mal catalogado porque describe el del festival pero consta como Fiestas de primavera de 1985 "1 ""a" Gaya, Ramón "d" (1910-) "ZZ0000132" "10""a" Fiestas de primavera "h" [Material gráfico] "b": 1985, 4 - 15 septiembre "c" / R. Gaya. -- " ""a" Murcia "b": Ayuntamiento de Murcia "b": Patronato Municipal del Festival del Folklore "c", 1985 ""a" 1 lám. (cartel) "b": col. "c": 75 x 55 cm ""a" Napolitana "14""a" Fiestas de primavera "z"-Murcia "j". Carteles "ZZ0005706" " 4""a" Murcia "x". Fiestas "j". Carteles "ZZ0004287" " * " ""a" MU-AM "j" 17C

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 76 x 55 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

XVIII FESTIVAL INTERNACIONAL FOLKLORE DEL MEDITERRANEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA 1985 / DEL 4 AL 15 DE SEPTIEMBRE

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

PATRONATO MUNICIPAL DEL FESTIVAL DE FOLKLORE EXCELENTISIMO AYUNTAMIENTO DE MURCIA

5) Autor: Ramón Gaya si no

6) Imprenta: Novograf si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

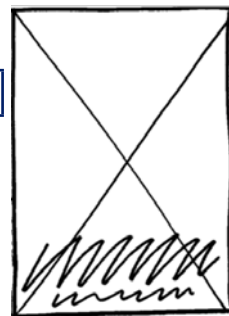
1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out C

4) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE DEL MEDITERRANEO



PATRONATO MUNICIPAL DEL FESTIVAL DE FOLKLORE EXCELENTISIMO AYUNTAMIENTO DE MURCIA



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Chica napolitana con pandereta en la playa Real

2) Lugar Mar y playa Real

3) Tiempo Clima mediterráneo, cálido Definido

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz Imafrente Santuario Fuensanta Barraca Balneario Puente Viejo Moneo Huerta Molino Teatro Romea Traje regional Río

Signos Festival Folklore Mediterráneo Murcia sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle cielo mediterráneo un pais concreto cantor/es músico/s bailarín/a mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento



NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical donde texto e imagen se integran en una estampa sin marco.

En la parte superior del cartel dos bloques de texto en tipografía romana y en mayúsculas (la separación de las líneas se marca con "/" y va de arriba abajo): a la izquierda el lugar y la fecha en dos líneas justificado a la izquierda MURCIA 1985 /DEL 4 AL 15 DE SEPTIEMBRE; a la derecha la identidad del responsable del festival el escudo del Ayuntamiento de Murcia y los textos en dos líneas PATRONATO MUNICIPAL DEL FESTIVAL DE FOLKLORE / EXCELENTISIMO AYUNTAMIENTO DE MURCIA.

La imagen la ocupa una joven napolitana apoyada en su codo derecho en un pilar y sujetando una pandereta con el antebrazo izquierdo a la altura de la cadera. El paisaje que rodea a la chica es una playa con el mar azul.

En la parte inferior de la pintura del cartel el título del evento con el número de la edición en la tipografía romana que el resto de los textos en color marrón tierra y mayúsculas en dos líneas sobre el cuadro (la separación de las líneas se marca con "/" y va de arriba abajo): XVIII FESTIVAL INTERNACIONAL /FOLKLORE DEL MEDITERRANEO. Sobre la esquina izquierda del título el logotipo del festival en el mismo color que los textos.

La pintura está firmada por el pintor en la esquina inferior derecha de la misma.

Convergencia denotación/connotación:

Se trata de un evento internacional ya que la protagonista no es española cosa que sabemos tanto por su indumentaria que consiste en el traje típico de su pueblo que consta de falda con delantal corpiño y blusa, y sus adornos como el collar y el tocado de su cabeza. Además de que sostiene una pandereta lo que nos informa de que la chica interpreta música que puede acompañar a la danza y el canto popular, luego se ubica en el folklore de aquellas tierras.

La joven no se mueve pero su postura parece que es de una parada para descansar porque permanece de pie, podría ser un descanso entre piezas.

La escena nos sitúa en la orilla del mar que sabemos que es el Mediterráneo porque lo dice el título y por los colores y luces del paisaje.

Los textos informan sobre el lugar (Murcia), los días de celebración del evento, del 4 al 15 de 1985, y el nombre del acontecimiento que se celebra y que se trata de su décimo octava edición "XVIII Festival Internacional Folklore del Mediterráneo", y que se mantiene en septiembre en los días de la Feria de Murcia.

El logotipo del festival vuelve a aparecer en esta edición y comparte cartel por primera vez con la identidad corporativa del Ayuntamiento y los textos que localizan la organización del festival dentro de las competencias de un patronato con nombre propio más concreto que el año anterior "Patronato Municipal **del festival** de Folklore" dando gran relevancia a este festival en concreto.

Aparece la rúbrica en la ilustración del cartel lo que significa que se trata del trabajo de un artista que este año es de gran prestigio internacional como Ramón Gaya lo que confiere importancia al festival.

Otros datos

Como no hemos visto un cartel original solo lo recogido en la postal, no contabilizamos que lleve escrito el depósito legal y de la imprenta, suponemos que se los llevaría porque en los carteles de estos años era una práctica habitual.

En este cartel como el año anterior no aparece la declaración de interés turístico ni la placa de bronce.

REAPARECE EL LOGO DEL FESTIVAL Y CONVIVE CON EL ESCUDO DEL AYUNTAMIENTO.

Año: 1986 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Versión del cartel en la CAJA de POSTALES propiedad del Museo Ramón Gaya de Murcia. NO DIGITALIZADA por el Museo, escaneada por la investigación.

Catalogado en el Almadú : "1 ""a"Avellaneda Gómez, Manuel"d" (1938-2003)"ZZ0001052" "10""a"XIX Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo"h" [Material gráfico]"b" : 1986, 8 - 15 abril"c" / Avellaneda. -- " ""a"Murcia"b": Ayuntamiento de Murcia"b" : Patronato Municipal del Festival de Folklore"c", 1986" ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" : 68 x 97 cm "24""a"Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo"n" (19°d". 1986 "c". Murcia)"j"-Carteles"ZZ0005856" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * " ""a" MU-AM"j" 15C

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 68 x 97 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

XIX FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE DEL MEDITERRANEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA ESPAÑA del 8 al 15 de SEPTIEMBRE'86

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

PATRONATO MUNICIPAL DEL FESTIVAL DE FOLKLORE /MURCIA ESPAÑA
EXCMO. AYUNTAMIENTO DE MURCIA
COLABORA: CONSEJERÍA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO /
CONSEJERÍA DE CULTURA

5) Autor: Manuel Avellaneda si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



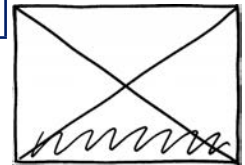
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out N ▼

4) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia. Símbolo del C.I.O.F.F. FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE DEL MEDITERRANEO, solo texto Consejerías



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Huertana de cintura para abajo, refajo medias y cucos Real

2) Lugar Mar y playa Real

3) Tiempo Clima mediterráneo, cálido Definido

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia

Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz
 Imafrente Santuario Fuensanta Barraca Balneario
 Puente Viejo Moneo Huerta Molino
 Teatro Romea Traje regional Río

Signos

Festival Folklore
Mediterráneo
Murcia

sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul
 mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle
 cielo mediterráneo un país concreto cantor/es músico/s bailarín/a
 mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel **horizontal** donde texto e imagen se integran en una estampa sin marco (a sangre).

Aparece un paisaje de costa mediterránea de tres franjas donde el cielo es azul claro, el mar azul más oscuro y con la cresta de las olas blancas y la tierra es clara con poca vegetación con pocos arboles muy diseminados por el territorio.

En primer plano, en la mitad izquierda del cartel, esta parada de espalda una chica vestida de traje regional de la que solo vemos su mitad inferior. El refajo es colorado y se levanta con el aire por lo que quedan al descubierto las enaguas y los cucos con los lazos del mismo color que el refajo con que se sujetan a la parte superior de la rodilla. Las medias decoradas de la huertana acaban en los zapatos que nos muestran el pie izquierdo con el talón levantado en pleno movimiento.

En el cuarto inferior derecho aparecen los textos del título del evento con el número de la edición, el lugar y la fecha de celebración. Todos los textos llevan la misma tipografía romana y en color verde y se distribuyen en cinco líneas justificadas a la derecha, todo en mayúscula excepto las preposiciones de la fecha (la separación de las líneas se marca con "/" y va de arriba abajo): XIX FESTIVAL/ INTERNACIONAL / DE FOLKLORE /DEL MEDITERRANEO/MURCIA DEL 8 AL 15 DE SEPTIEMBRE'86.

En la parte inferior del cartel de izquierda a derecha se encuentran la identidad del responsable del festival y los organizados y colaboradores, todos los textos en verde así como el logo del festival y el escudo del Ayuntamiento (de izquierda a derecha y cuando el texto va en dos líneas las separamos con "/"): Logo del festival PATRONATO MUNICIPAL DEL FESTIVAL DE FOLKLORE /MURCIA ESPAÑA; logo del C.I.O.F.F.; escudo del Ayuntamiento de Murcia y EXCMO. AYUNTAMIENTO DE MURCIA; COLABORA: CONSEJERIA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO / CONSEJERIA DE CULTURA

La firma del pintor está en la esquina inferior derecha de la pintura y del cartel.

Convergencia denotación/connotación:

La escena nos sitúa en la orilla del mar que sabemos que es el Mediterráneo porque lo dice el título y por los colores y luces del paisaje.

El traje típico redundante en la referencia que hace el título al folklore.

Se transmite el movimiento en la imagen en el viento que levanta el refajo de la huertana y en el pie izquierdo de la misma que tiene levantado el talón como en mitad de un paso.

Los textos informan sobre el lugar (Murcia), los días de celebración del evento, del 8 al 15 de septiembre de 1986, y el nombre del acontecimiento que se celebra y que se trata de su décimo novena edición "XIX Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo", y que se mantiene en septiembre en los días de la Feria de Murcia.

El logotipo del festival y la identidad corporativa del Ayuntamiento comparten cartel con el logotipo del C.I.O.F.F. y las menciones de colaboración de las consejerías arriba especificadas. Todo ello indica la participación de las instituciones en el festival lo que transmite el aumento del respaldo y el reconocimiento que las primeras hacen del evento. Como el año anterior aparece nombrado el "Patronato Municipal **del festival** de Folklore".

Aparece la rúbrica en la ilustración del cartel lo que significa que se trata del trabajo de un pintor local de prestigio.

Otros datos

Como no hemos visto un cartel original solo lo recogido en la postal, no contabilizamos que lleve escrito el depósito legal y de la imprenta, suponemos que se los llevaría porque en los carteles de estos años era una práctica habitual.

Es el tercer año que aparece el escudo del Ayuntamiento.

Por primera vez aparece el logotipo del Consejo Internacional de Organizaciones de Festivales de Folklore.

Por primera vez lleva los nombres de las Consejerías del Gobierno regional que colaboran en el festival.

Cambia el nombre: se vuelve a incluir "de" entre Internacional y Folklore.

Año: 1987 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Fotos realizadas por mi con el original de la Biblioteca Regional Signatura DMUG 4595 Título:XX Festival internacional de folklore del mediterraneo [Material gráfico] : Murcia, 7 al 13 de septiembre / diseño Vicente M. Gadea y Severo Almansa. Editorial: Murcia : Ayuntamiento de Murcia, 1987 (Novograf) Descripción física:1 lám. (cartel) : il. ; 98 x 69 cm. Materias: Folklore - Carteles Autores:Martínez Gadea, Vicente (1948-)Almansa, Severo

Tenemos otra Versión del cartel en la CAJA de POSTALES propiedad del Museo Ramón Gaya de Murcia.NO DIGITALIZADA por el Museo, escaneada por la investigación. Catalogado en el AlmuDi: "1""a"Martínez Gadea, Vicente"ZZ0004317""10""a"XX Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo"h" [Material gráfico]"b" : 1987, 7-13 septiembre"e" / Vicente M. Gadea y Severo Almansa. -- "a"[Murcia]"b" : Ayuntamiento de Murcia"b" : Patronato Municipal del Festival de Folklore"e", D.L. 1987 ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" : 97 x 69 cm"24""a"Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo"n" (20"d". 1987 "c". Murcia)"j"-Carteles"ZZ0005858" "Murcia"x"-Fiestas)"j"-Carteles"ZZ0004287""1""a"Almansa, Severo"ZZ0002776""*""a" MU-AM)"j" 40C

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 98 x 69 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

XX Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA - 7 al 13 de Septiembre

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia/Patronato Municipal del Festival de Folklore Comunidad Autónoma de Murcia Consejería de Cultura y Turismo MINISTERIO DE CULTURA Instituto Nacional de la Artes Escénicas y de la Música

5) Autor: Diseño Vicente M. Gadea y Severo Almansa si no

6) Imprenta: Imprime A.G. Novograf, S. A. si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

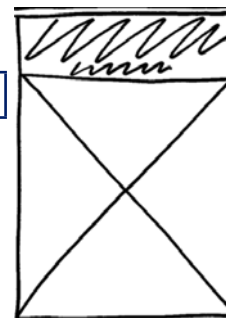
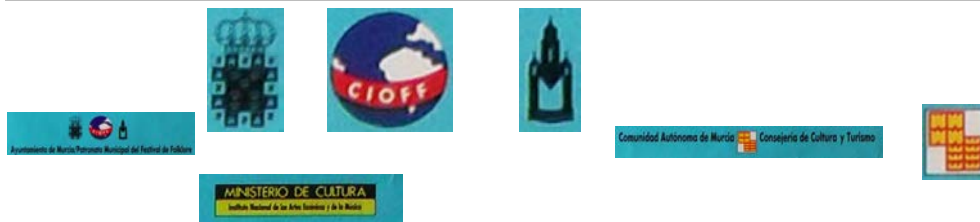
D.L. MU-484?-1987

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia. FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE DEL MEDITERRANEO Comunidad Autónoma de Murcia e Identidad del Ministerio de Cultura. Instituto Nacional de la Artes Escénicas y de la Música símbolo del C.I.O.F.F.



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:Banderas de veinte países del mundo

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz Imafrente Santuario Fuensanta Barraca Balneario Puente Viejo Moneo Huerta Molino Teatro Romea Traje regional Río

Signos Festival Folklore Mediterráneo Murcia sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle cielo mediterráneo un país concreto cantor/es músico/s bailarín/a mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical donde texto e imagen se integran en una estampa con un fino marco blanco que se ensancha en la parte superior y sirve de fondo del título del evento que es negro con tipografía de palo seco, estilo título y con el número romano de la edición del mismo tamaño que el resto: XX Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo.

El fondo del cartel es azul cian claro plano. Sobre este fondo se colocan las banderas de unos veinte países en diagonal desde la esquina superior izquierda hasta casi la esquina inferior izquierda por lo que queda casi todo el cuarto derecho inferior despejado. Las banderas forman líneas pero no están alineadas sino que se superponen unas con otras y van disminuyendo de tamaño de arriba abajo y de delante hacia atrás. Son de diversos tamaños, siendo la más grande la bandera de España que está colocada en la esquina superiorizquierda de la ilustración y aparece completa sin ninguna otra bandera por encima. Esta posición y definición logran que sea la que más se ve de la composición.

En la parte central inferior del cartel, sobre el fondo azul, se encuentran el lugar y la fecha y las identidades corporativas de las instituciones que intervienen en la preparación del festival. Aparecen colocadas en el centro y se disponen en cinco líneas centradas. Los textos (todos en negro y con tipografía de palo seco estrechada, del mismo tamaño excepto la del Ministerio de Cultura que aplica su tipografía de identidad) y logotipos se disponen de la siguiente forma (de arriba abajo, indicamos el salto de línea con "/"): MURCIA-7 al 13 de Septiembre // logoescudo del Ayuntamiento de Murcia logo del CIOFF logo del festival // Ayuntamiento de Murcia/Patronato Municipal del Festival de Folklore // Comunidad Autónoma de Murcia logo de la Comunidad Consejería de Cultura y Turismo // MINISTERIO DE CULTURA (amarillo sobre negro) Instituto Nacional de la Artes Escénicas y de la Música (negro sobre amarillo) estos dos textos se integran en el logo del ministerio en dos líneas.

El nombre de los autores, en este caso diseñadores del cartel, aparece centrado en la parte inferior sobre el marco blanco que rodea la ilustración en un cuerpo de letra muy pequeño, en negro y con una tipografía de palo seco. En la misma línea a continuación el nombre de la imprenta y el depósito legal: Diseño Vicente M. Gadea y Severo Almansa Imprime A.G. Novograf, S. A. D.L. MU-484?-1987

Convergencia denotación/connotación:

El fondo azul nos propone un paisaje de cielo luminoso y de mar sabemos que es el Mediterráneo porque lo dice el título del cartel.

El desfile de banderas transmite que se trata de un evento internacional donde participan muchos países.

La colocación de las banderas unas sobre otras pero todas situadas en la misma dirección transmiten armonía y convivencia entre estos distintos lugares del mundo.

Se transmite el movimiento en la imagen la superposición de las banderas, por los distintos tamaños y la profundidad que esto genera en la imagen, de forma que parece que desfilan y se van encontrando pero sin desorden ni choque sino, como ya hemos dicho con armonía y paz.

Los textos informan sobre el lugar (Murcia), los días de celebración del evento, del 7 al 13 de septiembre, y el nombre del acontecimiento que se celebra y que se trata de su vigésima edición "XX Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo", y que se mantiene en septiembre en los días de la Feria de Murcia.

El logotipo del festival y la identidad corporativa del Ayuntamiento, del C.I.O.F.F., de la Comunidad Autónoma de Murcia a la que se une la del Ministerio de Cultura indica que la participación de las instituciones en el festival es cada vez más importante, es decir, continua creciendo el respaldo y el reconocimiento de las instituciones que este año pasan al ámbito nacional en del evento.

Encontramos la identificación del autor del cartel donde se refiere al mismo como diseñador, es decir, especifica que la elaboración del cartel se trata de una labor de diseño pero no aparece la firma en la ilustración.

Otros datos

Como hemos hecho las fotos del original hemos podido leer bien y recoger los datos de los diseñadores, la imprenta y el depósito legal.

Por primera vez se incluye la identidad corporativa del Ministerio de Cultura junto a las instituciones del año anterior.

En el cartel de esta edición NO PONE EL AÑO solo el número de la edición.

Cambios de estructuras orgánicas (consejerías y concejalías) de las instituciones públicas de las que depende el festival.

Año: 1988 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Versión del cartel en la CAJA de POSTALES propiedad del Museo Ramón Gaya de Murcia. NO DIGITALIZADA por el Museo, escaneada por la investigación.

Catalogado en el AlmuDi: "1" "a" Artigas, Mª Carmen "ZZ0004311" "10" "a" XXI Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo "h" [Material gráfico] "b": 1988, 4-11 septiembre "c" / Mª Carmen Artigas. - " " "a" [Murcia] "b": Ayuntamiento de Murcia, Consejo Municipal de Cultura y Festejos "c", 1988 " " "a" "1 lám. (cartel)" "b": col. "c": 98 x 59 cm "24" "a" Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo "n" (21" "d". 1988 "c". Murcia) "j" "-Carteles" "ZZ0005857" " 4" "a" Murcia "x" "-Fiestas" "j" "-Carteles" "ZZ0004287" * " " "a" MU-AM "j" 37C

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 98 x 59 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

XXI FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRÁNEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

FERIA DE MURCIA Del 4 al 11 de SEPTIEMBRE de 1988

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia Consejo Municipal de Cultura y Festejos
Dirección General de Turismo Consejería de Cultura, Educación y Turismo
Comunidad Autónoma de Murcia
MURCIA Costa Cálida

5) Autor: Mª Carmen Artigas si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

FERIA DE MURCIA



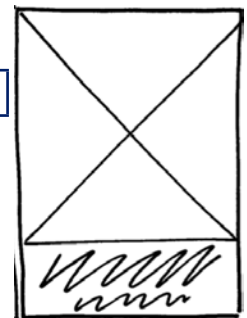
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out F

4) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia Comunidad Autónoma de Murcia
MURCIA Costa Cálida



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Velero cargado de grupos folklóricos de muchos países que llega a la costa de Murcia donde les reciben con música y banderines. grupos folklóricos murcianos, hay palmeras, un faro, barcas, balnearios, molino, huertanos, gaviotas y hasta un tuno. Real

2) Lugar La Costa Mediterránea de Murcia Real

3) Tiempo Clima mediterráneo, cálido Definido

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz
 Imafrente Santuario Fuensanta Barraca Balneario
 Puente Viejo Moneo Huerta Molino
 Teatro Romea Traje regional Río

Signos Festival Folklore Mediterráneo Murcia sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul
 mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle
 cielo mediterráneo un país concreto cantor/es músico/s bailarín/a
 mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical donde la imagen ocupa las 3/4 partes superiores cortando a sangre por la parte superior de la ilustración, con un marco blanco que es fino en los laterales y que ocupa el 1/4 restante inferior del poster sobre el que se encuentran los textos. La imagen del cartel es un cuadro de la pintora naif Carmen Artigas que, como es propio de este estilo pictórico está cargada de detalles. La escena nos sitúa en la costa de murciana cuya reciente denominación como "Costa Cálida" aparece en una pancarta que sostiene uno de los múltiples grupos folklóricos que tocando sus instrumentos (violines, bandurrias, guitarras,...), cantando, y agitando banderines de la Comunidad Autónoma dan la bienvenida a un enorme grupode personas que llega en un velero que ocupa el centro del cuadro. En la Costa Cálida aparece la playa con los balnearios típicos del Mar Menor, un Molino de viento representativo del campo de Cartagena?, el faro a lo lejos, barcas adornadas con banderas, un velero al fondo, las gaviotas, bancos de peces, rocas en la orillas donde, entre otros personajes huertanos, aparece un niño en bañador volando una cometa, un tuno bebiendo, con su guitarra y sobre una balsa con bandera de pirata y un barril. En el paisaje hay palmeras, casas de pescadores de colores y zonas de huerta con plantaciones de tomates, paleras de higos chumbos, un horno, donde aparecen los trabajadores con sus atuendos y aperos de labranza en plena jornada. El barco central lleva escrito en el casco la matrícula MU con el año 1988. En la parte central inferior del cartel, sobre el fondo blanco se encuentran los textos del título del evento, fechas, organizadores y las identidades corporativas. Se colocan en el centro del espacio blanco formando un bloque de elemen centrados (excepto el logo de Murcia Costa Cálida) en varias líneas y con distintas tipografías y colores. Los describimos a continuación de arriba abajo y de izquierda a derecha (indicamos el salto de línea con "/"): En tres líneas el título del festival en azul oscuro excepto "en el " que destaca en rojo aunque su cuerpo es menor que el resto: XXI FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE / EN EL / MEDITERRÁNEO. Debajo un bloque formado a su vez por dos módulos con la identidad del Ayuntamiento de Murcia y de la Comunidad Autónoma (indicamos el salto de línea con "/"): los dos escudos están juntos en el centro, a la izquierda el del Ayuntamiento y a la derecha el de la Comunidad. A la izquierda del escudo del Ayuntamiento, justificado a la derecha encontramos en dos líneas con la tipografía institucional y en rojo encontramos el texto: Ayuntamiento de Murcia / Consejo Municipal de Cultura y Festejos. A la derecha del escudo de la Comunidad, justificado a la izquierda, con la tipografía institucional, en rojo y dispuesto en tres líneas el texto siguiente: Dirección General de Turismo / Consejería de Cultura, Educación y Turismo / Comunidad Autónoma de Murcia. La siguiente línea la ocupa el texto FERIA DE MURCIA, en el mismo azul que el nombre del festival con un cuerpo menor que éste pero con la tipografía sin estrechar lo que la hace más visible. En la línea inferior, con la misma tipografía en un cuerpo casi la mitad que el anterior y en rojo el texto con la fecha Del 4 al 11 de Septiembre de 1988. A la derecha de esta línea en la esquina del cartel aparece el logotipo y el símbolo de MURCIA Costa Cálida con la tipografía y colores propios de su identidad. La pintora firma su cuadro en la esquina izquierda de la ilustración y la acompaña del número 88 que corresponde al año de creación del mismo.

Convergencia denotación/connotación:

Se destaca el cambio del título del Festival al poner "en el " en rojo para dar relevancia a la modificación. Esta misma importancia adquiere el término MEDITERRÁNEO al colocarlo sol en una línea y esta localización del lugar del festival se refuerza con la ilustración que recreo la costa mediterránea de la Región de Murcia ahora con nombre propio "Costa Cálida". El paisaje mediterráneo de cielo luminoso, mar azul y playas doradas reúne a los embajadores del folklore de muy diversos países que viene en barco, es decir, los acoge el mar Mediterráneo. Es un acto internacional lo que se expresa en la ilustración con los personajes que llegan ataviados con los trajes regionales y que se distinguen en sus rasgos de distintas razas del mundo. A esto se unen las banderas de todas partes que adornan las embarcaciones. Los brazos abiertos de los grupos folklóricos murcianos que llegan a recibir a los visitantes, así como la pancarta de bienvenida trasmite que se trata de un encuentro pacífico y amistoso de los pueblos del mundo que fomenta el conocimiento y convivencia armoniosa entre todos los hombres. Es una estampa en la que aparece el movimiento en los banderines que se agitan, la boca abierta de la huertana que canta, la cometa que se agita, los campesinos agachados en sus tareas, los instrumentos en posición de interpretar la música, los brazos que saludan, las banderas al viento, los pájaros que vuelan, los peces que saltan, etc... En los textos se ha añadido por primera vez nombre de Feria de Murcia que tiene una posición y tamaño importante. Como los años anteriores informan del lugar pero este año el cartel no hablo solo de Murcia Murcia capital sino que identifica el festival con toda la Costa Cálida, y su pertenencia a la Comunidad Autónoma de Murcia como se puede ver en las identidades corporativas y en la ilustración en la pancarta y en banderines de los anfitriones. Se observa un cambio en la organización del festival que pasa a depender del Consejo Municipal de Cultura y Festejos del Ayuntamiento de Murcia y por la Dirección General de turismo de la Consejería de Cultura, Educación y Turismo de la Comunidad Autónoma de Murcia a la par puesto que no distingue entre organiza y colabora sino que se sitúan a la par y con el mismo tamaño. La ausencia del logo del festival marca un cambio significativo. Si bien se transmite la Comunidad Autónoma firma en la esquina izquierda con la marca de MURCIA Costa Cálida lo que propone el festival como parte de la oferta turística regional. La pintora firma la ilustración del cartel en la parte inferior izquierda lo que significa que se trata del trabajo de un artista local de prestigio.

Otros datos

Como no hemos visto un cartel original solo lo recogido en la postal, no contabilizamos que lleve escrito el depósito legal y de la imprenta, suponemos que se los llevaría porque en los carteles de estos años era una práctica habitual.

POR PRIMERA VEZ DESAPARECE TANTO EL LOGO DEL FESTIVAL COMO LA MENCIÓN DEL Patronato Municipal del Festival de Folklore. Cambios de estructuras orgánicas (consejerías y concejalías) de las instituciones públicas de las que depende el festival. **VUELVE A CAMBIAR EL NOMBRE: se pasa de nuevo a sustituir la preposición y contracción "del" por "en el " para unir Folklore y Mediterráneo.**

Por primera vez se incluye la identidad corporativa de COSTA CÁLIDA Ministerio de Cultura junto a las instituciones del año anterior.

En el cartel de esta edición NO PONE EL AÑO solo el número de la edición.

Por PRIMERA VEZ el autor es una MUJER.

Año: 1989 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Versión del cartel en la CAJA de POSTALES propiedad del Museo Ramón Gaya de Murcia. NO DIGITALIZADA por el Museo, escaneada por la investigación.

Catalogado en el Almudí : "1 ""a"Monereo, Chelete"ZZ0004293""10""a"XXII Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo"h" Material gráfico]"b" : 1989, 3-9 sept" / Chelete Monereo. -- " ""a"[Murcia]"b" : [Ayuntamiento de Murcia]"c", 1989 " ""a"1 lám. cartel) "b" : col."c" ; 98 x 68 cm " ""a"Editor tomado del escudo que aparece en el cartel"24""a"Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo"n" (22º"d". 1989 "c". Murcia)"j"-Carteles"ZZ0005807" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287"* " ""a" MU-AM"j" 2C"t" (1-2)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 98 x 68 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

XXII FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRÁNEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA SEPTIEMBRE 1989 3,4,5,6 7,8,9

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

5) Autor: Chelete Monereo

si no

6) Imprenta:

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

-FERIA MURCIA-



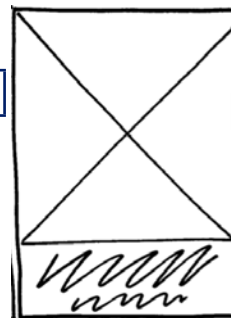
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica: si no

Escudo del Ayuntamiento de Murcia, Escudo de la Comunidad Autónoma de Murcia y simbolo MURCIA Costa Cálida y Festival



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Paño de ganchillo con el título el logo del festival rodeado de orla de flores y con adorno de bailarines

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia

Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz
 Imafrente Santuario Fuensanta Barraca Balneario
 Puente Viejo Moneo Huerta Molino
 Teatro Romea Traje regional Río

Signos

sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul
 mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle
 Festival Folklore Mediterráneo cielo mediterráneo un pais concreto cantor/es músico/s bailarín/a
 Murcia mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical donde la imagen ocupa las 11/12 aprox. partes superiores y corta a sangre por la parte superior de la ilustración. LLeva un marco blanco fino en los laterales que ocupa el 1/12 parte restante inferior del poster sobre el que se encuentran los textos.

La imagen del cartel es un cuadro de la pintora Chelete Monereo que reproduce con hiperrealismo un visillo blanco de ganchillo tradicional con flecos colgado en una pared azul oscura delante de una ventana. El hilo de la pieza dibuja una cenefa en su parte superior donde aparece una cadena de hombres y mujeres cojidos de la mano con los brazos levantados y las piernas arqueadas (ellos) bailando. Debajo una orla circular de rosales que se cierra cpo arriba con dos hojas y brota desde abajo, desde el centro inferior, del logotipo del festival. Ocupa el interior de la orla el nombre del evento en siete líneas centradas en mayúsculas como sigue (los saltos de línea se señalan con "/"): XXII FESTIVAL / INTERNACIONAL / DE / FOLKLORE / EN EL / MEDITERRÁNEO. Bajo el motivo central es están colocados el lugar y parte de la fecha en dos líneas: MURCIA / SEPTIEMBRE 1989. Debajo una franja de motivos vegetales y unos largos flecos cierran la imagen sobre el azul de la pared.

El paisaje que deja ver el visillo a través de la ventana es azul claro, como el cielo y el mar, hasta la base del logotipo del festival, y el resto verde como la hierba. El resto del fondo de la ilustración es azul oscuro y corresponde a la pared por lo que la cenefa superior y los flecos de la pieza artesanal se sitúan sobre él.

En la franja inferior del cartel, de lado a lado, sobre fondo blanco se encuentran los situados en los extremos izquierdo y derecho los escudos del Ayuntamiento de Murcia y de la Comunidad Autónoma respectivamente, es decir de las instituciones organizadoras del evento. A continuación aparecen los números de los días de celebración del festival separados en dos bloques uno a la izquierda (3,4,5,6) y otro a la derecha (7,8,9), son números amarillos con sombra roja deslizada hacia la derecha inferior. A continuación, hacia el centro por ambos lados, el nombre de la fiesta de septiembre (-FERIA MURCIA-) en color rojo y también separada en dos por el logotipo de Murcia Costa Cálida que se sitúa como motivo central de esta franja.

Convergencia denotación/connotación:

El paisaje y clima mediterráneo está simplificado por el azul claro y luminoso.

Es un acontecimiento folklórico lo que se apoya en la imagen de los bailarines de la decoración del visillo y en la propia pieza que es un objeto tradicional fruto de un proceso artesanal que pertenece a la cultura popular.

La unión entre los pueblos y la internacionalidad del evento se ve reforzada en la imagen por esta cadena de personajes que se dan la mano. Aparece el movimiento es la postura de los danzarines y en la delicadeza de los flecos del visillo que se entrelazan, así como en la maya que forma el visillo que tiene las ondulaciones propias de este objeto en la realidad.

En los textos vuelve a aparecer el nombre de la fiesta en rojo para que resalte entre las demás informaciones luego se oferta el festival como una parte más de las actividades de la feria murciana y como oferta turística por lo que el logotipo para promocionalr la Costa Cálida esta en el centro de los organizadores. Se transmite aquí la intervención de la Comunidad Autónoma en el aprovechamiento de la actividad local para la promoción turística de la región.

No encontramos la firma de la autora cosa que no sabemos si se debe a la reproducción de la tarjeta postal o si en realidad no estaba en el cartel.

Otros datos

Como no hemos visto un cartel original solo lo recogido en la postal, no contabilizamos que lleve escrito el depósito legal y de la imprenta, suponemos que se los llevaría porque en los carteles de estos años era una práctica habitual.

REAPARECE EL LOGO DEL FESTIVAL pero NO el Patronato Municipal del Festival de Folklore.

NO APARECEN LOS TEXTOS DE LAS IDENTIDADES CORPORATIVAS.

Por SEGUNDA VEZ se incluye la identidad corporativa de COSTA CÁLIDA.

Por SEGUNDA VEZ el autor es una MUJER. No encontramos la firma de la autora en el cartel porque es la reproducción de la postal, pensamos que en el original si está porque lo recogen los datos de la catalogación del Archivo del Almuñí.

Año: 1990 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Fotos realizadas por mi con el original de la Biblioteca Regional Signatura DMUG 4597 Título:XXIII Festival internacional de folklore en el Mediterraneo Murcia-Hispania MCMXC [Material gráfico] : del 5 al 15 de septiembre de 1990 / diseño Julio García Abril. Editorial:Murcia : Consejería de Educación, Cultura y Turismo : Ayuntamiento de Murcia, 1990 (Novograf)Descripción física:1 lám. (cartel) : il. ; 98 x 69 cm.Materias:Folklore-Carteles

Autores:García Abril, Julio

Tenemos otra Versión del cartel en la CAJA de POSTALES propiedad del Museo Ramón Gaya de Murcia.NO DIGITALIZADA por el Museo, escaneada por la investigación.

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 98 x 68 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

XXIII FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRÁNEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA - HISPANIA MCMXC DEL 5 AL 15 DE SEPTIEMBRE DE

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

REGIÓN DE MURCIA CONSEJERÍA DE CULTURA, EDUCACIÓN Y TURISMO DIRECCIÓN GENERAL DE TURISMO AYUNTAMIENTO DE MURCIA

5) Autor: Diseño: Julio García Abril si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf, S.A. - si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

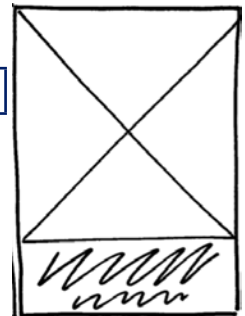
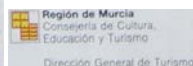
D.L.: MU-820-1990

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Diseño gráfico 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out F ▼

4) Identidad Gráfica: si no

Escudo del Ayuntamiento de Murcia, Escudo de la Región de Murcia, símbolo de la Federación Española de Agrupaciones de Folklore, logo del Festival



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Manos con cintas en círculo Real

2) Lugar Un lugar indefinido Real

3) Tiempo Indefinido Indefinido

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz Imafrente Santuario Fuensanta Barraca Balneario Puente Viejo Moneo Huerta Molino Teatro Romea Traje regional Río

Signos Festival Folklore Mediterráneo Murcia sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle cielo mediterráneo un país concreto cantor/es músico/s bailarín/a mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical donde la imagen ocupa las 3/5 partes superiores aproximadamente sobre fondo blanco que se extiende en todo el cartel.

La ilustración del cartel consiste en un octógono de cuyos vértices surgen cuatro antebrazos que llevan entre los dedos cintas de colores que se desplazan onduladas en las cuatro direcciones formando un cuadrado con colores básicos - rojo, cyan, amarillo y verde - en cuya parte interior, sobre el fondo blanco, se coloca el nombre del evento, el lugar y el año en siete líneas centradas en mayúsculas como sigue (los saltos de línea se señalan con "/"): XXIII/
FESTIVAL / INTERNACIONAL / DE FOLKLORE EN / EL MEDITERRÁNEO/MURCIA-HISPANIA / MCMXC.

En las 2/5 partes inferiores sobre el fondo blanco macizo se sitúan dos líneas: la primera en el centro del espacio que contiene de extremo a extremo las fechas del evento. Se trata de texto negro con tipografía de palo seco: DEL 5 AL 15 DE SEPTIEMBRE DE 1990. En el margen inferior se colocan distribuidos equidistantes los logos de los organizadores y colaboradores del festival que de izquierda a derecha son los siguientes: Escudo Región de Murcia y, a su derecha y con la disposición institucional en cuatro líneas, los textos: REGIÓN DE MURCIA / CONSEJERÍA DE CULTURA, /EDUCACIÓN Y TURISMO / DIRECCIÓN GENERAL DE TURISMO; logo de la Federación Española de Agrupaciones de Folklore sin textos, logo del Festival sin textos y en la esquina derecha el escudo del Ayuntamiento con el texto y línea propia de su identidad gráfica debajo, AYUNTAMIENTO DE MURCIA.

Convergencia denotación/connotación:

No hay referencia visual al clima mediterráneo solo en el título del evento se nombra.

Es un acontecimiento folklórico lo que se apoya en la imagen de las manos de los bailarines que mueven en armonioso círculo las cintas de colores que evoca muchos bailes tradicionales folklóricos.

La unión entre los pueblos y la internacionalidad del evento se puede ver simbolizada la imagen por esta reunión de brazos en torno al nombre del evento.

Aparece el movimiento es la postura de las manos y sobre todo en las ondulaciones de las cintas y en la dirección de las mismas que dibujan una dirección que solo se consigue con el roce de las cintas con el aire cuando es impulsado por los danzarines.

En los textos vuelve a aparecer el nombre de la fiesta en rojo para que resalte entre las demás informaciones luego se oferta el festival como una parte más de las actividades de la feria murciana y como oferta turística por lo que el logotipo para promocional la Costa Cálida está en el centro de los organizadores. Se transmite aquí la intervención de la Comunidad Autónoma en el aprovechamiento de la actividad local para la promoción turística de la región.

Encontramos la identificación del autor del cartel donde se refiere al mismo como diseñador, es decir, especifica que la elaboración del cartel se trata de una labor de diseño pero no aparece la firma en la ilustración.

Otros datos

Es la primera vez que aparece en los carteles del festival el nombre "Región de Murcia" en vez de Comunidad Autónoma de Murcia.

Desaparece la referencia a la Feria de Murcia y no se utiliza el logo de Costa Cálida y se incorpora a la organización del evento la Federación Española de Agrupaciones de Folklore

En la versión de la caja de postales que hemos escaneado las IGC están dispuestas en otro orden, en línea negra y el símbolo del Ayuntamiento es diferente.

Año: 1991 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Fotos realizadas por mi con el original de la Biblioteca Regional Signatura DMUG 4599 Título:24 Festival internacional de folklore en el mediterraneo [Material gráfico] : Murcia del 5 al 15 de septiembre / diseño P. Manzano.Editorial:Murcia : Consejería de Cultura, Educación y Turismo [etc.], 1991 (Novograf)Descripción física:1 lám. (cartel) : il. ; 98 x 68 cm.Materias:Folklore-Carteles Autores:Manzano, Pedro.

Tenemos otra Versión del cartel en la CAJA de POSTALES propiedad del Museo Ramón Gaya de Murcia.NO DIGITALIZADA por el Museo, escaneada por la investigación. Catalogado en el Almuldi: "1 ""a"Manzano, Pedro"ZZ0004296""10""a"XXIV Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo"h" [Material gráfico]"b" : 5-15 septiembre"c" / Pedro Manzano. - " ""a"Murcia"b": Ayuntamiento de Murcia [etc.]"c", D.L. 1991" ""a"1 lám. (cartel) "b" : col."c" ; 67 x 47 cm "2 ""a"Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo"n" (24"d". 1991 "c". Murcia)"j"-Carteles"ZZ0005854" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * " ""a" MU-AM"" 6C"t" (1-5) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 68 x 47 cm

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 98 x 68 cm /68 x 47 cm N° de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

24 FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRÁNEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA DEL 5 AL 15 DE SEPTIEMBRE

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Región de Murcia Consejería de Cultura, Educación y Turismo Dirección General de Turismo Federación Española de Agrupaciones de Folklore Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo AYUNTAMIENTO DE MURCIA

5) Autor: Diseño: P. MANZANO- (Pedro Manzano) si no

6) Imprenta: Imprime A.G. Novograf, S.A. si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

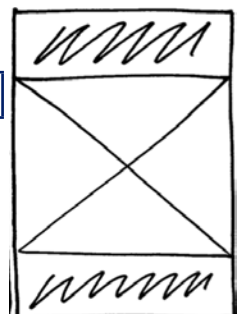
D.L.: MU-1.722-91

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Diseño gráfico 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out H ▼

4) Identidad Gráfica: si no

Escudo de la Región de Murcia, Federación Española de Agrupaciones de Folklore, Festival, nuevo del Ayuntamiento de Murcia,



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Chica griega de perfil soplando una flor Real

2) Lugar Un lugar indefinido Real

3) Tiempo Clima mediterráneo, cálido Definido

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz Imafrente Santuario Fuensanta Barraca Balneario Puente Viejo Moneo Huerta Molino Teatro Romea Traje regional Río

Signos Festival Folklore Mediterráneo Murcia sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle cielo mediterráneo un pais concreto cantor/es músico/s bailarín/a mapa cintas unión pais grupo folklórico movimiento

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical donde la imagen ocupa toda la superficie y los textos se integran en la ilustración.

La imagen consiste en una especie de ventana donde asoma una chica peinada como una griega en la antigüedad, esta de perfil y sopla una flor que pierde sus pétalos que vuelan hacia arriba. La chica saca su brazo derecho del marco de la ventana. Lleva el pelo suelto azul y rizado, recogido en parte en la parte posterior que adorna con cintas que enmarcan el recofido y rodean la cabeza desde la frente hasta la nuca. con los dedos índice y gordo sujeta con delicadeza una flor roja a la que sopla precipitando al aire pétalos de colores sobre el marco de la ventana otra ventana de menor altura. El fondo de las ventanas es azul cielo y los marcos están adornados con motivos geométricos siendo el fondo de las paredes que funcionan de marcos de la ilustración de color arena anaranjada.

En la ventana superior se coloca el nombre del evento en dos líneas con el texto en mayúsculas en rojo con sombra negra desplazada hacia la derecha y abajo y filo blanco izquierdo superior, con tipografía de palo seco, como sigue (los saltos de línea se señalan con "/"): 24 FESTIVAL INTERNACIONAL / DE FOLKLORE EN EL MEDITERRÁNEO. En la franja intermedia entre las ventanas sobre el fondo color arena y en color del mismo azul que el fondo de las ventanas, con la sombra negra derecha y el filo blanco izquierdo, el texto del lugar y las fechas de inicio y fin del evento con tipografía de palo seco distinta del título: MURCIA DEL 5 AL 15 DE SEPTIEMBRE.

En la franja inferior del cartel, sobre el fondo arena que sirve de marco, se sitúan distribuidos equidistantes entre los extremos izquierdo y derecho de la ventana las identidades visuales corporativas en el siguiente orden: Escudo de la Región de Murcia, a su derecha y con la disposición institucional en cuatro líneas, los textos: Región de Murcia / Consejería De Cultura, / Educación Y Turismo / Dirección General de Turismo; logo de la Federación Española de Agrupaciones de Folklore con este nombre a su derecha en cuatro líneas: Federación /Española de / Agrupaciones de /Folklore; logo del Festival ya su derecha el nombre del festival en cuatro líneas: Festival/ Internacional d / Folklore en el / Mediterráneo; y en la esquina derecha el nuevo logotipo del Ayuntamiento con el texto y línea propia de su identidad gráfica debajo: AYUNTAMIENTO DE MURCIA.

Convergencia denotación/connotación:

El paisaje y clima mediterráneo está simplificado por el azul claro y luminoso y porque el personaje central de la ilustración es una joven griega. Es un acontecimiento folklórico lo que se apoya en la imagen en el peinado y adornos de la protagonista. Ambos detalles apoyan la información del título del evento.

Aparece el movimiento en el aire representado por las líneas que se dibujan entre la boca de la chica y la flor a la que sopla. Así mismo, los pétalos que se desplazan desordenados en la dirección del aire.

Encontramos la identificación del autor del cartel donde se refiere al mismo como diseñador, es decir, especifica que la elaboración del cartel se trata de una labor de diseño pero no aparece la firma en la ilustración.

Otros datos

Es la primera vez que un número arábigo indica la edición del festival, hasta este año en todos los carteles es un número el que inicia el título del festival.

Es la primera vez que aparece el nuevo símbolo del Ayuntamiento de Murcia que es un icono de la fachada de la Casa consistorial de la ciudad de Murcia.

Año: 1992 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Fotos realizadas por mi con el original de la Biblioteca Regional Signatura DMUG 1723 Título: Festival internacional de folklore en el Mediterraneo [Material gráfico]: 25 aniversario Murcia, del 3 al 12 de septiembre de 1992 / diseño Pedro Manzano. Editorial: Murcia : Dirección General de Turismo [etc.], 1992 (Novograf) Descripción física: 1 lám. (cartel) : il. ; 98 x 69 cm. Materias: Folklore-Carteles Autores: Manzano, Pedro

Tenemos otra Versión del cartel en la CAJA de POSTALES propiedad del Museo Ramón Gaya de Murcia. NO DIGITALIZADA por el Museo, escaneada por la investigación. Catalogado en el Almuldi: "1 ""a"Manzano, Pedro"ZZ0004296" "10""a"Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo"h"[Material gráfico]"b" : 25 aniversario, del 3 al 12 eptiembre de 1992" c" / Diseño Pedro Manzano. -- ""a"Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia[etc]"c", [1992]"a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 68 x 48 cm D.L. " ""a"MU-1.528 -1992"24""a"Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo"n" (25""d". 1992" c". Murcia)"ZZ0001355" "4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287""1 ""a"MU-AM"j" Cajón 2, n. 15 (1-8)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 98 x 69 cm / 68x48 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

25 aniversario FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRÁNEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA DEL 3 AL 12 * SEPTIEMBRE * 1992

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Región de Murcia Consejería de Cultura, Educación y Turismo Dirección General de Turismo
Federación Española de Agrupaciones de Folklore
Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo
AYUNTAMIENTO DE MURCIA

5) Autor: Diseño: Pedro Manzano si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf, S.A. si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

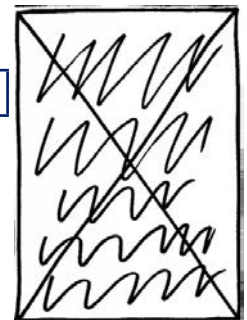
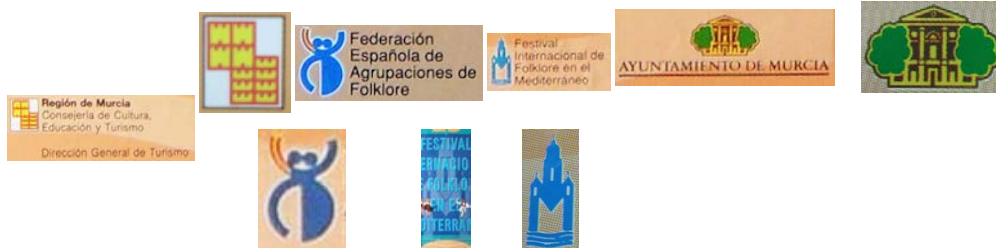
D.L. MU-1.528-1992

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Diseño gráfico 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out E ▼

4) Identidad Gráfica: si no

Escudo de la Región de Murcia, Federación Española de Agrupaciones de Folklore, Festival, Logo nuevo del Ayuntamiento de Murcia,



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Parejas y grupos folklóricos de diversos países con intrumentos, antorcha, bandera y cartel del nombre del país Real

2) Lugar Murcia Real

3) Tiempo Clima mediterráneo, cálido Definido

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz
 Imafrente Santuario Fuensanta Barraca Balneario
 Puente Viejo Moneo Huerta Molino
 Teatro Romea Traje regional Río

Signos Festival Folklore sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul
Mediterráneo mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle
Murcia cielo mediterráneo un país concreto cantor/es músico/s bailarín/a
 mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical donde la imagen ocupa toda la superficie y los textos se integran en la ilustración. El fondo de arriba abajo lo ocupa el logotipo del festival en marca de agua sobre todos los colores de fondo de la ilustración.

En la franja superior, centrado, aparece el número 25 en arábigo, de gran tamaño y color naranja. Sobre el número en primer plano y centrada está colocada la palabra *aniversario* en tipografía manual en negro con sombra derecha inferior blanca. El color de fondo de esta franja es azul turquesa/verdoso.

La imagen se centra en el nombre del festival en mayúsculas que ocupa 5/7 partes centrales del cartel distribuido en cinco líneas, con tipografía de palo seco y sombra en azul claro superior izquierda y sombra azul oscura inferior derecha lo que le da la impresión de letras con volumen. Los textos de arriba abajo son (separación de línea "/"): FESTIVAL/INTERNACIONAL/DE FOLKLORE/EN EL/MEDITERRANEO. En los laterales de las líneas del título que no ocupan todo el ancho del cartel se sitúan fotografías de parejas, grupos de baile y músicos. En la primera línea a la izquierda de la primera línea "FESTIVAL" una pareja de hombre y mujer, con traje regional extranjero, camina y porta la antorcha de la amistad el chico y el cartel con el nombre de la ciudad MURCIA la chica. A la derecha de esta misma línea otra pareja de jóvenes folklóricos se encuentran firmes junto a una bandera izada en un mastil blanco. En la tercera línea "DE FOLKLORE" una pareja del folklore español está bailando con los brazos levantados tocando las castañuelas y saltando, a la derecha una pareja de raza latina tocan un guitarra y un tambor vestidos con las túnicas propias de su tierra. En la siguiente línea dos grupos de bailarines en pleno baile en movimiento a derecha e izquierda de "EN EL ": por la izquierda entra un grupo de cinco, tres chicas y dos chicos alternados, agarrados por los brazos saltan y se giran en dirección al centro del cartel, a la derecha cuatro varones griegos brincan al tiempo que el de la derecha gira un pañuelo blanco.

En la franja inferior del cartel, con el mismo color azul turquesa/verdoso de fondo que la superior, se colocan en el centro los datos de los organizadores repartidos dentro de una elipse de fondo naranja -el mismo color que el número de la edición de la franja superior-. Se sitúan distribuidos equidistantes entre los extremos izquierdo y derecho de la elipse en el siguiente orden: Escudo de la Región de Murcia, a su derecha y con la disposición institucional en cuatro líneas, los textos: Región de Murcia / Consejería de Cultura, / Educación y Turismo / Dirección General de Turismo; logo de la Federación Española de Agrupaciones de Folklore con este nombre a su derecha en cuatro líneas: Federación /Española de / Agrupaciones de /Folklore; logo del Festival y a su derecha el nombre del festival en cuatro líneas: Festival/ Internacional de / Folklore en el / Mediterráneo; y en la esquina derecha el nuevo logotipo del Ayuntamiento con el texto y línea propia de su identidad gráfica debajo: AYUNTAMIENTO DE MURCIA. Sobre la elipse se distribuye el texto con las fechas del festival en mayúsculas, color negro con sombra blanca derecha desplazada hacia abajo en tipografía de palo seco: DEL 3 AL 12 SEPTIEMBRE · 1992. A la izquierda de huertanos en plena danza con los brazos levantados y sus vestimentas al vuelo; a la derecha tres integrantes de un grupo folklórico cantan y tocan sus instrumentos de percusión ataviados con túnicas marroquíes los dos varones y con un traje rosa largo típico la chica

Convergencia denotación/connotación:

En esta ocasión se transmiten elementos esenciales del festival al aparecer escenas de los eventos que identifican a este festival folklórico de Murcia como son: la antorcha de la amistad, los desfiles de los grupos participantes, el acto de la izada de banderas y, por supuesto, las muestras de baile y canto propias de cualquier encuentro folklórico.

Que se trata de un acontecimiento folklórico nos lo transmite así mismo las ropas, adornos e instrumentos de los personajes.

Aparece el movimiento en las escenas que representan los personajes que saltan, giran, y menean sus extremidades bailando y tocando música.

El paisaje y clima mediterráneo está simplificado por los colores de fondo del cartel: tres azules de más claro a más oscuro, y un verde azulado muy mediterráneo así como el color anaranjado de la tierra, la arena y la luz mediterránea. A esto se une la procedencia de los personajes que podemos localizar por sus trajes típicos.

La elipse inferior color arena simplifica la península ibérica o, por extensión, la tierra que baña el mar Mediterráneo sobre la que se localiza Murcia con los símbolos de identidad corporativa del Ayuntamiento y la Región de Murcia.

La paz y la armonía se significa en esta reunión de personas de diferentes países encabezada por la antorcha de la amistad que inicia el recorrido visual desde la esquina superior izquierda y en el acto del izado de banderas que le sigue. Encontramos la identificación del autor del cartel donde se refiere al mismo como diseñador, es decir, especifica que la elaboración del cartel se trata de una labor de diseño pero no aparece la firma (rúbrica) en la ilustración: Diseño: Pedro Manzano.

Otros datos

Año: 1993 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Fotos realizadas por mi con el original de la Biblioteca Regional Signatura DMUG 4437 Título:XXVI Festival internacional de folklore en el Mediterraneo [Material gráfico] : del 3 al 11 septiembre 1993 / diseño P. Manzano y M. Barnuevo.Editorial:Murcia : Ayuntamiento de Murcia, 1993 (Novograf)Descripción física:1 lám. (cartel) : il. ; 68 x 48 cm.Materias:Folklore-Carteles Autores:Manzano, PedroBarnuevo, Manuel (1947-) Catalogado en el Almu: "1 ""a"Manzano, Pedro"ZZ0004296""10""a"XXVI Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo"h["Material gráfico]"b": del 3 al 11 septiembre de 1993 "c" / Diseño P.Manzano y M. Barnuevo. -- " ""a"Murcia"b": Ayuntamiento de Murcia [etc]"c", D.L. 1993" ""a"1 lám. (cartel)"b": col."c": 98 x 68 cm D.L. " ""a"MU-1.243-1993 "24""a"Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo"n" (26""d". Murcia)"ZZ0007270"" 4""a"Murcia"x"-Fiestas]"-Carteles"ZZ0004287" "1 ""a"Barnuevo, Manuel"ZZ0000164""1 ""a"MU-AM]" Cajón 3, n. 11 (1-5)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 68 x 48 cm / 98x68 cm Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no
XXVI FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRÁNEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
DEL 3 AL 11 * SEPTIEMBRE 1993

4) Anunciante:organiza y colabora: si no
AYUNTAMIENTO DE MURCIA
Región de Murcia Consejería de Fomento y Trabajo Dirección General de Turismo
Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo
Federación Española de Agrupaciones de Folklore

5) Autor: Diseño: P. MANZANO y M. BARNUEVO si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf, S.A. si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

D.L. MU-1.243-1993

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Diseño gráfico 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out B

4) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia, Escudo de la Región de Murcia, Festival, Federación Española de Agrupaciones de Folklore



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Columna de orden corinto, columna y arco de herradura, y rosal rojo Real

2) Lugar Murcia Real

3) Tiempo Clima mediterráneo, cálido Definido

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz
 Imafrente Santuario Fuensanta Barraca Balneario
 Puente Viejo Moneo Huerta Molino
 Teatro Romea Traje regional Río

Signos Festival Folklore Mediterráneo Murcia sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul
 mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle
 cielo mediterráneo un pais concreto cantor/es músico/s bailarín/a
 mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: **Tipo discurso:** **Seductivo**

Cartel vertical donde la imagen ocupa toda la superficie y los textos se integran en la ilustración.

La ilustración consiste en un collage de elementos plásticos de diferentes texturas/materiales como óleo y guasch, y fotografías. El fondo es una pintura al óleo con trazos gruesos y líneas curvas con espacios de colores que combinan el rojo de la parte superior derecha con los anaranjados, arenas, amarillos y ocres claros con los azules y violetas. Sobre el fondo al lado izquierdo parece el dibujo recortado de una columna con arcos de herradura con alternancia de dovelas de color blanco y rojo en guasch sobre papel.

En un plano superior se sitúa en el lado izquierdo la fotografía recortada de una columna de orden corintio que ocupa toda la altura del cartel. En el mismo plano en la esquina izquierda la fotografía recortada de un rosal de flor roja ocupa hasta la mitad del ancho inferior del cartel.

El nombre del cartel y la fecha del evento se sitúan entre las columnas en el centro del cartel desplazado hacia arriba. Los textos se distribuyen en siete líneas justificadas a la izquierda junto a la columna, en mayúsculas, con tipografía de palo seco, en color blanco con sombra en negro inferior derecha lo que le da la impresión de letras con volumen. La última línea con la fecha del festival tiene un cuerpo menor. Los textos de arriba abajo son (separación de línea "/"): XXVI/FESTIVAL/INTERNACIONAL/DE FOLKLORE/EN EL/MEDITERRANEO/DEL 3 AL 11 SEPTIEMBRE · 1993. Las identidades gráficas de los organizadores, integradas todas ellas por textos y símbolos, se sitúan sobre el margen inferior una sobre otra justificadas a la izquierda como los textos superiores. De arriba abajo son: AYUNTAMIENTO DE MURCIA el logotipo del Ayuntamiento con el texto y línea propia de su identidad/ Escudo de la Región de Murcia Consejería de Fomento y Trabajo Dirección General de Turismo

En la franja inferior del cartel, con el mismo color azul turquesa/verdoso de fondo que la superior, se colocan en el centro los datos de los organizadores repartidos dentro de una elipse de fondo naranja -el mismo color que el número de la edición de la franja superior-. Se sitúan distribuidos equidistantes entre los extremos izquierdo y derecho de la elipse en el siguiente orden: a su derecha y con la disposición institucional en cuatro líneas, los textos: Región de Murcia / Consejería de Fomento / y Trabajo/ Dirección General de Turismo; logo del Festival y a su derecha el nombre del festival en cuatro líneas: Festival/ Internacional de / Folklore en el / Mediterráneo; logo de la Federación Española de Agrupaciones de Folklore con este nombre a su derecha en cuatro líneas: Federación /Española de / Agrupaciones de /Folklore.

En el margen lateral izquierdo en una línea vertical, en un cuerpo de letra muy pequeño aparecen los datos de los autores, la imprenta y el depósito legal en tipografía de palo seco de color negro: Diseño:Diseño: P. MANZANO y M. BARNUEVO - Imprime: A.G. Novograf, S.A. - D.L. MU-1.243-1993

Convergencia denotación/connotación:

En esta ocasión se transmiten elementos esenciales del arte arquitectónico de las distintas culturas mediterráneas que convergen en un espacio de tierra y mar que las hace convivir que sirven para situar el escenario del evento anunciado. No hay elementos específicos de el festival de folklore que se anuncia en el cartel. Tampoco encontramos signos de específicos de manifestaciones de folklore.

Aparece el movimiento en las pinceladas que dibujan trazos verticales con ondulaciones que pueden ser figurativas unas y transmitir el movimiento de las olas del mar otras.

El paisaje y clima mediterráneo está simplificado por los colores de fondo del cartel: azules y violetas, naranjas y ocres de la tierra y la arena y amarillos y blancos de la luz mediterránea.

La paz y la armonía de los pueblos que forma la misión principal del evento se significa en esta unión de elementos arquitectónicos que une a los pueblos en un mismo marco.

Encontramos en la identificación del cartel que se refiere al mismo como una obra de diseño gráfico. En este caso son dos autores que son un diseñador y un pintor local de prestigio local. No aparece la rúbrica de los mismos pero si la información de los mismos.

Otros datos

Cambio en la denominación de la Consejería "de Fomento y Trabajo" que colabora en el festival aunque se mantiene en la Dirección General de Turismo. Cambios de estructuras orgánicas (consejerías y concejalías) de las instituciones públicas de las que depende el festival.

No hay elementos específicos de el festival de folklore que se anuncia en el cartel. Tampoco encontramos signos de específicos de manifestaciones de folklore.

Dos autores.

Año: 1994 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: La imagen que analizamos es la portada del programa de actos del festival encontrado en La Biblioteca Regional: Signatura HP 1963 y que COINCIDE con la postal del cartel de este año incluida en el estudio de postales de carteles editado en la edición del festival del año 1996 por lo que afirmamos que es la imagen del cartel de la 27 edición del festival.

Catalogado en el Almudí: "00""a"27 Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo"b": 1994 1 al 13 de septiembre"b" / [Diseño] Creativos del Mediterráneo. -- " ""a"Murcia"b": Ayuntamiento de Murcia [etc]"c", [1994]" ""a"1 lám. (cartel)"b": col."c"; 97 x 68 cm "24""a"Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo"n" (27"d". 1994 "c". Murcia)"j"-Carteles"ZZ0007284"" 4"" a "Murcia" x"- Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287""2 ""a"Creativos del Mediterráneo"ZZ0007285"" 1 ""a"MU-AM"j" Cajón 7, n. 14 (1-2)

Estado Localizado NO imagen Tamaño si no 97 x 68 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

27 FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRANEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

1994 1/13 DE SEPTIEMBRE

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

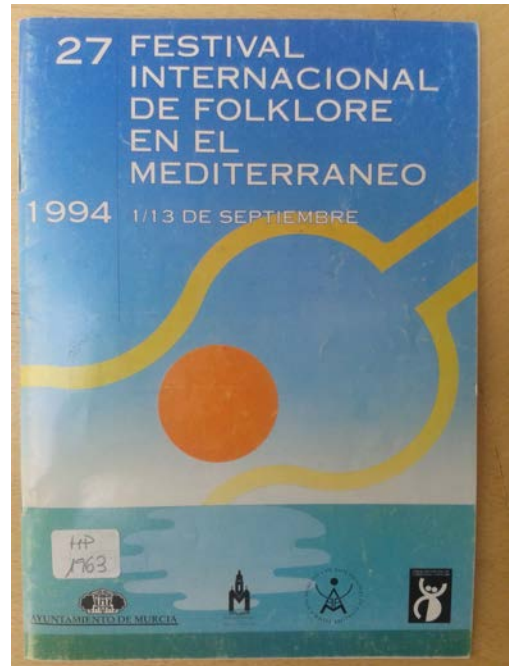
AYUNTAMIENTO DE MURCIA
Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo
Federación Murciana de Asociaciones de Folklore
Federación Española de Agrupaciones de Folklore

5) Autor: Creativos del Mediterráneo, S.L. si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



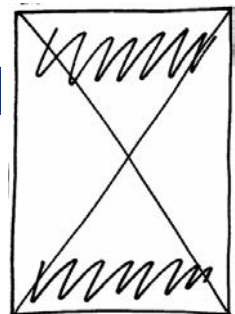
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Diseño gráfico 2) Margen Mixto 3) Tipo lay out B

4) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia, Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo, Federación Murciana de Asociaciones de Folklore, Federación Española de Agrupaciones de Folklore



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Guitarra, paisaje sol, cielo y mar Real

2) Lugar el horizonte marino Real

3) Tiempo Clima mediterráneo, cálido Definido

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia
 Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz
 Imafrente Santuario Fuensanta Barraca Balneario
 Puente Viejo Moneo Huerta Molino
 Teatro Romea Traje regional Río

Signos Festival Folklore Mediterráneo Murcia
 sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul
 mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle
 cielo mediterráneo un país concreto cantor/es músico/s bailarín/a
 mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical cuya ilustración es un paisaje a sangre por todos lados excepto por la parte inferior en la que aparece un margen color verde azulado.

El paisaje consiste en 3/4 partes aproximadamente de cielo degradado de azul cian a blanco de arriba abajo. En la parte superior sobre el azul más oscuro en seis líneas justificadas a la izquierda, color blanco, tipografía de palo seco, mayúsculas se encuentra el título y la fecha de la celebración del festival (de arriba abajo, separación de línea "/"): 27 (cuerpo de letra mayor) FESTIVAL / INTERNACIONAL/ DE FOLKLORE / EN EL / MEDITERRÁNEO/ 1994 1/13 DE SEPTIEMBRE (las fechas de duración en menor cuerpo de letra).

En la parte inferior de este cielo y en la parte central desplazado levemente hacia la derecha un círculo naranja intenso que es al mismo tiempo el sol y el hueco de una guitarra. El perfil de la guitarra, de color amarillo anaranjado, no aparece completo sino colocado en el cielo y recortado por los laterales y tras el horizonte del mar. El agua del mar, en color azul verdoso claro, se ve aclarado por una estela más clara y ondulada que genera la luz del sol. En la parte inferior del mar están situados los distintivos de los organizadores y colaboradores que son, de izquierda a derecha: Imagotipo del Ayuntamiento, Imagotipo del Festival, Isologo de la Federación Murciana de Asociaciones de Folklore, Imagotipo de la Federación Española de Agrupaciones de Folklore.

Convergencia denotación/connotación:

En esta ocasión no se transmiten elementos esenciales del festival que se anuncia.

Un elemento folklórico es el instrumento de cuerda situado en el lugar de la escena.

El paisaje y clima mediterráneo está simplificado por los colores de la ilustración del cartel: tres azules de más claro a más oscuro, y un verde azulado muy mediterráneo así como el color anaranjado del sol y de la silueta de la guitarra propios de la luz mediterránea.

La conjunción de ambos elementos nos habla de un evento donde la música y el mar se unen. Es imprescindible acudir a los textos para situar en el espacio y el tiempo el festival que se anuncia.

La paz y la armonía se desprenden del mar en calma con leves ondulaciones del reflejo solar al que parece acompañar el compás de esta guitarra clásica.

Se trata de un trabajo de diseño gráfico publicitario que no está firmado por ningún autor/autores sino por una empresa de publicidad.

Otros datos

No aparece la identidad visual de Región de Murcia Dirección General de Turismo

Aparece por primera vez la identidad de la Federación Murciana de Asociaciones de Folklore

Creativos Del Mediterraneo http://www.axesor.es/Informes-Empresas/579513/CREATIVOS_DEL_MEDITERRANEO_SL.html sl es una empresa constituida el 21/05/1993 en Murcia, Murcia. Su CNAE es Agencias de publicidad. La actividad principal de Creativos Del Mediterraneo sl es DETALLISTAS DIVERSOS SC. Creativos Del Mediterraneo es una empresa dedicada a Agencia de Publicidad.directa e Indirectamente.Dirección del domicilio social de Creativos Del Mediterraneo sl: CALLE ISAAC ALBENIZ 10,APARTAMENTOS MANU I, 4G. MURCIA, MURCIA.

Por segunda vez el cartel lo realiza una agencia de publicidad de Murcia.

Año: 1995 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Fotos realizadas por mi con el original de la Biblioteca Regional: Signatura DMUG 4438 Título:XXVIII Festival Internacional de Folklore en el Mediterraneo [Material gráfico] : Murcia del 1 al 10 de septiembre 1995 / [diseño] Muher.Editorial:Murcia : Dirección General de Turismo, 1995 (Muprint)Descripción física:1 lám. (cartel) : il. ; 68 x 48 cm.Materias:Folklore-Carteles Autores:Muher

Catalogado en el Almudí: "00""a"XXVIII Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo"h" [Material gráfico]"b" : Murcia, del 1 al 10 de septiembre de 1995"c" / Muher. -- " ""a"[Murcia]"b" : Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos"c", [1995]" ""a"1 lám. (cartel)"c" ; 97 x 68 cm "1 ""a"Muher"ZZ0001223"

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 97 x 68 cm / 68 x 48

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

XXVIII FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRANEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA DEL 1 AL 10 DE SEPTIEMBRE 1995

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Festejos
Región de Murcia
Consejería de Industria, Trabajo y Turismo
Dirección General de Turismo

5) Autor: Muher si no

6) Imprenta: Imprime: MUPRINT, S.L. si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

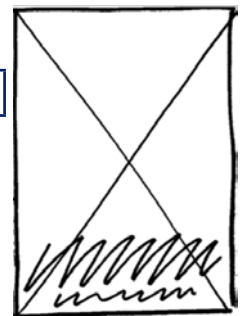
Dep. L. MU-1323

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica: si no

Escudo de la Región de Murcia, Ayuntamiento de Murcia, Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Pareja de mujeres bailando, palmeras

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia
 Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz
 Imafrente Santuario Fuensanta Barraca Balneario
 Puente Viejo Moneo Huerta Molino
 Teatro Romea Traje regional Río

Signos Festival Folklore Mediterráneo Murcia
 sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul
 mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle
 cielo mediterráneo un pais concreto cantor/es músico/s bailarín/a
 mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical cuya ilustración es una pintura del grupo pictórico murciano Muher que ocupa todo el espacio a sangre. Se trata de una obra figurativa en la que una pareja de bailarinas en plena danza ocupa el cartel de arriba abajo y a los lados.

La escena del baile se sitúa en un paisaje de costa donde se aprecia en la base unas pinceladas de arena anaranjada sobre las que se dibujan en azul claro las ondas de las olas del mar y sobre ellas dos palmeras que enmarcan el baile y cuyas palmas esquinan a derecha e izquierda la parte superior del cartel.

Las bailarinas se encuentran una delante de la otra en un paso de baile donde la figura del plano anterior cobra protagonismo por estar perfilada en colores naranjas y amarillos de gran intensidad luminosa por el contraste con líneas de azules complementarios y por presentar dibujadas los perfiles de sus ropas con ondulaciones que hacen más ligero e intenso el movimiento. El tronco y parte de una pierna están rellenos y las extremidades y la cabeza están perfilados en este color y dejan ver el fondo. Esta figura da una gran zancada hacia la derecha con los brazos hacia abajo (el izquierdo) y hacia detrás el derecho y la cabeza vuelta hacia la pareja que, situada detrás de ella, con su brazo izquierdo extendido y su pierna del mismo lado cruzada, completa una forma rectangular equilibrada en pleno movimiento. La figura femenina que se encuentra detrás no lleva ropa y el tronco del cuerpo está coloreado de rojo y sus extremidades cuyo perfil está pintado en rojo se funde/ deja ver con el fondo.

Los intensos colores de la pintura son propios de sus autores -el grupo pictórico Muher-: combinación de verdes, azules (de claros a oscuros), amarillos, naranjas, rojos, beige.

En la parte inferior del cartel en dos líneas sobre los pies de las bailarinas aparece el título del festival en dos líneas justificadas al ancho del cartel, en amarillo, tipografía de palo seco, mayúsculas (de arriba abajo, separación de línea "/"): XXVIII FESTIVAL INTERNACIONAL/ DE FOLKLORE EN EL MEDITERRÁNEO. Inmediatamente debajo, en una línea centrada en el cartel, con la misma tipografía, en mayúsculas, color negro y con un cuerpo de letra menor se encuentra el lugar y la fecha de la celebración del festival: MURCIA DEL 1 AL 10 DE SEPTIEMBRE 1995.

A la derecha de la fecha, en la esquina justificado con el título se encuentra el imago tipo de la Región de Murcia Consejería de Industria, Trabajo y Turismo Dirección General de Turismo como corresponde a sus normas de identidad visual. En el extremo izquierdo, justificado bajo el título el imago tipo del AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Festejos dispuesto según las normas establecidas de su identidad.

Centrado sobre el título del festival y con en el mismo color amarillo, el isotipo del festival.

En el margen inferior derecho en un cuerpo muy pequeño, en negro, aparecen los registros del depósito legal y la imprenta (/ separación entre textos en la misma línea): Dep. L. MU-1323/ Imprime: MUPRINT, S.L.

Convergencia denotación/connotación:

Se transmiten elementos del festival del folclore al estar representado un baile en un escenario que lo califica como danza de raíz popular y, por tanto perteneciente a las manifestaciones folklóricas de los pueblos. Que se trata de un acontecimiento folklórico nos lo transmite así mismo las ropas de la bailarina principal.

Las palmeras pueden vincular el evento con el festival folklórico de Murcia al acompañar al texto que indica la localización del evento.

El paisaje y clima mediterráneo están presentes en los colores de la pintura y en el propio estilo de los artistas autores del cartel, el grupo Muher: azules de más claro a más oscuro, verde intenso muy mediterráneo y los amarillos y naranjas del sol y de la silueta de la protagonista. Así como la presencia de las palmeras las olas del mar, el cielo azul y los rastros de arena de la playa sobre los que danzan los personajes.

La conjunción de los elementos danza y ondas del mar nos habla de un evento donde el baile, la música que es inherente al baile - y el mar se unen. Los textos sitúan en el espacio y el tiempo el festival de folclores que se anuncia.

La paz y la armonía se desprenden del mar en calma con leves ondulaciones y el equilibrio que forma la estampa a pesar de lo agitado del movimiento expresado por los artistas.

Se trata de una pintura de autores muy mediterráneos Francisca Muñoz y Manuel Herrero

Otros datos

vuelve a aparecer la identidad visual de Región de Murcia Dirección General de Turismo Cambios de estructuras orgánicas (consejerías y concejalías) de las instituciones públicas de las que depende el festival.

No aparece ninguna Federación ni Asociación de Folklore

Vuelve a ser una pintura de autor.

Año: 1996 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Fotos realizadas por mi con el original de la Biblioteca Regional: Signatura DMUG 4655 Título:XXIX Festival Internacional de Folklore en el Mediterraneo [Material gráfico] : Murcia 1996 del 6 al 17 de septiembre / diseño Manuel Martínez.Editorial:Murcia : Ayuntamiento de Murcia [etc.], 1996 (Imprenta Regional)Descripción física:1 lám. (cartel) : il. ; 66 x 45 cm.Materias:Folklore-Carteles Autores:Martínez, Manuel

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 66 x 45 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

XXIX Festival Internacional de FOLKLORE en el Mediterráneo

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA 1996 DEL 6 AL 17 DE SEPTIEMBRE

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura, Festejos y Turismo
Región de Murcia
Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo
Consejería de Industria, Trabajo y Turismo
Dirección General de Turismo

5) Autor: Diseño: Manuel Martínez si no

6) Imprenta: Imprime: Imprenta Regional si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

Declarado de Interés Turístico Regional



3. OTROS TEXTOS

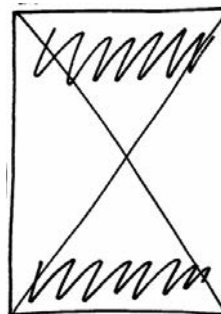
Dep. Legal: MU-823-1996

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Diseño gráfico 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out D ▼

4) Identidad Gráfica: si no

Escudo de la Región de Murcia, Escudo del Ayuntamiento de Murcia, Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Pareja de baile mexicana Real

2) Lugar sin detalles de lugar todo el fondo negro Fantástico

3) Tiempo Clima cálido Definido

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz
 Imafrente Santuario Fuensanta Barraca Balneario
 Puente Viejo Moneo Huerta Molino
 Teatro Romea Traje regional Río

Signos Festival Folklore Mediterráneo Murcia sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul
 mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle
 cielo mediterráneo un país concreto cantor/es músico/s bailarín/a
 mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical de fondo negro a sangre sobre el que se encuentran la ilustración en los 2/3 inferiores del cartel.

El tercio superior, empezando por arriba, lo ocupa, en primer lugar, una franja horizontal fina rellena de los colores de la ilustración. Debajo, en tres líneas, el título del festival centrado en blanco tipo título, tipografía de palo seco, excepto la palabra folklore que ocupa la línea central en amarillo, un tamaño mucho mayor y letras mayúsculas (de arriba abajo, separación de línea "/"): XXIX Festival Internacional de / FOLKLORE / en el Mediterráneo. Inmediatamente debajo, en una línea centrada, con tipografía manual en tipo oración y color blanco, con un cuerpo de letra menor se encuentra la mención de la declaración de Interés turístico regional del festival: *Declarado de Interés Turístico Regional*.

Una pareja de baile vestida con el traje regional, chico-chica, en plena danza ocupa el centro del cartel. La chica está de frente con la falda extendida con la mano izquierda y vuelta hacia delante con la derecha, se ve un pie lanzado hacia detrás y la cabeza inclinada hacia delante con las trenzas hacia arriba por el movimiento. Delante de la chica y de espaldas al espectador el varón con chaqueta y fajín sostiene el sombrero típico con la mano izquierda marcando al tiempo con los pies un paso de baile al compás de su pareja.

En la parte inferior del cartel bajo los pies de las danzarinas aparece en dos líneas centradas, con distinta tipografía, en mayúsculas, y en amarillo la primera línea con el lugar y el año y en blanco la línea inferior con las fechas y el mes de la celebración: color negro y con un cuerpo de letra menor se encuentra el lugar y la fecha de la celebración del festival (de arriba abajo, separación de línea "/"): MURCIA 1996 / DEL 6 AL 17 DE SEPTIEMBRE.

A la derecha de la fecha, en la esquina justificado con el título se encuentra el imagotipo de la Región de Murcia Consejería de Industria, Trabajo y Turismo Dirección General de Turismo como corresponde a sus normas de identidad visual. En el extremo izquierdo, justificado bajo el título el imagotipo del AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura, Festejos y Turismo dispuesto según las normas establecidas de su identidad.

Centrado sobre el título del festival y con en el mismo color amarillo, el isotipo del festival.

En el margen inferior derecho en línea vertical, en un cuerpo muy pequeño, en negro, aparecen los registros del autor del cartel que en este caso se describe como una creación de diseño, del depósito legal y la imprenta: Diseño: Manuel Martínez * Imprime: Imprenta Regional * Dep. Legal: MU-823-1996.

Convergencia denotación/connotación:

El baile de la pareja ataviada con el traje regional mexicano nos refiere a un evento cargado de manifestaciones folklóricas como son la música y los bailes regionales. Que se trata de un acontecimiento folklórico nos lo transmite así mismo las ropas de los protagonistas.

Se trata de un festival de calidad que cubre una serie de requisitos cuya evidencia es el reconocimiento al ser *Declarado de Interés Turístico Regional*, mención de aparece en el cartel bajo el título de la edición del festival.

No existe ningún elemento que vincule el evento con el festival folklórico de Murcia, es decir, con su localización territorial, que no sea la mención de la ciudad en los textos y en los imagotipos de los organizadores y colaboradores, es decir, tanto los escudos como los textos de la identidad visual de ambas instituciones públicas, es decir, el Ayuntamiento de la ciudad y la comunidad autónoma.

El movimiento propio de las actuaciones de música y danza de los festivales de folklore se transmite en la postura de los bailarines, las ondulaciones de la amplia falda de la chica y la dirección de las trenzas de la misma, así como los brazos y piernas del varón.

Otros datos

El autor del diseño es Manuel Martínez ¿Torres?

NUEVO CAMBIO DE IDENTIDAD VISUAL DE REGIÓN DE MURCIA Y DEL AYUNTAMIENTO

Año: 1997 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Fotos realizadas por mi con el original de la Biblioteca Regional: Signatura DMUG 4453 Título:XXX Festival internacional de folklore en el Mediterraneo [Material gráfico] : 5-20 septiembre 1997, Feria de Murcia / diseño Luis Federico Viudes.Editorial:Murcia : Ayuntamiento de Murcia [etc.], 1997 (Imprenta Regional)Descripción física:1 lám. (cartel) : il. ; 68 x 38 cm.Materias:Folklore-Carteles Autores:Viudes Viudes, Luis Federico (1943-2008)

Catalogado en el Almu: "10""a"XXX Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo"b" : 5 al 20 de septiembre 1997, declarado de Interés Turístico "c" / diseño Luis Federico Viudes, -- " ""a"Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia [etc.] "c", 1997" ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 68 x 38 cm D.L. ""a"MU-1075-97"24""a"Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo "n" (30"d". 1997"c". Murcia)"j"-Carteles"ZZ0007303"4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287""1 ""a"Viudes, Luis Federico" ZZ0002779""1 ""a"MU-AM"j" Cajón 10, n. 30 (1-7)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 68 x 38 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

XXX FESTIVAL INTERNACIONAL de FOLKLORE en el MEDITERRÁNEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Feria de Murcia 5-20 septiembre 1997

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

MURCIA
la costa cálida
Región de Murcia
Consejería de Industria, Trabajo y Turismo
Dirección General de Turismo

5) Autor: Diseño: Luis Federico Viudes si no

6) Imprenta: Imprime: Imprenta Regional si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

Declarado de Interés Turístico Regional
Feria de Murcia



3. OTROS TEXTOS

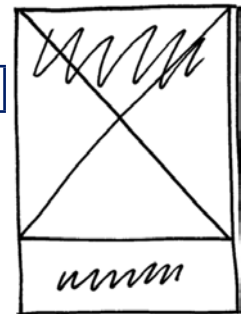
Dep. Legal: MU-1075-97

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Diseño gráfico 2) Margen Mixto 3) Tipo lay out G

4) Identidad Gráfica: si no

Costa Cálida, Región de Murcia, Ayuntamiento de Murcia, Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: tres veleros Real

2) Lugar paisaje de costa de mar Fantástico

3) Tiempo Clima mediterráneo, cálido Definido

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia

Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz
 Imafrente Santuario Fuensanta Barraca Balneario
 Puente Viejo Moneo Huerta Molino
 Teatro Romea Traje regional Río

Signos

Festival Folklore
Mediterráneo
Murcia

sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul
 mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle
 cielo mediterráneo un pais concreto cantor/es músico/s bailarín/a
 mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical donde la imagen ocupa 4/5 partes superiores a sangre por los lados y la parte superior. en la parte inferior del cartel un faldón de fondo blanco de 1/5 aproximadamente.

La ilustración es un cuadro firmado por el artista murciano Luis Federico Viudes que representa un paisaje marino protagonizado por tres veleros con las velas extendidas que navegan uno tras otro por un mar tranquilo donde se reflejan las naves y sus blancas velas. Las embarcaciones son blancas y con el casco bajo rojo.

El fondo de la escena es una costa con rocas o montañas sobre las que aparece el cielo azul degradado.

En la parte superior del cartel sobre el cielo aparece el título del festival en dos líneas con el texto justificado, en blanco con sombra negra desplazada a la derecha y abajo, con tipografía manual, en mayúsculas excepto las preposiciones de, en y el artículo. El número de la edición en números romanos presenta un cuerpo de letra de mayor tamaño (de arriba abajo, separación de línea "/"): XXX FESTIVAL INTERNACIONAL/ de FOLKLORE en el MEDITERRÁNEO. Sobre la imagen en la esquina derecha con la misma tipografía, efecto y color, está la fecha del festival: 5-20 septiembre 1997.

En el faldón blanco, justo debajo de la imagen a la derecha en un cuerpo muy pequeño, en negro, aparecen los registros del autor del cartel que en este caso se describe como una creación de diseño, del depósito legal y la imprenta: Diseño: Luis Federico Viudes * Imprime: Imprenta Regional * D.L.: MU-1075-97.

En una línea centrada, con tipografía manual con el mismo tipo de letra, en negro con un cuerpo de letra menor se encuentra la mención de la declaración de Interés turístico regional del festival: *Declarado de Interés Turístico Regional*. Debajo, centrado con el mismo tipo de letra en rojo con sombra gris desplazada a la derecha y abajo el nombre de la Feria de Murcia.

En la parte inferior del faldón las identidades de los organizadores y colaboradores distribuidas en el siguiente orden de izquierda a derecha: imagotipo de MURCIA la costa cálida, imagotipo de la Región de Murcia Consejería de Industria, Trabajo y Turismo Dirección General de Turismo; imagotipo del AYUNTAMIENTO DE MURCIA, imagotipo del festival en azul con la disposición de los textos en la parte inferior en dos líneas centradas.

Convergencia denotación/connotación:

Se trata de un festival de calidad que cubre una serie de requisitos cuya evidencia es el reconocimiento al ser *Declarado de Interés Turístico Regional*, mención de aparece en el cartel bajo el título de la edición del festival.

La marina representa un paisaje mediterráneo.

El movimiento de la imagen es suave como la brisa amarina y se transmite por la dirección de los barcos y la tensión de las velas desplegadas así como en las ondas de las olas del mar.

Se reconoce que el mar es un elemento básico de este festival y los tres veleros navegando en armonía podrían ser una metáfora de la convivencia pacífica de los pueblos del mundo.

El texto FERIA DE MURCIA que no aparece todos los años en el cartel del festival cierra el bloque de textos de manera que contextualiza, enmarca el evento y especifica que el festival es una actividad dentro del programa de fiestas de la Feria de septiembre de Murcia

Otros datos

Año: 1998 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Fotos realizadas por mi con el original de la Biblioteca Regional: Signatura DMUG 721 Título:XXXI festival internacional de folklore en el Mediterráneo [Material gráfico] : Murcia, del 4 al 15 de septiembre de 1998, feria de Murcia /diseño gráfico, Pedro López Morales.Editorial:Murcia : Dirección General de Turismo [etc.], 1998 (Imprenta Regional)Descripción física:1 lám. (cartel) ; 69 x 49 cm. Materias:Folklore-Carteles Autores:López Morales, Pedro (1960-)
Catalogado en el AlmuDi: "10""a"XXXI Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo" [Material gráfico]"b" : Murcia, del 4 al 15 de septiembre de 1998, Feria de Murcia" c" / diseño gráfico, Pedro López Morales. -- " ""a"Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Cultura, Festejos y Turismo [etc.]"c", D.L. 1998 " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 69 x 49 cm D.L. " ""a"MU-1346-1998 "1 ""a"López Morales, Pedro"ZZ006087"" "1 ""a"MU-AM"j" Cajón 12, n. 25 (1-4)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 69 x 49 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

xXl festiVaL IntErNAcional dE folklore eN el mEditerRáneo

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

murcia. del 4 al 15 de septiembre 1998

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

MURCIA la costa cálida Federación Murciana de Asociaciones de Folklore Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura, Festejos y Turismo Región de Murcia Consejería de Industria, Trabajo y Turismo Dirección General de Turismo

5) Autor: DISEÑO GRÁFICO: PEDRO LÓPEZ MORALES si no

6) Imprenta: IMPRENTA REGIONAL si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

FERIA DE MURCIA

3. OTROS TEXTOS

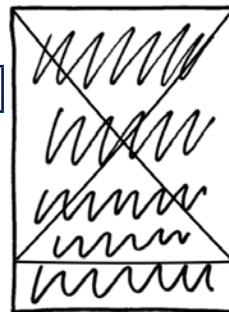
D. L.: MU-1.346/98

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Diseño gráfico 2) Margen Mixto 3) Tipo lay out R ▼

4) Identidad Gráfica: si no

Costa Cálida, Federación Murciana de Asociaciones de Folklore, Ayuntamiento de Murcia, Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo, Región de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Telas propias de prendas típicas regionales , caballito de mar, estrella de mar y conchas de animales marinos como erizos, caracolas y almejas, confetis Real

2) Lugar Playa Fantástico

3) Tiempo clima de costa cálido Definido

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz Imafrente Santuario Fuensanta Barraca Balneario Puente Viejo Moneo Huerta Molino Teatro Romea Traje regional Río

Signos Festival Folklore Mediterráneo Murcia sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle cielo mediterráneo un país concreto cantor/es músico/s bailarín/a mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical con la imagen a sangre por los lados y la parte superior. En la base inferior del cartel hay un faldón de fondo azul claro que ocupa 1/10 parte aproximadamente sobre la que aparecen colocados las identidades de los organizadores y colaboradores del evento.

La ilustración es un collage de Pedro López Morales que el mismo describe en los créditos como una labor de "DISEÑO GRÁFICO". El montaje consiste en un fondo de trozos verticales de tela de lana, tela de cuadros, puntilla blanca, estampados de flores, propios de los atuendos típicos, y papeles de colores rasgados (magenta, cian, amarillo, rojo, naranja, azul oscuro). Las franjas verticales de ambos laterales son de tela, hacia en centro son de papeles de colores superpuestos y en el centro todo converge en una línea vertical ancha de arena de playa. Sobre ésta última franja de arena se distribuyen conchas de animales de mar, chapinas, un esqueleto de erizo, una estrella de mar, un caballito de mar y caracolas de distintas especies. Las conchas se concentran en el centro del cartel pero en la base se dispersan hacia los laterales y hacia abajo. Un puñado de confeti de las mismas tiras de papel de colores más el verde y el negro salpican toda la composición desde la esquina superior derecha donde se concentran y se desparraman en diagonal hasta la esquina inferior izquierda y hacia abajo, y sobrepasan la ilustración invadiendo el faldón de la base del cartel junto con dos chapinas. Sobre estas capas se disponen los textos del título, el lugar y las fechas de celebración y el nombre de la Feria de Murcia. Todos los textos son blancos y con sombra desplazada a la derecha y arriba en magenta y cada información con un estilo diferente. El nombre de la edición del festival con una original combinación de tipografías y alternancia de mayúsculas y minúsculas dividido en seis líneas centradas en diagonal izquierda derecha con el cuerpo más grande de los textos que conforman el cartel (de arriba abajo, separación de línea "/"): xXxl / festiVaL IntErNACIONAL / dE folKlore / eN el / mEditerRáneo. Debajo y separado en otro bloque en minúsculas y con el cuerpo de letra menor en una sola línea: murcia. del 4 al 15 de septiembre de 1998. Justo debajo en un cuerpo de letra mayor y en mayúsculas el nombre de la fiesta FERIA DE MURCIA. Los datos del autor, la imprenta y el depósito legal están colocados en el margen inferior izquierdo del collage en una línea vertical en negro con tipografía de palo seco y en mayúsculas: DISEÑO GRÁFICO: PEDRO LÓPEZ MORALES IMPRENTA REGIONAL D.L.: 1.346/98.

En la parte inferior del faldón las identidades de los organizadores y colaboradores distribuidas en el siguiente orden de izquierda a derecha: imagotipo de MURCIA la costa cálida, isologo de la Federación Murciana de Asociaciones de Folklore, imagotipo del festival en azul con la disposición de los textos en la parte inferior en dos líneas centradas, imagotipo del AYUNTAMIENTO DE MURCIA, Concejalía de Cultura, Festejos y Turismo e imagotipo de Región de Murcia Consejería de Industria, Trabajo y Turismo Dirección General de Turismo, Dirección General de Turismo.

Convergencia denotación/connotación:

Las telas del collage hablan de los trajes típicos o regionales de los pueblos de todo el mundo lo que significa acontecimiento folklórico.

La arena de la playa y los restos de especies marinas de la costa mediterránea murciana refuerzan el concepto del Mar Mediterráneo como elemento esencial del festival que es el centro de reunión de los grupos representantes de todos los rincones del planeta.

El carácter festivo y alegría de este encuentro lo suman los confeti que rocías la imagen de color y movimiento.

El movimiento de la imagen es suave como la brisa marina y se transmite por las ondulaciones de los papeles recortados cercanos a la arena que evocan las olas del mar (azul oscuro y claro) y los relieves de las costas mediterráneas. El cielo de color cian que presenta días de claridad y cielos despejados.

Los recortes de colores magenta rojos, naranjas y amarillos introducen los amaneceres y puestas de sol mediterráneos caracterizada por un elemento esencial que es la luz.

El texto FERIA DE MURCIA que no aparece todos los años en el cartel del festival cierra el bloque de textos de manera que contextualiza, enmarca el evento y especifica que el festival es una actividad dentro del programa de fiestas de la Feria de septiembre de Murcia.

Otros datos

No aparece *Declarado de Interés Turístico Regional ¿por qué?*

Año: 1999 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Fotos realizadas por mi con el original de la Biblioteca Regional: Signatura DMUG 519 Título:XXXII festival internacional de folklore en el Mediterráneo [Material gráfico] : Murcia del 8 al 11 de septiembre de 1999.Editorial:Murcia : Dirección General de Turismo [etc.], 1999 (Imprenta Regional)Descripción física:1 lám. (cartel) ; 48 x 68 cm.Materias:Folklore-Carteles Catalogado en el AlmuDi:"10""a"XXXII Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo"h" [Material gráfico]"b" : Murcia, del 8 al 11 de septiembre de 1999, Plaza del Teatro Romea"c" / Ig. García. -- ""a"Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Cultura y Festejos [etc.]"c", D.L. 1999 ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 48 x 68 cm D.L. ""a"MU-1575-1999"1 ""a"García, Ig"ZZ0006119""1 ""a"MU-AM"" Cajón 13, n. 8

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 48 x 68 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

XXXII FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRÁNEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA del 8 al 11 de septiembre 1999

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Región de Murcia Consejería de Industria, Comercio, Turismo y Nuevas Tecnologías Dirección General de Turismo Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y Festejos F.E.A.F

5) Autor: Ig. García si no

6) Imprenta: IMPRIME: IMPRENTA REGIONAL si no



2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

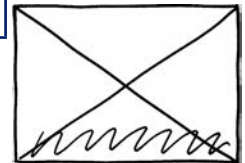
D. L.: MU-1575/1999

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Diseño gráfico 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out N ▼

4) Identidad Gráfica: si no

Región de Murcia, Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo, AYUNTAMIENTO DE MURCIA, Federación Española de Agrupaciones de Folklore, ONO



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Edificios y puentes de Murcia, bandada de peces, naves y palmeras Real

2) Lugar mar mediterráneo Real

3) Tiempo Clima mediterráneo, cálido Definido

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia

Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz
 Imafrente Santuario Fuensanta Barraca Balneario
 Puente Viejo Moneo Huerta Molino
 Teatro Romea Traje regional Río

Signos

Festival Folklore Mediterráneo Murcia

sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul
 mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle
 cielo mediterráneo un país concreto cantor/es músico/s bailarín/a
 mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel horizontal donde la ilustración con los textos ocupa un 9/10 partes. La imagen se encuentra rodeada de un marco blanco que es fino por los laterales y la parte superior, y que ocupa 1/10 parte en la base inferior sobre la que se colocan las identidades corporativas de organizadores y colaboradores del evento.

La ilustración es una pintura de Ignacio García en la que aparecen en la parte superior en fila el puente de hierro, la Torre de la Catedral, la fachada de la Plaza del Cardenal Belluga, el consistorio, el puente Viejo, la Virgen de los Peligros dos puentes y las fachadas del Ayuntamiento y de la Cardenal Belluga en este horizonte aparecen varias palmeras. Delante y bañando todo el cartel el mar con una bandada de peces de colores (verdes, amarillos naranjas, violetas, rojos) que aparecen por la derecha y nadan en triángulo hacia la izquierda. En el mar hay tres barcos. El tercio izquierdo de la ilustración es de noche por lo que aparece el cielo azul oscuro de la noche con una gran luna que se refleja en el agua. Toda la ilustración esta perfilada con una fina línea azul oscuro. El pintor firma su obra en blanco en la línea vertical derecha.

Sobre la ilustración en la parte inferior se disponen los textos del título, el lugar y las fechas de celebración. Los textos del título son azul claro y se disponen en dos líneas justificadas a la izquierda. En la línea superior el número romano de la edición del evento y de cuerpo, debajo en una línea que ocupa el ancho total de la ilustración en azul claro pero con sombra azul oscura desplazada a la derecha y abajo el resto del nombre (de arriba abajo, separación de línea "/"): XXXII / FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRANEO. Justificado a la derecha del número romano aparece en tres líneas el lugar y las fechas de celebración, en blanco con una fina sombra azul oscura inferior, con el cuerpo de letra menor en minúsculas y mayúsculas como sigue en una sola línea (de arriba abajo, separación de línea "/"): MURCIA / del 8 al 11 de septiembre 1999/ Plaza del Romea.

Los datos de la imprenta y el depósito legal están colocados en el margen de la esquina inferior derecha en una línea vertical en negro con tipografía de palo seco y en mayúsculas: IMPRIME: IMPRENTA REGIONAL * D.L.: 1575/1999. En la parte inferior las identidades de los organizadores y colaboradores distribuidas en el siguiente orden de izquierda a derecha: imago tipo de Región de Murcia Consejería de Industria, Comercio, Turismo y Nuevas Tecnologías Dirección General de Turismo, imago tipo del festival en azul con la disposición de los textos en la parte derecha en cuatro líneas, imago tipo del AYUNTAMIENTO DE MURCIA, Concejalía de Cultura, imago tipo de la Federación Española de Asociaciones de Folklore con las iniciales en la parte superior y el logotipo de la empresa de telecomunicaciones ONO.

Convergencia denotación/connotación:

La ilustración presenta el mar como elemento importante del evento anunciado. Este mar de las costas de Murcia es el Mediterráneo y es en Murcia donde se celebra el festival.

El movimiento de la imagen es suave y se transmite en las ondulaciones que dibujan los peces en el mar.

El cielo de color cyan que presenta días de claridad y cielos despejados.

La luz y los colores del día y la noche mediterránea también se transmiten en la imagen.

Los colores rojos, naranjas, azules y amarillos introducen los amaneceres y puestas de sol mediterráneos caracterizados por un elemento esencial que es la luz.

La diversidad de los colores de los peces que nadan organizados puede ser una metáfora de la diversidad de los grupos de los distintos lugares del mundo que se unen en Murcia en torno al Mediterráneo.

La firma del autor de la ilustración expresa el carácter artístico de la imagen del festival.

Otros datos

Por primera vez aparece el lugar de las actuaciones en el cartel: Plaza del Teatro Romea

Cambios de estructuras orgánicas (consejerías y concejalías) de las instituciones públicas de las que depende el festival.

Por primera vez el cartel es horizontal

Por primera vez aparece una empresa comercial como colaborador del festival.

Año: 2000 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Datos tomados del Programa del festival en la Biblioteca Regional HP1963 Patrocina Ayuntamiento de Murcia, Organiza: Federación Murciana de Asociaciones de Folklore, Colabora: Federación Española de agrupaciones de Folklore (FEAF), Consejería de Turismo y Cultura, Dirección General de Promociones Turísticas. Imprime Industrias Gráficas Novarte, S.L. Diseño del catálogo Pedro López Morales

Catalogado en el Almudí: "1 ""a" Maya, Nicolás de" ZZ0001846 ""10""a" 33 Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo "h" Material gráfico "b" : Del 13 al 16 de septiembre de 2000, Plaza Teatro Romea. Murcia, España "c" / Pintura de Nicolás de Maya. Murcia "b" : Ayuntamiento de Murcia [etc] "c", D.L. 2000 "f" (Novoarte) "1 lám. (cartel) "b" : col. "c" ; 97 x 68 cm D.L. ""a" MU-1662- 2000

Estado Localizado NO imagen Tamaño si no 97x68 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

33ª edición FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRÁNEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Plaza Teatro Romea. Del 13 al 16 de septiembre de 2000

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

los datos tomados del programa de mano

5) Autor: Nicolás de Maya

si no

6) Imprenta: Novoarte

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

D.L. MU-1662- 2000

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: edificios de Murcia

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia

Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz
 Imafrente Santuario Fuensanta Barraca Balneario
 Puente Viejo Moneo Huerta Molino
 Teatro Romea Traje regional Río

Signos

Festival Folklore
Mediterráneo
Murcia

sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul
 mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle
 cielo mediterráneo un país concreto cantor/es músico/s bailarín/a
 mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Cambios de estructuras orgánicas (consejerías y concejalías) de las instituciones públicas de las que depende el festival.

Año: 2001 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Foto hecha por mí de los archivos de Novograf

Catalogado en el Aludí: "1 ""a"Serna, Pedro"ZZ0000247""10""a"34 Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo" [Material gráfico]"b" : Murcia, 12 al 15 de septiembre de 2001, declarado de interés turístico regional" c" //Ilustración de Pedro Serna."Murcia : Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Cultura y Festejos" c", D.L 2001" ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" : 69 x 45 cm D.L.MU-1704-2001 En la BRM está el programa: Título:34 Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo : 12 - 15 septiembre 2001. Murcia [programa] / Ayuntamiento de Murcia. Concejalía de Cultura y Festejos.Editorial:Murcia : Concejalía de Cultura y Festejos, 2001 (A. G. Novograf)Descripción física:1 h. : il. ; 20 x 34 cm.Materias:Folklore-Hojas sueltas. DMUX 86-2 y DSN 1176-6

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 69 x 45 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

34 FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRÁNEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA 12 - 15 SEPTIEMBRE 2001

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

ORGANIZAN AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y Festejos Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo COLABORAN Región de Murcia Consejería de Turismo y Cultura Dirección General de Promoción Turística MURCIA Turística CAJAMURCIA CAM Caja de Ahorros del Mediterráneo CORPORACIÓN INMOBILIARIA El Corte Inglés ESTRELLA LEVANTE latbus ONO

5) Autor: Pedro Serna si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf S.A. si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADO DE INTERÉS TURÍSTICO REGIONAL www.fiestasdemurcia.com

3. OTROS TEXTOS

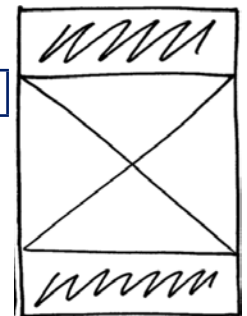
D.L. MU-1.704-2001

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out H

4) Identidad Gráfica: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y Festejos / Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo/ Región de Murcia Consejería de Turismo y Cultura Dirección General de Promociones Turísticas/ MURCIA Turístico /CAJAMURCIA /CAM Caja de Ahorros del Mediterráneo /CORPORACIÓN INMOBILIARIA / El Corte Inglés / ESTRELLA LEVANTE /latbus /ONO



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Huertano bailando Real

2) Lugar fondo neutro puede ser cualquier emplazamiento Real

3) Tiempo luminoso y cálido Definido

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz Imafrente Santuario Fuensanta Barraca Balneario Puente Viejo Moneo Huerta Molino Teatro Romea Traje regional Río

Signos Festival Folklore Mediterráneo Murcia sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle cielo mediterráneo un país concreto cantor/es músico/s bailarín/a mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento



NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical en el que la ilustración está firmada por el pintor murciano Pedro Serna ocupa la parte central desplazada hacia arriba y sobre ella no hay ningún elemento.

El artista ha pintado a un huertano bailando una pieza típica murciana sobre un fondo beige donde se proyecta la sombra de la figura. El personaje lleva puesto el traje de diario con la camisa y zarahuel banco, medias y alpargatas, faja rija, chaleco negro y sombrero. La postura de brazos y piernas dibuja un paso característico del baile regional murciano. La firma va estampada en la esquina inferior izquierda del cuadro.

La pintura es cuadrada y tiene un borde blanco fino que la separa del fondo del cartel que la rodea que es gris claro y que presenta distintos grosores: es fino en los laterales, más ancho en la parte superior y el doble de ancho que ésta última en la parte inferior. En la cabecera del cartel se coloca en la parte superior a sangre, centrado y sobre un rectángulo azul cian el texto de la declaración de interés turístico regional del festival, en mayúsculas, color blanco y tipografía romana: DECLARADO DE INTERÉS TURÍSTICO REGIONAL. Debajo, sobre el fondo gris, en burdeos, mayúsculas, dos líneas: en la superior y con un cuerpo muy grande, el nombre del lugar de celebración MURCIA con la letra inicial en un cuerpo mayor que el resto a modo de capitular y centrado bajo la texto superior; la línea inferior informa de los días, mes y año en los que tiene lugar el festival y el texto, en menor tamaño que el de la primera línea se distribuye justificado con el ancho de la ilustración sobre la que descansa. En la base del cartel sobre un faldón del doble de alto que la cabecera se dispone en primer lugar el nombre de la edición del festival en tres líneas de texto justificado/centrado con el ancho de la pintura, en mayúsculas, de color azul oscuro que aumenta el cuerpo de la letra sucesivamente de la primera a la tercera, en cada línea las palabras FESTIVAL, DE, EN Y EL presentan menor tamaño que las de su línea, el número de la edición es arábigo (de arriba abajo, separación de línea "/"): 34 FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRÁNEO. Bajo el título distribuidos en todo el ancho del cartel todos los que han contribuido a la realización del festival y distingue con texto los organizadores y colaboradores en el siguiente orden de izquierda a derecha: imotipo de Región de Murcia Consejería de Industria, Comercio, Turismo y Nuevas Tecnologías Dirección General de Turismo, imotipo de la Federación Española de Asociaciones de Folklore con las iniciales en la parte superior y el Isologo de la empresa de telecomunicaciones ONO.(de arriba abajo, separación de línea "/"): ORGANIZAN / imotipo del AYUNTAMIENTO DE MURCIA, Concejalía de Cultura y Festejos / imotipo del festival en azul con la disposición de los textos en la parte derecha en cuatro líneas / COLABORAN / imotipo de Región de Murcia Consejería de Turismo y Cultura Dirección General de Promoción Turística / Isologo MURCIA turístico / imotipo CAJA MURCIA / imotipo Caja de Ahorros del Mediterráneo / imotipo de CORPORACIÓN INMOBILIARIA / Isologo El Corte Inglés /Isologo ESTRELLA LEVANTE / logotipo latbus /logotipo ONO. En el límite inferior el texto en blanco de la dirección web de las fiestas de Murcia, sobre un rectángulo burdeos, centrado, con la misma tipografía que el resto de los textos: www.fiestademurcia.com
Los créditos con la imprenta y el depósito legal están en el lateral de la esquina derecha en una línea vertical en tipografía de palo seco, el texto en negro: Imprime: A.G. Novograf S.A. * D.L. MU-1.704-2001

Convergencia denotación/connotación:

El protagonista del cartel transmite que se trata de un evento relacionado con el folklore tanto por el traje regional que porta el bailarín como y la postura de brazos y piernas que mantiene que dibuja un paso característico del baile regional murciano.

Este mismo atuendo transmite el lugar donde se lleva a cabo el evento al ser la vestimenta de los huertanos de Murcia. Es un encuentro donde se bailan piezas típicas populares de los pueblos que van acompañadas siempre de música y en la mayor parte de los casos también de canto.

El movimiento es un elemento esencial que transmite el baile con la pose del protagonista y que nos indica la música inherente al baile, que por la conjunción de la imagen son de corte popular folklórico.

La conexión con el Mediterráneo es que las costas de Murcia se bañan en él.

La luz de la pintura de Pedro Serna es brillante y genera un clima cálido propio del Mediterráneo.

La firma del autor de la ilustración expresa el carácter artístico de la imagen del festival.

Otros datos

Por primera vez aparece Murcia turística y una URL de consulta sobre la actividad www.fiestademurcia.com

Por segunda vez especifica con un texto quien organiza y quien colabora

Año: 2002 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Fotos realizadas por mi con el original de la Biblioteca Regional: Signatura DMUG 335 Título:XXXV festival internacional de folklore en el Mediterráneo [Material gráfico] Murcia, del 5 al 8 de septiembre de 2002. Editorial: Murcia: Ayuntamiento, 2002 (Novograf) Descripción física: 1 lám. (cartel); col.; 69 x 49 cm. Materias: Folklore-Carteles Catalogado en el AlmuDi: "00" a XXXV Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo "h" [Material gráfico] "b": Murcia, del 5 al 8 de septiembre de 2002, Declarado de Interés Turístico Regional "c" / Antonio Ballester. -- " " a Murcia "b": Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Cultura y Festejos "c", D.L. 2002 "f" (Novograf) " " a 1 lám. (cartel) "c": 69 x 48 cm D.L. " " a MU-1485-2002 "1 " " a Ballester, Antonio "d" (1951-) "ZZ0003405" Referencia de la acuarela original del cartel del festival: "1 " " a Ballester, Antonio "d" (1951-) "ZZ0003405" "10 " " a [Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo, 2002] "h" [Material gráfico] "c" / Antonio Ballester. -- " " c 2002 " " a 1 pintura "b": col. "c": 112 x 76 cm " " a Acuarela original "4 " " a Murcia "x"-Fiestas "i"-Carteles "ZZ0004287" " " a MU-AM "j" 72C Otra referencia de cartel que anuncia una actividad concreta del festival: "00 " " a Seminario de Folklore y Etnografía "h" [Material gráfico] "b" Murcia, 6 y 7 de septiembre de 2002 "c" / Coordinación Manuel Luna. -- " " a Murcia "b": Fundación Cajamurcia, Centro Cultural Las Claras "c", [2002] " " a 1 lám. (cartel) "c": 58 x 29 cm " " a Antecede al título: 35 Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo "1 " " a Luna, Manuel "ZZ0008024" "2 " " a Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo "n" (35º d. 2002) "c". Murcia) "ZZ0004195"

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 69 x 49 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

XXXV FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRÁNEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Murcia Del 5 al 8 de septiembre de 2002

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Organizan AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y Festejos Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo Colaboran Región de Murcia Consejería de Turismo y Ordenación del Territorio Dirección General de Promoción Turística MURCIA Turística CAJAMURCIA CAM Caja de Ahorros del Mediterráneo El Corte Inglés ESTRELLA LEVANTE Iatbus

5) Autor: Antonio Ballester si no

6) Imprenta: Imprime: A.G.Novograf, S.A. si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

Declarado de Interés Turístico Regional www.fiestasdemurcia.com

3. OTROS TEXTOS

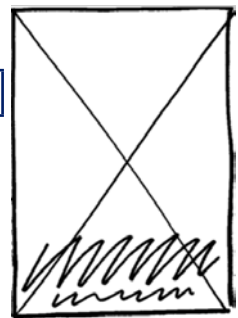
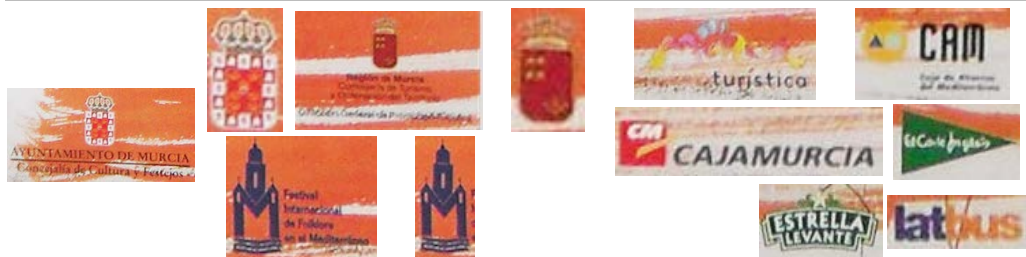
D.L. : MU-1.485-2002

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out B

4) Identidad Gráfica: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y Festejos / Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo/Región de Murcia Consejería de Turismo y Ordenación del Territorio Dirección General de Promoción Turística / MURCIA Turística /CAJAMURCIA /CAM Caja de Ahorros del Mediterráneo / El Corte Inglés / ESTRELLA LEVANTE /Iatbus



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Estrella animada que baila Fantástico

2) Lugar Playa Real

3) Tiempo Clima mediterráneo, cálido Indefinido

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz Imafrente Santuario Fuensanta Barraca Balneario Puente Viejo Moneo Huerta Molino Teatro Romea Traje regional Río

Signos Festival Folklore Mediterráneo Murcia sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle cielo mediterráneo un país concreto cantor/es músico/s bailarín/a mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical en el que la ilustración viene firmada por el pintor murciano Antonio Ballester ocupa toda la superficie y sobre ella se sitúan los textos y los distintivos de los organizadores y patrocinadores. La imagen lleva un fino marco blanco alrededor.

La pintura es un paisaje de playa con cielo azul claro una franja de mar azul oscuro y una gran playa de arena anaranjada donde una estrella de cinco puntas (una más corta que simula la cabeza, dos medianas que hacen de brazos y dos más grandes que hacen de piernas) baila de puntillas sobre una punta amarilla verdosa quedando en el aire levantada en un paso de baile la punta rosa magenta y violeta que se convierte en roja en un brazo que llega a rojo anaranjado en la cabeza y es amarilla en la punta del brazo izquierdo. La sombra morada de la estrella parte de la punta que se apoya en la arena y se alarga en horizontal hasta el lado izquierdo. La arena presenta una gama de naranjas en pinceladas sueltas horizontales con ciertas oscilaciones. La estrella corta el cielo, el mar y la arena, y ocupa la mitad superior de la pintura. La firma va estampada en la esquina derecha inferior del cuadro.

La mitad inferior de la ilustración donde está el fondo de arena anaranjada se colocan todos los textos en color azul oscuro con tipografía de palo seco en mayúsculas y minúscula, distribuidos en seis líneas centradas, como se describe a continuación (de arriba abajo, separación de línea "/"): XXXV FESTIVAL INTERNACIONAL / DE FOLKLORE EN EL /MEDITERRÁNEO / Murcia / Del 5 al 8 de septiembre de 2002 / Declarado de Interés Turístico Regional
Bajo el título distribuidos en todo el ancho del cartel todos los que han contribuido a la realización del festival y distingue con texto los organizadores y colaboradores en el siguiente orden de izquierda a derecha: Organizan / imotipo del AYUNTAMIENTO DE MURCIA, Concejalía de Cultura y Festejos / imotipo del festival en azul con la disposición de los textos en la parte derecha en cuatro líneas /Colaboran / Región de Murcia Consejería de Turismo y Ordenación del Territorio Dirección General de Promoción Turística /
Isologo MURCIA turístico / imotipo CAJA MURCIA / imotipo CAM Caja de Ahorros del Mediterráneo / Isologo El Corte Inglés /Isologo ESTRELLA LEVANTE / logotipo latbus. En el límite inferior el texto en blanco de la dirección web de las fiestas de Murcia, sobre un rectángulo AZUL, centrado, con la misma tipografía que el resto de los textos: www.fiestademurcia.com
Los créditos con la imprenta y el depósito legal están en el lateral de la esquina derecha en una línea vertical en tipografía de palo seco, el texto en negro: Imprime: A.G.Novograf, S.A. * D.L. : MU-1.485-2002

Convergencia denotación/connotación:

El paisaje de la pintura es plenamente mediterráneo: cielo despejado, mar azul, arena anaranjada y una luz brillante que resplandece en todo el cartel.

El fantástico personaje protagonista del cartel baila sobre la arena lo que relaciona el evento con el baile. El movimiento se enfatiza con las líneas blancas que rodean a la estrella danzarina y con la postura de brazos y piernas.

La conexión con el Mediterráneo son las costas de Murcia que bañan en él.

Se trata de un festival de calidad que cubre una serie de requisitos cuya evidencia es el reconocimiento al ser *Declarado de Interés Turístico Regional*, mención de aparece en el cartel bajo el título de la edición del festival.

Se reconoce que el mar es un elemento básico de este festival.

La diversidad de colores de la estrella ser una metáfora de la convivencia pacífica de los distintos pueblos del mundo.

La firma del autor de la ilustración expresa el carácter artístico de la imagen del festival.

Otros datos

Cambios de estructuras orgánicas (consejerías y concejalías) de las instituciones públicas de las que depende el festival.

Por Decreto del Consejo de Gobierno n.º 1/2002, de 15 de enero, se procedió a reorganizar la Administración Regional, diseñando un nuevo modelo que permitiera la mejor gestión de las competencias atribuidas a la Administración Regional. A tal fin se creó la Consejería de Turismo y Ordenación del Territorio con las competencias que, en las referidas materias, tenían atribuidas las Consejerías de Turismo y Cultura y Obras Públicas y Ordenación del Territorio, que por el mismo Decreto se suprimieron. <http://www.carm.es/ctyc/institucional/legislacion/normativa/c5.html>

Año: 2003 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Fotos realizadas por mi con el original de la Biblioteca Regional: Signatura DMUG 99 Título:XXXVI festival internacional de folklore en el Mediterráneo [Material gráfico] : Murcia, del 5 al 8 septiembre de 2003 / [ilustración] Pedro Serna(error).Editorial:Murcia : Ayuntamiento de Murcia, 2003 (Novograf)Descripción física:1 lám. (cartel) : il. ; 69 x 49 cm.Materias:Folklore-Carteles Autores:Serna, Pedro (1944-)

Catalogado en el AlmuDi: "1 ""a"Serna Serna, Francisco"ZZ0004669""10""a"XXXVI Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo"h[Material gráfico]"b" : Murcia, del 5 al 8 de septiembre de 2003, declarada de Interés Turístico Regional" c / Serna Serna. -- " ""a"Murcia"b": Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Cultura y Festejos "c". 2003 ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 69 x 49 cm ""a"En la parte inferior del cartel aparecen los nombres de todos los organizadores D.L. ""a"MU-1437-2003"24""a"Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo"n" (36"d". 2003"c". Murcia)"ZZ0004670" ""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287"

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 69 x 49 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

XXXVI Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA DEL 5 AL 8 DE SEPTIEMBRE DE 2003

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

organizan AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y Festejos Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

colaboran Región de Murcia Consejería de Turismo y Ordenación del Territorio Dirección General de Promoción Turística MURCIA turística CM FUNDACIÓN CAJAMURCIA CAM Caja de Ahorros del Mediterráneo OBRAS SOCIALES El Corte Inglés ESTRELLA LEVANTE latbus

5) Autor: Serna Serna, Francisco si no

6) Imprenta: Novograf ilegible foto suele poner Imprime: A.G. Novograf,S.A. si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

Declarado de Interés Turístico Regional www.fiestasdemurcia.com



3. OTROS TEXTOS

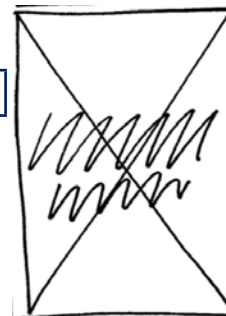
D.L. MU-1437-2003

ELEMENTOS VISUALES

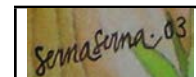
1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out B

4) Identidad Gráfica: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y Festejos / Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo / Región de Murcia Consejería de Turismo y Ordenación del Territorio Dirección General de Promoción Turística / MURCIA Turística / CM FUNDACIÓN CAJAMURCIA / CAM Caja de Ahorros del Mediterráneo OBRAS SOCIALES / El Corte Inglés / ESTRELLA LEVANTE / latbus



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Grupo de huertanos bailando y tocando con músicos de otros pueblos del mundo, torre de la catedral de Murcia, palmeras, palomas, fuente y estatuas griegas Real

2) Lugar Murcia capital Real

3) Tiempo Cálida noche estrellada Definido

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz Imafrente Santuario Fuensanta Barraca Balneario Puente Viejo Moneo Huerta Molino Teatro Romea Traje regional Río

Signos Festival Folklore Mediterráneo Murcia sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle cielo mediterráneo un país concreto cantor/es músico/s bailarín/a mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical en el que la ilustración firmada por el pintor murciano Francisco Serna Serna ocupa toda la superficie a sangre y sobre ella se sitúan los textos. En un faldón inferior de 1/12 parte, sobre fondo azul oscuro se distribuyen los distintivos de los organizadores y patrocinadores.

La pintura nos presenta una brillante noche cálida al aire libre en un frondoso jardín lleno de plantas verdes y flores de colores. El jardín deja ver al fondo la torre de la catedral iluminada del mismo tono amarillo que las estrellas y la luna. También al fondo se elevan unas estilizadas palmera y dos árboles. En el plano medio un grupo de personajes cantan, bailan y tocan instrumentos: en el centro baila una pareja de huertanos con el traje regional, a ambos lados dos grupos de músicos con trajes e instrumentos populares de distintos lugares (tambores, platillos, triángulos guitarra española, flauta y balalaica) tocan la música. En el primer plano, en la parte media inferior del cartel, dos dioses o seres mitológicos de piedra ataviados con togas portan una pancarta atada a unos listones de madera donde se pueden leer los textos del anuncio. En medio de estos dos personajes una fuente de dos pisos deja correr el agua en abundancia. La firma va estampada en la esquina derecha inferior del cuadro.

Los textos de la pancarta se disponen en cuatro filas, dos para el título con un tamaño de fuente más destacado y la dos inferiores para las fechas y la declaración de interés turístico regional. Todos los textos pertenecen a la misma tipografía y presenta varios colores que ponemos al lado de cada palabra o grupo de ella entre paréntesis: XXXVI (verde claro) Festival Internacional (verde oscuro) / de (verde oscuro) Folklore (verde claro) en el (verde oscuro) Mediterráneo (verde claro) / MURCIA, DEL (verde claro) 5 (fucsia) AL (verde claro) 8 (fucsia) DE SEPTIEMBRE DE 2003 (verde claro) / Declarada de Interés Turístico Regional (naranja)

La mitad inferior de la ilustración donde está el fondo de arena anaranjada se colocan todos los textos en color azul oscuro con tipografía de palo seco en mayúsculas y minúscula, distribuidos en seis líneas centradas, como se describe a continuación (de arriba abajo, separación de línea "/"): XXXV FESTIVAL INTERNACIONAL / DE FOLKLORE EN EL / MEDITERRÁNEO / Murcia / Del 5 al 8 se septiembre de 2002 / Declarado de Interés Turístico Regional

En la parte inferior bajo la imagen, un faldón con la línea superior de forma curvada y de fondo color azul oscuro como el cielo de la noche. En el aparece a la izquierda en color blanco la dirección web: www.fiestasdemurcia.com. Debajo, distribuidos en todo el ancho del cartel todos las IGC de las instituciones públicas y empresas privadas que han contribuido a la realización del festival tanto los textos como las líneas de los símbolos en blanco. Y para diferenciar su implicación se especifica con texto los organizadores y colaboradores en el siguiente orden de izquierda a derecha: Organizan / imagotipo del AYUNTAMIENTO DE MURCIA, Concejalía de Cultura y Festejos / imagotipo del Festival Internacional de Folklore ene el Mediterráneo con la disposición de los textos en la parte derecha en cuatro líneas / Colaboran / **Región de Murcia** Consejería de Turismo y Ordenación del Territorio Dirección General de Promoción Turística / Isologo MURCIA turística / imagotipo FUNDACIÓN CAJA MURCIA / imagotipo CAM Caja de Ahorros del Mediterráneo OBRAS SOCIALES / Isologo El Corte Inglés / Isologo ESTRELLA LEVANTE / logotipo latbus.

Los créditos con la imprenta y el depósito legal están en el lateral de la esquina derecha donde se aprecia una línea vertical negra de texto pero ilegible en la fotografía que tenemos. Suponemos que incluirá la imprenta (Imprime: A.G. Novograf por lo datos del catálogo de la BRM) y el depósito legal D.L. : MU-1437-2003

Convergencia denotación/connotación:

La ilustración nos transporta a una noche cálida de cielo azul estrellado de alegría y jolgorio. Es una reunión de gentes de distintos países que danzan como en sus pueblos de procedencia la son de los cantos y con los instrumentos populares. Hay armonía, paz y alegría entre ellos. El folklore es el elemento que los une y el mediterráneo el que los reúne como nos indica la presencia de los seres de la mitología griega. Las vestimentas e instrumentos nos enseñan la diversidad de los territorios de los que proceden los personajes de la escena, siendo la pareja central de huertanos de Murcia. El azul, los verdes, amarillo, naranja, y rojos todos en tonos intensos nos traen el color y las luces del mediterráneo y el agua, aunque de una fuente, es un elemento central.

El movimiento es el protagonista de la fiesta de este encuentro internacional y lo vemos en las posturas de los danzarines, músicos y en las curvas de la vegetación.

Esta fiesta es en la ciudad de Murcia pues la Torre de la Catedral preside el cartel en el centro superior del cartel. Las luces son también protagonistas y al brillo de la luna y las estrellas se unen las luminarias de la ciudad que resplandece en el monumento catedralicio.

La firma del autor de la ilustración expresa el carácter artístico de la imagen del festival.

Otros datos

Hay un error en el catálogo de la Biblioteca Regional donde se atribuye la ilustración a Pedro Serna (Verdú de segundo apellido) cuando el pintor que la realiza es Francisco Serna Serna que firma con los dos apellidos.

Año: 2004 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Fotos hechas por mí de los archivos de Novograf y en la Biblioteca Regional: DMUG 5884 Título:XXXVII Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo [Material gráfico] : Murcia, del 7 al 10 de septiembre de 2004 / [ilustración] Esteban Linares.Editorial:Murcia : Ayuntamiento de Murcia [etc.], 2004 (Novograf)Descripción física:1 lám. (cartel) : il. ; 99 x 56 cm. Materias: Folklore-Carteles Autores:Linares, Esteban (1955-)

Catalogado en el AlmuDi: "1 ""a"Linares, Esteban"ZZ0006771""10""a"XXXVII Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo"b" : Murcia, del 7 al 10 de septiembre de 2004" /Esteban Linares. -- ""a"Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Cultura y Festejos "c", [2004]" ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" : 99 x 56 cm "24""a"Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo"n" (37ºd". 2004 "c". Murcia)"-Carteles"ZZ0006772" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"-Carteles"ZZ0004287"C-2004 (PM) (10 ej.)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 99 x 56 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

XXXVII Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Murcia del 7 al 10 de septiembre de 2004

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Organiza: AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y Festejos Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Colaboran: Región de Murcia Consejería de Educación y Cultura Dirección Regional de Cultura MURCIA Turística CAM Caja de Ahorros del Mediterráneo OBRAS SOCIALES CM FUNDACIÓN CAJAMURCIA ÓNO ESTRELLA LEVANTE FILMOTECA REGIONAL FRANCISCO RABAL ZIGZAG pasión por vivir iatbus

5) Autor: Esteban Linares si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf, S.A. si no



2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

Declarado de Interés Turístico Regional
www.fiestasdemurcia.com

3. OTROS TEXTOS

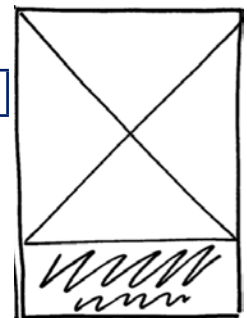
D.L. MU-1.517-2004

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y Festejos / Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo / Región de Murcia Consejería de Educación y Cultura Dirección Regional de Cultura / MURCIA Turística / CAM Caja de Ahorros del Mediterráneo OBRAS SOCIALES / CM FUNDACIÓN CAJAMURCIA / ÓNO / ESTRELLA LEVANTE / FILMOTECA REGIONAL FRANCISCO RABAL / ZIGZAG / iatbus



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Grupo de participantes del festival de dsitintos paises con instrumentos y trajes regionales conversando, edificios emblemático, Torre Catedral

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz Imafrente Santuario Fuensanta Barraca Balneario Puente Viejo Moneo Huerta Molino Teatro Romea Traje regional Río

Signos Festival Folklore Mediterráneo Murcia sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle cielo mediterráneo un pais concreto cantor/es músico/s bailarín/a mapa cintas unión paises grupo folklórico movimiento

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical con ilustración en las 3/4 superiores con marco blanco que se extiende en el 1/4 inferior en el que se colocan los textos y las IGC de los organizadores y colaboradores.

La escena esta representada por una pintura firmada por el artista murciano Esteban Linares.

En primer plano cinco personas dialogan, los rostros y brazos presentan distintos colores de piel (negra, blanca, amarilla, aceituna,...). Van ataviados con las indumentarias y adornos típicas de lugares muy distantes entre sí, árabes, chinos, africanos, etc. Acompañados por instrumentos como el timbal y la guitarra.

El lugar del encuentro es Murcia porque el paisaje urbano donde se reconoce la sobresaliente Torre de la catedral de la ciudad que por delante tapa la casa consistorial. Entre el fondo y los personajes árboles verdes y otros edificios custodian la imagen. La única pareja completa de la escena es la de huertanos de Murcia.

Están de pie hablando excepto el huertano que reposa sentado en un bordillo de la calle donde ha debajo apoyada la guitarra, la africana descansa sobre la mano en el timbal y la huertana presenta la típica postura de brazo en jarra sobre la cadera para reposar. La firma va estampada en la esquina superior derecha del cuadro.

El clima es cálido y agradable porque el cielo azul está despejado y la luz del sol brillo intensamente, lo que permite que algunos personajes lleven manga corta. El colorido de la estampa (rosa, rojo, amarillo, cyan, naranja blanco, diversos verdes, marrones y ocre,...) es intenso y luminoso.

En 1/ inferior, sobre fondo blanco los textos se disponen en cuatro filas: dos para el título con un tamaño de fuente más destacado y la dos inferiores para las fechas y la declaración de interés turístico regional. Todos los textos pertenecen a la misma familia tipográfica y presenta varios colores que ponemos al lado de cada palabra o grupo de ella entre paréntesis: XXXVII (rojo) Festival Internacional (gris) / de Folklore en el Mediterráneo (gris) / MURCIA, del (verde claro) 7 (rojo) al (verde claro) 10 (rojo) de septiembre de 2004 (verde claro) / Declarada de Interés Turístico Regional (azul oscuro) / www.fiestademurcia.com

En la parte inferior del cartel distribuidos en todo el ancho del cartel están colocadas las IGC de las instituciones públicas y empresas privadas que han contribuido a la realización del festival en los colores y composición textual propia de las normas gráficas de su diseño. Se especifica con texto la implicación de los organizadores y colaboradores en el siguiente orden de izquierda a derecha: *Organizan:* / imagotipo del AYUNTAMIENTO DE MURCIA, Concejalía de Cultura y Festejos / imagotipo del Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo con la disposición de los textos en la parte derecha en cuatro líneas / *Colaboran:* / **Región de Murcia** Consejería de Educación y Cultura Dirección Regional de Cultura / Isologo MURCIA turística / imagotipo CAM Caja de Ahorros del Mediterráneo OBRAS SOCIALES / imagotipo FUNDACIÓN CAJA MURCIA / logotipo ONO / Isologo ESTRELLA LEVANTE / Isologo FILMOTECA REGIONAL FRANCISCO RABAL / Isologo ZIG ZAG pasión por vivir / logotipo latbus.

Los créditos con la imprenta y el depósito legal están en el lateral inferior derecho en negro y tipografía de palo seco: Imprime: A.G. Novograf, S.A. . D.L. : MU-1.517-2004

Convergencia denotación/connotación:

La escena transmite un mensaje de localización de lo anunciado y es la ciudad de Murcia lo que sabemos por la Torre de la Catedral y el Ayuntamiento.

Lo acontecido se desarrolla en la calle a pleno día.

Se trata de un encuentro pacífico y armonioso entre personas de todas las razas y pueblos de todas partes del mundo porque presentan distintos colores de piel (negra, blanca, amarilla, aceituna,...). Se trata de personas de todo el mundo ya que las indumentarias son típicas de lugares muy distantes entre sí. Seis personas de los cinco continentes que se encuentran da al evento un carácter internacional y universal. Leve movimiento brazos conversando que significa armonía entre los habitantes del mundo de distinta raza y cultura. Los mismos ropajes acompañados de los adornos e instrumentos indican que se trata de un acontecimiento folklórico compartido.

La guitarra apoyada en un bordillo donde se sienta el huertanico, el timbal donde se apoya la participante africana, la postura de la huertana apoyada en la cadera y las demás posturas nos informan de que están tomándose un respiro lo que nos indica, por un lado que están actuando con sus representaciones folklóricas y, por otro, que lo hacen en plena calle que es donde se encuentran. Y un dato más, si hay descanso significa que hay movimiento previo, luego es una escena que conlleva movimiento.

El clima de la ciudad es cálido y soleado pues varias participantes llevan mangas cortas.

Los colores de la ilustración son muy mediterráneos, brillantes e intensos donde los fríos azules y los cálidos rojos, naranjas, rosas y amarillos junto al blanco se combinan expresando variedad, alegría y luz.

La firma del autor de la ilustración expresa el carácter artístico de la imagen del festival.

El movimiento de la imagen es suave como la brisa marina y se transmite por las ondulaciones de los papeles recortados cercanos a la arena que evocan las olas del mar (azul oscuro y claro) y los relieves de las costas.

Otros datos

Cambios de estructuras orgánicas consejerías del gobierno regional- Región de Murcia- que colabora en el festival Consejería de Educación y Cultura Dirección Regional de Cultura

Año: 2005 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Imagen de los archivos de Novograf

Catalogado en el Almuñ: "00""a"XXXVIII Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo"h" [Material gráfico]"b" : Murcia, del 6 al 9 de septiembre de 2005"c" / Vicente Martínez Gadea. -- " ""a"Murcia "b" : Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Cultura y Festejos "c", [2005] " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 70 x 49 cm "1 ""a"Martínez Gadea, Vicente"ZZ0004317"

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 70 x 49 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

XXXVIII FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRÁNEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA DEL 6 AL 9 DE SEPTIEMBRE DE 2005

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Organizan: AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y Festejos Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo festivalesde murcia
Colaboran: Región de Murcia Consejería de Educación y Cultura Dirección Regional de Cultura Región de Murcia Consejería de Turismo, Comercio y Consumo Dirección General de Promoción Turística MURCIA turística CAM Caja de Ahorros del Mediterráneo OBRAS SOCIALES ESTRELLA LEVANTE FILMOTECA REGIONAL FRANCISCO RABAL / latbus 20minutos

5) Autor: Vicente Martínez Gadea (no lo pone)

si no

6) Imprenta: Novograf

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADO DE INTERÉS TURÍSTICO
www.fiestasdemurcia.com

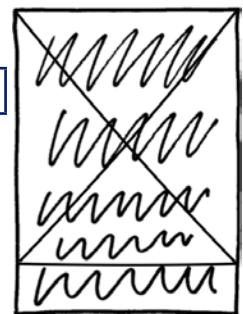
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Diseño gráfico 2) Margen Mixto 3) Tipo lay out R

4) Identidad Gráfica: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo / festivalesde murcia / Región de Murcia Consejería de Educación y Cultura Dirección Regional de Cultura / Región de Murcia Consejería de Turismo, Comercio y Consumo Dirección General de Promoción Turística / MURCIA Turística / CAM Caja de Ahorros del Mediterráneo OBRAS SOCIALES / ESTRELLA LEVANTE/ FILMOTECA REGIONAL FRANCISCO RABAL / latbus / 20minutos



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: el mar Real

2) Lugar el mar Real

3) Tiempo indefinido Indefinido

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz
 Imafronte Santuario Fuensanta Barraca Balneario
 Puente Viejo Moneo Huerta Molino
 Teatro Romea Traje regional Río

Signos Festival Folklore Mediterráneo Murcia sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul
 mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle
 cielo mediterráneo un pais concreto cantor/es músico/s bailarín/a
 mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel diseñado por el arquitecto Vicente Martínez Gadea que consiste en una composición tipográfica y geométrica que juega con las ondulaciones de las olas del mar como motivo principal del fondo y con los dameros de cuadrados de combinación bicolor.

El elemento principal es el mar donde se zambullen los textos del evento en dieciséis líneas, cada línea tiene una palabra excepto cuatros de ellas en las que las preposiciones anteceden al vocablo. Todas las líneas de texto están centradas en sentido horizontal al ancho del cartel y entre ellas. La fuente romana de estos textos es la misma pero el tamaño del título del eventos es unas ocho veces mayor que el del resto de textos: XXXVIII / FESTIVAL / INTERNACIONAL / DE / FOLKLORE / EN EL / MEDITERRÁNEO / DECLARADO / DE / INTERÉS / TURÍSTICO / MURCIA / DEL 6 AL 9 / DE SEPTIEMBRE / DE 2005. Las palabras van decoradas con dos colores (verde y naranja; rojo y naranja, azul y amarillo, blanco y rosa, rojo y negro; blanco y amarillo, marrón y negro, verde pistacho y verde parchís) combinados en dameros (de cuadros) que cambian de pares en cada línea al mismo tiempo que varían los colores de los rectángulos y las olas sobre las que se encuentran que son así mismo de una amplia gama de colores todos intensos. En la parte superior de la ilustración se repite cuatro veces el texto del título dispuesto en siete líneas verticales que forman un bloque rectangular y en el que cada línea es de un color, la tipografía es de palo seco. Destaca la gama de azules hasta verdes que reproducen el mar. Una línea en el límite inferior izquierdo que termina en el centro del cartel en un solo color verde corresponde a la dirección web: www.fiestasdemurcia.com

La composición presenta un marco blanco que se ve invadido por los laterales por varias líneas onduladas que sobresalen cortando a sangre los límites del cartel.

En la parte inferior de cartel en un faldón de poca altura (1/25 aprox.) de color negro de fondo se distribuyen las IGC de las instituciones públicas y empresas privadas que organizan y participan en la celebración del encuentro. De izquierda a derecha encontramos: *Organizan:* / imagotipo del AYUNTAMIENTO DE MURCIA, Concejalía de Cultura y Festejos / imagotipo del Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo con la disposición de los textos en la parte derecha en cuatro líneas / *festivalesde murcia* / *Colaboran:* / **Región de Murcia** Consejería de Educación y Cultura Dirección Regional de Cultura / **Región de Murcia** Consejería de Turismo, Comercio y Consumo Dirección General de Promoción Turística / Isologo MURCIA turística / imagotipo CAM Caja de Ahorros del Mediterráneo OBRAS SOCIALES / Isologo ESTRELLA LEVANTE / Isologo FILMOTECA REGIONAL FRANCISCO RABAL / logotipo latbus / isologo 20minutos

En la prueba que fotografiamos no aparecen los créditos con la referencia a la imprenta ni el depósito legal.

Convergencia denotación/connotación:

El cartel basa su contenido en el mar que sabemos que es el Mediterráneo porque los textos con el nombre se hunden en él. El colorido es fresco por la prevalencia de los azules pero integran los amarillos, naranjas y rojos del sol y la luz del clima mediterráneo.

El movimiento se transmite en las ondulaciones de las olas.

El resto de informaciones las transmiten los textos.

Otros datos

Hay un cambio en la declaración de interés turístico que desaparece la palabra "regional"

Es la primera vez que colaboran dos consejerías de la Región de Murcia y cada una estampa su IGC: Región de Murcia Consejería de Educación y Cultura Dirección Regional de Cultura Región de Murcia Consejería de Turismo, Comercio y Consumo Dirección General de Promoción Turística

No aparecen los créditos en el material que nos procuró la imprenta Novograf

Año: 2006 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Fotos realizadas por mi con el original de la Biblioteca Regional: Signatura DMUG DMUG 4624 Título: 39 Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo [material gráfico] : Murcia, del 5 al 8 de septiembre de 2006 / [ilustración] Manuel Martínez Torres. Editorial: Murcia : Ayuntamiento de Murcia [etc.], 2006 (Novograf) Descripción física: 1 lam. (cartel) : il. ; 54 x 72 cm.

Catalogado en el AlmuDí: "00""a"39 Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo" [Material gráfico]"b" : Murcia, 5 al 8 de septiembre de 2006, declarado de interés turístico" c" / Manuel Martínez Torres ; organizan Concejalía de Cultura y Festejos... [et al.]. -- " ""a"Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Cultura y Festejos" c", [2006]" ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 55 x 72 cm"1 ""a"Martínez Torres, Manuel"ZZ0005809" vídeo de como se hizo https://www.youtube.com/watch?v=IWKOnopK66Q el cartel que se presenta en este vídeo no tiene el mismo acabado que el original que analizamos de la BRM

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 54 x 72 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

39 FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRÁNEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Murcia 5 al 8 de Septiembre de 2006

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Organizan: AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y Festejos Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo festivalesde murcia
Colaboran: Región de Murcia Consejería de Educación y Cultura Dirección General de Cultura Región de Murcia Consejería de Turismo, Comercio y Consumo Dirección General de Promoción Turística MURCIA turística CAM Caja de Ahorros del Mediterráneo OBRAS SOCIALES ESTRELLA LEVANTE latbus

5) Autor: Manuel Martínez Torres si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf, S.A. si no



2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

Declarado de Interés Turístico

3. OTROS TEXTOS

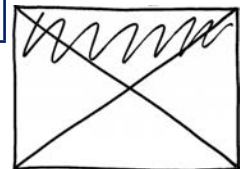
D.L. MU- -2006

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out L ▼

4) Identidad Gráfica: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA, Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo, festivalesde murcia, Región de Murcia Consejería de Educación y Cultura Dirección General de Cultura, Región de Murcia Consejería de Turismo, Comercio y Consumo Dirección General de Promoción Turística, MURCIA turística, CAM, ESTRELLA LEVANTE, latbus



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Faldas de trajes regionales de mujer de distintos lugares del mundo Fantástico Real

2) Lugar puede ser cualquier lugar Fantástico Indefinido

3) Tiempo no hay referencias Fantástico Indefinido

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz Imafrente Santuario Fuensanta Barraca Balneario Puente Viejo Moneo Huerta Molino Teatro Romea Traje regional Río

Signos Festival Folklore Mediterráneo Murcia sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle cielo mediterráneo un país concreto cantor/es músico/s bailarín/a mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel horizontal donde una ilustración de Manuel Martínez Torres aparece dentro de un marco de color marrón que se hace más alto en la parte superior y en la parte inferior donde deja espacio a los textos y a las IGC respectivamente.

En la parte superior del marco el título en una línea a caja con el ancho de la ilustración en gris y tipografía de palo seco: 39 FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRÁNEO. Debajo justificado a la izquierda el lugar y las fechas en el mismo color y tipo de letra -Murcia, 5 al 8 de Septiembre de 2006- y en la misma línea justificado a la derecha el texto Declarado de Interés Turístico.

La imagen consta de ocho partes de faldas de trajes regionales dispuestas unas junto a otras con una lazada roja y con los delantales superpuestos en algunos casos. Simulan a una superposición de faldas completas ya que hay sombras proyectadas de unos refajos sobre otros. En la parte central de la ilustración se encuentra un refajo huertano de lana rojo cartagena bordado en blanco con el delantal en blanco bordado en rojo cartagena. De la esquina superior derecha aparecen tres cintas de colores que ondean hasta la mitad del cartel en diagonal y que proyectan su sombra gris sobre los atuendos. El colorido de los estampados de las telas es muy variado y de colores intensos. La firma va estampada en la esquina derecha inferior del cuadro.

En la parte inferior de cartel marco marrón del cartel en un faldón de poca altura (1/25 aprox.) se distribuyen las IGC de las instituciones públicas y empresas privadas que organizan y participan en la celebración del encuentro con los textos en blanco. De izquierda a derecha encontramos: *Organizan:* / imagotipo del AYUNTAMIENTO DE MURCIA, Concejalía de Cultura y Festejos / imagotipo del Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo con la disposición de los textos en la parte derecha en cuatro líneas / *festivalesde murcia* / *Colaboran:* / **Región de Murcia** Consejería de Educación y Cultura Dirección General de Cultura / **Región de Murcia** Consejería de Turismo, Comercio y Consumo Dirección General de Promoción Turística / Isologo MURCIA turística / imagotipo CAM Caja de Ahorros del Mediterráneo OBRAS SOCIALES / Isologo ESTRELLA LEVANTE /logotipo latbus.

Los créditos con la imprenta y el depósito legal están en el lateral inferior derecho en blanco y tipografía de palo seco: Imprime A.G. Novograf, S.A. D.L. MU- -2006

Convergencia denotación/connotación:

El primer mensaje del cartel es que se trata de un acontecimiento folklórico porque las telas que aparecen en ellas son conocidas por todos y se ubican directamente en este género.

Se trata de una reunión de pueblos de diversa procedencia lo que indican estas faldas una junto a otra, luego estamos ante una concentración internacional de personas de pueblos del mundo.

Hay orden y armonía entre estas personas puesto que se disponen una junto a otra con la misma distancia y proporción.

Es una reunión al aire libre y donde hay movimiento como podemos entender por las cintas que ondean sobre las faldas sea por el viento del espacio abierto o sea por la danza que interpretan los asistentes.

Que la reunión es en Murcia capital lo indica el lugar central que ocupa el refajo y el delantal del traje de lana de la capital murciana.

Los colores intensos y la claridad y la luz del sol que genera las sombras de las cintas son representativas del arte mediterráneo.

La firma del autor de la ilustración expresa el carácter artístico de la imagen del festival.

Otros datos

Continúa por segundo año el cambio en la declaración de interés turístico sin la palabra "regional"

vídeo de como se hizo <https://www.youtube.com/watch?v=IWKOnopK66Q> el cartel que se presenta en este vídeo no tiene el mismo acabado que el original que analizamos de la BRM y por el faldón negro que presenta y la falta del título y otros rasgos entendemos que es una simulación del pintor para el vídeo donde usa el faldón de fondo negro del año pasado ya que el vídeo lo fue grabando mientras lo hacía por lo que es previo a la maquetación final que es la que nosotros analizamos

Encontrado otro cartel en <http://servicios.laverdad.es/fiestas/feria-septiembre-2006/suscr/cartel-festival-folklore-murcia.htm> que no lleva IGC y es vertical por lo que entendemos que no es un cartel institucional propiamente dicho porque no lleva la firma del emisor. Debe ser una adaptación para alguna acción de turismo porque en la parte superior lleva junto al nombre de la ciudad, (entre paréntesis), el nombre del país España.

En la Región de Murcia cambia la Dirección **Regional** de Cultura a Dirección **General** de Cultura

Año: 2007 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Fotos realizadas por mi con el original de la Biblioteca Regional: Signatura DMUG 4830 Título: 40 Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo [Material gráfico] : Murcia, 3 al 7 de septiembre 2007 / [diseño] Miwako. Editorial:Murcia : Ayuntamiento de Murcia, 2007 (Novograf)Descripción física:1 lám. (cartel) : il. ; 49 x 71 cm.

Materias:Folklore-Carteles Autores:Yamaguchi, Miwako (1947- Catalogado en el Almu: "00" a 40 Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo" h [Material gráfico] b" : Murcia, 3 al 7 septiembre de 2007, declarado de interés turístico regional" c" / cartel Miwako ; organiza Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Cultura y Fiesta Popular... [et al.]. -- ""a" Murcia" b" : Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Fiestas y Cultura Popular" c", [2007] f" (A.G. Novograf) ""a" 1 lám. (cartel) b" : col." c" ; 71 x 49 cm D.L. " ""a" MU-1544-2007 " 1 ""a" Miwako" ZZ0008244"

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 49 x 71 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

40 FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRÁNEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA 3 AL 7 SEPTIEMBRE 2007

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

ORGANIZA AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de fiestas y Cultura Popular Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo festivalesde murcia
COLABORA Región de Murcia Consejería de Cultura, Juventud y Deportes Dirección General de Promoción Cultural Región de Murcia Consejería de Turismo y Consumo Dirección General de Promoción Turística MURCIA turística ESTRELLA LEVANTE CIOFF CAM Caja de Ahorros del Mediterráneo OBRAS SOCIALES

5) Autor: CARTEL: MIWAKO si no

6) Imprenta: IMPRESIÓN: A.G. NOVOGRAF si no



2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADO DE INTERÉS TURÍSTICO REGIONAL

3. OTROS TEXTOS

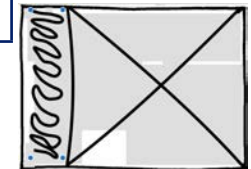
D.L: MU-1544-2007

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out R

4) Identidad Gráfica: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA / Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo / festivalesde murcia / Región de Murcia Consejería de Cultura, Juventud y Deportes Dirección General de Promoción Cultural / Región de Murcia Consejería de Turismo y Consumo Dirección General de Promoción Turística / MURCIA turística / ESTRELLA LEVANTE / CIOFF / CAM Caja de Ahorros del Mediterráneo OBRAS SOCIALES



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: personas dibujadas con pinceladas, cuadros de colores Fantástico

2) Lugar no hay referencias Fantástico

3) Tiempo no hay referencias Indefinido

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz Imafrente Santuario Fuensanta Barraca Balneario Puente Viejo Moneo Huerta Molino Teatro Romea Traje regional Río

Signos Festival Folklore Mediterráneo Murcia sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle cielo mediterráneo un pais concreto cantor/es músico/s bailarín/a mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel horizontal donde una ilustración de Miwako aparece dentro de un marco de color gris que se hace más ancho en el lateral izquierdo donde deja espacio a los textos. En la parte inferior del marco se sitúan las IGC.

En la parte superior del marco a la izquierda en blanco y con un cuerpo mediano los textos de la ciudad y las fechas del festival todo en mayúsculas: MURCIA, 3 AL 7 DE SEPTIEMBRE 2007.

El título en una columna situada en el lateral izquierdo del marco gris, con el mismo tipo de letra de palo seco pero en seis colores uno por palabra y otro para todas las preposiciones y artículos y que se coloca en trece líneas. A continuación especificamos los cortes con los saltos de línea "/" y especificamos los colores entre paréntesis: 40 (azul oscuro)/ FES / TIVAL(naranja)/ INTER / NACIO / NAL (rojo)/ DE(rosa) / FOL / KLORE (verde claro)/ EN EL (rosa) / MEDI / TERRÁ / NEO (cyan).

Debajo justificado a la izquierda misma tipografía y en blanco:DECLARADO DE INTERÉS TURÍSTICO REGIONAL

La ilustración, apaisada consta de once cuadrados de colores) cyan, verde claro, negro marrón, rojo, naranja, amarillo, morado, rosa, gris, azul oscuro) integrados superpuestos cada uno con un giro diferente y dispuestos en el centro de la obra sobre ellos se dibujan una pinceladas figurativas con un punto más grande y redondo en el extremo superior (cabeza) y trazos alargados (tronco y extremidades) que dibujan posturas de cuerpos humanos en movimiento.

En la parte inferior de cartel sobre el marco gris se distribuyen las IGC de las instituciones públicas y empresas privadas que organizan y participan en la celebración del encuentro con los textos y los símbolos en negro. De izquierda a derecha encontramos: ORGANIZA / imagotipo del AYUNTAMIENTO DE MURCIA, Concejalía de fiestas y Cultura Popular / imagotipo del Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo con la disposición de los textos en la parte derecha en cuatro líneas / festivalesde murcia / COLABORA / **Región de Murcia** Consejería de Cultura, Juventud y Deportes Dirección General de Promoción Cultural / **Región de Murcia** Consejería de Turismo y Consumo Dirección General de Promoción Turística /Isologo MURCIA turística / Isologo ESTRELLA LEVANTE /Isologo CIOFF/ imagotipo CAM Caja de Ahorros del Mediterráneo OBRAS SOCIALES.

Los créditos con el nombre del autor, la imprenta y el depósito legal están en el lateral inferior derecho en morado oscuro y tipografía de palo seco: CARTEL: MIWAKO . IMPRESIÓN: A.G. NOVOGRAF . D.L: MU-1544-2007

Convergencia denotación/connotación:

Los trazos negros dejan ver figuras humanas en movimiento, bailando. El movimiento, así mismo, lo consigue la disposición rotada y superpuesta de los cuadrados de colores que se entremezclan transmitiendo la interacción y convivencia pacífica y armoniosa de los pueblos del mundo a través de este evento centrado en los bailes y músicas populares de carácter folklórico. El contraste de los colores complementarios unidos (amarillo y azul oscuro, rojo y verde, morado y naranja, etc) significa la integración de la diversidad de razas y culturas así como el colorido que el evento proporciona a las calles de la ciudad.

El gris del marco sitúa en el asfalto de las ciudades.

Los colores son variados, vivos e intensos propios de la estética mediterránea y los azules cyan y oscuro de los extremos enmarcan la escena entre mar y cielo, noche y día. Esta convivencia de colores y la energía que trasmite se refuerza con el colorido variado de las palabras del título.

No encontramos referencia explícita de la ciudad de Murcia que no sea en el texto superior.

Otros datos

Cambio en la denominación tanto de la concejalía del Ayuntamiento de Murcia como de una de las dos consejerías del gobierno regional:ORGANIZA AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de **fiestas y Cultura Popular** / Región de Murcia Consejería de **Cultura, Juventud y Deportes** Dirección General de **Promoción Cultural** Región de Murcia Consejería de **Turismo y Consumo** Dirección General de Promoción Turística

Año: 2008 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Fotos realizadas por mi con el original de la Biblioteca Regional: Signatura DMUG 4927 Título: 41 Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo, Murcia 9 al 12 septiembre 2008, declarado de interés turístico regional [Material gráfico] / cartel, M. Barnuevo. Editorial:Murcia : [s.n.], 2008 (A.G. Novograf) Descripción física:1 lám. (cartel) : il. ; 71 x 46 cm. Materias:Folklore-Carteles Autores:Barnuevo, Manuel (1947-)

Catalogado en el Almad: "00" a "41 Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo" h" [Material gráfico] b" : Murcia, 9 al 12 septiembre de 2008 c" / cartel M. Barnuevo ; organizan Ayuntamiento de Murcia, ... [et al.]. -- "" a "Murcia" b" : Ayuntamiento de Murcia c", [2008] f" (A.G. Novograf) "" a "1 lám. (cartel) b" : col." c" ; 72 x 46 cm "" a "Declarado de interés turístico regional D.L. " "" a "MU-1800-2008" 1 "" a "Barnuevo, Manuel" ZZ0000164"

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 71 x 46

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

41 FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRÁNEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Murcia 9 al 12 septiembre 2008

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

ORGANIZAN MURCIA Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo festivalesde murcia COLABORAN Región de Murcia Consejería de Cultura, Juventud y Deportes Dirección General de Promoción Cultural Región de Murcia Consejería de Turismo y Consumo Dirección General de Promoción Turística MURCIA turística ESTRELLA LEVANTE CIOFF CAM Caja de Ahorros del Mediterráneo OBRAS SOCIALES

5) Autor: CARTEL: M. BARNUEVO si no

6) Imprenta: IMPRESIÓN: A.G. NOVOGRAF si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADO DE INTERÉS TURÍSTICO REGIONAL



3. OTROS TEXTOS

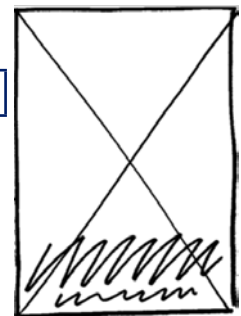
D.L.: MU-1.800-2008

ELEMENTOS VISUALES

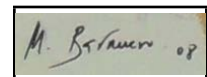
1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out C

4) Identidad Gráfica: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA / Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo / festivalesde murcia / Región de Murcia /MURCIA turística /ESTRELLA LEVANTE /CIOFF / CAM Caja de Ahorros del Mediterráneo OBRAS SOCIALES



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: pareja hombre_mujer Real

2) Lugar mar Real

3) Tiempo Clima mediterráneo, cálido Indefinido

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz Imafrente Santuario Fuensanta Barraca Balneario Puente Viejo Moneo Huerta Molino Teatro Romea Traje regional Río

Signos Festival Folklore Mediterráneo Murcia sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle cielo mediterráneo un pais concreto cantor/es músico/s bailarín/a mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical donde una ilustración es una obra del pintor murciano Manolo Barnuevo sobre fondo blanco que se extiende en la parte inferior donde se encuentran los textos y las IGC de los responsables y colaboradores del evento y los créditos.

La pintura representa una pareja de hombre y mujer con una postura de brazos en jarras sobre un círculo azul . en el fondo pinceladas horizontales de colores ocre, verdes amarillos y azules. en los laterales predomina el azul y un marco fucsia de trazos ondulados por encima del cual se dibuja un marco de línea fina naranja rectangular vertical.). En la parte inferior del cartel sobre las salpicaduras del cuadro se encuentran los textos. La firma va estampada en la esquina derecha inferior del cuadro.

El título en dos líneas centradas al ancho del cartel y entre ellas, con un tipo de letra de palo seco en seis colores uno por palabra y otro para todas las preposiciones y artículos. A continuación especificamos los saltos de línea "/" y los colores entre paréntesis: 41 (verde tierra) FESTIVAL(rojo) INTERNACIONAL (naranja) DE(cyan) / FOLKLORE (rosa) EN EL (cyan) MEDITERRÁNEO (azul oscuro). Sobre este título justificado a la derecha con la misma tipografía en mayúsculas y en gris:DECLARADO DE INTERÉS TURÍSTICO REGIONAL. Bajo el título y centrado con el, en menor cuerpo con la misma tipografía y en negro la ciudad y las fechas del evento: Murcia, 9 al 12 septiembre 2008.

Debajo de los textos ya en el límite inferior del cartel se distribuyen las IGC de las instituciones públicas y empresas privadas que organizan y participan en la celebración del encuentro con los textos y los símbolos propios de sus IGC en negro. De izquierda a derecha encontramos: ORGANIZAN / isologo del AYUNTAMIENTO DE MURCIA / imagotipo del Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo con la disposición de los textos en la parte derecha en cuatro líneas / festivalesde murcia / COLABORAN / **Región de Murcia** / isologo MURCIA turística / Isologo ESTRELLA LEVANTE / isologo CIOFF/ imagotipo CAM Caja de Ahorros del Mediterráneo OBRAS SOCIALES.

Los créditos con el nombre del autor, la imprenta y el depósito legal están en el lateral inferior derecho en negro y tipografía de palo seco: CARTEL: M. BARNUEVO . IMPRESIÓN: A.G. NOVOGRAF . D.L: MU-1.800-2008

Convergencia denotación/connotación:

La obra sitúa a la pareja sobre un extensión azul que significa el mar y los rodea de azules del cielo y del aire libre. Los colores del paisaje son verde y ocre que llegan a amarillos, todos estos colores intensos son propios de los paisajes mediterráneos y de la pintura mediterránea. Esta convivencia de colores y la energía que trasmite se refuerza con el colorido variado de las palabras del título. El azul de la pintura se calienta con el marco fucsia que rodea la escena y la luz resplandece con el blanco del fondo y las pinceladas amarillas. Agua, cielo, sol, tierra y vegetación.

La firma del autor de la ilustración expresa el carácter artístico de la imagen del festival.

Otros datos

NUEVA IGC DEL AYUNTAMIENTO DE MURCIA ya no aparecen las palabras AYUNTAMIENTO DE ni se especifica la concejalía, pasa de ser un imagotipo donde texto y símbolo podías aparecer separados a ser un isologo porque símbolo y texto se funden.

NUEVA IGC DE LA COMUNICADAD AUTÓNOMA DE MURCIA solo aparece Región de Murcia sin especificar consejería y el escudo se dispone entre los textos.

Año: 2009 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Información de la página web de europapress.es: 42 edición del 7 al 11 de septiembre de 2009 autor del cartel el joven pintor Rubén Zambudio

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

42 Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA del 7 al 11 de septiembre

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Organiza: MURCIA Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo festivalesde murcia COLABORAN Región de Murcia Murcia turística ESTRELLA DE LEVANTE MURCIA 1963 CIOFF CAM Caja de Ahorros del Mediterráneo OBRAS SOCIALES

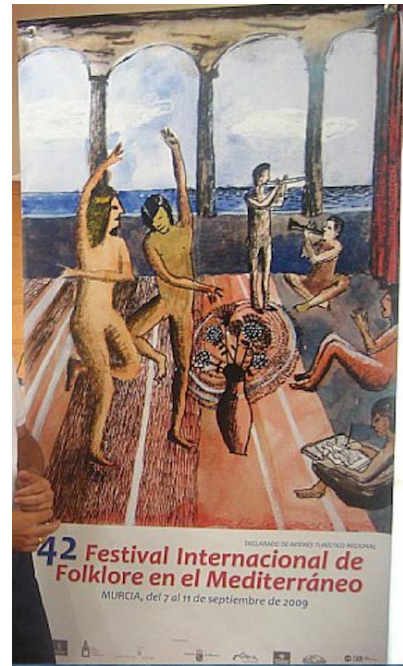
5) Autor: Rubén Zambudio si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADO DE INTERÉS TURÍSTICO REGIONAL



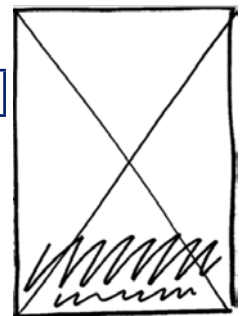
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia FestivallFM festivales de murcia Región de Murcia Murcia turística Estrella de Levante CIOFF CAM



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Grupo de danzarines músicos cantores y artista

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz Imafrente Santuario Fuensanta Barraca Balneario Puente Viejo Moneo Huerta Molino Teatro Romea Traje regional Río

Signos Festival Folklore Mediterráneo Murcia sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle cielo mediterráneo un pais concreto cantor/es músico/s bailarín/a mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical donde la imagen ocupa 3/3 superiores con imagen a sangre y el 1/3 inferior es un faldón de fondo blanco sobre los que aparecen los textos y las IGC de las instituciones públicas y privadas que hacen posible en el evento. La escena representa una estancia abierta al mar que se ve de fondo, y al cielo azul con blancas nubes. Sobre una alfombra danzan desnudos una pareja, la música la tocan dos personajes con instrumentos de viento y una chica sentada hace palmas al tiempo que canta con la boca abierta y los ojos cerrados. Acompaña al grupo un pintor que en una esquina recoge en dibujos la danza. Un florero decora el habitáculo así como un cortinaje rojo recogido a la derecha. En el tercio inferior se coloca, justificado a la izquierda, el texto en gris y tamaño reducido en proporción al título: DECLARADO DE INTERÉS TURÍSTICO REGIONAL. Debajo el texto central en dos líneas, en la superior comienza con el número arábigo de la edición con un cuerpo mayor al resto del título y en color diferente al mismo, azul oscuro, y el nombre del festival que continúa en la siguiente línea, ambas centradas y en color rojo: 42 Festival Internacional de / Folklore en el Mediterráneo. Debajo una línea centrada con las superiores en azul como el número y de cuerpo inferior, el nombre de la ciudad y las fechas de celebración: MURCIA, del 7 al 11 de septiembre de 2009. Sobre el margen inferior se colocan en gris las IGC de las entidades participantes separadas por el texto que especifica si COLABORAN u ORGANIZAN. El orden de disposición de izquierda a derecha en el que aparecen es el siguiente: ORGANIZAN / imagotipo del Ayuntamiento de MURCIA / imagotipo del Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo en negro con la disposición de los textos en la parte derecha en cuatro líneas / imagotipo de festivales de murcia/ COLABORAN imagotipo de Región de Murcia/ logotipo de Murcia Turística / imagotipo de ESTRELLA DE LEVANTE MURCIA / imagotipo del CIOFF e imagotipo de la CAM. Aunque suponemos que las lleva, en las reproducciones del cartel no hemos encontrado la firma del pintor en las reproducciones encontradas, ni los datos de los créditos del autor, la imprenta y el depósito legal.

Convergencia denotación/connotación:

La pintura está resuelta en tonos azules y grises que se funden con los colores rojizos y anaranjados que se vuelven beige y verdosos en ciertos matices. Una confluencia de tonos fríos y cálidos que presenta una escena humana y fresca al tiempo. La ausencia de ropajes de los personajes abre la puerta al significado universal del evento. Pueden ser bailarines de cualquier país, eso sí el mar es el marco que los acoge, sea o no su lugar de procedencia una localidad bañada por aguas marinas.

Los instrumentos y el baile caracterizan a los festivales folklóricos y el movimiento de la escena transmitido por las posturas y líneas de los personajes es un elemento que se repite en los mensajes anunciadores del festival. Pero no solo es música, y música de raíz popular por los instrumentos, el canto y la postura de brazos y piernas de los bailarines -, si no, también, cultura porque interviene el artista con su libreta y lápiz, es decir, un compendio de actividades propias de la cultura popular.

Arte

Otros datos

Los pintores murcianos Manolo Belzunce, Antonio Ballester, Esteban Bernal, María Carmen Cantabella, Miguel Fructuoso, Ana Martínez, Emilio Pascual, Manuel Pérez, Eduardo Pérez Salguero y Rubén Zambudio se reunirán en la Plaza del Cardenal Belluga para pintar ante el público su visión sobre 'El Mar y las Ciudades'. El pintor explica que le costó elegir la composición porque no sabía si debía centrarse en los bailes... Lo que tenía muy claro es que tenía que aparecer el mar Mediterráneo como elemento central, hasta estructuralmente.

Año: 2010 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Fotos realizadas por mi con el original recogido de la oficina de turismo. Catalogado en la Biblioteca Regional: Biblioteca Regional: Signatura DMUG 5376 Título: 43 Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo, Murcia del 6 al 10 de septiembre 2010 [Material gráfico] / pintura de Paco Bernal. Editorial: Murcia : [s.n.], 2010 (Novograf) Descripción física: 1 lám. (cartel) : il. ; 70 x 50 cm. Materias: Fiestas-Murcia-Carteles Autores: Bernal, Paco (1965-)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 70 x 50 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

43 FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRÁNEO

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

del 6 al 10 de septiembre 2010

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

ORGANIZAN MURCIA Murcia 2016 capital europea de la cultura ciudad candidata Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo festivalesde murcia COLABORAN Región de Murcia Región de Murcia no-typical CIOFF ESTRELLA LEVANTE.

5) Autor: Pintura Paco Bernal

si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADO DE INTERÉS TURÍSTICO REGIONAL



3. OTROS TEXTOS

D.L. MU-1.238-2010

ELEMENTOS VISUALES

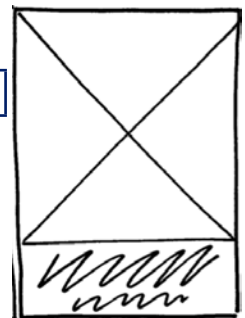
1) Tipo de ilustración Pintura de autor

2) Margen Con Marco

3) Tipo lay out F ▼

4) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia Candidatura europea capital cultural 2016 Festival IFM festivales de murcia Región de Murcia Murcia no-typical CIOFF Estrella de Levante



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Joven huertana con instrumentos

Real

2) Lugar Murcia

Real

3) Tiempo cálido

Definido

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia

Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz
 Imafrente Santuario Fuensanta Barraca Balneario
 Puente Viejo Moneo Huerta Molino
 Teatro Romea Traje regional Río

Signos

Festival Folklore Mediterráneo Murcia

sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul
 mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle
 cielo mediterráneo un país concreto cantor/es músico/s bailarín/a
 mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical donde la ilustración es una pintura, como especifican los créditos, del pintor murciano Paco Bernal. La obra es cuadrada y ocupa la parte superior del cartel sin textos encima. Esta rodeada por un marco blanco que se extiende sobre toda la mitad inferior del cartel y sobre el que se colocan los textos y las IGC de los responsables y colaboradores del evento y los créditos.

La pintura es un retrato del torso de una joven mujer. La chica va vestida con el traje regional murciano del que vemos el corpiño negro con mangas cortas con puntillas y lazo de color azul y parte del refajo verde mar y el delantal negro con puntilla. En las manos sujeta contra el cuerpo un cajón de madera que contiene varios instrumentos musicales y un libreto de La Parranda con imagen de huertana y barraca murciana en la portada. La chica lleva puesta una castañuela con cintas de colores en la mano izquierda y en la derecha solo se ven caer las cintas. En la caja hay unos timbales artesanos una caña musical, unos chinchines de dedo y otro instrumento de música de raíz. La firma va estampada en la esquina inferior izquierda del cuadro.

En la parte inferior del cartel sobre el marco blanco que se extiende en la mitad inferior del cartel se encuentran los textos.

El título en cuatro líneas con tipografía romana y mayor tamaño que el resto de textos.. La dos superiores van precedidas por el número arábigo de la edición cuya altura integra a ambas y con el mismo color rojo Cartagena, en las dos inferiores el texto es azul cian y las cuatro líneas van justificadas a la izquierda con el gran número: 43/ FESTIVAL INTERNACIONAL (rojo cartagena) / DE FOLKLORE EN / EL MEDITERRÁNEO (azul). Sobre este título justificado a caja con el número con la misma tipografía en mayúsculas y en gris:DECLARADO DE INTERÉS TURÍSTICO REGIONAL. Bajo el título y a caja con el número de la edición, en menor cuerpo con la misma tipografía y en gris la ciudad y las fechas del evento: Murcia, del 6 al 10 de septiembre 2010.

Debajo de los textos ya en el límite inferior del cartel se distribuyen las IGC de las instituciones públicas y empresas privadas que organizan y participan en la celebración del encuentro con los textos y los símbolos propios de sus IGC en negro. Justificadas a caja con el ancho del título. De izquierda a derecha encontramos: ORGANIZAN / isologo del AYUNTAMIENTO DE MURCIA / Isologo de la candidatura de Murcia como capital europea de la cultura 2016 /imagotipo del Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo con la disposición de los textos en la parte derecha en cuatro líneas / festivalesde murcia / COLABORAN / **Región de Murcia** /isologo Región de Murcia no-typical / Isologo CIOFF /Isologo ESTRELLA LEVANTE.

Los créditos con el nombre del autor, la imprenta y el depósito legal están en el lateral inferior izquierdo por fuera de la pintura sobre el marco blanco, en negro y tipografía de palo seco: Pintura Paco Bernal . Imprime: A.G. Novograf . D.L. MU-1.238-2010

Convergencia denotación/connotación:

Se trata de un acontecimiento folklórico lo que sabemos por el atuendo de la chica y los instrumentos artesanales que porta en la caja de madera. Tanto los instrumentos como el material de madera de la caja indican la cercanía de lo anunciado a la naturaleza y la tradición de los pueblos.

Es un acontecimiento donde hay música y esto siempre se ve acompañado de cantos y danzas que serán de tradición popular. esto además significa que hay un grupo porque los bailes de los pueblos no eran tanto para exhibirlos como para recreo y entretenimiento social de los grupos.

La variedad de los instrumentos de música reunidos en la caja simboliza el encuentro de los grupos folklóricos de pueblos de distintos y alejados lugares. Es un encuentro internacional y una convivencia pacífica y armoniosa ya que los instrumentos se unen de forma acompasada. Rasgos estos esenciales del festival que se anuncia.

El clima es cálido pues la manga de la señorita es corta.

Los colores de la pintura son intensos y la luz juega un papel importante porque deja ver los detalles que este estilo hiper-realista deja contemplar en puntillas y cintas.

El movimiento va implicado en la escena puesto que la huertana saca o recoge los instrumentos para ser tocados o porque ha terminado la actuación.

El color azul de las letras del título sitúan el entorno en el mar Mediterráneo y el rojo Cartagena propio de la Región de Murcia concreta el lugar donde se celebra.

La firma del autor de la ilustración expresa el carácter artístico de la imagen del festival.

Otros datos

Nueva marca de Turismo Regional Murcia No typical creada en 2009 por la agencia Germinal
Aparece la IGC de la candidatura de Murcia a capital europea de la cultura en 2016

Año: 2011 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Fotos realizadas por mi con el original recogido de la oficina de turismo. Catalogado en la Biblioteca Regional: Biblioteca Regional: Signatura DMUG Título: 44 Festival internacional de folklore en el Mediterráneo, Murcia 5/9 septiembre 2011 [Material gráfico] / M. Mengual.

Editorial: Murcia : Ayuntamiento de Murcia, 2011 (Novograf) Descripción física: 1 lám. (cartel) : il. ; 70 x 70 cm. Materias: Folklore-Carteles Autores: Martínez Mengual, Antonio (1948-)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 70 x 70 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

44 FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRÁNEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Murcia 5/9 septiembre 2011

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

ORGANIZAN: MURCIA Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo festivalesde murcia
COLABORAN: CIOFF ESTRELLA LEVANTE

5) Autor: Antonio Martínez Mengual si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. NOVOGRAF si no



2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADO DE INTERÉS TURÍSTICO REGIONAL

3. OTROS TEXTOS

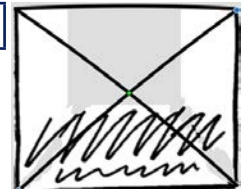
D.L.: MU-962-2011

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia Festival FM festivales de murcia CIOFF Estrella de Levante



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia
 Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz
 Imafrente Santuario Fuensanta Barraca Balneario
 Puente Viejo Moneo Huerta Molino
 Teatro Romea Traje regional Río

Signos Festival Folklore Mediterráneo Murcia
 sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul
 mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle
 cielo mediterráneo un país concreto cantor/es músico/s bailarín/a
 mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel cuadrado donde la ilustración es una pintura firmada por el pintor murciano Antonio Martínez Mengual. La obra se imprime a sangre y en la mitad inferior se han colocado sobre ella los textos, las IGC de los responsables y los colaboradores del evento, y los créditos.

La pintura es un paisaje marino con un barco navegando en la esquina derecha. Dos caracolas en el centro de la obra de trazos azules sobre un fondo de tonos blancos y grises como si de espuma se tratase, la parte inferior es amarilla con trazos azules a los lados. En la parte superior derecha unas superficies naranjas y burdeos a derecha e izquierda enmarcan el cuadro. La firma va estampada en la esquina inferior izquierda del cuadro.

En la mitad inferior el título en dos líneas con tipografía de palo seco combinada con tipografía manual en el número arábigo de la edición y el nombre del mar, todo en azul: 44 FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRÁNEO.

Bajo este título justificado en un bloque a la izquierda en el margen inferior del cartel el lugar, las fechas de celebración del festival y debajo la declaración turística del evento, en tipografía de palo seco en gris azulado: Murcia, 5/9 septiembre 2011 / DECLARADO DE INTERÉS TURÍSTICO REGIONAL.

A la derecha del bloque de fechas, etc, también en el límite inferior del cartel se distribuyen las IGC de las instituciones públicas y empresas privadas que organizan y participan en la celebración del encuentro con los textos y los símbolos propios de sus IGC en monocromo gris. De izquierda a derecha encontramos: ORGANIZAN: / isologo del AYUNTAMIENTO DE MURCIA / imagotipo del Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo con la disposición de los textos en la parte derecha en cuatro líneas / festivales de Murcia / COLABORAN: / Isologo CIOFF / isologo ESTRELLA LEVANTE.

Los créditos con el nombre de la imprenta y el depósito legal están en el lateral inferior derecho sobre la pintura en negro y tipografía de palo seco: Imprime A.G. NOVOGRAF D.L.: MU-962-2011

Convergencia denotación/connotación:

El barco, las caracolas y la composición de colores amarillos, azules y naranjas nos introducen en las playas del mar donde brilla el sol. La explosión solar se logra con los colores complementarios naranja y azul al que acompaña el amarillo y el blanco.

Que se trata del Mar Mediterráneo nos lo indica además la tipografía manual del nombre Mediterráneo que está trazada con pinceladas azules onduladas como las olas y ondulaciones del mar.

El movimiento de la escena se transmite con las líneas que dibujan el barco con trazos desiguales e inclinados.

La caracola como animal marino por excelencia se vuelve instrumento de aire para llamar a las gentes del entorno de este paraje marino.

La firma del autor de la ilustración expresa el carácter artístico de la imagen del festival.

Otros datos

FORMATO CUADRADO 70x70

Año: 2012 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Catalogado en la Biblioteca Regional DMUG 6469: Título:45 Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo [Material gráfico] : Murcia 3 al 7 septiembre 2012 / autor, Esteban Bernal.Editorial:Murcia : Ayuntamiento de Murcia [etc.], 20 (Novograf) Descripción física:1 lám. (cartel) : il. ; 69 x 49 cm.Materias:Folklore-CartelesAutores:Bernal, Esteban (1961-)Campos con etiquetas especiales

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 69 x 49 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

45 FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRÁNEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Murcia 3 al 7 septiembre 2012

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

ORGANIZAN: MURCIA Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo festivalesde murcia
COLABORAN: CIOFF ESTRELLA LEVANTE.

5) Autor: Autor: Esteban Bernal si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADO DE INTERÉS TURÍSTICO REGIONAL

3. OTROS TEXTOS

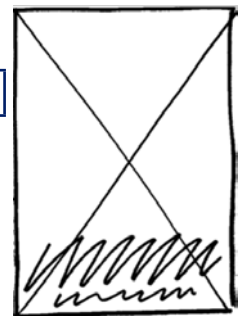
D.L.: MU-662-2012

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia FestivalIFM festivales de murcia CIOFF Estrella de Levante



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: bailarín y mar con columnas

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia
 Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz
 Imafrente Santuario Fuensanta Barraca Balneario
 Puente Viejo Moneo Huerta Molino
 Teatro Romea Traje regional Río

Signos Festival Folklore Mediterráneo Murcia
 sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul
 mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle
 cielo mediterráneo un pais concreto cantor/es músico/s bailarín/a
 mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento



NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical donde la ilustración es una pintura firmada por el pintor murciano Esteban Bernal. La obra se imprime a sangre y en la mitad inferior se han colocado sobre ella los textos, las IGC de los responsables y los colaboradores del evento, y los créditos.

La pintura nos sitúa en un entorno de azules de agua en la base y azules mas oscuros por el cielo y el horizonte. El cielo y el mar se unen por unas columnas griegas con capitel de orden jónico que se disponen en una perspectiva que deja ver la gran extensión y profundidad del mar. En primer plano se dibuja la figura en línea y sin relleno de un bailarín desnudo que se desplaza por encima del mar volando en una zancada y con los brazos elevados. La línea que dibuja al personaje es blanca y con destellos amarillos hacia afuera que se vuelen verdosos cuando se mezclan con el fondo azul. Hay una columna rosa y algunos reflejos violetas como el número de la edición.

En la mitad inferior el título en tres líneas con tipografía de palo seco, mayúsculas y color blanco menos el número arábigo que es morado. Este número precede a las dos líneas inferiores formando un rectángulo con el texto justificado a la derecha y el número a la izquierda a caja con la primera línea: FESTIVAL INTERNACIONAL / 45 DE FOLKLORE / EN EL MEDITERRÁNEO.

Bajo este título a caja con lado derecho, justificado a la derecha en un bloque dos líneas de texto. En la superior, en amarillo como el perfil de la figura y misma tipografía que el título el lugar seguido de las fechas de celebración del festival y debajo justificado de lado a lado de la línea superior, la declaración turística del evento, en tipografía de palo seco en blanco y mayúsculas: Murcia, 3 al 7 septiembre 2012 / DECLARADO DE INTERÉS TURÍSTICO REGIONAL.

En el límite inferior izquierdo del cartel se distribuyen las IGC de las instituciones públicas y empresas privadas que organizan y participan en la celebración del encuentro con los textos y los símbolos propios de sus IGC en monocromo negro. De izquierda a derecha encontramos: ORGANIZAN: / isologo del AYUNTAMIENTO DE MURCIA / imagotipo del Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo con la disposición de los textos en la parte derecha en cuatro líneas / festivalesde murcia / COLABORAN: / Isologo CIOFF /Isologo ESTRELLA LEVANTE.

Los créditos con el nombre de la imprenta, el autor y el depósito legal están en el lateral inferior izquierdo sobre la pintura en negro y tipografía de palo seco: Imprime: A.G. Novograf . Autor: Esteban Bernal . D.L.: MU-662-2012

Convergencia denotación/connotación:

desde el primer instante el agua rodea a la acción. Lo anunciado esta relacionado con el agua el mar y el cielo azul. Una profunda extensión de mar que sostienen una columnas griegas lo que nos ubica en el mar mediterráneo junto con el nombre que aparece en el título. La amplitud del espacio que refleja la pintura indica toda su extensión lo que supone la unión de países en torno a él.

La figura del joven dibuja una postura de baile lo que informa de que se trata de un evento donde el baile es una pieza clave y no hay baile sin música ni ésta sin instrumento y lo anterior puede ir acompañado del canto.

El protagonista va desnudo unido a la naturaleza lo que indica el caracter natural y de raíz de los bailes. Esto nos acerca al folklore de los pueblos.

La no especificación del atuendo del personaje abre la posibilidad a que se pueda tratar de cualquier pais del mundo lo que lo hace internacional. Es un encuentro internacional armonioso en torno a las artes y sobre el mediterráneo pues el bailarín parece volar sobre el mar.

El clima es marino cálido pues los azules de todos los tonos se ven iluminados por el sol que resplandece en el perfil del protagonista y algunos textos. Hay una perfecta combinación de colores que transmite la sensación de los días soleados de las costas mediterráneas donde el mar se funde con el cielo en el horizonte y se entona de verdes por la naturaleza de los fondos marinos y la luz de los rayos del sol.

El movimiento estalla en la escena con la aparición de este ser transparente que se funde con el fondo y los corta en un a trayectoria de ir hacia delante.

La firma del autor de la ilustración expresa el carácter artístico de la imagen del festival.

Otros datos

Año: 2013 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Catalogado en la Biblioteca Regional DMUG 6462 Título: 46 festival internacional de folklore en el Mediterráneo [Material gráfico] : Murcia, 15 al 19 de julio de 2013 : declarado de interés turístico regional : organizan, [Ayuntamiento de Murcia] ... / diseño, Mª José Navarro Balibrea ; fotografía, Juanchi López. Editorial: Murcia : Ayuntamiento de Murcia [etc.], D.L. 2013 (Novograf) Descripción física: 1 lám. (cartel) : il. ; 46 x 64 cm. Variantes del título: Cuarenta y seis festival internacional de folklore en el Mediterráneo Materias: Folklore-Carteles Autores: Navarro Balibrea, María José Campos con etiquetas especiales

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 46 x 64 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

46 FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRÁNEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA 15 AL 19 JULIO 2013

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

ORGANIZAN: MURCIA Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo festivalesde murcia
COLABORAN: CIOFF ESTRELLA LEVANTE.



5) Autor: Diseño: Mª José Navarro Balibrea . Fotografía: Juanchi López si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADO DE INTERÉS TURÍSTICO REGIONAL

3. OTROS TEXTOS

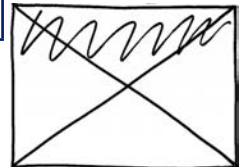
D.L.: MU-310-2013

ELEMENTOS VISUALES

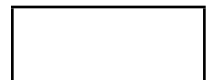
1) Tipo de ilustración Diseño gráfico 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out L ▼

4) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia Festival IFM festivales de murcia CIOFF Estrella de Levante



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Cantora portuguesa de un grupo de baile con pandereta Real

2) Lugar no hay referencias Real

3) Tiempo no hay referencias Indefinido

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz
 Imafrente Santuario Fuensanta Barraca Balneario
 Puente Viejo Moneo Huerta Molino
 Teatro Romea Traje regional Río

Signos Festival Folklore Mediterráneo Murcia sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul
 mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle
 cielo mediterráneo un país concreto cantor/es músico/s bailarín/a
 mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel horizontal donde la ilustración es un diseño de María José Navarro y con una fotografía de Juanchi López. La obra se imprime a sangre y en la mitad superior se han colocado los textos como si del canto de la protagonista se tratara. Las IGC de los responsables y los colaboradores del evento se han integrado en la piel de la pandereta que toca la chica, la declaración de interés turístico se sitúa en el extremo inferior izquierdo integrado en la pañoleta y los créditos en el margen derecho inferior.

La ilustración consiste en un fondo ocre anaranjado sobre el que destaca el busto de perfil derecho de una chica joven con el traje y complementos típico portugués con la boca abierta en pleno canto y la pandereta a la altura del busto con la mano derecha en la posición de percutirla. La fotografía esta colocada a sangre y la cabeza con el sombre ocupa el lateral izquierdo de la composición de manera que la mano y el instrumento que agarra enmarcan el cartel por la parte inferior. La mitad superior central y derecha la ocupan los textos del título y el número de la edición del festival, el lugar y las fechas. Estos textos están dispuestos en seis líneas que forman una pirámide en cuyo vértice superior está el número arábigo y en la base el lugar y los días de celebración, estas dos líneas están en blanco con sombra gris. en el centro de la pirámide los textos son rojos con sombra desplazada a la derecha y abajo en blanco. La tipografía de todos los textos, excepto de los créditos, es de palo seco pero presenta unas rotaciones que le hacen parecer manual. El conjunto de los textos esta colocado desde la boca de la cantora con forma de bocadillo donde se colocan las palabras que ella pronuncia. Los textos, en versalitas, son los siguientes (indicamos salto de línea con "/"): FESTIVAL / INTERNACIONAL / DE FOLKLORE EN / EL MEDITERRÁNEO / MURCIA, 15 AL 19 JULIO 2013.

En el límite inferior izquierdo sobre la pañoleta de la señorita se encuentra el texto, en amarillo, versalitas e idéntica tipografía que el título: DECLARADO DE INTERÉS TURÍSTICO REGIONAL. A su derecha, sobre la piel de la pandereta, en dos líneas, las IGC de las instituciones públicas y empresas privadas que organizan y participan en la celebración del encuentro con los textos y los símbolos propios de sus IGC en monocromo negro. De izquierda a derecha encontramos: ORGANIZAN: / isologo del AYUNTAMIENTO DE MURCIA / imagotipo del FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRÁNEO con la disposición de los textos en la parte derecha en cuatro líneas / festivales de murcia / COLABORAN: / Isologo CIOFF / Isologo ESTRELLA LEVANTE.

Los créditos se han colocado en el margen derecho inferior en vertical con tipografía de palo seco sencilla en color negro sobre el fondo de la ilustración e informan sobre los autores del diseño y la fotografía, el taller de impresión y el número de depósito legal: Diseño: M^a José Navarro Balibrea . Fotografía: Juanchi López . D.L.: MU-310-2013

Convergencia denotación/connotación:

El cartel nos transmite el canto folklórico de una joven portuguesa. El traje típico de la protagonista nos lo indica así como la boca abierta y cabeza alzada junto con la pandereta que vemos elevada a la altura del pecho y la mano que la hace sonar. Estamos ante una actuación folklórica de canto y música y completamos el mensaje entendiendo que de baile regional.

Los colores son vivos e intensos y la variedad de colorido son propias del mediterráneo.

Esta variedad cromática armoniza con la diversidad cultural que se reúne en el festival anunciado.

Es un cartel luminoso por su fondo de color ocre dorado que tiene connotaciones de luz y sol elementos propios del paisaje, clima y arte mediterráneo.

El movimiento de las manos al hacer sonar la pandereta invita a la participación de un acontecimiento no estático.

Otros datos

Indica el diseñador y el fotógrafo

Año: 2014 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: De momento en una noticia pero no lo he visto colgado en ninguna parte, si he encontrado el programa en la oficina de turismo y el cartel lo he descargado en pdf de la web del Ayuntamiento?

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 70x47 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FESTIVAL INTERNACIONAL FOLKLORE EN EL MEDITERRÁNEO 47

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA 14 / 18 JULIO 2014

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

ORGANIZAN: MURCIA Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo festivalesde murcia
COLABORAN: CIOFF ESTRELLA LEVANTE.

5) Autor: Diseño: José Luis Montero . Fotografía: Juan Vicente Gil si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

Declarado de Interés Turístico Regional

3. OTROS TEXTOS

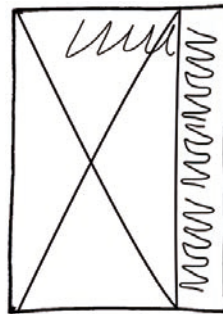
D.L.: MU 173-2014

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia Festival FM festivales de murcia CIOFF Estrella de Levante



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: chico y chica de grupos folklóricos diferentes bajo fuegos artificiales

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia

<input type="checkbox"/> Torre Catedral	<input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Palmera	<input type="checkbox"/> Plaza de la Cruz
<input type="checkbox"/> Imafronte	<input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta	<input type="checkbox"/> Barraca	<input type="checkbox"/> Balneario
<input type="checkbox"/> Puente Viejo	<input type="checkbox"/> Moneo	<input type="checkbox"/> Huerta	<input type="checkbox"/> Molino
<input type="checkbox"/> Teatro Romea	<input type="checkbox"/> Traje regional	<input type="checkbox"/> Río	

Signos Festival Folklore Mediterráneo Murcia

<input type="checkbox"/> sol	<input type="checkbox"/> fuego	<input type="checkbox"/> corazones	<input type="checkbox"/> símbolo paz	<input type="checkbox"/> grupo bailando	<input type="checkbox"/> azul
<input type="checkbox"/> mar	<input type="checkbox"/> arena playa	<input type="checkbox"/> banderas	<input type="checkbox"/> personaje murciano	<input checked="" type="checkbox"/> pareja/s bailando	<input type="checkbox"/> calle
<input type="checkbox"/> cielo	<input type="checkbox"/> mediterráneo	<input type="checkbox"/> un país concreto	<input type="checkbox"/> cantor/es músico/s	<input checked="" type="checkbox"/> bailarín/a	
<input type="checkbox"/> mapa	<input type="checkbox"/> cintas	<input checked="" type="checkbox"/> unión países	<input type="checkbox"/> grupo folklórico	<input checked="" type="checkbox"/> movimiento	



NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical donde la ilustración es un diseño de José Luis Montero con una fotografía de Juan Vicente Gil. La fotografía (o montaje fotográfico) se imprime a sangre por todos los márgenes excepto por el derecho donde se ha colocado una columna de 1/5 aprox. del ancho total del cartel.

La fotografía presenta en primer plano lo bustos de dos integrantes del festival de años anteriores. A la derecha una chica sonriente con maquillaje de intensos colores, un adorno floral muy colorido en la cabeza, pendientes largos y mangas del vestido amarillas y verdes acorde con los adornos. Su postura es de danza con los brazos elevados y la cabeza inclinada. A su izquierda el rostro de un integrante de raza negra con media cara pintada de blanco y turbante propio de su traje típico que sonríe inclinando la cabeza. Sobre ambos un castillo de fuegos artificiales con explosión de palmeras (de colores blanco, verde, rojo, azul, naranja, dorado, morado, etc.) se eleva hasta el 1/4 superior que ocupa el título del cartel. Entre los protagonistas se ve un fondo de agua donde se reflejan las luces de los fuegos de artificio. Todo el fondo es negro. Sobre los fuegos artificiales se encuentra el título del festival justificado a la derecha, en cuatro líneas con tipografía de palo seco. Las dos líneas superiores son de menor cuerpo de letra y en rojo y las dos inferiores de tamaño mucho mayor y en naranja: FESTIVAL / INTERNACIONAL / FOLKLORE EN EL MEDITERRÁNEO.

A la derecha de la imagen hay una columna que ocupa toda la altura del cartel que se divide en cuatro filas cada una de un color y un contenido diferente. Los colores coordinan con los textos del título y los colores de la fotografía.

Describimos a continuación de arriba abajo cada fila: en la superior se encuentra el número arábigo de la edición del festival en blanco sobre el fondo que es rojo/burdeos; en la segunda fila sobre fondo verde como las hojas de las flores el texto del lugar y las fechas en negro y mayúsculas en cuatro líneas - MURCIA 14/18 JULIO 2014-; en tercer lugar y sobre fondo naranja como el título, el texto en blanco Declarado de Interés Turístico Regional; abajo sobre el fondo negro en seis líneas las IGC de las instituciones públicas y empresas privadas que organizan y participan en la celebración del encuentro con los textos y los símbolos propios de sus IGC en monocromo blanco. De arriba abajo encontramos: ORGANIZAN: / isologo del AYUNTAMIENTO DE MURCIA / imagotipo del FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN EL MEDITERRÁNEO con la disposición de los textos en la parte derecha en cuatro líneas / festivalesde murcia / COLABORAN: / Isologo CIOFF / Isologo ESTRELLA LEVANTE.

Los créditos se han colocado en el margen derecho inferior en vertical con tipografía de palo seco sencilla en color blanco sobre el fondo negro e informan sobre los autores del diseño y la fotografía, el taller de impresión y el número de depósito legal: Diseño: José Luis Montero . Fotografía: Juan Vicente Gil . D.L.: MU 173-2014

Convergencia denotación/connotación:

La fotografía nos presenta dos participantes del festival de razas muy diferentes, color de piel, estética, de distintos sexos (chico-chica), con atuendos de colores muy diferentes, todo lo cual nos presenta la diversidad de razas, culturas y personas que convergen en Murcia durante los días de convivencia propuestos por el festival de folklores murciano. Esta variedad significa internacionalidad. La forma de vestir y adornarse son trajes regionales luego se anuncia un evento folklórico.

El acontecimiento es un encuentro festivo como vemos en los fuegos artificiales que se disparan en un contexto de fiesta y celebración, es decir, son una característica festiva y muy local.

La integración de los protagonistas gira en torno a la sonrisa de ambos lo que indica que se trata de unos días de intercambio cultural por medio de la música y la danza principalmente que procura la paz entre las naciones -visión del evento que se mantiene desde sus inicios-.

El clima en el que se disfruta del evento es cálido de manera que en plena noche la protagonista va en manga corta. Es una escena llena de movimiento en las posturas de los participantes y las líneas curvas que dibujan los fuegos de artificio en plena explosión.

Otros datos

El nombre del festival pierde la preposición entre festival internacional y folklore en el mediterraneo y la disposición en dos líneas que separan ambas partes del título como la diferencia de tamaño donde la primera parte pierde importancia parece indicar que hay un estrategia para conseguir acortar el nombre del evento.

Aparecen los fuegos artificiales uno de los elementos de las fiestas

Año: 2015 Fiesta: Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo

Mención Feria Septiembre SI NO

Fuente: Archivo de la imprenta Artes Gráficas Novograf y pdf en baja resolución obtenido en http://www.murcia.es/webcultura/admon/archivos/documentos/Cartel(2).JPG

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 69x480 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

48 FESTIVAL INTERNACIONAL FOLKLORE EN EL MEDITERRÁNEO

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA 13-17 JULIO 2015

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

ORGANIZAN MURCIA Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo festivalesde murcia COLABORAN 45º Aniversario CIOFF "por las tradiciones vivas" UCAM UNIVERSIDAD CATÓLICA SAN ANTONIO 70 UNESCO Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura En apoyo a las Celebraciones del 70º Aniversario de la UNESCO ESTRELLA DE LEVANTE MURCIA 1963

5) Autor: FOTOGRAFÍAS JUANCHI LOPEZ si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADO DE INTERÉS TURÍSTICO REGIONAL



3. OTROS TEXTOS

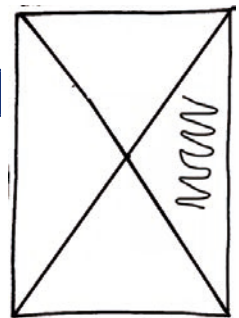
D.L.: MU 684-2015

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

4) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia Festival I FM festivales de murcia CIOFF Univesidad de Católica de Murcia UNESCO y Estrella de Levante



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos Folklore baile grupo pareja individuo canto/música traje regional instrumento

Signos Murcia Torre Catedral Fachada Ayuntamiento Palmera Plaza de la Cruz Imafrente Santuario Fuensanta Barraca Balneario Puente Viejo Moneo Huerta Molino Teatro Romea Traje regional Río

Signos Festival Folklore Mediterráneo Murcia sol fuego corazones símbolo paz grupo bailando azul mar arena playa banderas personaje murciano pareja/s bailando calle cielo mediterráneo un país concreto cantor/es músico/s bailarín/a mapa cintas unión países grupo folklórico movimiento

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical en el que la ilustración consiste en una composición de fotografías recortadas en círculos que contienen rostros de participantes del festival. El autor de las fotografías es Juanchi López cuyo nombre aparece en el lateral inferior izquierdo con tipografía palo seco, en mayúsculas y en gris y negro respectivamente tal y como sigue: FOTOGRAFÍAS JUANCHI LOPEZ. Los retratos circulares de variados tamaños se reparten por toda la superficie del cartel de fondo blanco logrando el equilibrio visual. Rompe esta armonía la mano de una bailarina que sobresale de su ventana con una postura de dedos propia de un movimiento de danza.

Entre los redondeles, en la parte superior centro derecha, se encuentra un círculo de tamaño medio de fondo fucsia en cuyo interior se han colocado los textos del lugar y las fechas de celebración de la edición de este año. La tipografía es de palo seco y el texto en tres líneas es el siguiente (salto de línea indicado por "/" y de arriba abajo): MURCIA / 13-17 JULIO 2015. Más abajo y hacia la derecha encontramos una composición centrada de texto en el que la primera línea es el número 48 en blanco e integrado en un círculo en esta ocasión naranja. Debajo centrado con el número y las tres líneas siguientes rezan el nombre del festival en el que encontramos que se intenta diferenciar dentro de éste la primera línea que es de menor tamaño que el resto y con distinto color (naranja) y debajo el resto del nombre en mayúsculas y con la misma tipografía pero de mayor tamaño y en color fucsia.

En la parte inferior del cartel sobre el mismo fondo blanco, en 1/10 aproximadamente, se distribuyen de izquierda a derecha las entidades participantes en el festival, tanto las organizadoras como las colaboradoras y se distingue el espacio que ocupan porque se anteceden de una línea vertical negra con el texto en mayúscula en orientación vertical pegado a la línea ORGANIZAN y COLABORAN. El orden de disposición es el siguiente de izquierda a derecha: ORGANIZAN / imotipo del Ayuntamiento de MURCIA MURCIA / imotipo del Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo en negro con la disposición de los textos en la parte derecha en cuatro líneas / imotipo de festivalesde murcia/ COLABORAN imotipo del CIOFF y de la celebración del 45º Aniversario CIOFF "por las tradiciones vivas"/ logotipo UCAM UNIVERSIDAD CATÓLICA SAN ANTONIO/ imotipo de la UNESCO Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura En apoyo a las Celebraciones del 70º Aniversario de la UNESCO / imotipo de ESTRELLA DE LEVANTE MURCIA 1963

Sobre el faldón de identidades gráficas a caja con el texto de la izquierda aparece en naranja y con la misma tipografía que el resto del cartel el texto del reconocimiento del festival: DECLARADO DE INTERÉS TURÍSTICO REGIONAL A la derecha en el lateral, a caja con las identidades corporativas, en negro, tipografía de palo seco, los créditos de la imprenta y el depósito legal: Imprime: A.G. Novograf /D.L.: MU 684-2015

Convergencia denotación/connotación:

El mosaico de fotografías nos muestra que se trata de un evento folklórico por los gorros y adornos de la cabeza de los protagonistas. Se trata de un evento con música, como vemos en una de los retratos y con baile por las posturas en de los integrantes. Los rostros sonrientes de los protagonistas del cartel invitan al disfrute del festejo y expresan la armonía y buena convivencia de los distintos grupos de culturas muy diferentes que conviven alegres. Esta diversidad armoniosa y pacífica se expresa en el equilibrio logrado con la composición aparentemente desordenada y libre de los redondeles. De igual forma los distintos diámetros de los círculos evocan la diversidad. Todo en su conjunto transmite la visión principal del festival que se mantiene desde los inicios del mismo.

No aparece ningún signo explícito de la ciudad al margen de la IGC de los emisores. Pero el cartel de fondo blanco se convierte en un espacio de luces y de claridad que recuerda al sol y al ambiente despegado y al aire libre.

Detectamos un cambio en el nombre del festival en el que pierde la primera preposición "de" entre INTERNACIONAL Y FOLKLORE y se intenta acortar el nombre del festival para que se reconozca como Folklore en el Mediterráneo para lo cual esta parte del título es de mayor tamaño y en un color más llamativo que el antetítulo.

La calidad del evento se evidencia con la declaración obtenida y que mantiene el encuentro folklórico.

Otros datos

Diseño: José Luis Montero con fotografías de Juanchi según el facebook del museo de la ciudad pero no encontramos esta referencia en ninguna otra noticia ni aparece en los créditos del cartel. El cartel anunciador de la 48 edición del Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo ha sido confeccionado utilizando distintas imágenes del fotógrafo Juanchi López, dispuestas a modo de un mosaico de rostros. Son caras de participantes en otras ediciones del festival en las que queda plasmado el colorido, la diversidad cultural y racial, la alegría, la proximidad del folklore y el público así como el crisol de razas, culturas y estéticas que se dan cita en las calles de la ...de la ciudad de Murcia y que la conforman a modo de un escenario vivo al margen de los escenarios. La Plaza de Romea acogerá un año más la ceremonia de Encendido de la Antorcha de la Amistad. Con todo ello, no faltarán exposiciones que complementarán y dotarán al festival de su fundamento y razón de ser, estudios y ponencias sobre folklore que generarán un seminario de etnografía, además de lectura ...Es la tercera ocasión en la que se celebra en estas fechas y no en septiembre, como sucedía hasta 2013. El cambio ha permitido incrementar la asistencia y participación de público y le ha otorgado mayor protagonismo al salir de la programación general de la Feria de Murcia, según informaron fuentes del Consistorio en un comunicado.

Leer mas: <http://www.europapress.es/turismo/destino-espana/costa-calida/noticia-murcia-acoge-festival-folklore-mediterraneo-20150629185513.html>

Año: 1928 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Libro de Mª Gracia Ruiz Llamas(1992, p. 266) ella lo encuentra en la revista flores y naranjos. Imagen copiada de la versión digital del libro http://books.google.es/books?id=F1VHbYTLvy4C&pg=PA358&dq=m%C2%AA+Gracia+Ruiz+libro+ilustraci%C3%B3n+gr%C3%A1fica&hl=es&sa=X&ei=6_vQU873N4Kd0QWVY4GoBw&ved=0CDEQ6AEwAA#v=onepage&q=m%C2%AA%20Gracia%20Ruiz%20libro%20ilustraci%C3%B3n%20gr%C3%A1fica&f=false

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

GRANDES FIESTAS DE SEMANA SANTA Y PRIMAVERA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

DEL 1º AL 12 DE ABRIL 1928

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: Pedro Flores

si no

6) Imprenta: ?

si no



2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

SOLEMNES PROCESIONES -BATALLA DE FLORES/BANDO DE LA HUERTA -CORRIDAS DE TOROS/GRANDIOSA CABALGATA "ENTIERRO DE LA SARDINA"/VERBENAS-CONCIERTOS-ILUMINACIONES/FIESTA

3. OTROS TEXTOS

En la parte inferior se perciben tres bloques de texto pero no son legibles

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor

2) Margen Con Marco

3) Tipo lay out F ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Escudo de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Joven murciana, ¿carroza del entierro de la sardina?

Real

2) Lugar Murcia

Real

3) Tiempo primaveral, semana santa y semana de pascua

Definido

Signos

SS Murcia

enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel
 imagen paso Ultima cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz
 detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios refajo
 detalle trono Oracuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos

Murcia

Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafrente Palmera Huerta Río

Signos

FP Murcia

productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: **Tipo discurso:** **Seductivo**

El cartel es una reproducción en el periódico en blanco y negro por lo que no podemos dar información sobre detalles de color, formas y textos.

Cartel vertical compuesta por dos partes separadas por una línea y enmarcadas ambas por una orla fina.

La parte superior ocupa 2/3 del cartel. Está compuesto por una pintura donde aparece una figura de mujer joven que ocupa el centro del cartel desde arriba hasta abajo. Viste de forma elegante y lleva mantilla, está de pie pero con una postura relajada apoya el cuerpo sobre la pierna derecha e inclina la cadera hacia la izquierda dobla la rodilla izquierda y se posa con la mano izquierda sobre un escudo de la ciudad de Murcia, el brazo derecho lo dobla en jarra con la mano derecha sobre la cadera, mira de frente al espectador de forma que lo implica.

La parte inferior son textos que aparecen enmarcados con la misma orla que la de arriba y que la separa de la escena pintada. El fondo es del color beige del cartel sobre el que aparecen los textos en color burdeos distribuidos en cuatro líneas de texto centrado que de arriba abajo son los siguientes (separamos las líneas por la barra inclinada "/"): la primera y segunda líneas tiene el mismo cuerpo de letra, excepto la preposición que es de menor tamaño, y en mayúsculas, MURCIA-1927/ FIESTAS DE ABRIL; la tercera y cuarta líneas son ambas del mismo cuerpo de letra que es menor que el de las líneas superiores y las preposiciones artículos y conjunciones son de cuerpo inferior .

contiene la oferta de actividades (el texto en tipo de letra de palo seco en mayúsculas y todo del mismo cuerpo, de arriba abajo separadas las líneas por la barra inclinada "/" es el siguiente: Suntuosas procesiones /Bando de la Huerta /Corridas de toros/Batalla de Flores/Entierro de la Sardina/Exposición de Arte/Fiesta Literaria/Fuegos artificiales/Fiestas deportivas) y ocupa el cuarto inferior derecho al que sigue una cascada de papeles en los planos posterior y superiores de la mitad derecha que nos lleva a la mano de la joven murciana que los lanza; a esta misma distancia en la esquina izquierda el escudo de Murcia tras del cual se asoma un nazareno con capuz negro en el que resalta los agujeros de los ojos blanco que alza un cirio encendido en su mano izquierda tras del cual viene la fila de nazarenos de los que vemos cinco picos de capuz en diversas direcciones; en el plano siguiente y ocupando la mitad derecha de la imagen se sitúa una chica joven de espaldas que vuelve su cabeza hacia el espectador, mira a los ojos con una amplia sonrisa, apoya la mano derecha en su cadera sacando el codo (brazo en jarras) y con la mano izquierda reparte al vuelo los programas de fiestas, el peinado es un enorme moño de picaporte y lleva un adorno de flores en la parte derecha entre la oreja y la nuca, viste camisa falda y mantoncillo rojizos sobre ella y cerrando el cartel por arriba unos motivos vegetales en ambas esquinas, en la mitad izquierda del cartel la altura de la cabeza de la mujer, aparece en cuatro líneas el siguiente texto en color negro centrado (de arriba abajo, separamos las líneas por la barra inclinada "/"): MURCIA/SEMANA SANTA Y /FIESTAS DE PRIMAVERA/1915. Murcia aparece en un tipo de letra muy grueso y con adorno

Pegado a la parte inferior de la orla aparecen unos textos ilegibles que pueden corresponder a los datos de impresión.

Convergencia denotación/connotación:

En este cartel hay plena coincidencia entre el denotación y connotación de forma que la información de la imagen y del texto es coincidente. El escudo de la ilustración nos remite al anunciante que es el Ayuntamiento de Murcia que a través del cartel invita a los vecinos de la ciudad a disfrutar en una secuencia ordenada en el tiempo de eventos: La presencia arreglada de la joven junto con su postura relajada nos sitúan en un entorno de ocio poco protocolaria y para disfrutar. El brazo en jarras propio de las huertanas de Murcia nos contextualiza en el folklore popular.

Otros datos

Año: 1929 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: ALMUDÍ DIGITALIZADO: "1""A"GAYA, RAMÓN"D" (1910-"ZZ0000132" "10""A"GRANDES FIESTAS CIVICO-RELIGIOSAS DE PRIMAVERA"H" [MATERIAL GRÁFICO] "B" : DEL 24 DE MARZO AL 6 DE ABRIL"C" / RAMÓN GAYA. -" ""A"Murcia"B" : AYUNTAMIENTO"C", 1929" ""A"1 LÁM. (CARTEL)"C" : 48 X 29 CM " ""A"AL DORSO PROGRAMA DE FIESTAS DE MURCIA DE ESE MISMO AÑO." ""A"REPRESENTA : HUERTANA Y AL FONDO LA DOLOROSA EN LA PROCESIÓN DE VIERNES SANTO." 4""A"FIESTAS DE PRIMAVERA"Z"-MURCIA"J"-CARTELES"ZZ0005706" " 4""A"Murcia"X"-FIESTAS"J"-CARTELES"ZZ0004287" * " ""A" MU-AM"J" 73C"T" (1-2)

Hay un original enmarcado en el museo Ramón Gaya de Murcia.

Estado Tamaño si no 48 X 29 CM

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

GRANDES FIESTAS CIVICO-RELIGIOSAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

DEL 24 DE MARZO AL 6 DE ABRIL 1929

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

El Alcalde, El Marqués de Ordoño
El presidente de Festejos, El Conde de Montemar
El secretario, Juan Guerrero

5) Autor: Ramón Gaya

si no

6) Imprenta: IMP. Y LIT. ORTEGA-VALENCIA Representante en Murcia Carmelo Bueno

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

SOLEMNES PROCESIONES/GRANDIOSA BATALLA Y BAILE (...) FANTÁSTICA CABALGATA



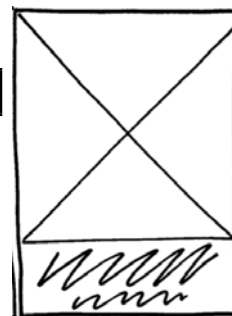
3. OTROS TEXTOS

Relación de actividades de las fiestas

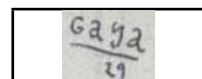
ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Joven Huertana ve desde la ventana procesionar la imagen de la dolorosa portada por los nazarenos

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia corón espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel imagen paso Última cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrerocalañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

SE ANUNCIAN LAS DOS FIESTA EN UN SOLO CARTEL. Cartel vertical. La ilustración ocupa las 2/3 partes y se sitúa en la parte superior. Está firmada por su autor (Gaya). Se trata de una joven murciana ataviada con las el traje regional (refajo de lana, delantal, blusa y mantoncillo) y peinada con el moño propio de las huertanas. Se encuentra sentada en un recobeco de fondo verde y recostada en la pared de una habitación desde cuya ventana (a la derecha arriba) contempla el paso del trono de la Dolorosa que es llevada en procesión por los nazarenos que la cargan de los que en la ilustración se ven las cabezas con los "capuz". En la mitad superior, en la ilustración, entre la ventana y las piernas de la chica se encuentran los textos en mayúsculas en dos líneas y justificados a la derecha: MURCIA/ 1929. En la parte inferior solo continua la ilustración con los dedos de la mano derecha y las piernas de la chica y la sombra que proyectan en el fondo blanco de la pared. Debajo los textos del título de la fiesta las fechas de las mismas y las actividades principales. Los textos van justificados a la izquierda: en rojo, versalitas y en dos líneas "GRANDES FIESTAS/CIVICO-RELIGIOSAS DE PRIMAVERA"; debajo en negro y cuerpo mucho menor "-DEL 24 DE MARZO AL 6 DE ABRIL-"; le siguen siete líneas donde se enumeran los eventos en color azul oscuro y mayúsculas de cuerpo intermedio "SOLEMNES PROCESIONES/GRANDIOSA BATALLA Y BAILE DE LAS FLORES/BANDO DE LA HUERTA-CORRIDAS DE TOROS/FANTÁSTICA CABALGATA ENTIERRO DE LA SARDINA/CONCURSO DE GANADOS-COSO BLANCO/VERBENAS POPULARES-GRAN FIESTA LITERARIA/PARTIDOS DE FOOT-BALL-TIRADAS DE PICHÓN-FIESTAS DEPORTIVAS"; cierra este bloque de textos, a modo de firmas, los cargos que se encargan de las fiestas y los nombres de los que los ostentan con una composición de firma, en color rojo y mayúsculas "EL ALCALDE, EL MARQUÉS DE ORDOÑO EL PRESIDENTE DE FESTEJOS, EL CONDE DE MONTEMAR EL SECRETARIO, JUAN GUERRERO". Todo el conjunto se rodea con un marco de línea azul que lo separa del filo del papel por una zona blanca. Debajo del marco azul se puede leer, justificado a la esquina izquierda el registro de la imprenta IMP. Y LIT. ORTEGA-VALENCIA y a la derecha precedido de un asterisco, el representante de la misma en Murcia "REPRESENTANTE EN MURCIA CARMELO BUENO".

Convergencia denotación/connotación:

Nos encontramos en una localidad muy concreta donde existe una forma tradicional de vestirse y peinarse la mujer. La procesión que se representa se desarrolla de día, lo que nos hace pensar que es la del viernes por la mañana (los Salcillos o los "mora'os") sin embargo el color de las túnicas de los nazarenos es rojo y no morado. Es una estación cálida, de temperatura agradable y en unos días de relax, de fiesta. En estas fiestas son importantes las procesiones pero al mismo nivel se celebran una gran variedad de actos que pueden contentar a todo tipo de público: bailes, deportes, literatura, desfiles... Aparece la firma del pintor Ramón Gaya lo que nos deja ver que se valora la autoría de la obra. En esta época se seleccionaba al cartelista mediante la celebración de un concurso COMPROBAR DATO
Valores: tradición, religiosidad, diversión ? orgullo de ser murciano

Otros datos

Año: 1932 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: DIGITALIZADO ALMUDÍ: "1 ""a"Garay, Luis"ZZ0000321" "10""a"Murcia"h" [Material gráfico]"b" : Grandes Fiestas de Primavera 1932 "c" / Garay. -- " ""a"[S.I."b" : s.n]"c", 1932"e" (Murcia"f" : Lit° C. Pagán) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 106 x 55 cm" ""a"Representa: Una huertana "14""a"Fiestas de primavera"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005706" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287"" 1 ""a"MU-AM"j" 96C (1-2)

Estado Tamaño si no 106 x 55 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Grandes Fiestas de Primavera

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

1932

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: Luis Garay

si no

6) Imprenta: Lit°C. Pagán (MURCIA)= Litógrafo Cristobal Pagán de Murcia

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

GRANDES Fiestas de Primavera -1932
SUNTUOSAS procesiones de semana santa

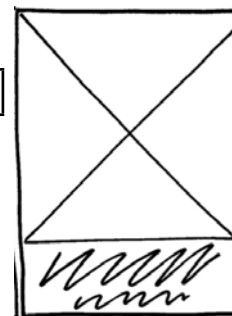
3. OTROS TEXTOS

Incluye listado de actividades

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out ▼

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: pareja de huertano en burro resalta la huertana y la fallada de la cartedral de Murcia

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel imagen paso Ultima cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios detalle trono Oracuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafrente Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical. Las 2/3 partes superiores las ocupa la ilustración firmada por Garay. En primer plano aparece una huertana que se gira y nos mira a los ojos, ataviada con el traje regional. Va montada de lado en un burro junto a un huertano que conduce. Se dirigen hacia el fondo del cartel donde se ve la Catedral de Murcia desde la plaza de Belluga donde la torre u la parte superior de la entrada resalta luminosa sobre el cielo casi negro de la noche, tras la catedral un paisaje de tejados urbano. El burro lleva adornos, y el camino que recorren es verde y está rodeado de vegetación lo que indica que se dirigen de la huerta a la ciudad.

La ilustración se enmarca en un borde beige que se extiende en el 1/3 inferior sobre el que aparecen los textos centrados en 7 líneas las dos primeras a modo de titulares en azul marino oscuro y el resto en rojo teja que de arriba abajo dicen así: MURCIA/GRANDES FIESTAS de PRIMAVERA-1932/BATALLA DE FLORES-BANDO DE LA HUERTA/ ENTIERRO DE LA SARDINA-CASTILLOS/CORRIDAS DE TOROS/FIESTA LITERARIA/DEPORTES- CONCIERTOS/TIRADAS DE PICHON/SUNTUOSAS PROCESIONES DE SEMANA SANTA. En el mismo marco en el lado derecho de la ilustración se sitúa el texto vertical de la imprenta: Lit^o C. Pagán (MURCIA)

Convergencia denotación/connotación:

la dirección de la pareja de huertanos nos introduce en la ciudad de Murcia representada por su magnífica catedral cuya torre se reconoce por encima de todos los edificios y desde bien lejos. la huertana sonríe y va arreglada para disfrutar en medio de la noche de un rato de relax y diversión.

Es curioso que las procesiones de semana santa aparezcan en el último lugar de la lista de actividades porque son los primeros actos que se celebran.

La ilustración aparece firmada lo que nos deja ver que se valora la autoría de la obra. En esta época se seleccionaba al cartelista mediante la celebración de un concurso **COMPROBAR DATO** ^{jjj}

Valores: tradición, diversión, orgullo de ser murciano

Otros datos

En el Bando de 1935 en la última página aparece en blanco y negro esta ilustración con algunos cambios. Se puede ver en la web del Archivo de Murcia

[http://www.archivodemurcia.es/p_pandora/cgi-bin/Pandora.exe?fn=select;xslt=e;query=id:0000554758;words=; encoding=utf-8](http://www.archivodemurcia.es/p_pandora/cgi-bin/Pandora.exe?fn=select;xslt=e;query=id:0000554758;words=;encoding=utf-8)

Año: 1943 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: DIGITALIZADO ALMUDÍ: "1 ""a"Pérez Gil, J"ZZ0005717" "10""a"Murcia"h" [Material gráfico]"b" : Solemne Semana Santa y grandiosas Fiestas de Primavera"c" / J. Pérez Gil. -- " ""a"[S.l"b" : s.n]"c", [1943?"e" (Valencia"f" : Imp. y Lit. Ortega) " ""a"1 lám (cartel)"b" : col."c" ; 100 x 66 cm " ""a"Representa: Escudo de Murcia, hombre y dos velas "14""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705" "14""a"Fiestas de primavera"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005706" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * "1 ""a"MU-AM"j" 94C

Estado Tamaño si no 100 x 66 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SOLEMNE SEMANA SANTA Y Grandiosas fiestas de Primavera

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA año 1943

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: J. Pérez Gil si no

6) Imprenta: IMP. Y LIT. ORTEGA-VALENCIA si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

SOLEMNE SEMANA SANTA Y Grandiosas fiestas de primavera

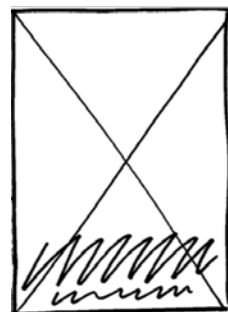
3. OTROS TEXTOS



ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel imagen paso Ultima cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrerocalañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical con ilustración enmarcada por filo blanco sobre cuya esquina inferior derecha aparece la referencia de la imprenta: IMP. Y LIT. ORTEGA-VALENCIA. Las 2/3 partes de la ilustración no llevan texto solo la imagen de un angel desnudo de cintura para arriba, con el brazo derecho levantado en cuya dirección miran los ojos. La cara se ilumina con la luz de dos cirios encendidos chorenado cera que quedan delante de la figura. En la esquina superior izquierda se estampa la firma del artista. Bajo estos y sobre fondo negro se escribe MURCIA en blanco y justificado a la izquierda y debajo se hace caja con el escudo de Murcia a la izquierda y , en tres líneas, de arriba abajo,: SOLEMNE SEMANA SANTA/ y Grandiosas fiestas/ de Primavera AÑO 1943. SOLEMNE SEMANA SANTA y AÑO 1943 en blanco y con tipografía de palo, mientras que "y Grandiosas fiestas de Primavera" son amarillas y de familia manual desenfadada.

Convergencia denotación/connotación:

se celebran las fiestas de Murcia, lo sabemos por el escudo del ayuntamiento de la ciudad que aparece en la esquina inferior izquierda. La imagen del angel y de los cirios que lo iluminan son el detalle de un paso procesional que se pasea de noche por la ciudad como se ve en el cielo oscuro.

Valores: religiosidad

Otros datos

Año: 1943 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: DIGITALIZADO ALMUDÍ: "1""a"Mural Gómez, Miguel del "ZZ0005716" "10""a"Solemne Semana Santa y Grandiosas Fiestas de Primavera"h"[Material gráfico]"c" / Miguel del Mural Gómez. -- " ""a"Murcia"b" : [s.n.]"c",[1943?]"e" (Valencia"f" : Imp. y Lit Ortega) ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 50 x 33 cm ""a"Representa: Hombre quemando la sardina "14""a"Semana Santa"z"- Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705" "14""a"Fiestas de primavera"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005706"" 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * "1""a"MU-AM"j" 93C

Estado Tamaño si no 50 x 33 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SOLEMNES SEMANA SANTA Y GRANDIOSAS FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
MURCIA AÑO 1943

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: Miguel del Mural Gómez si no

6) Imprenta: IMP. Y LIT. ORTEGA-VALENCIA si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

SOLEMNE S SEMANA SANTA Y GRANDIOSAS FIESTAS DE PRIMAVERA

3. OTROS TEXTOS

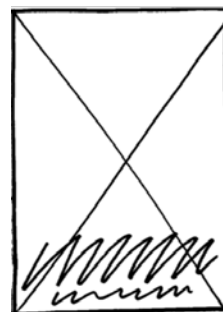


ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Escudo del Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

MIGUEL DEL MURAL GÓMEZ

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel
 imagen paso Última cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz
 detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios cetro
 detalle trono Oracuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

cartel vertical. Se compone de una ilustración con marco fino blanco en el cual aparece, abajo a la derecha, el nombre de la imprenta en azul oscuro. 4/5 de la ilustración son figuras y sobre el 1/5 inferior de fondo azul oscuro y pisando algún objeto dibujado, en tres líneas -la superior en verde azul como el fondo central de la imagen, y las dos inferiores amarillo como las luces de la imagen-, los textos: SOLEMNE S SEMANA SANTA/ Y GRANDIOSAS FIESTAS DE PRIMAVERA/ MURCIA AÑO 1943. Todos los textos con la misma tipografía. El escudo de la ciudad está en la esquina superior izquierda (de 1/5 de altura), sobre él la firma del artista en blanco. A su derecha un perfil recortado en azul marino de la silueta del paso de la adoración en el huerto (palmera y angel con brazo derecho levantado) y las cabezas con capuz de los portadores el fondo es negro pero iluminado en blanco alrededor de la imagen. en la escena central una sadina pinchado por un tricornio mira hacia el fuego de la antorcha que lleva en su mano un achonero con capirote y tunica de rayas azules y blancas, del que solo se ve el busto de perfil y la mano con el achón. Más cerca y formando el cierre de la ilustración tres elementos de uso del huertano: la manta, el gayao y el sombrero calañés.

Convergencia denotación/connotación:

Valores: religiosidad y tradición

Otros datos

Año: 1943 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: DIGITALIZADO EN Biblioteca Regional de Murcia. DMUG 20122 Título:Murcia, solemne semana santa y grandiosas fiestas de primavera, año 1943 [Material gráfico] / [ilustración, Molina Sánchez] Publicación:Murcia : [s.n], 1943 (Valencia : Imp. y Lit. Ortega) Descripción:1 lám. (cartel) : il. ; 50 x 33 cm Materia:Semana Santa - Murcia - Carteles | Fiestas - Murcia - CartelesAutores 2º:Molina Sánchez, José Antonio (1918-2009)Localización:Biblioteca Regional de Murcia. DMUG 20122Acceso a imágenes:http://bibliotecadigital.carm.es/registro/ficha.php?informatico=00001412Verdocumento:1. Documento completo en pdf : - (3,42) MBIIdentificador OAI:oai:bibliotecadigital.carm.es:00001412

Estado Tamaño si no 50 x 33 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SOLEMNE SEMANA SANTA Y GRANDIOSAS FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA Año 1943

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: Molina Sánchez, José Antonio (1918-2009) si no

6) Imprenta: * IMP. Y LIT. ORTEGA-VALENCIA si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

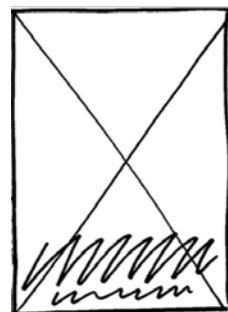
SOLEMNES SEMANA SANTA Y GRANDIOSAS FIESTAS DE PRIMAVERA

3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel imagen paso Ultima cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical en el que la ilustración ocupa todo el espacio e integra los textos excepto el AÑO 1943 que cierra la ilustración en verde sobre blanco. Parece impreso en cinco tintas planas: verde, beige, rojo, violeta y negro. Arriba a la derecha el escudo de la ciudad de alto 1/4 de la altura total. En el centro una pareja de huertanos cojidos del brazo (la huertanacoje con el brazo izquierdo a su pareja y éste coje de forma cariñosa por el cuello a un niño pequeño que se agarra a los felcos de la manta que su padre lleva al hombro izquierdo. Los tres personajes visten ropas típicas huertanas con detalles que denotan el conocimiento del autor de los atuendos y costumbres: las medias del hombre y el niño sujetas por debajo de la rodilla por dos ligas, el moño picaporte de ella, la mano metida por la faja del hombre y la forma de sujetar su manta el niño, los dobles calcetines cortos de ambos varones, el abanico y los pendientes de ella, la gayá colgando del brazo de él y el pañuelo bajo la montera de padre e hijo. A los pies de la pareja, bajo el escudo, el nombre de la ciudad (MURCIA), en mayúsculas y de color beige con sombra derecha negra, enredado en mil flores de colores sobre el suelo verde. Bajo el escudo y sobre el refajo de la huertana se ve una parte del trono del paso de los azotes del viernes santo por la mañana, los salcillo, portado por los nazarenos en plena carrera. Los nazarenos portadores de corto con el capuz de punta plana y ovalada con los bastones en la mano porque van andando. En la parte derecha abajo en pequeño, a la derecha del año se estampa en el mismo verde la firma del autor, Molina Sánchez, y debajo, en un cuerpo mucho menor la imprenta, también en verde: * IMP. Y LIT. ORTEGA-VALENCIA

Convergencia denotación/connotación:

Fiestas religiosas tras de las que vienen las de primavera para disfrute del pueblo en familia, para todas las edades.

Otros datos

Año: 1945 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Libro de la cámara de comercio e imagen en la versión digital <http://www.cocin-murcia.es/php/lacamara/album.php?idreg=681&idcat=10&idsbc=19&dat=MSMwizAjl05ldHNjYXBI&idcatmenu=52&idsubcatmenu=15&idmenu=12&cabierta=15&ccerrada=15>.Hacer foto del libro p.154

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no
SEMANA SANTA Y FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
MURCIA 1945

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: Carlos Valenciano si no

6) Imprenta: ORTEGA-VALENCIA si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out F ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Escudo del Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Huertano leyendo un bando con tambor Real

2) Lugar
3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel imagen paso Última cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafrente Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

Representa: Simulación de nazarenos con cruces
Dos tamaños

Otros datos

Año: 1945 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: www.todocolección.net Murcia, Semana Santa y Fiestas de la Primavera 1945. Procesión, corridas de toros. Diez ilustrador.

Cartel. Medidas: 67 x 92 cm.

Estado Tamaño si no 92x67 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA Y FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA 1945

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

5) Autor: Diez si no

6) Imprenta: IMP. Y LIT. ORTEGA-VALENCIA si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

Suntuosas procesiones /BANDO DE LA HUERTA /CORRIDAS DE TOROS/BATALLA DE FLORES/ENTIERRO DE LA SARDINA/EXPOSICIÓN DE ARTE/FIESTA LITERARIA/FUEGOS ARTIFICIALES/FIESTAS DEPORTIVAS

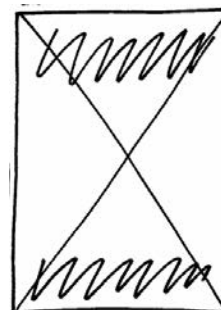
3. OTROS TEXTOS



ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out ▼

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel imagen paso Ultima cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrerocalañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical en el que el texto está integrado en la ilustración que presenta un marco blanco alrededor. La estampa presenta cinco planos: en el más cercano al espectador aparece flotando en el aire un panfleto de papel vertical que contiene la oferta de actividades (el texto en tipo de letra de palo seco en mayúsculas y todo del mismo cuerpo, de arriba abajo separadas las líneas por la barra inclinada "/" es el siguiente: Suntuosas procesiones /Bando de la Huerta /Corridas de toros/Batalla de Flores/Entierro de la Sardina/Exposición de Arte/Fiesta Literaria/Fuegos artificiales/Fiestas deportivas) y ocupa el cuarto inferior derecho al que sigue una cascada de papeles en los planos posterior y superiores de la mitad derecha que nos lleva a la mano de la joven murciana que los lanza; a esta misma distancia en la esquina izquierda el escudo de Murcia tras del cual se asoma un nazareno con capuz negro en el que resalta los agujeros de los ojos blanco que alza un cirio encendido eonsu mano izquierda tras del cual viene la fila de nazarenos delos que vemos cinco picos de capuz en diversas direcciones; en el plano siguiente y ocupando la mitad derecha de la imagen se situa una chica joven de espaldas que vuelve su cabeza hacia el espectador, mira a los ojos con una amplia sonrisa, apoya la mano derecha en su cadera sacando el codo (brazo en jarras) y con la mano izquierda reparte al vuelo los programas de fiestas, el peinado es un enorme moño de picaporte y lleva un adorno de flores en la parte derecha entre la oreja y la nuca, viste camisa falda y mantoncillo rojizos sobre ella y cerrando el cartel por arriba unos motivos vegetales en ambas esquinas, en la mitad izquierda del cartel la altura de la cabeza de la mujer, aparece en cuatro líneas el siguiente texto en color negro centrado (de arriba abajo, separamos las líneas por la barra inclinada /"): MURCIA/SEMANA SANTA Y /FIESTAS DE PRIMAVERA/1915. Murcia aparece en un tipo de letra muy grueso y con adorno mientras el resto en el msmo tamaño pero en una tipografía de palo seco y del mismo cuerpo excepto la conjunción y la preposición. Los dos últimos planos constituyen la vista de la parte superior de la fachada del Ayuntamiento y sobre ella la torre de la catedral y el perfil de la puerta de la catedral de la plaza del cardenal belluga, sobre este paisaje urbano el cielo despejado en beige.

Convergencia denotación/connotación:

En este cartel hay plena coincidencia entre el denotación y connotación de forma que la información de la imagen y del texto es coincidente. Por el escudo de la ciudad y la fachada del edificio consistorial sabemos que el Ayuntamiento de Murcia es el emisor de este anuncio que invita a los vecinos de la ciudad a disfrutar en una secuencia ordenada en el tiempo de eventos: en primer lugar de los desfiles procesionales de la Semana Santa que pasean por las calles (el movimiento de la fila de nazarenos se transmite por las direcciones de los capuces) por la noche (excepto los moraos), de ahí la llama encendida del nazareno y, en segundo lugar y durante la semana siguiente, de las Fiestas de Primavera tiempo de alegría y de hacer cosas especiales por lo que también se invita a ir especialmente arreglados como la protagonista del anuncio que con su movimiento hacia adelante y su mirada directa nos seduce a seguirla y disfrutar de todos los actos programados que va brindando a su paso. El brazo en jarras propio de los bailes regionales y postura habitual de las huertanas de Murcia nos contextualiza en el floklore popular.

Otros datos

Año: 1946 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: DIGITALIZADO ALMUDÍ: «1»«a»Valenciano, Carlos«ZZ0004306» «10»«a»Semana Santa y Fiestas de Primavera«h» [Material gráfico]«b» : 1946 «c» / Carlos Valenciano. -- « »«a»[Murcia«b» : Ayuntamiento de Murcia]«c», 1946 « »«a»1 lám. (cartel)«b» : col.«c» ; 98 x 73 cm « »«a»Editor tomado del escudo que aparece en el cartel« 4»«a»Semana Santa«z»-Murcia«j»-Carteles«ZZ0005705»« 4»«a»Fiestas de primavera«z»-Murcia«j»-Carteles«ZZ0005706»« 4»«a»Murcia«x»-Fiestas«j»-Carteles«ZZ0004287» * « »«a» MU-AM«j» 26C

Estado Tamaño si no 98x73cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SOLEMNES PROCESIONES DE SEMANA SANTA Y GRANDIOSAS FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

AÑO 1946

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: CARLOS VALENCIANO

si no

6) Imprenta: LIT. ANEL- GRANADA

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

SOLEMNES GRANDIOSAS

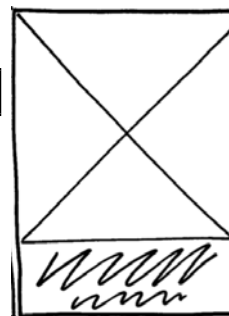
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Escudo del Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

CARLOS VALENCIANO.

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia	<input type="checkbox"/> enaguamedia	<input type="checkbox"/> coron espina	<input type="checkbox"/> Virgen Dolor.	<input type="checkbox"/> mayordomo	<input type="checkbox"/> naz entero	<input type="checkbox"/> coloraos	<input checked="" type="checkbox"/> moraos	<input type="checkbox"/> burlas	<input type="checkbox"/> angel
	<input type="checkbox"/> imagen paso	<input type="checkbox"/> Ultima cena	<input type="checkbox"/> Prendimiento	<input type="checkbox"/> Crucificado	<input checked="" type="checkbox"/> nazestante	<input type="checkbox"/> bocinas	<input type="checkbox"/> azotes	<input type="checkbox"/> flores	<input type="checkbox"/> cruz
	<input type="checkbox"/> detalle paso	<input type="checkbox"/> NtroPaJesús	<input checked="" type="checkbox"/> vara estante	<input type="checkbox"/> Resucitado	<input type="checkbox"/> San Juan	<input type="checkbox"/> palmera	<input type="checkbox"/> clavos	<input type="checkbox"/> cirios	
	<input type="checkbox"/> detalle trono	<input type="checkbox"/> Oracuerto	<input type="checkbox"/> nazpenitente	<input type="checkbox"/> Otros Pasos	<input type="checkbox"/> Verónica	<input type="checkbox"/> manola	<input type="checkbox"/> capuz	<input type="checkbox"/> cetro	

Signos Murcia	<input checked="" type="checkbox"/> Torre Catedral	<input type="checkbox"/> Teatro Romea	<input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Obispado	<input checked="" type="checkbox"/> Edificios	<input type="checkbox"/> Barraca	<input type="checkbox"/> Moneo
	<input type="checkbox"/> Puente Viejo	<input checked="" type="checkbox"/> Traje regional	<input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta	<input type="checkbox"/> Imafrente	<input type="checkbox"/> Palmera	<input type="checkbox"/> Huerta	<input type="checkbox"/> Río

Signos FP Murcia	<input type="checkbox"/> productos huerta	<input type="checkbox"/> aperos labranza	<input type="checkbox"/> burro/caballo	<input type="checkbox"/> huertana	<input checked="" type="checkbox"/> chaleco	<input type="checkbox"/> mueble	<input type="checkbox"/> dioses	<input type="checkbox"/> flores
	<input type="checkbox"/> sombrero calañés	<input type="checkbox"/> moño picaporte	<input type="checkbox"/> castañuelas	<input checked="" type="checkbox"/> huertano	<input type="checkbox"/> mantón	<input type="checkbox"/> bengala	<input checked="" type="checkbox"/> manta	<input type="checkbox"/> fuego
	<input type="checkbox"/> pareja huertanos	<input type="checkbox"/> niño huertano	<input type="checkbox"/> hachonero	<input checked="" type="checkbox"/> zaragüel	<input type="checkbox"/> carroza	<input type="checkbox"/> fartificia	<input type="checkbox"/> pájaro	<input type="checkbox"/> refajo
	<input type="checkbox"/> virgen fuensanta	<input type="checkbox"/> guitarra&otro	<input checked="" type="checkbox"/> esparteña	<input checked="" type="checkbox"/> montera	<input type="checkbox"/> barraca	<input type="checkbox"/> sardina	<input checked="" type="checkbox"/> gayao	<input type="checkbox"/> baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1946 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: DIGITALIZADO ALMUDÍ: "1 ""a"Laorden, Antonio"ZZ0004298""10""a"Solemnes procesiones de Semana Santa y grandiosas Fiestas dePrimavera "h" [Material gráfico]"b" : Murcia, 1946"c" / A. Laorden. - " ""a"[S.I."b" : s.n.]"c", 1946"e" (Granada"f" : Lit. Anel)" ""a"1 lám.(cartel)"c" 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" " ""a"398.332.12(467.4)(084)

" ""a"1 lám (cartel)"b" : col."c" ; 48 x 36 cm " ""a"Representa: Huertana con castañuelas

"14""a"Semana Santa"z"-Murcia""-Carteles"ZZ0005705"

Estado Tamaño si no 48 x 36 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SOLEMNES PROCESIONES DE SEMANA SANTA Y GRANDIOSAS FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA 1946

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: Antonio Laorden si no

6) Imprenta: LIT. ANEL- GRANADA si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



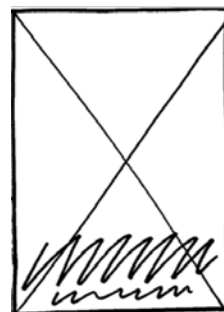
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Escudo del Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

A Laorden

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel imagen paso Ultima cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafrente Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrerocalañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1947 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: DIGITALIZADO ALMUDÍ: "1""a"Gómez, Carlos"ZZ0004307" "10""a"Murcia"h" [Material gráfico]"b" : Solemnes procesiones de SemanA Santa 1947"c" / C. Gómez. -- " ""a"[S.l"b" : s.n.]"c", 1947"e" (Granada"f" : Lit.Offset. Anel) " ""a"1 lám (cartel)"b" : col."c" ; 120 x 80 cm Y " ""a"1 lám (cartel)"b" : col."c" ; 50 x 34 cm " ""a"Representa: Catedral de Murcia, Jesucristo y Escudo "14""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287""* "1 ""a"MU-AM""j" 91C

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 120 x 80 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SOLEMNES PROCESIONES DE SEMANA SANTA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA 1947

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: C. Gómez si no

6) Imprenta: LIT. OFFSET. ANEL-GRANADA si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



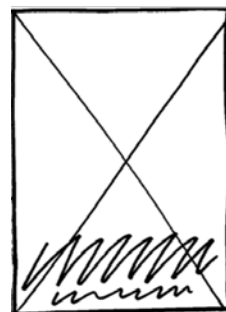
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

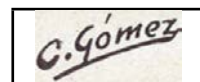
1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out C

3) Identidad Gráfica: si no

Escudo del Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar 3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel imagen paso Última cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios detalle trono Oracuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1948 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: DIGITALIZADO ALMUDÍ: "1 ""a"Gómez, Carlos"ZZ0004307" "10""a"Solemnes procesiones de Semana Santa año 1948"h" [Material gráfico]"c" / C. Gómez. -- " ""a"[Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia?"c", 1948 " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 100 x 66 cm Y " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 499 x 32 cm "14""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * " ""a" MU-AM"j" 34C
Encontrada también la imagen del cartel en la web de Tesoros del ayer

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 100 x 66 cm Y 499 x 32 Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SOLEMNES PROCESIONES DE SEMANA SANTA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA 1948

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: C. Gómez si no

6) Imprenta: IMP Y LIT. ORTEGA-VALENCIA si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

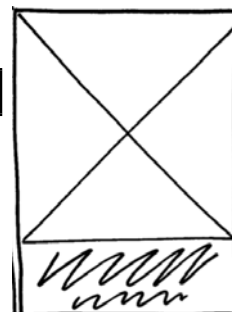
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out F ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Escudo del Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



C. Gómez

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos

SS Murcia

enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel
 imagen paso Ultima cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz
 detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios
 detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos

Murcia

Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos

FP

Murcia

productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrerocalañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

La talla del artista Nicolás De Bussy

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1949 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: DIGITALIZADO ALMUDÍ: "1 ""a"Fuentes, Tomás"ZZ0003949" "10""a"Murcia, Semana Santa y Fiestas de Primavera 1949"h [Material gráfico] "c" / Fuentes. -- " ""a"[S.l."b" : s.n.]"c", [1949]"e" (Valencia"f" : Imp y lit. Ortega) ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 50 x 33 cm " ""a"Reproduce una huertana que da la mano a un niño vestido denazareno morado. "14""a"Semana Santa"z"- Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705""14""a"Fiestas de primavera"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005706"" 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"- Carteles"ZZ0004287"

* "1 ""a"MU-AM"j" 145C

BR: DMUG 20277 Título: Murcia. Semana Santa v Fiestas de Primavera 1949 [Material gráfico] / [ilustración] Fuentes

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 50 x 33 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA Y FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

1949

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: Tomás Fuentes

si no

6) Imprenta: IMP Y LIT. ORTEGA-VALENCIA

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

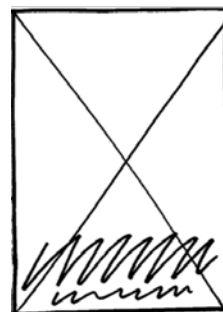
1) Tipo de ilustración Pintura de autor

2) Margen Con Marco

3) Tipo lay out C ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Escudo del Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos

SS Murcia

enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel
 imagen paso Última cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz
 detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios refajo
 detalle trono Oracuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos

Murcia

Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafrente Palmera Huerta Río

Signos

FP

Murcia

productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1949 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Encontrada la imagen del cartel en la web de Tesoros del ayer <http://www.tesorosdelayer.com/esp/index.php>

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA Y FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no
MURCIA

3) Fechas: si no
AÑO 1949

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: CARBONELL

si no

6) Imprenta: IMP Y LIT. ORTEGA-VALENCIA

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



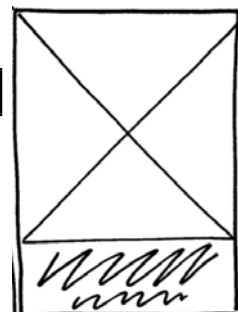
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Escudo del Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia	<input type="checkbox"/> enaguamedia	<input checked="" type="checkbox"/> coron espina	<input type="checkbox"/> Virgen Dolor.	<input type="checkbox"/> mayordomo	<input type="checkbox"/> naz entero	<input type="checkbox"/> coloraos	<input type="checkbox"/> moraos	<input type="checkbox"/> burlas	<input type="checkbox"/> angel
	<input type="checkbox"/> imagen paso	<input type="checkbox"/> Ultima cena	<input type="checkbox"/> Prendimiento	<input type="checkbox"/> Crucificado	<input type="checkbox"/> nazestante	<input type="checkbox"/> bocinas	<input type="checkbox"/> azotes	<input checked="" type="checkbox"/> flores	<input type="checkbox"/> cruz
	<input type="checkbox"/> detalle paso	<input type="checkbox"/> NtroPaJesús	<input type="checkbox"/> vara estante	<input type="checkbox"/> Resucitado	<input type="checkbox"/> San Juan	<input type="checkbox"/> palmera	<input type="checkbox"/> clavos	<input checked="" type="checkbox"/> cirios	
	<input type="checkbox"/> detalle trono	<input type="checkbox"/> OracHuerto	<input checked="" type="checkbox"/> nazpenitente	<input type="checkbox"/> Otros Pasos	<input type="checkbox"/> Verónica	<input type="checkbox"/> manola	<input type="checkbox"/> capuz	<input checked="" type="checkbox"/> cetro	

Signos Murcia	<input type="checkbox"/> Torre Catedral	<input type="checkbox"/> Teatro Romea	<input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Obispado	<input type="checkbox"/> Edificios	<input type="checkbox"/> Barraca	<input type="checkbox"/> Moneo
	<input type="checkbox"/> Puente Viejo	<input type="checkbox"/> Traje regional	<input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta	<input type="checkbox"/> Imafrente	<input type="checkbox"/> Palmera	<input type="checkbox"/> Huerta	<input type="checkbox"/> Río

Signos FP Murcia	<input type="checkbox"/> productos huerta	<input type="checkbox"/> aperos labranza	<input type="checkbox"/> burro/caballo	<input checked="" type="checkbox"/> huertana	<input checked="" type="checkbox"/> chaleco	<input type="checkbox"/> mueble	<input type="checkbox"/> dioses	<input checked="" type="checkbox"/> flores
	<input type="checkbox"/> sombrero calañés	<input checked="" type="checkbox"/> moño picaporte	<input type="checkbox"/> castañuelas	<input checked="" type="checkbox"/> huertano	<input type="checkbox"/> mantón	<input type="checkbox"/> bengala	<input type="checkbox"/> manta	<input type="checkbox"/> fuego
	<input checked="" type="checkbox"/> pareja huertanos	<input type="checkbox"/> niño huertano	<input type="checkbox"/> hachonero	<input checked="" type="checkbox"/> zaragüel	<input type="checkbox"/> carroza	<input type="checkbox"/> fartificia	<input type="checkbox"/> pájaro	<input checked="" type="checkbox"/> refajo
	<input type="checkbox"/> virgen fuensanta	<input type="checkbox"/> guitarra&otro	<input checked="" type="checkbox"/> esparteña	<input checked="" type="checkbox"/> montera	<input type="checkbox"/> barraca	<input type="checkbox"/> sardina	<input type="checkbox"/> gayao	<input type="checkbox"/> baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Procesión del silencio

Otros datos

Año: 1949 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: En la web del Cabildo de Cofradías pero no lo tienen ellos. Encontrado en la web de todocoleccion.net. también aparece en el libro de 1993 de Semana Santa de Pedro Manzano. ANTIGUO PROGRAMA DE LAS FIESTAS DE SEMANA SANTA Y PRIMAVERA DE MURCIA AÑO 1949 - CON 4 PAGINAS INCLUIDAS LAS CUBIERTAS, MIDE 21 X 13,7 CMS. <http://www.tesorosdelayer.com/esp/busqueda.php?page=3&order=1>

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Semana Santa y FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Murcia Año 1949

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: Conte si no

6) Imprenta: no se lee bien si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

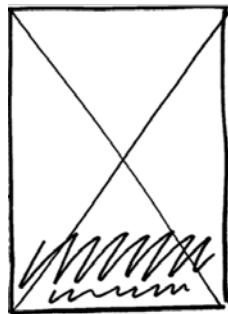


ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Escudo del Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel imagen paso Última cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas flores cruz detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios detalle trono Oracuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafrente Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1950 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: DIGITALIZADO ALMUDÍ: "1""a"Laorden, Antonio"ZZ0004298" "10""a"Murcia"h" [Material gráfico]"b" : Semana Santa y Fiestas de Primavera "c" / A. Laorden. -- " ""a"[S.l."b" : s.n.]"c", [1950]"e" (Granada)"f" : Lit. Anel) ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 99 x 69 cm Y ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 49 x 34 cm ""a"Representa: Mujer echando rosas a la catedral "14""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705" "14""a"Fiestas de primavera"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005706" "4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287""* "1 ""a"MU-AM"j" 88C (1-4)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 99 x 69 cm y 49 x 34 cm Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA Y FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA 1950

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: Antonio Laorden si no

6) Imprenta: LIT. C. PAGÁN . MURCIA si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



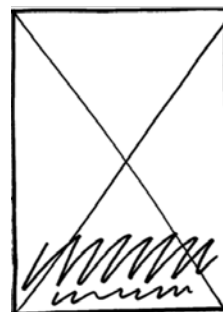
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out C

3) Identidad Gráfica: si no

Escudo del Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar 3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel imagen paso Ultima cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrerocalañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

La joven huertana que esparce las flores por la ciudad junto a los pajarillos simbolizan a la primavera murciana que trae la exposición vegetal a la ciudad de Murcia representada por el mapa de las calles y el río marcada por la torre catedralicia donde vigila desde lo alto la torre de la catedral.

Otros datos

Año: 1950 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Encontrado en todocolección.net y en otra página de una fotografía con cristal.

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA Y FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

murcia 1950

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: Garay si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



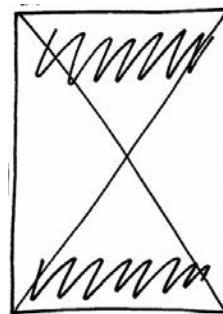
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out D ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Escudo del Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia

<input type="checkbox"/> enaguamedia	<input type="checkbox"/> coron espina	<input type="checkbox"/> Virgen Dolor.	<input type="checkbox"/> mayordomo	<input type="checkbox"/> naz entero	<input type="checkbox"/> coloraos	<input type="checkbox"/> moraos	<input type="checkbox"/> burlas	<input type="checkbox"/> angel
<input type="checkbox"/> imagen paso	<input type="checkbox"/> Última cena	<input type="checkbox"/> Prendimiento	<input type="checkbox"/> Crucificado	<input type="checkbox"/> nazestante	<input type="checkbox"/> bocinas	<input type="checkbox"/> azotes	<input type="checkbox"/> flores	<input checked="" type="checkbox"/> cruz
<input type="checkbox"/> detalle paso	<input type="checkbox"/> NtroPaJesús	<input type="checkbox"/> vara estante	<input type="checkbox"/> Resucitado	<input type="checkbox"/> San Juan	<input type="checkbox"/> palmera	<input type="checkbox"/> clavos	<input type="checkbox"/> cirios	
<input type="checkbox"/> detalle trono	<input type="checkbox"/> OracHuerto	<input type="checkbox"/> nazpenitente	<input type="checkbox"/> Otros Pasos	<input type="checkbox"/> Verónica	<input type="checkbox"/> manola	<input type="checkbox"/> capuz	<input type="checkbox"/> cetro	

Signos Murcia

<input type="checkbox"/> Torre Catedral	<input type="checkbox"/> Teatro Romea	<input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Obispado	<input type="checkbox"/> Edificios	<input type="checkbox"/> Barraca	<input type="checkbox"/> Moneo
<input type="checkbox"/> Puente Viejo	<input type="checkbox"/> Traje regional	<input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta	<input type="checkbox"/> Imafrente	<input type="checkbox"/> Palmera	<input type="checkbox"/> Huerta	<input type="checkbox"/> Río

Signos FP Murcia

<input type="checkbox"/> productos huerta	<input type="checkbox"/> aperos labranza	<input type="checkbox"/> burro/caballo	<input type="checkbox"/> huertana	<input checked="" type="checkbox"/> chaleco	<input type="checkbox"/> mueble	<input type="checkbox"/> dioses	<input type="checkbox"/> flores
<input type="checkbox"/> sombrero calañés	<input type="checkbox"/> moño picaporte	<input type="checkbox"/> castañuelas	<input checked="" type="checkbox"/> huertano	<input type="checkbox"/> mantón	<input type="checkbox"/> bengala	<input checked="" type="checkbox"/> manta	<input checked="" type="checkbox"/> fuego
<input type="checkbox"/> pareja huertanos	<input type="checkbox"/> niño huertano	<input type="checkbox"/> hachonero	<input type="checkbox"/> zaragüel	<input type="checkbox"/> carroza	<input type="checkbox"/> fartificia	<input type="checkbox"/> pájaro	<input type="checkbox"/> refajo
<input type="checkbox"/> virgen fuensanta	<input type="checkbox"/> guitarra&otro	<input type="checkbox"/> esparteña	<input checked="" type="checkbox"/> montera	<input type="checkbox"/> barraca	<input type="checkbox"/> sardina	<input type="checkbox"/> gayao	<input type="checkbox"/> baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1951 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: DIGITALIZADO ALMUDÍ: "1 ""a"Garay, Luis"ZZ0000321"
"10""a"Semana Santa y Fiestas de Primavera"h" [Material gráfico]"b" : 1951 "c"
/ Garay. -- " ""a"[Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia]"c", 1951
" ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" : 93 x 60 cm
" ""a"Editor tomado del escudo que aparece en el cartel

" 4""a"Semana Santa"z"-Murcia""-Carteles"ZZ0005705"

Estado Tamaño si no 93 x 60 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA Y FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: Luis Garay

si no

6) Imprenta: LIT. JOSÉ Mª VENTURA HITTA-GRANADA

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

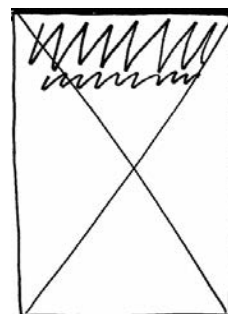
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Escudo del Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos

SS Murcia

enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel
 imagen paso Ultima cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz
 detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios
 detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos

Murcia

Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos

FP

Murcia

productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrerocalañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1952 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Encontrado en http://www.todocoleccion.net/carteles-semana-santa/cartel-semana-santa-murcia-1952-ilustrador-munos-barberan-original~x46315799#sobre_el_lote
CARTEL SEMANA SANTA , MURCIA 1952 , ILUSTRADOR MUÑOS BARBERAN , ORIGINAL MIDE APROXIMADAMENTE 70 X 100 CMS.

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 100x70 cm aprox

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

1952

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: Muñoz Barberán

si no

6) Imprenta: IMP.Y LIT. ORTEGA-VALENCIA

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia	<input type="checkbox"/> enaguamedia	<input checked="" type="checkbox"/> coron espina	<input type="checkbox"/> Virgen Dolor.	<input type="checkbox"/> mayordomo	<input checked="" type="checkbox"/> naz entero	<input type="checkbox"/> coloraos	<input checked="" type="checkbox"/> moraos	<input checked="" type="checkbox"/> burlas	<input type="checkbox"/> angel
	<input checked="" type="checkbox"/> imagen paso	<input type="checkbox"/> Última cena	<input type="checkbox"/> Prendimiento	<input type="checkbox"/> Crucificado	<input checked="" type="checkbox"/> nazestante	<input checked="" type="checkbox"/> bocinas	<input type="checkbox"/> azotes	<input type="checkbox"/> flores	<input type="checkbox"/> cruz
	<input type="checkbox"/> detalle paso	<input checked="" type="checkbox"/> NtroPaJesús	<input type="checkbox"/> vara estante	<input type="checkbox"/> Resucitado	<input type="checkbox"/> San Juan	<input type="checkbox"/> palmera	<input type="checkbox"/> clavos	<input type="checkbox"/> cirios	
	<input type="checkbox"/> detalle trono	<input type="checkbox"/> Oracuerto	<input type="checkbox"/> nazpenitente	<input type="checkbox"/> Otros Pasos	<input type="checkbox"/> Verónica	<input type="checkbox"/> manola	<input checked="" type="checkbox"/> capuz	<input type="checkbox"/> cetro	

Signos Murcia	<input type="checkbox"/> Torre Catedral	<input type="checkbox"/> Teatro Romea	<input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Obispado	<input checked="" type="checkbox"/> Edificios	<input type="checkbox"/> Barraca	<input type="checkbox"/> Moneo
	<input type="checkbox"/> Puente Viejo	<input type="checkbox"/> Traje regional	<input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta	<input type="checkbox"/> Imafrente	<input type="checkbox"/> Palmera	<input type="checkbox"/> Huerta	<input type="checkbox"/> Río

Signos FP Murcia	<input type="checkbox"/> productos huerta	<input type="checkbox"/> aperos labranza	<input type="checkbox"/> burro/caballo	<input type="checkbox"/> huertana	<input type="checkbox"/> chaleco	<input type="checkbox"/> mueble	<input type="checkbox"/> dioses	<input type="checkbox"/> flores
	<input type="checkbox"/> sombrero calañés	<input type="checkbox"/> moño picaporte	<input type="checkbox"/> castañuelas	<input type="checkbox"/> huertano	<input type="checkbox"/> mantón	<input type="checkbox"/> bengala	<input type="checkbox"/> manta	<input type="checkbox"/> fuego
	<input type="checkbox"/> pareja huertanos	<input type="checkbox"/> niño huertano	<input type="checkbox"/> hachonero	<input type="checkbox"/> zaragüel	<input type="checkbox"/> carroza	<input type="checkbox"/> fartificia	<input type="checkbox"/> pájaro	<input type="checkbox"/> refajo
	<input type="checkbox"/> virgen fuensanta	<input type="checkbox"/> guitarra&otro	<input type="checkbox"/> esparteña	<input type="checkbox"/> montera	<input type="checkbox"/> barraca	<input type="checkbox"/> sardina	<input type="checkbox"/> gayao	<input type="checkbox"/> baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1953 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: DIGITALIZADO ALMUDÍ: 1 ""a"Carbonell, Antonio"ZZ0004321""10""a"Murcia, Semana Santa 1953"h [Material gráfico]"c" / A. Carbonell.-- ""a"[S.I."b" : s.n.]"c", [1953]"e" (Valencia"f" : Imp. y lit. Ortega) ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 85 x 62 cm ""a"Reproduce: La imagen de la Dolorosa de Salzillo, nazarenos"14""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287"* "1 ""a"MU-AM"j" 147C

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 85 x 62 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

1953

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: Carbonell, Antonio

si no

6) Imprenta: IMP Y LIT. ORTEGA-VALENCIA

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

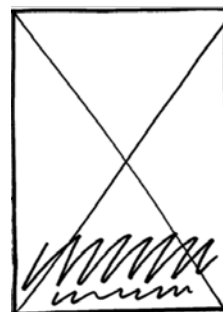


ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Escudo del Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



A. Carbonell

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos

SS Murcia

enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel
 imagen paso Ultima cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz
 detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios
 detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos

Murcia

Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafrente Palmera Huerta Río

Signos

FP

Murcia

productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrerocalañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1954 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: DIGITALIZADO ALMUDÍ: "1 ""a" Márquez"ZZ0004320" "10""a"Semana Santa"h" [Material gráfico]"b": 1954"c" / Márquez. -- " ""a"[Murcia]"b": [Ayuntamiento de Murcia]"c", 1954 " ""a"1 lám. (cartel)"b": col."c"; 99 x 69 cm Y " ""a"1 lám. (cartel)"b": col."c"; 49 x 35 cm y « »«a»1 lám. (cartel)«b»: col.«c»; 99 x 69 cm a"Editor tomado del escudo que aparece en el cartel"14""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * " ""a" MU-AM"j" 49C"t" (1-7)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 49 x 35 cm y 99 x 69 cm N° de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA 1954

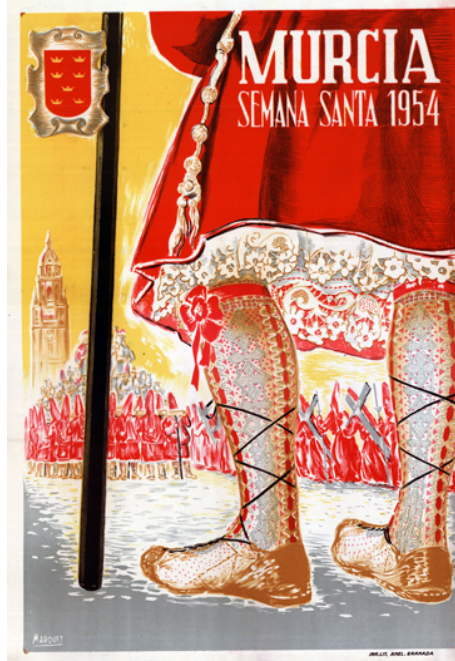
4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: Márquez si no

6) Imprenta: IMP. LIT. ANEL-VALENCIA si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



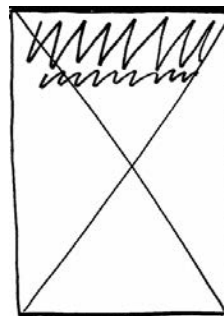
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Escudo del Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

MARQUEZ

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar 3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia corona espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel imagen paso Última cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios detalle trono Oracuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro espartaña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

Representa: Simulación de nazarenos con cruces
Dos tamaños

Otros datos

Año: 1954 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: DIGITALIZADO ALMUDÍ: "1""a"Carbonel, Antonio"ZZ0004342" "10""a"Semana Santa"h" [Material gráfico]"b" : 1954"c" / Antonio Carbonel. -- " ""a"[Murcia]"b" : [Ayuntamiento de Murcia]"c", 1954 " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 50 x 35 cm Y " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 100 x 70 cm ""a"Editor tomado del escudo que aparece en el cartel ""a"Representa la torre de la Catedral con mantilla negra y clavel "14""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705"" 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287""04""a"Carteles"z"-Murcia * ""a" MU-AM"j" 52C"t" (1-16) Y * ""a" MU-AM"j" 52C"t" (1-3)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 50 x 35 cm 100 x 70 cm Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

1954

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: Antonio Carbonell si no

6) Imprenta: IMP. LIT. ANEL-GRANADA si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



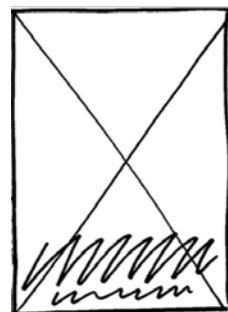
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out C ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Escudo del Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

A. CARBONELL

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel imagen paso Ultima cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrerocalañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Seductivo

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1955 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: DIGITALIZADO ALMUDÍ: "1""a"Marquez"ZZ0004320" "10""a"Semana Santa"h" [Material gráfico]"b" : 1955"c" /
Marquez. -- " ""a"[Murcia]"b": [Ayuntamiento de Murcia]"c", 1955
" ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 48 x 34 cm Y " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 96 x 68 cm
" ""a"Puente de Hierro, Procesión de Miércoles Santo "14""a"Semana Santa"z"-Murcia]"-Carteles"ZZ0005705"
" 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287"
"04""a"Carteles"z"-Murcia * " ""a" MU-AM"j" 51C

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 48 x 34 cm 96 x 68 cm N° de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Semana Santa

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

1955

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: si no

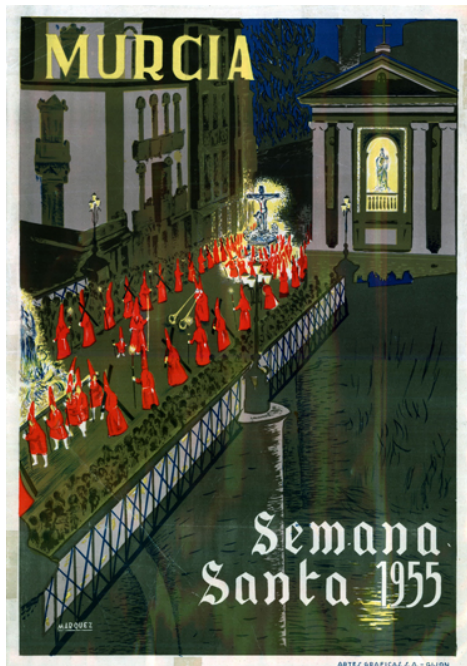
6) Imprenta: ARTES GRAFICAS, S.A.-GIJÓN

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

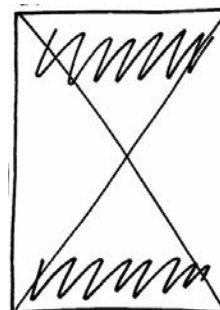
3. OTROS TEXTOS



ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out D ▼

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos

SS Murcia

- | | | | | | | | | |
|---|---------------------------------------|--|---|-------------------------------------|--|---------------------------------|--|--------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> enaguamedia | <input type="checkbox"/> coron espina | <input type="checkbox"/> Virgen Dolor. | <input type="checkbox"/> mayordomo | <input type="checkbox"/> naz entero | <input checked="" type="checkbox"/> coloraos | <input type="checkbox"/> moraos | <input type="checkbox"/> burlas | <input type="checkbox"/> angel |
| <input checked="" type="checkbox"/> imagen paso | <input type="checkbox"/> Última cena | <input type="checkbox"/> Prendimiento | <input checked="" type="checkbox"/> Crucificado | <input type="checkbox"/> nazestante | <input checked="" type="checkbox"/> bocinas | <input type="checkbox"/> azotes | <input type="checkbox"/> flores | <input type="checkbox"/> cruz |
| <input type="checkbox"/> detalle paso | <input type="checkbox"/> NtroPaJesús | <input type="checkbox"/> vara estante | <input type="checkbox"/> Resucitado | <input type="checkbox"/> San Juan | <input type="checkbox"/> palmera | <input type="checkbox"/> clavos | <input checked="" type="checkbox"/> cirios | |
| <input type="checkbox"/> detalle trono | <input type="checkbox"/> Oracuerto | <input checked="" type="checkbox"/> nazpenitente | <input type="checkbox"/> Otros Pasos | <input type="checkbox"/> Verónica | <input type="checkbox"/> manola | <input type="checkbox"/> capuz | <input type="checkbox"/> cetro | |

Signos

Murcia

- | | | | | | | |
|--|---|---|------------------------------------|---|----------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Torre Catedral | <input type="checkbox"/> Teatro Romea | <input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento | <input type="checkbox"/> Obispado | <input checked="" type="checkbox"/> Edificios | <input type="checkbox"/> Barraca | <input type="checkbox"/> Moneo |
| <input checked="" type="checkbox"/> Puente Viejo | <input type="checkbox"/> Traje regional | <input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta | <input type="checkbox"/> Imafronte | <input type="checkbox"/> Palmera | <input type="checkbox"/> Huerta | <input type="checkbox"/> Río |

Signos

FP

Murcia

- | | | | | | | | |
|---|--|--|-----------------------------------|----------------------------------|------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> productos huerta | <input type="checkbox"/> aperos labranza | <input type="checkbox"/> burro/caballo | <input type="checkbox"/> huertana | <input type="checkbox"/> chaleco | <input type="checkbox"/> mueble | <input type="checkbox"/> dioses | <input type="checkbox"/> flores |
| <input type="checkbox"/> sombrero calañés | <input type="checkbox"/> moño picaporte | <input type="checkbox"/> castañuelas | <input type="checkbox"/> huertano | <input type="checkbox"/> mantón | <input type="checkbox"/> bengala | <input type="checkbox"/> manta | <input type="checkbox"/> fuego |
| <input type="checkbox"/> pareja huertanos | <input type="checkbox"/> niño huertano | <input type="checkbox"/> hachonero | <input type="checkbox"/> zaragüel | <input type="checkbox"/> carroza | <input type="checkbox"/> artificia | <input type="checkbox"/> pájaro | <input type="checkbox"/> refajo |
| <input type="checkbox"/> virgen fuensanta | <input type="checkbox"/> guitarra&otro | <input type="checkbox"/> esparteña | <input type="checkbox"/> montera | <input type="checkbox"/> barraca | <input type="checkbox"/> sardina | <input type="checkbox"/> gayao | <input type="checkbox"/> baile |

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso: **Seductivo**

La talla del artista Nicolás De Bussy

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1956 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: DIGITALIZADO ALMUDÍ: "1 ""a"Hernández, J."ZZ0004416"
"10""a"Murcia, Semana Santa"h [Material gráfico]"b" : 1956"c" / J.Hernández. -- " ""a"[S.I."b" : s.n.]"c", 1956"e" (Valencia"f" : Imp. y Lit. Ortega) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 50 x 35 cm y " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 101 x 70 cm " 4""a"Semana Santa"z"- Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287"
* " ""a" MU-AM"j" 75C"t" (1-2) * « »«a» MU-AM«j» 75C«t» (1-7)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 50 x 35 cm 101 x 70 cm Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

1956

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: J.Hernández

si no

6) Imprenta: IMP Y LIT. ORTEGA-VALENCIA

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



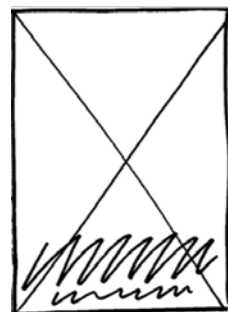
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out C

3) Identidad Gráfica: si no

Escudo del Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos

SS Murcia

enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel
 imagen paso Ultima cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz
 detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios
 detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos

Murcia

Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos

FP

Murcia

productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrerocalañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1957 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: DIGITALIZADO ALMUDÍ: "1 ""a"Egea Azcona, T."ZZ0004417" "10""a"Murcia, Semana Santa"h" [Material gráfico]"b" : 1957 "c" / T. Egea Azcona. -- " ""a"[S.l.]"b" : [s.n.]"c", 1957"e" (Valencia"f" : Imp. y Lit. Ortega) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 100 x 69 cm * "1 ""a"MU-AM 80C"URL"" ""u" \ntalmudi2\almudi2\carteles\semana santa\80C.jpg"z" Cartel"/URL" * « «a» MU-AM«j» 79C«t» (1-2)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 100 x 69 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA de MURCIA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

1957

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: T. Egea Azcona

si no

6) Imprenta: IMP Y LIT. ORTEGA-VALENCIA

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS



ELEMENTOS VISUALES

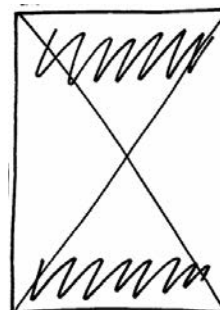
1) Tipo de ilustración Pintura de autor

2) Margen A sangre

3) Tipo lay out D ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Escudo del Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

T. EGEE AZCONA

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos

SS Murcia

- | | | | | | | | | |
|--|---------------------------------------|--|--------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|--|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> enaguamedia | <input type="checkbox"/> coron espina | <input type="checkbox"/> Virgen Dolor. | <input type="checkbox"/> mayordomo | <input type="checkbox"/> naz entero | <input type="checkbox"/> coloraos | <input type="checkbox"/> moraos | <input type="checkbox"/> burlas | <input type="checkbox"/> angel |
| <input type="checkbox"/> imagen paso | <input type="checkbox"/> Última cena | <input type="checkbox"/> Prendimiento | <input type="checkbox"/> Crucificado | <input type="checkbox"/> nazestante | <input type="checkbox"/> bocinas | <input type="checkbox"/> azotes | <input type="checkbox"/> flores | <input type="checkbox"/> cruz |
| <input type="checkbox"/> detalle paso | <input type="checkbox"/> NtroPaJesús | <input type="checkbox"/> vara estante | <input type="checkbox"/> Resucitado | <input type="checkbox"/> San Juan | <input type="checkbox"/> palmera | <input type="checkbox"/> clavos | <input checked="" type="checkbox"/> cirios | |
| <input type="checkbox"/> detalle trono | <input type="checkbox"/> OracuHuerto | <input checked="" type="checkbox"/> nazpenitente | <input type="checkbox"/> Otros Pasos | <input type="checkbox"/> Verónica | <input type="checkbox"/> manola | <input type="checkbox"/> capuz | <input checked="" type="checkbox"/> cetro | |

Signos

Murcia

- | | | | | | | |
|--|---|---|---|---|----------------------------------|--------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> Torre Catedral | <input type="checkbox"/> Teatro Romea | <input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento | <input type="checkbox"/> Obispado | <input checked="" type="checkbox"/> Edificios | <input type="checkbox"/> Barraca | <input type="checkbox"/> Moneo |
| <input type="checkbox"/> Puente Viejo | <input type="checkbox"/> Traje regional | <input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta | <input checked="" type="checkbox"/> Imafrente | <input type="checkbox"/> Palmera | <input type="checkbox"/> Huerta | <input type="checkbox"/> Río |

Signos

FP

Murcia

- | | | | | | | | |
|---|--|--|-----------------------------------|----------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> productos huerta | <input type="checkbox"/> aperos labranza | <input type="checkbox"/> burro/caballo | <input type="checkbox"/> huertana | <input type="checkbox"/> chaleco | <input type="checkbox"/> mueble | <input type="checkbox"/> dioses | <input type="checkbox"/> flores |
| <input type="checkbox"/> sombrero calañés | <input type="checkbox"/> moño picaporte | <input type="checkbox"/> castañuelas | <input type="checkbox"/> huertano | <input type="checkbox"/> mantón | <input type="checkbox"/> bengala | <input type="checkbox"/> manta | <input type="checkbox"/> fuego |
| <input type="checkbox"/> pareja huertanos | <input type="checkbox"/> niño huertano | <input type="checkbox"/> hachonero | <input type="checkbox"/> zaragüel | <input type="checkbox"/> carroza | <input type="checkbox"/> fartificia | <input type="checkbox"/> pájaro | <input type="checkbox"/> refajo |
| <input type="checkbox"/> virgen fuensanta | <input type="checkbox"/> guitarra&otro | <input type="checkbox"/> esparteña | <input type="checkbox"/> montera | <input type="checkbox"/> barraca | <input type="checkbox"/> sardina | <input type="checkbox"/> gayao | <input type="checkbox"/> baile |

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1957 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: DIGITALIZADO ALMUDÍ: "10""a"Murcia, Semana Santa"h" [Material gráfico]"b" : 1957. -- " ""a"[S.I.]"b" : [s.n.]"c", 1957"e" (Valencia"f" : Imp. y Lit. Ortega) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 50 x 34 cm " 4""a"Semana Santa"z"-Murcia;"-Carteles"ZZ0005705" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * " ""a"MU-AM"j" 77C

Estado Tamaño si no 50 x 34 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

1957

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: si no

6) Imprenta: LIT. ORTEGA-VALENCIA si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

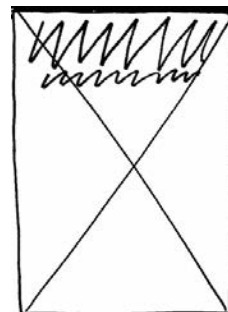


ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Escudo del Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos

SS Murcia

- | | | | | | | | | |
|--|---------------------------------------|--|--------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> enaguamedia | <input type="checkbox"/> coron espina | <input type="checkbox"/> Virgen Dolor. | <input type="checkbox"/> mayordomo | <input type="checkbox"/> naz entero | <input type="checkbox"/> coloraos | <input type="checkbox"/> moraos | <input type="checkbox"/> burlas | <input type="checkbox"/> angel |
| <input type="checkbox"/> imagen paso | <input type="checkbox"/> Ultima cena | <input type="checkbox"/> Prendimiento | <input type="checkbox"/> Crucificado | <input type="checkbox"/> nazestante | <input type="checkbox"/> bocinas | <input type="checkbox"/> azotes | <input type="checkbox"/> flores | <input type="checkbox"/> cruz |
| <input type="checkbox"/> detalle paso | <input type="checkbox"/> NtroPaJesús | <input type="checkbox"/> vara estante | <input type="checkbox"/> Resucitado | <input type="checkbox"/> San Juan | <input type="checkbox"/> palmera | <input type="checkbox"/> clavos | <input type="checkbox"/> cirios | |
| <input type="checkbox"/> detalle trono | <input type="checkbox"/> OracHuerto | <input type="checkbox"/> nazpenitente | <input type="checkbox"/> Otros Pasos | <input type="checkbox"/> Verónica | <input type="checkbox"/> manola | <input type="checkbox"/> capuz | <input type="checkbox"/> cetro | |

Signos

Murcia

- | | | | | | | |
|---|---|---|------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Torre Catedral | <input type="checkbox"/> Teatro Romea | <input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento | <input type="checkbox"/> Obispado | <input type="checkbox"/> Edificios | <input type="checkbox"/> Barraca | <input type="checkbox"/> Moneo |
| <input type="checkbox"/> Puente Viejo | <input type="checkbox"/> Traje regional | <input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta | <input type="checkbox"/> Imafrente | <input type="checkbox"/> Palmera | <input type="checkbox"/> Huerta | <input type="checkbox"/> Río |

Signos

FP

Murcia

- | | | | | | | | |
|---|--|--|-----------------------------------|----------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> productos huerta | <input type="checkbox"/> aperos labranza | <input type="checkbox"/> burro/caballo | <input type="checkbox"/> huertana | <input type="checkbox"/> chaleco | <input type="checkbox"/> mueble | <input type="checkbox"/> dioses | <input type="checkbox"/> flores |
| <input type="checkbox"/> sombrerocalañés | <input type="checkbox"/> moño picaporte | <input type="checkbox"/> castañuelas | <input type="checkbox"/> huertano | <input type="checkbox"/> mantón | <input type="checkbox"/> bengala | <input type="checkbox"/> manta | <input type="checkbox"/> fuego |
| <input type="checkbox"/> pareja huertanos | <input type="checkbox"/> niño huertano | <input type="checkbox"/> hachonero | <input type="checkbox"/> zaragüel | <input type="checkbox"/> carroza | <input type="checkbox"/> fartificia | <input type="checkbox"/> pájaro | <input type="checkbox"/> refajo |
| <input type="checkbox"/> virgen fuensanta | <input type="checkbox"/> guitarra&otro | <input type="checkbox"/> esparteña | <input type="checkbox"/> montera | <input type="checkbox"/> barraca | <input type="checkbox"/> sardina | <input type="checkbox"/> gayao | <input type="checkbox"/> baile |

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1958 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: DIGITALIZADO ALMUDÍ: "1 ""a"Muñoz Barberán, Manuel"ZZ0000679""10""a"Semana Santa"h [Material gráfico]"b" : 1958"c" / Muñoz Barberán. --" ""a"[Murcia?"b" : Ayuntamiento de Murcia?"c", 1958 " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 50 x 35 cm Y " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 93 x 66 cm " ""a"Basado en : "El beso de Judas" de Francisco Salzillo "14""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" "04""a"Carteles"z"- Murcia * " ""a" MU-AM"j" 24C"t" (1-2)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 50 x 35 cm Y 93 x 66 cm N° de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

1958

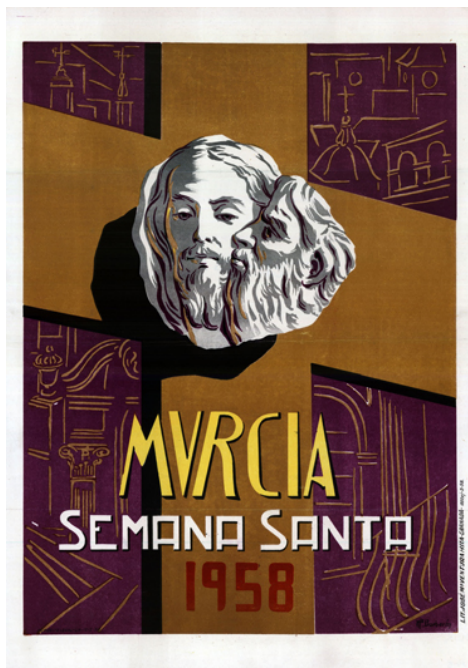
4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: Manuel Muñoz Barberán si no

6) Imprenta: LIT. JOSÉ Mª VENTURA HITA-GRANADA si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



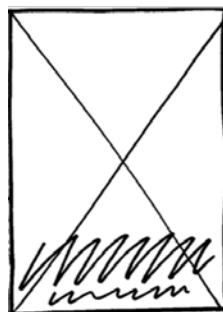
3. OTROS TEXTOS

1000.ej-2-58.

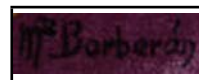
ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar 3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel imagen paso Última cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios detalle trono Oracuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

único caso en que pone el número de ejemplares impresos junto a los datos del taller de impresión.

Año: 1958 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: no digitalizado ALMUDÍ: "1 ""a"Mechó"ZZ0004305" "10""a"Semana Santa"h" [Material gráfico]"b" : 1958"c" / Mechó. --
" ""a"[Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia]"c", 1958 " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 94 x 67 cm
" ""a"Editor tomado del escudo que aparece en el cartel "14""a"Semana Santa"z"-Murcia]"-Carteles"ZZ0005705"
" 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287"
* " ""a" MU-AM"j" 25C"t" (1-2)

Estado Localizado NO imagen Tamaño sí no 94 x 67 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: sí no

2) Lugar: sí no 3) Fechas: sí no

4) Anunciante:organiza y colabora: sí no

5) Autor: sí no

6) Imprenta: sí no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan sí no

Otros textos persuasivos: sí no

3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out ▼

3) Identidad Gráfica: sí no

5) Firma sí no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel imagen paso Ultima cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1959 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: DIGITALIZADO ALMUDÍ: "10""a"Murcia"h" [Material gráfico]"b" : Semana Santa 1959. -- " ""a"[S.I."b" : s.n.]"c", 1959"e" (Valencia"r" : Lit. Ortega) ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 47 x 38 cm " ""a"Representa: Nazarenos con cruces"14""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * "1 ""a"MU-AM"j" 105C (1-6)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 47 x 38 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Semana Santa

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

1959

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: si no

6) Imprenta: LIT. ORTEGA S.A. BARCO 12. VALENCIA

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



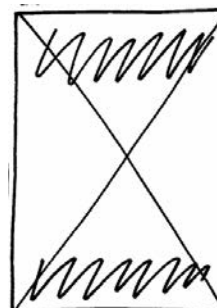
3. OTROS TEXTOS

Dep. Leg. V.66-1959

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: portadores de bocinas y penitentes con cruces del paso de nuestro Padre Jesús

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia	<input type="checkbox"/> enaguamedia	<input type="checkbox"/> coron espina	<input type="checkbox"/> Virgen Dolor.	<input type="checkbox"/> mayordomo	<input checked="" type="checkbox"/> naz entero	<input type="checkbox"/> coloraos	<input checked="" type="checkbox"/> moraos	<input checked="" type="checkbox"/> burlas	<input type="checkbox"/> angel
	<input type="checkbox"/> imagen paso	<input type="checkbox"/> Última cena	<input type="checkbox"/> Prendimiento	<input type="checkbox"/> Crucificado	<input type="checkbox"/> nazestante	<input checked="" type="checkbox"/> bocinas	<input type="checkbox"/> azotes	<input type="checkbox"/> flores	<input checked="" type="checkbox"/> cruz
	<input type="checkbox"/> detalle paso	<input type="checkbox"/> NtroPaJesús	<input type="checkbox"/> vara estante	<input type="checkbox"/> Resucitado	<input type="checkbox"/> San Juan	<input type="checkbox"/> palmera	<input type="checkbox"/> clavos	<input type="checkbox"/> cirios	
	<input type="checkbox"/> detalle trono	<input type="checkbox"/> OracHuerto	<input checked="" type="checkbox"/> nazpenitente	<input type="checkbox"/> Otros Pasos	<input type="checkbox"/> Verónica	<input type="checkbox"/> manola	<input type="checkbox"/> capuz	<input type="checkbox"/> cetro	

Signos Murcia	<input type="checkbox"/> Torre Catedral	<input type="checkbox"/> Teatro Romea	<input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Obispado	<input type="checkbox"/> Edificios	<input type="checkbox"/> Barraca	<input type="checkbox"/> Moneo
	<input type="checkbox"/> Puente Viejo	<input type="checkbox"/> Traje regional	<input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta	<input type="checkbox"/> Imafronte	<input type="checkbox"/> Palmera	<input type="checkbox"/> Huerta	<input type="checkbox"/> Río

Signos FP Murcia	<input type="checkbox"/> productos huerta	<input type="checkbox"/> aperos labranza	<input type="checkbox"/> burro/caballo	<input type="checkbox"/> huertana	<input type="checkbox"/> chaleco	<input type="checkbox"/> mueble	<input type="checkbox"/> dioses	<input type="checkbox"/> flores
	<input type="checkbox"/> sombrero calañés	<input type="checkbox"/> moño picaporte	<input type="checkbox"/> castañuelas	<input type="checkbox"/> huertano	<input type="checkbox"/> mantón	<input type="checkbox"/> bengala	<input type="checkbox"/> manta	<input type="checkbox"/> fuego
	<input type="checkbox"/> pareja huertanos	<input type="checkbox"/> niño huertano	<input type="checkbox"/> hachonero	<input type="checkbox"/> zaragüel	<input type="checkbox"/> carroza	<input type="checkbox"/> artificia	<input type="checkbox"/> pájaro	<input type="checkbox"/> refajo
	<input type="checkbox"/> virgen fuensanta	<input type="checkbox"/> guitarra&otro	<input type="checkbox"/> esparteña	<input type="checkbox"/> montera	<input type="checkbox"/> barraca	<input type="checkbox"/> sardina	<input type="checkbox"/> gayao	<input type="checkbox"/> baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Primera vez que aparece un Depósito Legal

las cruces son las de Nuestro padre Jesús nazareno del viernes santo por la mañana

Año: 1959 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: DIGITALIZADO ALMUDÍ: "1""a"Laorden, Antonio"ZZ0004298"
"10""a"Murcia"h" [Material gráfico]"b" : Semana Santa 1959"c" / Laorden. --
" ""a"[S.l."b" : s.n.]"c", 1959"e" (Valencia"f" : Lit. Ortega " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 47 x 31 cm Y " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 93 x 62 cm "14""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * "1""a"MU-AM"j" 103C (1-6) * "1""a"MU-AM"j" 103C (1-3)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 47 x 31 cm 93 x 62 cm Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Semana Santa

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA 1959

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: Antonio Laorden

si no

6) Imprenta: LIT. ORTEGA S.A. BARCO 12. VALENCIA

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



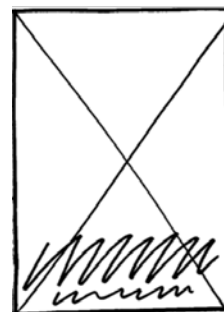
3. OTROS TEXTOS

Dep. Leg. V.65-1959

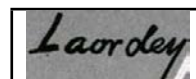
ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos

SS Murcia

- | | | | | | | | | |
|--|---------------------------------------|--|--------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------|---|---------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> enaguamedia | <input type="checkbox"/> coron espina | <input type="checkbox"/> Virgen Dolor. | <input type="checkbox"/> mayordomo | <input type="checkbox"/> naz entero | <input type="checkbox"/> coloraos | <input type="checkbox"/> moraos | <input type="checkbox"/> burlas | <input type="checkbox"/> angel |
| <input type="checkbox"/> imagen paso | <input type="checkbox"/> Ultima cena | <input type="checkbox"/> Prendimiento | <input type="checkbox"/> Crucificado | <input type="checkbox"/> nazestante | <input type="checkbox"/> bocinas | <input type="checkbox"/> azotes | <input type="checkbox"/> flores | <input checked="" type="checkbox"/> cruz |
| <input type="checkbox"/> detalle paso | <input type="checkbox"/> NtroPaJesús | <input type="checkbox"/> vara estante | <input type="checkbox"/> Resucitado | <input type="checkbox"/> San Juan | <input type="checkbox"/> palmera | <input type="checkbox"/> clavos | <input type="checkbox"/> cirios | |
| <input type="checkbox"/> detalle trono | <input type="checkbox"/> OracHuerto | <input type="checkbox"/> nazpenitente | <input type="checkbox"/> Otros Pasos | <input type="checkbox"/> Verónica | <input type="checkbox"/> manola | <input checked="" type="checkbox"/> capuz | <input type="checkbox"/> cetro | |

Signos

Murcia

- | | | | | | | |
|---|---|---|------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Torre Catedral | <input type="checkbox"/> Teatro Romea | <input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento | <input type="checkbox"/> Obispado | <input type="checkbox"/> Edificios | <input type="checkbox"/> Barraca | <input type="checkbox"/> Moneo |
| <input type="checkbox"/> Puente Viejo | <input type="checkbox"/> Traje regional | <input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta | <input type="checkbox"/> Imafronte | <input type="checkbox"/> Palmera | <input type="checkbox"/> Huerta | <input type="checkbox"/> Río |

Signos

FP

Murcia

- | | | | | | | | |
|---|--|--|-----------------------------------|----------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> productos huerta | <input type="checkbox"/> aperos labranza | <input type="checkbox"/> burro/caballo | <input type="checkbox"/> huertana | <input type="checkbox"/> chaleco | <input type="checkbox"/> mueble | <input type="checkbox"/> dioses | <input type="checkbox"/> flores |
| <input type="checkbox"/> sombrerocalañés | <input type="checkbox"/> moño picaporte | <input type="checkbox"/> castañuelas | <input type="checkbox"/> huertano | <input type="checkbox"/> mantón | <input type="checkbox"/> bengala | <input type="checkbox"/> manta | <input type="checkbox"/> fuego |
| <input type="checkbox"/> pareja huertanos | <input type="checkbox"/> niño huertano | <input type="checkbox"/> hachonero | <input type="checkbox"/> zaragüel | <input type="checkbox"/> carroza | <input type="checkbox"/> fartificia | <input type="checkbox"/> pájaro | <input type="checkbox"/> refajo |
| <input type="checkbox"/> virgen fuensanta | <input type="checkbox"/> guitarra&otro | <input type="checkbox"/> esparteña | <input type="checkbox"/> montera | <input type="checkbox"/> barraca | <input type="checkbox"/> sardina | <input type="checkbox"/> gayao | <input type="checkbox"/> baile |

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Primera vez que aparece un Depósito Legal misma imprenta que el otro modelo de este mismo año

Año: 1960 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: DIGITALIZADO ALMUDÍ: "10""a"Murcia"h" [Material gráfico]"b" : Semana Santa 1960. -- " ""a"[S.l."b" : s.n]"c", D.L. 1960"e" (Granada"f" : Imp. Lit. Anel) " ""a"1 lám (cartel)"b" : col."c" ; 50 x 34 cm
" ""a"Representa: Jesucristo con una cruz a hombros "14""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705"
" 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * " ""a"MU-AM"j" 84C (1-2)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 50 x 34 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

1960

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: si no

6) Imprenta: IMP. LIT. ANEL-GRANADA.

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

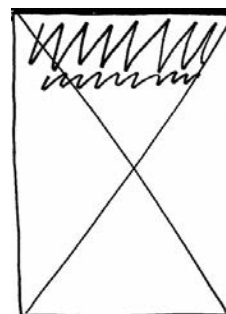
3. OTROS TEXTOS

DEPOSITO LEGAL. GR. Nº18-1960

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out A

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: LA CAÍDA DE JESUCRISTO CON LA CRUZ A CUESTA Real

2) Lugar indefinido Real

3) Tiempo Noche Definido

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel
 imagen paso Última cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz
 detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios
 detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafrente Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La escena muestra la caída de Jesús camino del calvario que tiene una doble connotación: por un lado, es el tema de un paso procesional, y, por otro, representa a los fieles nazarenos en su recorrido.

Hay movimiento puesto que se representa un momento dentro de una caminata.

Los colores de la ilustración son representativos de la semana santa murciana: el morado que es olor de la cuaresma en la simbología del ritual cristiano, es además el color de las túnicas de la hermandad de Ntro. Padre Jesús que saca en procesión a los pasos creados por Francisco Salzillo en la mañana del viernes Santo; el rojo de la túnica del Cristo Nazareno es otro de los colores de más característicos de la Semana Santa de Murcia sobre todo por el tono de las túnicas de los nazarenos de la Archicofradía de la Preciosísima Sangre de Nuestro Señor Jesucristo conocido como los *coloraos*. Y el color del madero, vocablo con que se designa a la cruz.

La presencia de la cruz y la corona de espinas ubican al espectador en la semana santa y precisan la identidad del personaje central.

Otros datos

Año: 1960 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: DIGITALIZADO ALMUDÍ: "1 ""a"Carbonell, Antonio"ZZ0004321" "10""a"Murcia"h" [Material gráfico]"b" : Semana Santa"c" / Carbonell. - " ""a"[S.I."b" : s.n.]"c", D.L. 1960"e" (Granada"f" : Imp. Lit. Anel) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 50 x 33 cm Y " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 95 x 63 cm " ""a"Representa: Simulación de nazarenos con cruces. "11""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705"" 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287"" 1 ""a"MU-AM"j" 82C (1-6)* "1 ""a" MU-AM"j" 82C (1-3)."x" A los tres ejemplares les falta un trozo

Estado Tamaño si no 50 x 33 cm Y 95 x 63 cm Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Semana Santa

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

1960

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: Antonio Carbonell

si no

6) Imprenta: IMP. LIT. ANEL-GRANADA

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

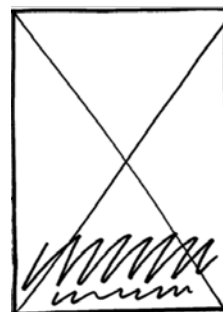
3. OTROS TEXTOS

DEPÓSITO LEGAL GR. Nº18 1960

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out ▼

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: nazarenos y cruces

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel imagen paso Ultima cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrerocalañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

El conjunto de capuces de nazarenos *moraos* junto con las cruces significa que se trata de un desfile procesional concretamente del que recorre las calles de la capital murciana el viernes santo por la mañana.

La irregularidad en las inclinaciones y alturas de los elementos transmite el movimiento propio de una procesión durante su recorrido.

La firma del autor de la ilustración indica que se trata de una expresión artística del evento que se anuncia en el cartel.

Otros datos

Año: 1961 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: ALMUDÍ DIGITALIZADO: "10""a"Murcia"h" [Material gráfico]"b" : Semana Santa 1961. -- " ""a"[S.l."b" : s.n.]"c", 1961"e" (Valencia"ff" : Lit Ortega) ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" : 97 x 64 cm " ""a"Representa: Nazareno tocando un tambor "14""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705"" 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * "1""a"MU-AM"j" 98C (1-5)
BR DIGITALIZADO Título: Semana Santa Murcia, 1961 [Material gráfico]Publicación:Murcia : [s.n.], 1961 (Valencia : Litografía Ortega) Descripción:1 lám. (cartel) : il. : 97 x 64 cm Depósito legal:D.L. V 106-1961 Materia:Semana Santa - Murcia - Carteles Localización: Biblioteca Regional de Murcia. DMUG 20269 Acceso a imágenes: http://bibliotecadigital.carm.es/registro/ficha.php? nformatico=00001559 Ver documento:1. Documento completo en pdf : - (11,73) MB Identificador OAI: oai:bibliotecadigital.carm.es:00001559

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 97 x 64 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

1961

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: si no

6) Imprenta: LIT. ORTEGA S.A. BARCO 12 VALENCIA

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



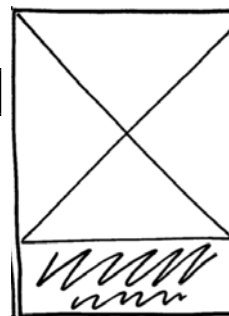
3. OTROS TEXTOS

Dep. Leg. V. 106-1961

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Nazarenos coloraos tocando el tambor

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel imagen paso Última cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

De noche /fondo negro, en plena calle (edificios silueteados en el fondo) dos nazarenos coloraos que tocan las burlas con sus tambores forrados de tela roja: el conjunto nos habla de la procesión del miércoles noche de los coloraos caracterizada por los toques que acompañan a los pasos de la pasión de Jesucristo y que son característicos de las procesiones de Murcia capital. Por todo ello se anuncia la Semana de Pasión de Murcia.

El movimiento forma parte del cartel y se transmiten en la postura de los nazarenos al percusionar con el movimiento de brazos, manos y cabeza característicos de estos toques, las líneas de las sombras de los baquetas y las ondulaciones de las cintas que cuelgan de los capuces de los tamboristas.

Otros datos

Año: 1961 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: ALMUDÍ DIGITALIZADO:"1 ""a"Minguez"ZZ0004308" "10""a"Semana Santa"h" [Material gráfico]"b" : 1961"c" / Minguez. --
" ""a"[Murcia?"b" : Ayuntamiento de Murcia?"c", 1961"e" (Valencia"f" : Lit. Ortega) ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 45 x 29 cm
"14""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705"" 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * " ""a" MU-AM"j" 30C""l" (1
-8)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 45 x 29 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

1961

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: Minguez

si no

6) Imprenta: LIT. ORTEGA S.A. BARCO 12 VALENCIA

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



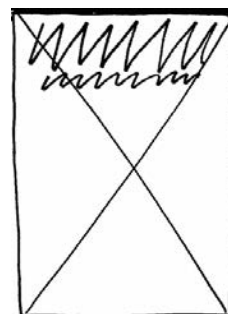
3. OTROS TEXTOS

Dep. Leg. V. 105-1961

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out C

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Tres Cruces y tres claves

Real

2) Lugar Monte Calvario

Real

3) Tiempo noche

Definido

Signos

SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel
 imagen paso Ultima cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz
 detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios
 detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos

Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos

FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrerocalañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

El fondo negro de la ilustración nos sitúa en la noche. Las tres cruces que integran el cartel nos sitúan en la crucifixión de Jesucristo a través de los siguientes signos: la disposición de las cruces donde la central es de mayor tamaño y ocupa todo el área de la imagen y las otras dos están a derecha e izquierda de la principal como en el pasaje bíblico que relata los hechos. La cruz central es la de Cristo esto nos lo dice el siguiente icono lleva dispuesta en la intersección de los palos tres clavos que son los clavos que traspasaron las manos y pies del Señor para sujetarlo a la cruz y que son venerados por los cristianos. Religiosidad.

El color amarillo de la Cruz de Cristo ilumina la noche con todo el significado que para la fé cristiano conlleva este mensaje: Jesucristo es la luz en las tinieblas y ha venido al mundo a rescatar al hombre del sufrimiento que le procuran sus pecados cargando con las culpas de todos los hombres mediante este castigo que es la muerte de cruz. Este amarillo luminoso preconiza además la Resurrección de Cristo acto final de la pasión y muerte de Cristo que muestra la fuerza de Dios sobre todas las cosas y la aceptación del sacrificio de su hijo que rescata de la así a todos los hombres que creen en él y les abre las puertas del cielo para la vida eterna. El perdón gratuito que lleva a la vida inmortal.

Otros datos

Año: 1962 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: DIGITALIZADO ALMUDÍ: "1""a"Laorden, Antonio"ZZ0004298" "10""a"Murcia"h" [Material gráfico]"b": Semana Santa 1962 (Abril)"c" / A.Laorden. -- " ""a"[S.l."b" : s.n]"c", D. L. 1962"e" (Valencia"f" : Lit. Ortega) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 94 x 62 cm Y " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 50 x 33 cm " ""a"Representa: Nazareno con una cruz "14""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * "1""a"MU-AM"j" 92C (1-5) * "1""a"MU-AM"j" 92C (1-3) EL DEPÓSITO LEGAL DEL ORIGINAL LLEVA ESCRITO EL AÑO 1.961

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 94 x 62 cm 50 x 33 cm N° de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

ABRIL.1962

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: Antonio Laorden si no

6) Imprenta: LIT. ORTEGA S.A. BARCO 12 VALENCIA si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

DEPOSITO LEGAL V. 3216-1961

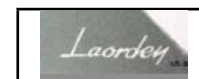
ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out C

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Mayordomo colorao con cetro andando sobre sombra cruz Real

2) Lugar aire libre Real

3) Tiempo indefinido Definido

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel imagen paso Última cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios detalle trono OracuHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafrente Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

Un nazareno colorao con la cara descubierta, túnica larga y zapatos de charol negro con hebilla rectangular, con cetro en la mano va caminando todo lo cual nos indica que nos encontramos en Murcia. La indumentaria es la propia de los nazarenos *mayordomos* cuya misión es organizar y vigilar que la procesión se realice correctamente. Si a esto sumamos la sombra que se proyecta en el suelo por donde camina el protagonista entendemos que se encuentra en pleno desfile procesional por las calles de Murcia.

El mismo atuendo del pasado indica tradición.

El movimiento se transmite en la postura del mayordomo que camina hacia delante siguiendo a la cruz. Sabemos que avanza porque nos lo indica la postura en plena zancada de la pierna izquierda y brazo del mismo lado y la inclinación del cetro que sujeta con la mano de este brazo.

La cruz habla de religiosidad.

Otros datos

En el catálogo del ALMUDÍ aparece que el depósito legal es del mismo año que el cartel "1 ""a"Laorden, Antonio"ZZ0004298" "10""a"Murcia"h" [Material gráfico]"b" : Semana Santa 1962 (Abril)"c" / A.Laorden. -- " ""a"[S.I."b" : s.n]"c", D. L. 1962"

SIN EMBARGO, EL DEPÓSITO LEGAL DEL ORIGINAL LLEVA ESCRITO EL AÑO 1.961 como se puede comprobar en el original que el mismo Almudí ofrece digitalizado

Año: 1963 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: DIGITALIZADO ALMUDÍ: "10""a"Murcia"h" [Material gráfico]"b" : Semana Santa 1963. -- " ""a"[S.l."b" : s.n.]"c", 1963"e" (Murcia"f" : Litografía Pagan) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 50 x 35 cm Y " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 77 x 54 cm " ""a"Representa: Virgen de los Dolores "14""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * "1 ""a"MU-AM"j" 99C (1-9) * "1 ""a"MU-AM"j" 99C (1-6)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 50 x 35 cm 77 x 54 cm Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Semana Santa

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Murcia 1963

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: DIAPOSITIVA 6X6 FOTO LOPEZ si no

6) Imprenta: REPRODUCCIÓN-RECORDGRAPH-MURCIA Litografía C.pagán Murcia si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



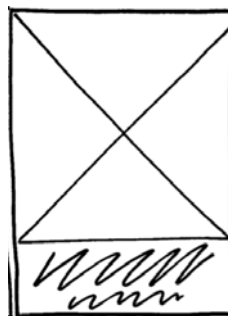
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

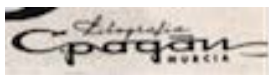
1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Litografía C.pagán Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Talla de Virgen Dolorosa de Salzillo

2) Lugar

3) Tiempo mañana de cielo despejado y luminoso de Viernes Santo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel imagen paso Ultima cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrerocalañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La religiosidad aparece en primera plana con la fotografía de la talla de la Dolorosa de Salzillo y los dos angelotes de su trono.

La imagen esta en plena calle de ciudad pues vemos edificios, farolas y antenas propias de la misma. Hay personas mirando y asoma el capuz morado de un nazareno junto al dorado soporte y el adorno de flores (calas, claveles y azahar) por todo ello sabemos que se trata de un desfile procesional.

El cielo azul del fondo a plena luz del día nos sitúa en la mañana del viernes santo puesto que el capuz es morado y entonces solo salía esta procesión penitente matutina ya que la de domingo de resurrección no lleva pasos de pasión como el presente.

El arte se reconoce en la talla del escultor y el valor de las tradiciones en el mantenimiento de las costumbres en este caso de las procesiones, atuendos y costumbres.

Otros datos

Por primera vez se detalla en texto por separado al autor de la fotografía (FOLO LOPEZ), a la empresa que ha hecho las reproducciones (REPRODUCCIÓN-RECORDGRAPH-MURCIA) y a la empresa que ha imprimido los textos (Litografía C.pagán Murcia) y que imprime su logotipo para informar de su trabajo en vez de en una línea de texto como se venía haciendo y como continuó siendo en el futuro.

Año: 1964 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: no digitalizado ALMUDÍ:"1 ""a"López, Juan"d" (1914-1985)"ZZ0001551"10""a"Semana Santa"h" [Material gráfico]"b" : 964"c" / López. -- " ""a"[Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia]"c", 1964 1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 74 x 50 cm y 50 x 35 cm"a" Fotografía del "San Juan" de Francisco Salzillo " ""a"Editor tomado del escudo que aparece en el cartel"14""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * " ""a" MU-AM"j" 19C"t" (1-8)* « »«a» MU-AM«j» 19C«t» (1-5)

Estado Localizado NO imagen Tamaño si no 74 x 50 cm 50 x 35 cm N° de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: López, Juan (1914-1985) si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Escudo

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar 3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel imagen paso Última cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios detalle trono Oracuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafrente Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Fotografía del "San Juan" de Francisco Salzillo
Dos tamaños

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1965 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: DIGITALIZADO POR EL ALMUDÍ "1 ""a"Párraga, José María"ZZ0002346" "10""a"Semana Santa"h" [Material gráfico]"b" : 1965"c" / Párraga. -- " ""a"[Murcia]"b" : [Ayuntamiento de Murcia?]"c", 1965 " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 64 x 47 cm Y " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 95 x 65 cm " 4""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705"" 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * " ""a" MU-AM"j" 7C"t" (1-3)

Estado Tamaño si no 95 x 65 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

1965

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: Párraga, José María

si no

6) Imprenta: Gráficas BELKROM Murcia

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

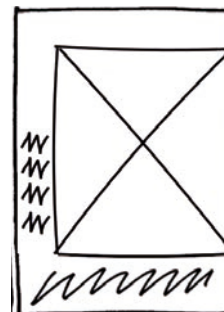
D. L. MU. 6 - 1965

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Gráficas BELKROM Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Nazarenos cargando un paso con la cruz junto al por el puente viejo

2) Lugar

3) Tiempo Noche

Signos

SS Murcia

- | | | | | | | | | |
|---|---------------------------------------|--|--------------------------------------|--|--|---|---------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> enaguamedia | <input type="checkbox"/> coron espina | <input type="checkbox"/> Virgen Dolor. | <input type="checkbox"/> mayordomo | <input checked="" type="checkbox"/> naz entero | <input checked="" type="checkbox"/> coloraos | <input type="checkbox"/> moraos | <input type="checkbox"/> burlas | <input type="checkbox"/> angel |
| <input checked="" type="checkbox"/> imagen paso | <input type="checkbox"/> Ultima cena | <input type="checkbox"/> Prendimiento | <input type="checkbox"/> Crucificado | <input checked="" type="checkbox"/> nazestante | <input type="checkbox"/> bocinas | <input type="checkbox"/> azotes | <input type="checkbox"/> flores | <input checked="" type="checkbox"/> cruz |
| <input type="checkbox"/> detalle paso | <input type="checkbox"/> NtroPaJesús | <input type="checkbox"/> vara estante | <input type="checkbox"/> Resucitado | <input type="checkbox"/> San Juan | <input type="checkbox"/> palmera | <input type="checkbox"/> clavos | <input type="checkbox"/> cirios | |
| <input type="checkbox"/> detalle trono | <input type="checkbox"/> OracHuerto | <input type="checkbox"/> nazpenitente | <input type="checkbox"/> Otros Pasos | <input type="checkbox"/> Verónica | <input type="checkbox"/> manola | <input checked="" type="checkbox"/> capuz | <input type="checkbox"/> cetro | |

Signos

Murcia

- | | | | | | | |
|--|---|---|------------------------------------|---|----------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Torre Catedral | <input type="checkbox"/> Teatro Romea | <input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento | <input type="checkbox"/> Obispado | <input checked="" type="checkbox"/> Edificios | <input type="checkbox"/> Barraca | <input type="checkbox"/> Moneo |
| <input checked="" type="checkbox"/> Puente Viejo | <input type="checkbox"/> Traje regional | <input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta | <input type="checkbox"/> Imafronte | <input type="checkbox"/> Palmera | <input type="checkbox"/> Huerta | <input type="checkbox"/> Río |

Signos

FP

Murcia

- | | | | | | | | |
|---|--|--|-----------------------------------|----------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> productos huerta | <input type="checkbox"/> aperos labranza | <input type="checkbox"/> burro/caballo | <input type="checkbox"/> huertana | <input type="checkbox"/> chaleco | <input type="checkbox"/> mueble | <input type="checkbox"/> dioses | <input type="checkbox"/> flores |
| <input type="checkbox"/> sombrerocalañés | <input type="checkbox"/> moño picaporte | <input type="checkbox"/> castañuelas | <input type="checkbox"/> huertano | <input type="checkbox"/> mantón | <input type="checkbox"/> bengala | <input type="checkbox"/> manta | <input type="checkbox"/> fuego |
| <input type="checkbox"/> pareja huertanos | <input type="checkbox"/> niño huertano | <input type="checkbox"/> hachonero | <input type="checkbox"/> zaragüel | <input type="checkbox"/> carroza | <input type="checkbox"/> fartificia | <input type="checkbox"/> pájaro | <input type="checkbox"/> refajo |
| <input type="checkbox"/> virgen fuensanta | <input type="checkbox"/> guitarra&otro | <input type="checkbox"/> esparteña | <input type="checkbox"/> montera | <input type="checkbox"/> barraca | <input type="checkbox"/> sardina | <input type="checkbox"/> gayao | <input type="checkbox"/> baile |

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

Se trata de actos religiosos puesto que aparece una cruz.

Se trata de una procesión puesto que se está en plena calle y se reconoce la indumentaria de los personajes.

El puente donde se sitúa un camarín con una Virgen (la de los Peligros) indica que se trata del Puente viejo de la ciudad de Murcia por donde entra el Cristo de la Sangre del Barrio del Carmen a recorrer las calles de la ciudad. Los colores de la ilustración están cargados de significado: el negro de la noche, el rojo de los nazarenos de la procesión de los coloraos, el morado del tiempo de cuaresma y de la famosa procesión del viernes por la mañana-, y el color del madero, vocablo con que se designa a la cruz.

Se trata de actos populares ya que está abiertos al público y de tradición pues se conserva la indumentaria y los elementos fundamentales.

Las líneas curvas de todos los elementos del cartel, incluida la tipografía manual, indican el movimiento propio de las procesiones.

La firma del conocido pintor murciano impregna de carácter artístico a lo anunciado-

Otros datos

Año: 1966 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: ARCHIVO ALMUDÍ digitalizado "1""a"Laorden, Antonio"ZZ0004298" "10""a"Semana Santa, Fiestas de Primavera"h" [Material gráfico]"b" : declaradas de interés turístico : 1966, 1-17 abril"c" / Laorden. - " ""a"[Murcia?"b" : Ayuntamiento de Murcia?"c", 1966" ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 94 x 63 cm y " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 49 x 33 cm " ""a" Incluye fotografías de López " 4""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705""14""a"Fiestas de primavera"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005706 " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * " ""a" MU-AM"j" 9C" (1-9)

Estado Tamaño si no 94 x 63 cm 49 x 33 cm N° de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA Y FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA 1966 1 al 17 de Abril

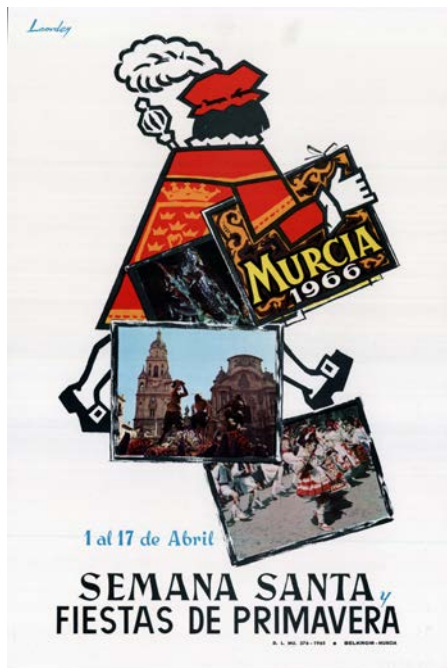
4) Anunciante: organiza y colabora: si no

5) Autor: Laorden, Antonio Incluye fotografías de López si no

6) Imprenta: BELKROM- MURCIA si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

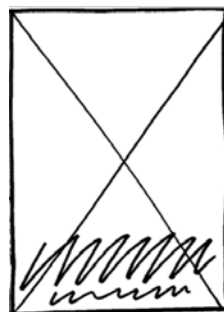
D.L. MU. 376-1965

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Escudo en el atuendo deldel AyuntamientoEscudo del Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

Laorden

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel imagen paso Última cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios detalle trono Oracuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

En esta ilustración se da mucha importancia a la labor del Ayuntamiento de la ciudad para prepara las fiesta de Semana Santa y Fiestas de Primavera puesto que el personaje central pertenece a dicha institución.

Las fotografías de estas dos semanas de festejos muestran el centro de la ciudad porque aparece la puerta de la catedral, imafronte y la torre de la misma. Los trajes regionales que visten los niños de una de las fotos así como los capuces que asoman en otra de las fotos nos indican que se trata de fiestas donde se mantienen y se transmiten las tradiciones populares tanto religiosas (procesiones) como civiles (bando de la huerta y entierro de la sardina) y todas folklóricas.

El movimiento de las fiesta aparece en la disposición de los elementos del cartel, en la postura del macero que camina y en la foto de los niños que bailan en plena calle.

Otros datos

INCLUYE LAS DOS FIESTAS

APARECE POR PRIMERA VEZ EN EL PERIODO EN ESTUDIO UN SIGNO DE IDENTIDAD DE LA INSTITUCIÓN ENCARGADA DE ORGANIZAR LAS FIESTAS

El depósito legal que aparece en el cartel original lleva la fecha de 1965 no del 66 como ocurre con el de 1962

Año: 1967 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: DIGITALIZADO ALMUDÍ: "1 ""a"Laorden, Antonio"ZZ0004298" "10""a"Semana Santa, Fiestas de Primavera"h" [Material gráfico]"b" : 1967,19 marzo-9 abril"b" / Laorden. -- " ""a"[Murcia?"b" : Ayuntamiento de Murcia?"c" , 1967 " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 79 x 55 cm "14""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705""14""a"Fiestas de primavera"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005706" "4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * ""a" MU-AM"j" 18C"t" (1-6) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 49 x 33 cm * ""a" MU-AM"j" 18C"t" (1-8)

Estado Tamaño si no 79 x 55 cm 49 x 33 cm Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no

murcia

3) Fechas: si no

19 de MARZO a 9 de ABRIL . AÑO 1967

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: Laorden, Antonio

si no

6) Imprenta: I.G.Policrón, S.A.

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADAS FIESTAS DE INTERÉS TURÍSTICO



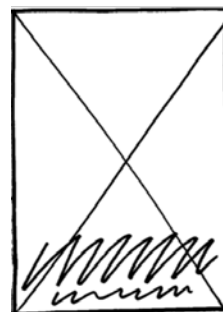
3. OTROS TEXTOS

D.L. MU.- 20 -1967

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel imagen paso Ultima cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafrente Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrerocalañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La escena une entorno a una joven huertana ataviada con el traje regional y con flores en las manos a dos mozos. Uno a su izquierda vestido de nazareno y otro a su derecha vestido de huertano.

La joven simboliza la primavera y las fiestas populares de la ciudad (traje de huertana) que se celebran en dos semanas consecutivas (semana santa y fiestas de primavera) que tienen a esta estación de las flores como denominador común.

La tradición popular y el folklore son clave en los festejos tanto religiosos (nazareno colorao) como civiles. Las prendas con las que viste el joven huertano son para días especiales, la camisa los botones charros de plata la manta y el sombrero calañés. El nazareno deja ver el tradicional pañuelo que los estantes se colocan bajo el capuz para recoger el sudor de los traslados. El detalle del caramelo que le ofrece el estante a la chica muestra una de las tradiciones más antiguas de estas fechas en cuanto al reparto de alimentos como obra de caridad como el reparto de los productos de la huerta propia del bando de la huerta.

Hay movimiento en el cartel en las posturas de los protagonistas que van caminando y los varones parecen querer conquistar a la chica central. La escena presenta un tono seductor que invita al espectador a disfrutar de las mismas.

Otros datos

Aparece por primera vez el texto DECLARADAS FIESTAS DE INTERÉS TURÍSTICO Información de la concesión de la declaración en el Boletín del Ayuntamiento.

Año: 1968 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: no digitalizado ALMUDI: "10""a"Semana Santa"h" [Material gráfico]"b" : 1968, 7 - 14 abril. --
" ""a"[Madrid?]"b" : Ministerio de Información y Turismo. Dirección
General de Promoción del Turismo"c", 1968 " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 60 x 40 cm
" ""a"El cartel representa "La Oración del Huerto" de Francisco
Salzillo "14""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705"
" 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * " ""a" MU-AM"j" 21C"t" (1-4)

Estado Tamaño si no 60 x 40 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Ministerio de Información y Turismo. Dirección General de Promoción del Turismo.

5) Autor: SIN AUTOR DOCUMENTADO si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar 3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel imagen paso Última cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios detalle trono Oracuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

El cartel representa "La Oración del Huerto" de Francisco Salzillo

Otros datos

Año: 1969 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Programa del año 1969 Encontrado en <http://www.lahornacina.com/dossiercartel4.htm>

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel imagen paso Ultima cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1969 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Cabildo de Cofradías: FOTO YO

Foto de un marco con cristal cedida por el Almúdí EN CATÁLOGO ALMUD́ SIN SIGITALIZAR "1 ""a"Catalá Roca, F."ZZ0004295" "10""a"Semana Santa"h" [Material gŕfico]"b" : 31 marzo - 6 abril"c" / F. Cataĺa Roca. -- " ""a"[S.I.]"b" : Ministerio de Informacíon y Turismo, Direccíon General de Promocíon del Turismo"c", D.L. 1974 " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 60 x 40 cm ""a"Fotograf́a de "El Prendimiento" de Francisco Salzillo "14""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"- Carteles"ZZ0004287" * " ""a" MU-AM"j" 4C"t" (1-4). Detectado error en el dato del deṕsito legal que no es 1.974 sino D.L.M. 2.676-XI-974

Estado Localizado SI imagen Tamáno si no 60 x 40 cm

Nº de tamános 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no

ESPÁNA MURCIA

3) Fechas: si no

DEL 31 DE MARZO AL 6 DE ABRIL

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

PUBLICACIONES DEL MINISTERIO DE INFORMACÍON Y TURISMO - DIRECCÍON GENERAL DE PROMOCÍON DEL TURISMO

5) Autor: FOTO: F. Cataĺa Roca

si no

6) Imprenta: Printed in Spain- Impreso por Gŕaficas Reunidas, S. A. , Herмосilla, 110, Madrid -9-

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

EL PRENDIMIENTO SALZILLO



3. OTROS TEXTOS

Ejemplar gratuito - Venta prohibida - D. L. 2.676-XI-974

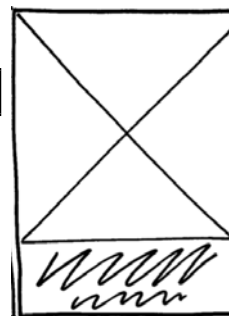
ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustracíon

2) Margen

3) Tipo lay out

3) Identidad Gŕfica: si no



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Bustos del beso de Judas de la talla de El Prendimiento

2) Lugar

3) Tiempo

Signos

SS Murcia

<input type="checkbox"/> enaguamedia	<input type="checkbox"/> coron espina	<input checked="" type="checkbox"/> Virgen Dolor.	<input type="checkbox"/> mayordomo	<input type="checkbox"/> naz entero	<input type="checkbox"/> coloraos	<input checked="" type="checkbox"/> moraos	<input type="checkbox"/> burlas	<input type="checkbox"/> angel
<input type="checkbox"/> imagen paso	<input type="checkbox"/> Ultima cena	<input checked="" type="checkbox"/> Prendimiento	<input type="checkbox"/> Crucificado	<input type="checkbox"/> nazestante	<input type="checkbox"/> bocinas	<input type="checkbox"/> azotes	<input type="checkbox"/> flores	<input type="checkbox"/> cruz
<input checked="" type="checkbox"/> detalle paso	<input type="checkbox"/> NtroPaJesús	<input type="checkbox"/> vara estante	<input type="checkbox"/> Resucitado	<input type="checkbox"/> San Juan	<input type="checkbox"/> palmera	<input type="checkbox"/> clavos	<input type="checkbox"/> cirios	
<input type="checkbox"/> detalle trono	<input type="checkbox"/> Oracuerto	<input type="checkbox"/> nazpenitente	<input type="checkbox"/> Otros Pasos	<input type="checkbox"/> Verónica	<input type="checkbox"/> manola	<input type="checkbox"/> capuz	<input type="checkbox"/> cetro	

Signos

Murcia

<input type="checkbox"/> Torre Catedral	<input type="checkbox"/> Teatro Romea	<input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Obispado	<input type="checkbox"/> Edificios	<input type="checkbox"/> Barraca	<input type="checkbox"/> Moneo
<input type="checkbox"/> Puente Viejo	<input type="checkbox"/> Traje regional	<input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta	<input type="checkbox"/> Imafrente	<input type="checkbox"/> Palmera	<input type="checkbox"/> Huerta	<input type="checkbox"/> R í o

Signos

FP

Murcia

<input type="checkbox"/> productos huerta	<input type="checkbox"/> aperos labranza	<input type="checkbox"/> burro/caballo	<input type="checkbox"/> huertana	<input type="checkbox"/> chaleco	<input type="checkbox"/> mueble	<input type="checkbox"/> dioses	<input type="checkbox"/> flores
<input type="checkbox"/> sombrero cala ́ nes	<input type="checkbox"/> mo ́ no picaporte	<input type="checkbox"/> casta ́ nuelas	<input type="checkbox"/> huertano	<input type="checkbox"/> mant ́ on	<input type="checkbox"/> bengala	<input type="checkbox"/> manta	<input type="checkbox"/> fuego
<input type="checkbox"/> pareja huertanos	<input type="checkbox"/> ni ́ o huertano	<input type="checkbox"/> hachonero	<input type="checkbox"/> zarag ́ uel	<input type="checkbox"/> carroza	<input type="checkbox"/> fartificia	<input type="checkbox"/> p á jaro	<input type="checkbox"/> refajo
<input type="checkbox"/> virgen fuensanta	<input type="checkbox"/> guitarra&otro	<input type="checkbox"/> espartea ́ nia	<input type="checkbox"/> montera	<input type="checkbox"/> barraca	<input type="checkbox"/> sardina	<input type="checkbox"/> gayao	<input type="checkbox"/> baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

EL cartel transmite ante todo arte al centrar la imagen en un detalle de las talla del escultor internacional Francisco Salzillo. No hay más información connotada en el cartel respecto de la Semana Santa Murciana puesto que el mismo está elaborado para atraer el turismo de fuera de la ciudad y se indica estas fechas como las oportunas para ver el arte en las calles.

Otros datos

Es la primera vez que encontramos un cartel de la semana santa de Murcia editado por un organismo central encargado de la promoción del turismo de España en el extranjero por esto la importancia del término España con el mayor tamaño de letra que hace las veces de titular del cartel.

Detectado error en la catalogación del Almuñé en el dato del depósito legal que no es 1.974 sino D.L.M. 2.676-XI-974 nosotros lo hemos comprobado buscando en los calendario de 1968 hasta 1974 y las fechas del cartel coinciden con los de la semana santa de 1969 además hemos hecho foto con mucha resolución a los créditos del cartel original del cabildo de cofradías y no pone 1974 sino D.L.M. 2.676-**XI-974**

Año: 1970 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: no digitalizado ALMUDÍ: "10""a"Semana Santa y Fiestas de primavera"h" [Material gráfico]"b" : 1970, 22 marzo - 7 abril. -- " ""a"[Madrid?]"b" : Ministerio de Información y Turismo. Dirección General de Promoción del Turismo"c", 1970?" ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 60 x 40 cm " ""a"El cartel representa una carroza en un desfile "14""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705""14""a"Fiestas de primavera"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005706"" 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * " ""a" MU-AM"j" 22C"t" (1-5)

Estado Localizado NO imagen Tamaño si no 60 x 40 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Ministerio de Información y Turismo. Dirección General de Promoción del Turismo

5) Autor: SIN AUTOR si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar 3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel imagen paso Ultima cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafrente Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrerocalañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1971 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: DIGITALIZADO ALMUDÍ: "1""a" Lorente, Tomás"ZZ0000140"
"10""a" Murcia Semana Santa 1971" h" [Material gráfico]" b" : declarada de interés turístico" c" / Foto, Tomás. -- " ""a" Murcia" b" : Ayuntamiento de Murcia" c", 1971" e" (Murcia" f" : Tip. Belmar " ""a" 1 lám. (cartel)" b" : col." c" ; 86 x 53 cm D.L. " ""a" MU-17-71 "14""a" Semana Santa" z"-Murcia" j"-Carteles" ZZ0005705" " 4""a" Murcia" x"-Fiestas" j"-Carteles" ZZ0004287"
* "1 ""a" MU-AM" j" 175C (1-9)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 86 x 53 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

1971

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

5) Autor: FOTO TOMAS

si no

6) Imprenta: TIP. BELMAR - MURCIA Polo Medina, 10

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADA DE INTERÉS TURÍSTICO



3. OTROS TEXTOS

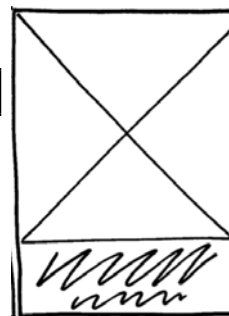
Depósito Legal MU -17-17

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Escudo del Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel
 imagen paso Última cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz
 detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios
 detalle trono Oracuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafrente Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro espartaña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La imagen de Ntro Padre Jesús Nazareno inunda de religiosidad al cartel. Junto al cielo azul y luminoso y los claveles que lo adornan lo sitúan en una estación cálida y soleada de explosión vegetal como es la primavera. Una talla al aire libre junto con un capuz que asoma a su lado y las partes del trono dorado donde se apoya dan las informaciones necesarias para situarnos en un desfile procesional en plena calle ya que podemos ver las azoteas de edificios e incluso una antena.

Los conocedores de las tradiciones y la cultura Murciana saben que la fotografía se ha realizado el viernes santo por la mañana ya sea porque reconocen el paso que da nombre a la cofradía de esta procesión matutina (también conocido como los Salzillos aunque esta imagen no se atribuye al artista sino que es de autor anónimo), ya sea por el color del capuz de la estampa que es morado y corresponde a tal evento.

El capuz del nazareno, el trono del paso, los adornos florales se mantiene y conservan la tradición religiosa y artística de la cultura popular murciana.

El movimiento vuelve a aparecer en el cartel en esta ocasión de la mano de la postura del Cristo caminante.

Religiosidad, tradición, arte y cultura popular se transmiten en el cartel de 1971.

Otros datos

Año: 1972 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Imagen encontrada en la web de la archicofradía con el sello de todocoleccion.net http://www.cabildocofradiasmurcia.net/infocaps.php?id=7948
no digitalizado ALMUDÍ: "1 ""a"Alarcón, Tomás"ZZ0004343" "10""a"Semana Santa y Fiestas de Primavera"h" [Material gráfico]"b" : 1972, 24 marzo - 9 abril"c" / Fotografía Tomás Alarcón. -- " ""a"Murcia"b" : [Ayuntamiento de Murcia?]"c", 1972 " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 88 x 57 cm " ""a"Fotografía : "La Dolorosa" de Francisco Salzillo "14""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705" "14""a"Fiestas de primavera"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005706" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" "04""a"Carteles"z"-Murcia* " ""a" MU-AM"j" 60C"l" (1-10)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 88 x 57 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA Y FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no
murcia

3) Fechas: si no
1972 DEL 24 DE MARZO AL 9 DE ABRIL

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: Alarcón, Tomás (Fotografía) línea no se lee bien si no

6) Imprenta: línea no se lee bien si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADA DE INTERÉS TURÍSTICO

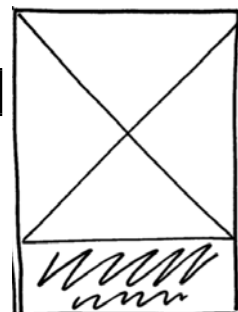
3. OTROS TEXTOS



ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Fotografía 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out F ▼

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: gran girasol y nazareno con cirio y paso de la Dolorosa de Salzillo saliendo de la iglesia Real

2) Lugar Iglesia de San Andrés Murcia Real

3) Tiempo Mañana soleada de viernes santo Definido

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel
 imagen paso Ultima cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz
 detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios
 detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrerocalañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

El estallido de la flor que ocupa casi todo el cartel parece una metáfora del sol tanto por el color anaranjado y amarillo como por la forma de sus pétalos que recuerdan a los rayos del sol. Sol y flores junto al cielo azul nos indican la estación primaveral. En este contexto la fotografía de la procesión del viernes santo por la mañana se centra en la salida de la imagen de La Dolorosa de Salzillo- Arte y tradición se funde en todas las procesiones de la ciudad y se toma esta concreta por ser Francisco Salzillo el más ilustre imaginero reconocido como tal dentro y fuera de España. El movimiento captado en la fotografía llega al público de forma directa al ver a los estantes sujetar y trasladar a la imagen.

Otros datos

La letra pequeña donde se suelen colocar los datos de impresión, depósito legal e imprenta no se leen bien.

Año: 1973 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: NO LOCALIZADO

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia	<input type="checkbox"/> enaguamedia	<input type="checkbox"/> coron espina	<input type="checkbox"/> Virgen Dolor.	<input type="checkbox"/> mayordomo	<input type="checkbox"/> naz entero	<input type="checkbox"/> coloraos	<input type="checkbox"/> moraos	<input type="checkbox"/> burlas	<input type="checkbox"/> angel
	<input type="checkbox"/> imagen paso	<input type="checkbox"/> Última cena	<input type="checkbox"/> Prendimiento	<input type="checkbox"/> Crucificado	<input type="checkbox"/> nazestante	<input type="checkbox"/> bocinas	<input type="checkbox"/> azotes	<input type="checkbox"/> flores	<input type="checkbox"/> cruz
	<input type="checkbox"/> detalle paso	<input type="checkbox"/> NtroPaJesús	<input type="checkbox"/> vara estante	<input type="checkbox"/> Resucitado	<input type="checkbox"/> San Juan	<input type="checkbox"/> palmera	<input type="checkbox"/> clavos	<input type="checkbox"/> cirios	
	<input type="checkbox"/> detalle trono	<input type="checkbox"/> OracHuerto	<input type="checkbox"/> nazpenitente	<input type="checkbox"/> Otros Pasos	<input type="checkbox"/> Verónica	<input type="checkbox"/> manola	<input type="checkbox"/> capuz	<input type="checkbox"/> cetro	

Signos Murcia	<input type="checkbox"/> Torre Catedral	<input type="checkbox"/> Teatro Romea	<input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Obispado	<input type="checkbox"/> Edificios	<input type="checkbox"/> Barraca	<input type="checkbox"/> Moneo
	<input type="checkbox"/> Puente Viejo	<input type="checkbox"/> Traje regional	<input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta	<input type="checkbox"/> Imafronte	<input type="checkbox"/> Palmera	<input type="checkbox"/> Huerta	<input type="checkbox"/> Río

Signos FP Murcia	<input type="checkbox"/> productos huerta	<input type="checkbox"/> aperos labranza	<input type="checkbox"/> burro/caballo	<input type="checkbox"/> huertana	<input type="checkbox"/> chaleco	<input type="checkbox"/> mueble	<input type="checkbox"/> dioses	<input type="checkbox"/> flores
	<input type="checkbox"/> sombrero calañés	<input type="checkbox"/> moño picaporte	<input type="checkbox"/> castañuelas	<input type="checkbox"/> huertano	<input type="checkbox"/> mantón	<input type="checkbox"/> bengala	<input type="checkbox"/> manta	<input type="checkbox"/> fuego
	<input type="checkbox"/> pareja huertanos	<input type="checkbox"/> niño huertano	<input type="checkbox"/> hachonero	<input type="checkbox"/> zaragüel	<input type="checkbox"/> carroza	<input type="checkbox"/> fartificia	<input type="checkbox"/> pájaro	<input type="checkbox"/> refajo
	<input type="checkbox"/> virgen fuensanta	<input type="checkbox"/> guitarra&otro	<input type="checkbox"/> esparteña	<input type="checkbox"/> montera	<input type="checkbox"/> barraca	<input type="checkbox"/> sardina	<input type="checkbox"/> gayao	<input type="checkbox"/> baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1974 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: CABILDO COFRADIA: FOTO YO

no digitalizado ALMUDÍ datos: "1 ""a"López, Juan"d" (1914-1985)"ZZ0001551"

"10""a"Semana Santa"h" [Material gráfico]"b" : 1974"c" / López. -- " ""a"[Murcia"b" :Ayuntamiento de Murcia]"c", 1974

" ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 51 x 35 cm " ""a"Fotografía de "La Verónica" de Francisco Salzillo

" ""a"Editor tomado del escudo que aparece en el cartel "14""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705"

" 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * " ""a" MU-AM"j" 42C"t" (1-6)

Estado Tamaño si no 51 x 35 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

1974

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: Foto LOPEZ

si no

6) Imprenta: Nogués. Murcia. Platería, 39. - 1974

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

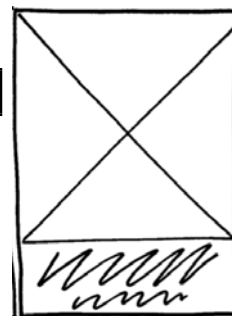
Depósito Legal MU 33. - 1974

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Escudo Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Paso de la Verónica de Salzillo

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel
 imagen paso Ultima cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz
 detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios
 detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

MISMO PASO QUE 1978

Convergencia denotación/connotación:

La talla de "La Verónica" de Francisco Salzillo sobre el trono dorado adornado con claveles junto a los capuces de los estantes y bajo el cielo azul y luminoso nos transmiten mucha información: nos sitúan en Murcia ya que el conocido autor de la imagen es Francisco Salzillo que lleva el nombre de la ciudad unido a su persona y a su arte; que el día retratado es el viernes santo porque en la mañana de este día de pasión es cuando se sacan en procesión los pasos de la iglesia de la cofradía de Ntro. Padre Jesús a la que pertenece la imagen de la Verónica.

La luz del día y el azul del cielo junto con los claveles nos indican que estamos en la estación donde estalla lan las flores, en primavera.

La tradición popular y el arte se unen en la imagen mediante la obra del artista y los capuces inmutables en el tiempo. Se trata de un acto religioso.

Otros datos

Año: 1975 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente:

CABILDO COFRADIA: FOTO YO

no digitalizado ALMUDÍ datos: "1 ""a"Mechó"ZZ0004305" "10""a"Semana Santa"h" [Material gráfico]"b": 1975 : 23 - 30 marzo"c" / Mechó. -- " ""a"[Murcia]"b": [Ayuntamiento de Murcia]"c", 1975 " ""a"1 lám. (cartel)"b": col."c": 88 x 62 cm "14""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705"" 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287""* " ""a" MU-AM"j" 41C"t" (1-6)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 88x62 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

1975 DEL 23 AL 30 DE MARZO

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: Mechó

si no

6) Imprenta: BELMAR-Murcia- Polo de Medina, 10

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADA DE INTERES TURISTICO

3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

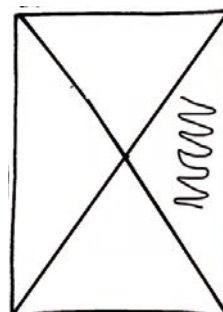
1) Tipo de ilustración Pintura de autor

2) Margen A sangre

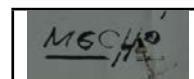
3) Tipo lay out R ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Escudo Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Nazareno morao penitente descalzo

Real

2) Lugar caminando

Real

3) Tiempo tiempo de procesiones

Definido

Signos

SS Murcia

enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel
 imagen paso Última cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz
 detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios
 detalle trono Oracuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos

Murcia

Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafrente Palmera Huerta Río

Signos

FP

Murcia

productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La ilustración está cargada de connotaciones religiosas por la perspectiva aérea del nazareno penitente donde se aprecia el esfuerzo para cargar con la cruz en una postura inclinada hacia delante que transmite el recogimiento y la humildad del penitente y la imitación de Cristo camino del Calvario. Los pies descalzos que presiden la imagen dan también prioridad al significado religioso penitencial de los nazarenos penitentes más que a la suntuosidad, belleza y folklore de los desfiles procesionales.

La tradición murciana se conserva en la forma de las túnicas, los guantes blancos y la peculiar forma del capuz murciano de punta redonda en vez del capirote puntiagudo generalizado en el territorio exterior.

Los colores de la ilustración son el morado y el rojo que son los colores de las procesiones del viernes y miércoles santo más populares y que a más público atraen a su paso. Morado de la cuaresma penitencial, rojo de la Sangre de Cristo que redime a todos los hombres y negro de la muerte del Señor se combinan en este cartel.

Otros datos

Capuz RAE acepción: Vestidura larga y holgada, con capucha y una cola que arrastraba, que se ponía encima de la ropa, y servía en los lutos.

Año: 1976 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: ALMUDÍ DIGITALIZADO : "1 ""a"Cánovas"ZZ0004319" "10""a"Semana Santa"h" [Material gráfico]"b" : 1976, 11 - 18 abril" / Cánovas. -- " ""a"[Murcia]"b" : [Ayuntamiento de Murcia]"c", 1976 " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 87 x 60 cm " ""a"Editor tomado del escudo que aparece en el cartel "14""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * " ""a" MU-AM"j" 45C"t" (1-6)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 87 x 60 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

76

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: Cánovas si no

6) Imprenta: no se lee si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADA DE INTERES TURISTICO

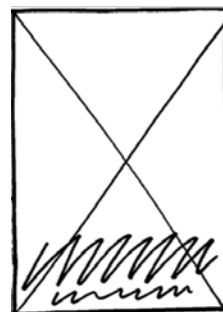
3. OTROS TEXTOS



ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel imagen paso Ultima cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrerocalañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La religiosidad es la connotación más directa del cartel. La imagen se centra en el detalle del hombro donde el penitente carga con tres cruces en el trayecto. Una penitencia elegida para expresar arrepentimiento y purgar los pecados según la tradición popular. como en el año anterior la imagen dan también prioridad al significado religioso penitencial de los nazarenos penitentes más que a la suntuosidad, belleza y folklore de los desfiles procesionales.

Los dos colores del cuadro son el morado y el negro: cuaresma penitencial y negro de la muerte. El morado además es el color de la cofradía de la procesión del viernes santo por la mañana. La luz que se refleja en la figura nos contextualiza en la mañana del viernes santo.

Otros datos

Año: 1977 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: ALMUDÍ DIGITALIZADO: "1 ""a"Muñoz Barberán, Manuel"ZZ0000679""10""a"Semana Santa"h" [Material gráfico]"b" : 1977, 3 -10 abril" c" / Muñoz Barberán. -- " ""a"[Murcia]"b" : [Ayuntamiento de Murcia]"c", 1977 " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 89 x 62 cm " ""a"Representa : Procesión del Viernes Santo con fachada de la Catedral al fondo " ""a"Editor tomado del escudo que aparece en el cartel "14""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * " ""a" MU-AM"j" 56C"t" (1-7)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 89 x 62 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
MURCIA 77 DEL 3 AL 10 DE ABRIL

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

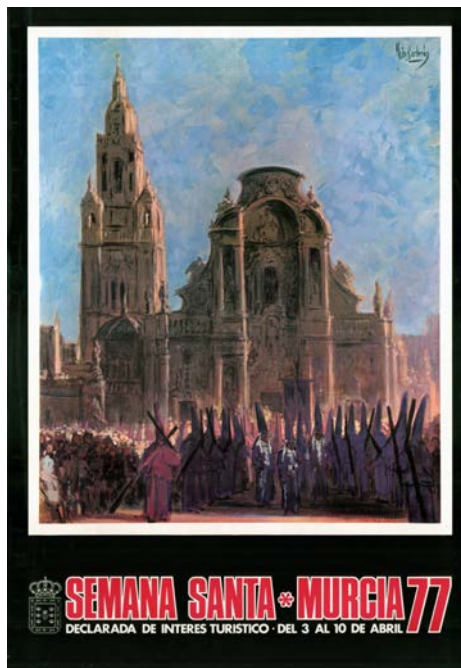
5) Autor: Manuel Muñoz Barberán si no

6) Imprenta: Imprime: I.G. JIMENEZ GODOY. Baden, 19 Murcia-77- si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADA DE INTERES TURISTICO



3. OTROS TEXTOS

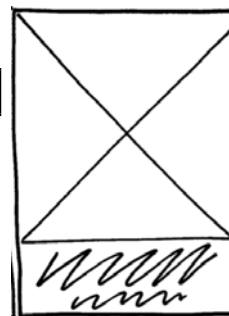
D. L. MU-88/77

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out F ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Escudo del Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: panorámica de la procesión del viernes santo, nazarenos y público Real

2) Lugar Plaza de Belluga de Murcia Real

3) Tiempo mañana soleada de viernes santo Definido

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel imagen paso Última cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios detalle trono Oracuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra & otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La pintura está cargada de connotaciones religiosas. La panorámica de la procesión tiene de fondo la vista de la catedral desde la Plaza de Belluga. Nazarenos penitentes y mayordomos desfilan ante la atención de la gente.
El cielo azul del día y las túnicas moradas de los nazarenos nos sitúan en la mañana del viernes santo.
Es un día de cielo azul y luminoso propio de la primavera.
La tradición murciana se conserva en la procesión.
El movimiento de los penitentes al caminar se transmite en la pintura.

Otros datos

Año: 1978 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: ALMUDÍ DIGITALIZADO: "1""a"Falgas, José María"ZZ0000304" "10""a"Semana Santa"h" [Material gráfico]"b" : 1978, 19 - 26 marzo"c" /Falgas. -- " ""a"Murcia"b" : [Ayuntamiento de Murcia]"c", 1978 " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 69 x 49 cm " ""a"Basado en : La Verónica de Salzillo " ""a"Editor tomado del escudo que aparece en el cartel "14""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"- Carteles"ZZ0005705" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" "04""a"Carteles"z"-Murcia* " ""a" MU-AM"j" 54C"t" (1-6)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 69 x 49 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
MURCIA 78 DEL 19 AL 26 DE MARZO

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: José María Falgas si no

6) Imprenta: No se ve en la imagen si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADA DE INTERES TURISTICO

3. OTROS TEXTOS

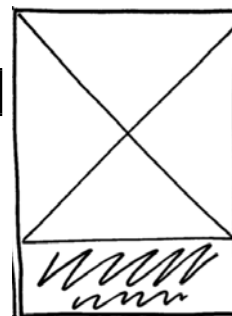
no se ve en la imagen

ELEMENTOS VISUALES

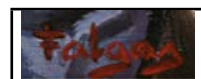
1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Escudo del Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel
 imagen paso Ultima cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz
 detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios
 detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

MISMO PASO 1974

Convergencia denotación/connotación:

La pintura está cargada de connotaciones religiosas. La escena presenta un momento de la procesión en el que se ha parado el paso de La Verónica portado por los estantes y uno de ellos que va sin el capuz, está dando caramelos al público.

Las palmeras son típicas de la ciudad.

El cielo azul del día y las túnicas moradas de los nazarenos nos sitúan en la mañana del viernes santo.

Es un día de cielo azul y luminoso propio de la primavera.

La tradición murciana se conserva en la procesión.

El movimiento de los nazarenos dando caramelos se transmite en la pintura.

Otros datos

Año: 1979 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: ALMUDÍ DIGITALIZADO: "1 ""a"Ballester, Mariano"d" (1916-1981)"ZZ0001766" "10""a"Semana Santa"h" [Material gráfico]"b" : 1979, 8 - 15 abril"c" / Ballester. -- " ""a"Murcia"b" : [Ayuntamiento de Murcia]"c", 1979 " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 69 x 49 cm ""a"Basado en : "Oración del Huerto" de Francisco Salzillo " ""a"Editor tomado del escudo que aparece en el cartel "14""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" "04""a"Carteles"z"-Murcia * " ""a" MU-AM"j" 59C"t" (1-5)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 69 x 49 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
MURCIA 79 DEL 8 AL 15 DE ABRIL

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: Mariano Ballester si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADA DE INTERES TURISTICO

3. OTROS TEXTOS

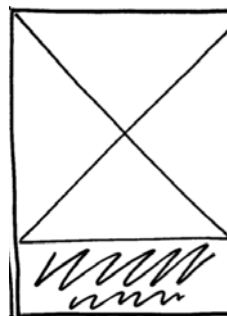
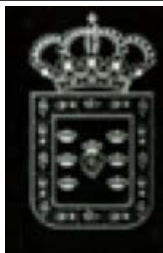


ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Escudo del Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Estante dándole caramelos a niños y paso de la Oración de Huerto

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel imagen paso Última cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios detalle trono Oracuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La pintura está cargada de connotaciones religiosas. La escena se centra en el momento típico de las procesiones de Murcia de dar caramelos a los niños que se levantan a pedir.

El cielo azul del día y las túnicas moradas de los nazarenos y todo el colorido de la pintura nos sitúan en la mañana del viernes santo.

Es un día de cielo azul y luminoso propio de la primavera.

La tradición murciana se conserva en la procesión.

El movimiento se transmite en la postura de los nazarenos estantes que llevan el paso de la Oración del Huerto de Francisco Salzillo.

Otros datos

Año: 1980 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente:

CABILDO COFRADIA: FOTO YO

no digitalizado ALMUDÍ datos : "1 ""a"Martínez Gadea, Vicente"ZZ0004317" "10""a"Semana Santa"h" [Material gráfico]"b" : 1980, 28 - 6 abril"c" /Vicente Martínez Gadea. -- " ""a"Murcia"b" : [Ayuntamiento de Murcia]"c", 1980 " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" : 70 x 49 cm" ""a"Editor tomado del escudo que aparece en el cartel" 4""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705"" 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" "04""a"Carteles"z"-Murcia * " ""a" MU-AM"j" 65C"t" (1-7)

Estado Tamaño si no 70 x 49

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
Murcia 1980 del 28 marzo al 6 abril

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: vicente martinez gadea si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

declarada de interés turístico

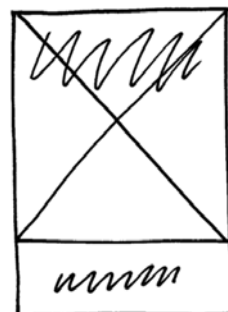


3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel imagen paso Ultima cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafrente Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrerocalañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

La ilustración expresa las distintas cofradías que desfilan por las calles de Murcia a base de una síntesis geométrica de los capuces de los distintos colores de las túnicas de los días de la semana de pasión más conocidos: morado, rojo, magenta, verde. Los colores son intensos y el cartel cobra luz con las líneas blancas de los filos del capuz y el marco del mismo color que rodea la ilustración.

Otros datos

No incluye la declaración de interés turístico de la semana santa de murcia

Año: 1981 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: iMAGEN: WEB DEL LIBRO DE LA CÁMARA DE COMERCIO Diseño Gráfico En Murcia 1899 -1999. (n.d.). Consultado el 16 de agosto de 2012, Cámara Oficial de Comercio Industria y navegación de Murcia, página web de historia de la Cámara: http://www.cocin-murcia.es/php/lacamara/catalogum.php?idreg=10&dat=msmwizaji1vua25vd24j&idcatmenu=52&idsubcatmenu=15&idmenu=12&cabierta=15&ccerrada=15 no digitalizado ALMUDÍ DATOS:"1 ""a"Martínez Gadea, Vicente"ZZ0004317" "10""a"Semana Santa"h" [Material gráfico]"b" : 1981, 10 - 19 abril"e" / Vicente Martínez Gadea. -- " ""a"Murcia"b" : [Ayuntamiento de Murcia?]"c", 1981 " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" : 88 x 64 cm "14""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287""04""a"Carteles"z"-Murcia" " ""a" MU-AM"j" 70C"t" (1-5)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 88 x 64 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA 1981 10 AL 19 DE ABRIL

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: VICENTE MARTINEZ GADEA si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADA DE INTERES TURISTICO

3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Diseño gráfico 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out B ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Escudo del Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Lateral del trono dorado con escudo de Murcia tallado de un paso de semana santa adornado con claveles rojos Real

2) Lugar Murcia capital Real

3) Tiempo Primavera Definido

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel imagen paso Última cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas flores cruz detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios detalle trono Oracuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafrente Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La ilustración resalta el contraste del dorado y el rojo del trono y de los claveles propios de la semana santa. Presenta una luminosidad alejada de la oscuridad de otras imágenes de la semana santa. Expresa más la explosión de la primavera que otros aspectos religiosos.

Otros datos

Año: 1982 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: CABILDO DE COFRADÍAS: FOTO YO no digitalizado ALMUDÍ DATOS: "1 ""a"Aurelio"d" (1930-2000)"ZZ0001044" "10""a"Semana Santa"h" [Material gráfico]"b" : Murcia 1982 del 2 al 11 de abril, declaradas de interés turístico" c" / Aurelio. -- " ""a"Murcia"b" :Ayuntamiento de Murcia, Consejo Municipal de Cultura y Festejos "c", 1982"e" (Murcia"f" : Imprime Jiménez Godoy) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 68 x 47 cmD.L. " ""a"MU/106-1982"14""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"- Carteles"ZZ0005705"" 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287"" "1 ""a"MU-AM"j" 164C (1-5)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 68 x 47 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
MURCIA DEL 2 AL 11 DE ABRIL 1982

4) Anunciante:organiza y colabora: si no
CONSEJO MUNICIPAL DE CULTURA Y FESTEJOS
EXCELENTISIMO AYUNTAMIENTO DE MURCIA

5) Autor: Aurelio si no

6) Imprenta: Imprime JIMENEZ GODOY si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no
DECLARADA DE INTERES TURISTICO

3. OTROS TEXTOS

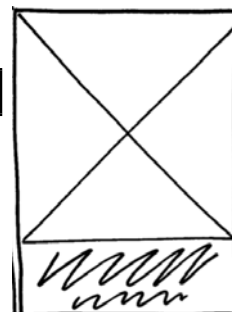
D.L. 106/MU - 1982

ELEMENTOS VISUALES

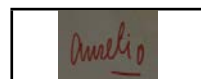
1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Escudo del Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Nazareno estante de vuelta de la procesión con flores en las manos y capuz al hombro en la vara

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel
 imagen paso Ultima cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz
 detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios
 detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafrente Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrerocalañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

En pleno centro de Murcia (Torre de la Catedral) acaba de recogerse la procesión de los coloraos cosa que sabemos porque aparece un nazareno estante con el capuz colgando de la vara que reposa sobre su hombro, con el pañuelo propio de la ocasión en la cabeza y con flores en las manos lo que indica que las ha recogido del paso que portaba una vez que éste ha sido devuelto al templo del que salió. Entendemos que se trata de la procesión del miércoles santo por el color rojo del protagonista.

Tradiciones que se conservan en el vestir y en las acciones que se repiten año tras año y se transmiten a las nuevas generaciones.

Movimiento en este caso de recogida del estante que deambula por la ciudad de noche.

Otros datos

Año: 1983 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: ALMUDÍ DIGITALIZADO: "1 ""a"Gaya, Ramón"d" (1910-)ZZ0000132" "10""a"Semana Santa"h" [Material gráfico]"b" : 1983, 27 marzo - 3 abril"c" /Gaya. -- " ""a"[Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia]"c", 1983 " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c"; 87 x 63 cm " ""a"La pintura de Gaya lleva por título "Homenaje a Salzillo" " ""a"Editor tomado del escudo del que aparece en el cartel "14""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705"" 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * " ""a" MU-AM"j" 11C (1-5)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 87 x 63 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
MURCIA DEL 27 DE MARZO AL 3 DE ABRIL DE 1983

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: Ramón Gaya si no

6) Imprenta: LITOGRAFIA BELMAR. MURCIA si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADA DE INTERES TURISTICO



3. OTROS TEXTOS

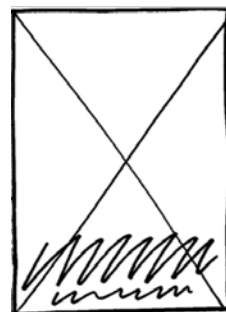
D.L. MU- 68 - 1983

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out C

3) Identidad Gráfica: si no

Escudo del Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Paso de San Juan de Salzillo pasa por debajo de balcón donde una murciana contempla el desfile procesional. Real

2) Lugar Calles de Murcia capital Real

3) Tiempo Mañana primaveral de Viernes Santo Definido

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel imagen paso Última cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios detalle trono Oracuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

El valor artístico del cartel aparece a primera vista de las mano del pintor Ramón Gaya que junto a su firma titula la pintura *Homenaje a Salzillo*, reconocimiento de artista a artista.

En segundo lugar se reconoce la talla de San Juan lo que confiere de religiosidad a lo anunciado.

Este San Juan se encuentra a la vista de todos en plena calle como podemos inferir del balcón de una casa donde una señora contempla el desfile procesional.

La señora lleva un peinado tradicional y representativo de las murcianas (aunque no es el moño de picaporte, si presenta las hondas en las sienes características de la huertana tradicional).

El movimiento viene implícito con el devenir de la procesión.

Otros datos

Año: 1984 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: CABILDO COFRADIAS: FOTO YO

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

15 al 22 de Abril de 1984

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

REAL Y MUY ILUSTRE CABILDO SUPERIOR DE COFRADÍAS. MURCIA

5) Autor: Foto LOPEZ

si no

6) Imprenta: Nogués. Murcia

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

Declarado de Interés Turístico

3. OTROS TEXTOS

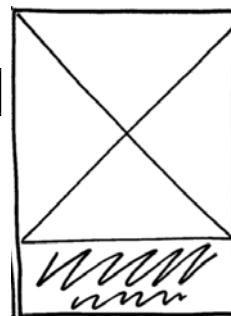
Dep. Leg.: MU -84 - 1984.

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

CABILDO SUPERIOR DE COFRADÍAS DE MURCIA



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Paso de la Virgen de las Angustias de Salzillo con el cuerpo de Cristo descolgado de la cruz

2) Lugar

3) Tiempo

Signos

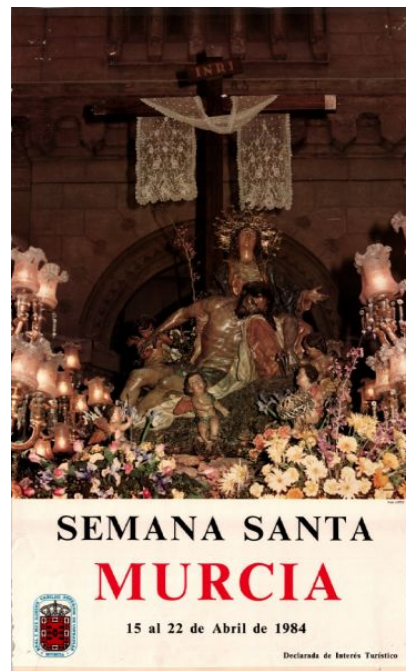
SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel
 imagen paso Ultima cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz
 detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios
 detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos

Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos

FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrerocalañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile



NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La fotografía de la ilustración que muestra el paso de la Virgen de las Angustias donde la madre de Jesús tiene en sus brazos el cuerpo sin vida de su hijo a los pies de la cruz con una espada clavada en el corazón, rodeada de angelotes (uno con los clavos, otro con la corona de espinas, otro con la lanza, otro besando las heridas de las manos de Cristo), carga de sentido religioso el significado del mensaje.

Los adornos florales (lirios morados, rosas, claveles, margaritas, etc.) y los candelabros de muchos brazos con tulipas de cristal de brazos dorados indican que la imagen está sobre el trono adornada para desfilarse por las calles de la ciudad (Murcia como indica el texto). El fondo de la imagen es la puerta de una iglesia. Por todo ello estamos ante las procesiones de Semana Santa de tradición popular y del arte de la imaginería.

Otros datos

Primera vez que aparece la identidad del REAL Y MUY ILUSTRE CABILDO SUPERIOR DE COFRADÍAS. MURCIA

Año: 1985 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: CABILDO COFRADIA: FOTO YO

no digitalizado ALMUDÍ datos "1 ""a"Avellaneda Gómez, Manuel"d" (1938-2003)"ZZ0001052" "10""a"Semana Santa"h" [Material gráfico]"b": 1985, 29 marzo - 17 abril "c" / Avellaneda. -- " ""a"Murcia"b": Ayuntamiento de Murcia"b": Consejo

Municipal de Festejos y Turismo"c", 1985"e" (Murcia"f": I.G Jiménez

Godoy) " ""a"1 lám. (cartel)"b": col."c"; 87 x 59 cm " ""a"Representa un nazareno morado portando un paso "14""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705"" 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" "04""a"Carteles"z"-Murcia * " ""a" MU-AM"j" 53C (1-4)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 87 x 59 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

'85 29 de Marzo, al 7 de Abril

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Consejo Municipal de Festejos y Turismo/ Excmo. Ayuntamiento de Murcia Colabora Consejería de Industria Comercio y Turismo/Comunidad Autónoma de Murcia

5) Autor: Manuel Avellaneda Gómez

si no

6) Imprenta: Imprime: I.G. Jimenez Godoy

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

Declarada de Interés Turístico

3. OTROS TEXTOS

D.L.: 120/1985-MU

ELEMENTOS VISUALES

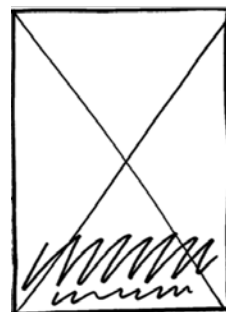
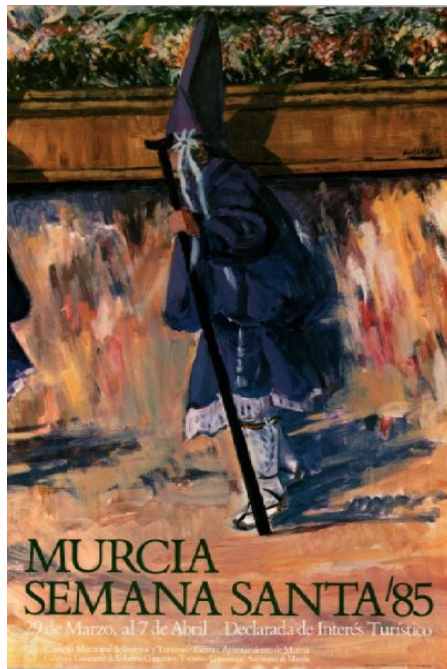
1) Tipo de ilustración

2) Margen

3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: nazareno estante de los moraos cargando paso

2) Lugar

3) Tiempo

Signos

SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel imagen paso Última cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios detalle trono Oracuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos

Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos

FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La imagen está cargada de tradición y folklore popular en torno a las procesiones de semana santa donde los nazarenos conservan la forma de trasladar los pasos cargados a hombros y las vestimentas de los huertanos, en este caso vemos a un estante con la cara descubierta y el adorno que recoge el capuz, el buche que le hace la túnica -donde llevan los caramelos, habas, monas y huevos que reparten entre los asistentes-, las medias con liga, alpargatas, enaguas y la vara para sujetar el paso cuando se detienen y que mientras andan sujetan con la mano.

La escena está cargada de movimiento en lapostura del estante y como hemos señalado en que la vara no sujeta el paso.

Las flores del paso transmiten la luz de la mañana de primavera en la que los Salzillos -lo sabemos por el color morado de la túnica del protagonista- recorren las calles de la ciudad.

El estilo pictórico del autor del cuadro carga de valor artístico y estético los actos que se anuncian.

Otros datos

Primera vez que se detalla el organizador: Consejo Municipal de Festejos y Turismo/ Excmo. Ayuntamiento de Murcia y primera vez que se nombra a un colaborador con el término "colabora":

Colabora Consejería de Industria Comercio y Turismo/Comunidad Autónoma de Murcia

Año: 1986 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: CABILDO COFRADIA: FOTO YO
no digitalizado ALMUDÍ datos "1 ""a"Muñoz Barberán, Manuel"ZZ0000679"

"10""a"Murcia, Semana Santa 86"h" [Material gráfico]"b" : Declaradas de interés turístico"c" / Muñoz Barberán. -- " ""a"Murcia"b" : Consejo Municipal de Festejos y Turismo, Ayuntamiento de Murcia"c", 1986"e"(Molina del Segura"f" : Surgraf) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 98 x 64 cm "14""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * "1 ""a"MU-AM"j" 170C (1-5)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 98 x 64 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

86

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

CONSEJO MUNICIPAL DE FESTEJOS Y TURISMO. EXCMO. AYUNTAMIENTO DE MURCIA
COLABORA: CONSEJERIA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO. COMUNIDAD AUTONOMA DE MURCIA

5) Autor: Muñoz Barberán, Manuel

si no

6) Imprenta: IMPRIME: SURGRAF-MOLINA MURCIA

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADAS DE INTERES TURISTICO



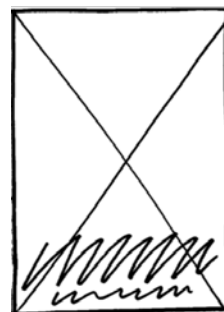
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Escudo del Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Paso del Prendimiento de Salzillo Talla de San Pedro cortando la oreja a Malco

2) Lugar

3) Tiempo

Signos

SS Murcia

enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel
 imagen paso Ultima cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz
 detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios
 detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos

Murcia

Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafrente Palmera Huerta Río

Signos

FP

Murcia

productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrerocalañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

La ilustración se centra en el pasaje del prendimiento en las figuras de San Perdo y Malco lo que confiere al cartel un significado religioso en primera instancia.

Por otra parte, la pintura del artista murciano resalta la belleza de las tallas del afamado imaginero Franciso Salzillo todo lo cual transmite el valor del arte que se vive en lo anunciado.

El retrato de estos personajes nos sitúan en la procesión del viernes Santo por la mañana conocido como la procesión *de los moraos* o de *los Salzillos*.

Otros datos

Año: 1987 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: ALMUDÍ DIGITALIZADO: "1 ""a"Gaya, Ramón"ZZ0005828"
"10""aMurcia Semana Santa 1987""h" [Material gráfico]"b" : del 10 al 19 de abril, declaradas de interés turístico"c" / Pintura,
Ramón Gaya. -- " ""a"Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia, Consejo Municipal de Festejos y Turismo"c", 1987""f" (I.G. Jiménez Godoy "
""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 79 x 56 cm D.L. " ""a"MU-194-1987"14""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705"
" 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * "1 ""a"MU-AM"j" 172C (1-3)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 97 x 50 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Semana Santa

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
Murcia 1987 Del 10 al 19 de abril.

4) Anunciante:organiza y colabora: si no
Ayuntamiento de Murcia Consejo Municipal de Festejos y Turismo
Colabora: Consejería de Industria Comercio y Turismo Comunidad Autónoma de Murcia

5) Autor: Pintura de Ramón Gaya. si no

6) Imprenta: Imprime: I. G. Jiménez Godoy, S.A. si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

Declarada de Interés Turístico



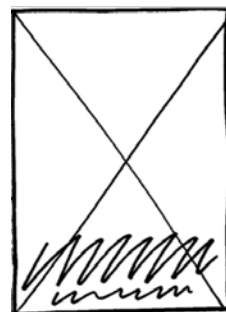
3. OTROS TEXTOS

D.L.: 194-1987/MU

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no

De Murcia todo



CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel
SS Murcia imagen paso Última cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz
 detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios
 detalle trono Oracuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo
Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
FP sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La obra del pintor muestra una estampa que expresa tradición y cultura popular por los atuendos de los protagonistas: un nazareno estante *colorao* que charla con otro nazareno estante de los *moraos*. Las vestimentas, el capuz, el pañuelo en la cabeza de uno y la postura del otro, las medias y las enaguas, las varas de portar que ambos sujetan son una forma de transmitir y mantener las tradiciones de la semana santa de Murcia.

La escena reúne a nazarenos de las dos procesiones más conocidas y populares de esta semana de pasión que sirven de reclamo publicitario para el turismo.

Hay movimiento en las posturas de los personajes en plena conversación.

Otros datos

Se incluye por primera vez una marca de promoción turística de la ciudad

Año: 1988 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: CABILDO COFRADIA: FOTO YO

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

1988 25 de marzo-3 de abril

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: FOTO: J. ALARCON ROS

si no

6) Imprenta: IMPRIME: I.G. JIMENEZ GODOY, S.A.

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

Declarada de Interés Turístico



3. OTROS TEXTOS

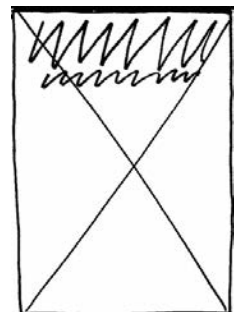
D.L. MU-90-1988

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Escudo Ayuntamiento



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Talla Cristo del Refugio, cirio y farol

2) Lugar

3) Tiempo cálido noche de primavera de Jueves Santo

Signos

SS Murcia

- | | | | | | | | | |
|---|--|--|---|-------------------------------------|-----------------------------------|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> enaguamedia | <input checked="" type="checkbox"/> coron espina | <input type="checkbox"/> Virgen Dolor. | <input type="checkbox"/> mayordomo | <input type="checkbox"/> naz entero | <input type="checkbox"/> coloraos | <input type="checkbox"/> moraos | <input type="checkbox"/> burlas | <input type="checkbox"/> angel |
| <input checked="" type="checkbox"/> imagen paso | <input type="checkbox"/> Ultima cena | <input type="checkbox"/> Prendimiento | <input checked="" type="checkbox"/> Crucificado | <input type="checkbox"/> nazestante | <input type="checkbox"/> bocinas | <input type="checkbox"/> azotes | <input checked="" type="checkbox"/> flores | <input checked="" type="checkbox"/> cruz |
| <input type="checkbox"/> detalle paso | <input type="checkbox"/> NtroPaJesús | <input type="checkbox"/> vara estante | <input type="checkbox"/> Resucitado | <input type="checkbox"/> San Juan | <input type="checkbox"/> palmera | <input type="checkbox"/> clavos | <input checked="" type="checkbox"/> cirios | |
| <input type="checkbox"/> detalle trono | <input type="checkbox"/> OracHuerto | <input type="checkbox"/> nazpenitente | <input type="checkbox"/> Otros Pasos | <input type="checkbox"/> Verónica | <input type="checkbox"/> manola | <input checked="" type="checkbox"/> capuz | <input type="checkbox"/> cetro | |

Signos

Murcia

- | | | | | | | |
|---|---|---|------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Torre Catedral | <input type="checkbox"/> Teatro Romea | <input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento | <input type="checkbox"/> Obispado | <input type="checkbox"/> Edificios | <input type="checkbox"/> Barraca | <input type="checkbox"/> Moneo |
| <input type="checkbox"/> Puente Viejo | <input type="checkbox"/> Traje regional | <input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta | <input type="checkbox"/> Imafronte | <input type="checkbox"/> Palmera | <input type="checkbox"/> Huerta | <input type="checkbox"/> Río |

Signos

FP

Murcia

- | | | | | | | | |
|---|--|--|-----------------------------------|----------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> productos huerta | <input type="checkbox"/> aperos labranza | <input type="checkbox"/> burro/caballo | <input type="checkbox"/> huertana | <input type="checkbox"/> chaleco | <input type="checkbox"/> mueble | <input type="checkbox"/> dioses | <input type="checkbox"/> flores |
| <input type="checkbox"/> sombrerocalañés | <input type="checkbox"/> moño picaporte | <input type="checkbox"/> castañuelas | <input type="checkbox"/> huertano | <input type="checkbox"/> mantón | <input type="checkbox"/> bengala | <input type="checkbox"/> manta | <input type="checkbox"/> fuego |
| <input type="checkbox"/> pareja huertanos | <input type="checkbox"/> niño huertano | <input type="checkbox"/> hachonero | <input type="checkbox"/> zaragüel | <input type="checkbox"/> carroza | <input type="checkbox"/> fartificia | <input type="checkbox"/> pájaro | <input type="checkbox"/> refajo |
| <input type="checkbox"/> virgen fuensanta | <input type="checkbox"/> guitarra&otro | <input type="checkbox"/> esparteña | <input type="checkbox"/> montera | <input type="checkbox"/> barraca | <input type="checkbox"/> sardina | <input type="checkbox"/> gayao | <input type="checkbox"/> baile |

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Iglesia de San Lorenzo

Convergencia denotación/connotación:

La fotografía del Crucificado transmite en primera lugar que se trata de un tema religioso. Un capuz negro asoma delante de la imagen y los adornos y el cirio que aparecen en la foto junto al Cristo contextualizan la escena en una procesión. La vela morada tiene dos significados: por un lado el color es el propio de la cuaresma cristiana y por otro, es la vela utilizada en la procesión del silencio que sale el jueves santo por la noche y que tradicionalmente apagaba el alumbrado de todas las calles, de ahí el fondo casi negro de toda la fotografía. Y el negro de las túnicas de los penitentes de la procesión de esta jornada redundan en el tono religioso con el único contraste del rojo de los claveles que simboliza la sangre derramada por Jesús en la Cruz y el morado cuaresmal de los lirios.

Otros datos

Procesión del silencio Jueves Santo

Año: 1989 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente:

CABILDO COFRADIA: FOTO YO

no digitalizado ALMUDÍ datos: "1 ""a"Pérez Gómez, J.J."ZZ0006122""10""a"Semana Santa 1989, Murcia"h" [Material gráfico]"b" : del 7 al 26 de marzo"c" / Foto, J.J. Pérez Gómez. -- ""a"Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia"c", 1989"f" (I.G. Jiménez Godoy) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 67 x 46 cm " ""a""Paso" Discípulos de Emaus (detalle del Cristo). Cofradía del Resucitado, A. Labaña 1983. D.L. " ""a"MU-34-1989 "14""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * "1 ""a"MU-AM"j" 197C (1-6)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 67 x 46 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

1989 DEL 17 AL 26 DE MARZO

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: FOTO: J.J. PEREZ GOMEZ.

si no

6) Imprenta: IMPRIME: I.G. JIMENEZ GODOY, S.A. - MURCIA

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

"Paso" Discípulos de Emaus (detalle del Cristo). Cofradía del Resucitado. Escultor A. Labaña 1983

Declarada de Interés Turístico

3. OTROS TEXTOS

D.L. MU-34-1989

ELEMENTOS VISUALES

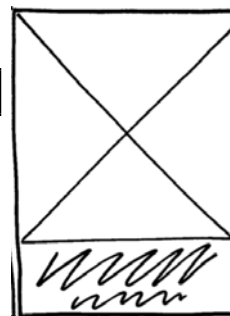
1) Tipo de ilustración

2) Margen

3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Escudo del Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Discípulos de Emaus (detalle del Cristo). Cofradía del Resucitado

2) Lugar

3) Tiempo Domingo de Resurrección mañana primaveral

Signos

SS Murcia

enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel
 imagen paso Última cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz
 detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios
 detalle trono Oracuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos

Murcia

Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafrente Palmera Huerta Río

Signos

FP

Murcia

productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La imagen del cartel es ante todo religiosa. El detalle del Cristo Resucitado en su encuentro con los discípulos de Emaús en el momento en que lo reconocen al partir el pan es el tema central del cartel y la Resurrección de Cristo el sentido último de la Fé cristiana. Esta aparición material donde toma el pan tiene un doble significado pues demuestra la materialidad de la vida después de la muerte y porque indica que el pan de la eucaristía es su cuerpo.

Hay movimiento en el gesto de la figura.

La Región de Murcia es uno de los pocos lugar donde hay procesiones el Domingo de Pascua con las escenas de las apariciones de Cristo Resucitado por tanto estos desfiles procesionales de la mañana de domingo son singulares y dignas de destacar fuera de nuestras fronteras.

Otros datos

Paso Discípulos de Emaus (detalle del Cristo) de A. Labaña 1983. Cofradía del Resucitado. Domingo de Resurrección

Año: 1990 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: BR FOTO YO : DMUG 1 307 Título: Murcia, Semana Santa 1990 ... [Material gráfico] / foto, Juan Jesús
Editorial: Murcia : Ayuntamiento de Murcia, 1990 (Jiménez Godoy)
Descripción física: 1 lám. (cartel) : il. ; 68 x 48 cm
Materias: Semana Santa-Murcia-Carteles

Estado Tamaño si no 68 x 48 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Semana Santa

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Murcia 1990 Del 6 al 15 de abril

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Excelentísimo Ayuntamiento de Murcia
Región de Murcia Consejería de Cultura, Educación y Turismo

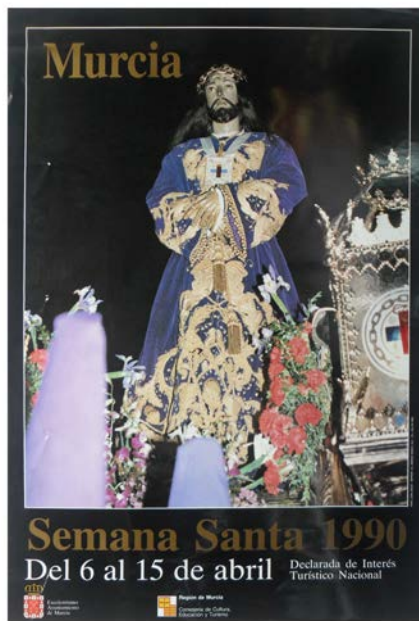
5) Autor: FOTO: JUAN JESUS si no

6) Imprenta: IMPRIME: I.G. JIMENEZ GODOY, S.A. si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

Declarada de Interés Turístico Nacional



3. OTROS TEXTOS

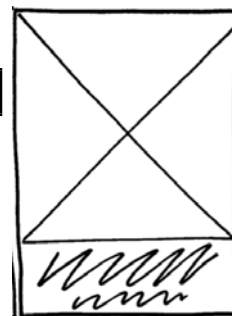
D.L.: MU-40-1990.

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Escudo del Ayuntamiento de Murcia Y Comunidad Autónoma de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Cristo del Rescate atado de manos (Medinaceli)

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel
 imagen paso Ultima cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz
 detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios
 detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrerocalañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

La imagen del Cristo del Rescate carga de religiosidad el mensajes del cartel.

Los candelabros y adornos florales de claveles rojos, lirios morados y campanillas magenta unen primavera con la penitencia y la sangre de Jesús.

La noche oscura es el espacio de la muerte a la que el Cristo se dirige coronado y con la túnica morada.

Los capuces que asoman junto a la talla del Cristo encajan el mensaje en la semana santa y en este caso de Murcia por la forma curvada de su terminación superior lo que indica respeto a las tradiciones populares en estos actos.

Otros datos

Primera vez que aparece: Declarada de Interés Turístico Nacional

Fotografía de paso de la HERMANDAD DE ESCLAVOS DE NUESTRO PADRE JESÚS DEL RESCATE Y MARÍA SANTÍSIMA DE LA ESPERANZA.

Año: 1991 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: B.REGIONAL: FOTO YO .DMUG 1293 Fondo local planta2ª Título: Murcia, Semana Santa 1991 [Material gráfico] / foto, Antonio José García Romero Editorial: Murcia : Ayuntamiento de Murcia [etc.], 1991 (Jiménez Godoy) Descripción física: 1 lám. (cartel) : il. ; 69 x 49 cm Materias: Semana Santa-Murcia-Carteles Autores:García Romero, Antonio José No DIGITALIZADO ALMUDÍ: "10""a"Murcia Semana Santa 1991"h" [Material gráfico]"b" : del 22 al 31 de marzo, declarada de interés turístico nacional" / Foto, Antonio José García Romero. -- " ""a"Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia"b" : Consejería de Cultura, Educación y Turismo, Dirección General de Turismo" / Foto, Jiménez Godoy" ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" : 68 x 48 cm D.L. " ""a"MU-54-1991 "14""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" "1""a"García Romero, Antonio José"ZZ0007268" * "1""a"MU-AM"j" Cajón 2, n. 29 (1-4)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 69 x 49 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA 1991

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

1991 DEL 22 AL 31 DE MARZO

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Excelentísimo Ayuntamiento de Murcia
Región de Murcia Consejería de Cultura, Educación y Turismo Dirección General de Turismo

5) Autor: Foto: Antonio José García Romero

si no

6) Imprenta: Imprime: Jiménez Godoy, S.A. - Murcia

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADA DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL



3. OTROS TEXTOS

D. L. MU-54/1991

ELEMENTOS VISUALES

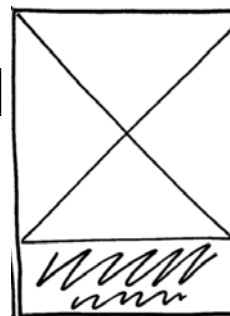
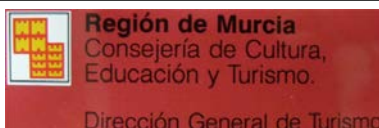
1) Tipo de ilustración

2) Margen

3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Escudo del Ayuntamiento de Murcia Y Comunidad Autónoma de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Paso del Cristo de la Salud

2) Lugar

3) Tiempo

Signos

SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel
 imagen paso Última cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz
 detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios
 detalle trono Oracuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos

Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos

FP productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
Murcia sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical. Sobre la foto a sangre dos cajas de texto con fondo de color: la foto es del Cristo Cristo de la Salud de la procesión del Martes Santo Procesión de la Pontificia, Real, Hospitalaria y Primitiva Asociación del Stmo. Cristo de la Salud, en el fondo la fachada de una casa antigua, sale de la Iglesia de San Juan de Dios. El cristo aparece sobre su trono procesional adornado con flores (iris morados, rosas, liliium, anthurium) y se ven claramente los capuces blancos de los nazarenos portadores. Las cajas de textos son: en el borde superior izquierdo el texto MURCIA en color blanco y mayúsculas sobre fondo magenta, en el margen inferior derecho, sobre fondo rojo en cuatro líneas de arriba abajo en cuerpo decreciente los textos siguientes: en blanco y mayúsculas SEMANA SANTA 1991/ en blanco y mayúsculas DEL 22 AL 31 DE MARZO/ en negro y mayúsculas DECLARADA DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL/ logo con texto del Ayuntamiento y logo con texto Región de Murcia Consejería de Cultura, Educación y Turismo Dirección General de Turismo. A la derecha en vertical texto cuerpo muy pequeño, en blanco el autor de la foto, la imprenta y el registro de depósito legal.

Convergencia denotación/connotación:

la fotografía del paso del Cristo centra la atención de la semana santa en los pasos que desfilan por las calles, se potencia el carácter religioso de las procesiones. Se reconoce que se trata de los desfiles procesionales de la capital de Murcia porque aparece la parte superior de los capuces de los nazarenos portadores cuya forma es única en España: aplastados y de punta roma. Junto a la talla los adornos florales responden a los utilizados en estos días con colores de pasión como son el morado, el rojo y el blanco de los iris, anthurium, rosas y liliium.

Valores: cristiandad, religiosidad, espiritualidad, arte y tradición murciana.

Hay movimiento en el paseo por la calle del paso.

Otros datos

Año: 1991 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: B.REGIONAL: FOTO YO .DMUG 915
Título: Murcia Semana Santa ... 1991 [Material gráfico]
Editorial: Murcia : Dirección General de Turismo, 1991 (Jiménez Godoy)
Descripción física: 1 lám. (cartel) ; 68 x 48 cm
Materias: Semana Santa-Murcia-Carteles

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 68 x 48 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
MURCIA 22 al 31 de marzo 1991

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Región de Murcia Consejería de Cultura, Educación y Turismo, Dirección General de Turismo

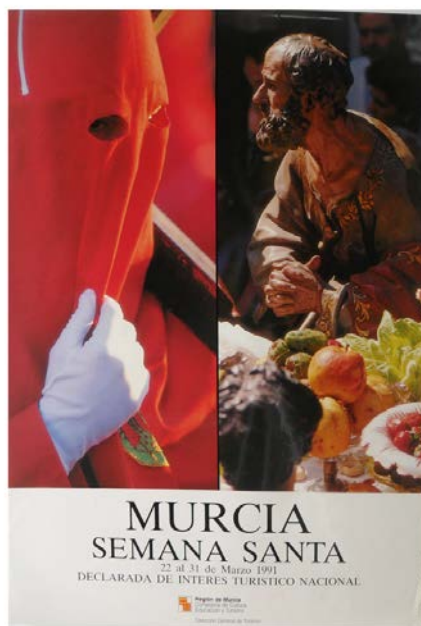
5) Autor: si no

6) Imprenta: Impreso en Jiménez Godoy, S.A. si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADA DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL



3. OTROS TEXTOS

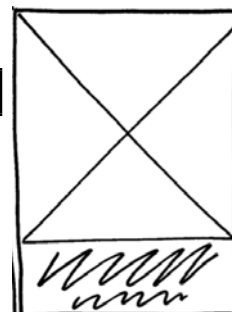
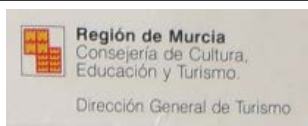
D.L.: MU -513 - 1991

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Fotografía 2) Margen Mixto 3) Tipo lay out F ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Región de Murcia Consejería de Cultura, Educación y Turismo, Dirección General de Turismo



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Busto nazareno penitente colorao, detalle apostol paso última cena de Salzillo moraos comida mesa Real

2) Lugar Calles de Murcia Real

3) Tiempo Noche del miércoles santo y mañana de viernes santo Definido

Signos SS Murcia enaguamedia imagen paso detalle paso detalle trono coron espina Última cena NtroPaJesús OracHuerto Virgen Dolor. Prendimiento vara estante nazpenitente mayordomo Crucificado Resucitado Otros Pasos naz entero nazestante San Juan Verónica coloraos bocinas palmera manola moraos azotes clavos capuz burlas flores cirios cetro angel cruz

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta sombrerocalañés pareja huertanos virgen fuensanta aperos labranza moño picaporte niño huertano guitarra&otro burro/caballo castañuelas hachonero esparteña huertana huertano zaragüel montera chaleco mantón carroza barraca mueble bengala fartificia sardina dioses manta pájaro gayao flores fuego refajo baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

CARTEL VERTICAL

Convergencia denotación/connotación:

En la imagen se transmiten tradición y arte unidos a la semana santa de la ciudad de Murcia. Tradición en el vestir del nazarenos colorao y en la preparación de los alimentos de la mesa del paso que son naturales y arte en el detalle del paso de La última Cena de Salzillo donde se aprecia la belleza de la talla. Todo ello cobra sentido en el contexto religioso que los cristianos viven en la semana santa. Al ser un cartel para fomentar el turismo el autor a encajado las dos procesiones más populares y conocidas de la semana de pasión que en la capital murciana son la del miércoles santo de los *coloraos* y la de la mañana del viernes santo de *los Salzillos o moraos*.
Valores: cristiandad, religiosidad, espiritualidad, tradición murciana y arte.

Otros datos

La misma institución regional editó otro cartel con información de la semana santa de todo la región que no introducimos en este estudio porque no es el mismo referente.

B.REGIONAL: FOTO YO .DMUG 3704:Título: Región de Murcia, Semana Santa 1991 [Material gráfico]

Editorial: Murcia : Dirección General de Turismo, 1991 (Jiménez Godoy)

Descripción física: 1 lám. (cartel) : il. ; 99 x 68 cm

Materias: Semana Santa-Murcia-Carteles

Año: 1992 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: BR FOTOYO DMUG 4435 Título: Murcia, Semana Santa 1992 [Material gráfico]/ foto Carlos Moisés García
Editorial: Murcia : Dirección General de Turismo, 1992 (El Taller, Ingramur)
Descripción física: 1 lám. (cartel) : il. ; 49 x 68 cm
Materias: Semana Santa-Murcia-Carteles
Autores:García, Carlos Moisés (1956-)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 49 x 68 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA 10 al 19 de Abril de 1992

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Región de Murcia Consejería de Cultura, Educación y Turismo Dirección General de Turismo



5) Autor: Foto: CARLOS MOISES GARCIA si no

6) Imprenta: Imprime: EL TALLE. Ingramur, S.L. si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADA DE INTERES TURISTICO NACIONAL

3. OTROS TEXTOS

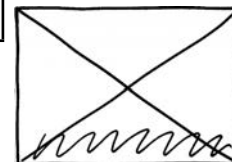
Dep. Legal: MU-28-1992

ELEMENTOS VISUALES

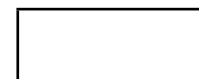
1) Tipo de ilustración Fotografía 2) Margen Mixto 3) Tipo lay out N ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Comunidad Autónoma Región de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Nazarenos estantes portando el paso de los azotes de los moraos y niños nazarenos estantes de los coloraos Real

2) Lugar ciudad de Murcia Real

3) Tiempo Cálido día de viernes santo por la mañana y noche del miércoles santo Definido

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel imagen paso Última cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios detalle trono Oracuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La fotografía principal transmiten tradición y arte unidos a la semana santa de la ciudad de Murcia.

Arte en el paso de Los Azotes del escultor Francisco Salzillo donde se aprecia la belleza de la talla y en la belleza del trono dorado que lo soporta y del adorno floral.

Los colores de las flores son los morados, rojos y blancos que predominan en los arreglos de los tronos se la semana santa murciana que representan la penitencia, la sangre y el luto.

Tradición en el vestir del nazarenos estantes tanto moraos como coloraos, en la forma de trasladar las imágenes en procesión y en el bullir de los niños repartiendo caramelos.

El movimiento está presente en la escena en especial en la foto pequeña de los niños.

Todo ello cobra sentido en el contexto religioso que los cristianos viven en la semana santa.

Al ser un cartel para fomentar el turismo el autor a encajado las dos procesiones más populares y conocidas de la semana de pasión que en la capital murciana son la del miércoles santo de los *coloraos* y la de la mañana del viernes santo de *los Salzillos* o *moraos* dando más importancia a ésta última.

Valores: cristiandad, religiosidad, espiritualidad, tradición murciana y arte.

Otros datos

La misma institución regional editó otros dos carteles con información de la semana santa de todo la región que no introducimos en este estudio porque no es el mismo referente.

1. BR FOTOYO DMUG 1691 : Título: Región de Murcia, Semana Santa 1992 [Material gráfico]Editorial: Murcia : Dirección General de Turismo, 1992 (El Taller, Ingramur)Descripción física: 1 lám. (cartel) : il. ; 100 x 69 cm Materias: Semana Santa-Murcia-Carteles

2. BR FOTOYO DMUG 2386: Título: Región de Murcia, Semana Santa [Material gráfico]
Editorial: Murcia : Dirección General de Turismo, 1992 (El Taller Ingramur) Descripción física: 1 lám. (cartel) : il. ; 69 x 24 cm
Materias: Semana Santa-Murcia-Carteles

Año: 1992 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: BR FOTOYO DMUG 4436 Título: Murcia, Semana Santa 1992 [Material gráfico]/ foto Juan José Pardo Mora
Editorial: Murcia : Consejería de Cultura, Educación y Turismo, 1992 (El Taller, Ingramur)
Descripción física: 1 lám. (cartel) : il. ; 68 x 48 cm
Materias: Semana Santa-Murcia-Carteles
Autores:
Pardo Mora, Juan José

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 68 x 48 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

1992 10 al 19 de abril

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Región de Murcia Consejería de Cultura, Educación y Turismo Dirección General de Turismo

5) Autor: Foto: JUAN JOSÉ PARDO MORA/

si no

6) Imprenta: Imprime: El Taller. Ingramur, S.L.

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADA DE INTERES TURISTICO NACIONAL



3. OTROS TEXTOS

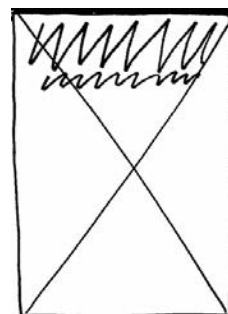
Dep. Legal: MU-112-1992/

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Fotografía 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out A ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Excelentísimo Ayuntamiento de Murcia
Región de Murcia Consejería de Cultura, Educación y Turismo Dirección General de Turismo



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Paso del Cristo de la Misericordia adornado con flores, luces y capuz Real

2) Lugar Calle de Murcia Real

3) Tiempo Tarde de Viernes Santo Definido

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel
 imagen paso Ultima cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz
 detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios
 detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrerocalañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical. Sobre la foto a sangre los textos calados. La foto es de la imagen del Cristo de de la procesión del santo cofradía del Cristo de la misericordia (San Antolín antes San Esteban), en el fondo fachada/tejado de la iglesia y cielo azul. El Cristo aparece sobre su trono procesional adornado con flores (lirios morados, rosas rojas, las del polen que mancha rojas, claveles rojos) y cierre en primer plano derecho una parte de las tulipas del trono con el escudo de la cofradía y la parte alta del capuz de un portador (el color no se distingue bien porque el flax de la foto lo ha rebentado, parece rosáceo o magenta). Los textos son: en el borde superior centrados de arriba abajo en tres líneas de arriba abajo en cuerpo decreciente los textos siguientes: MURCIA en color rojo con perfil blanco en mayúsculas sobre el cielo azul del fondo/ en blanco y mayúsculas SEMANA SANTA 1992/ en blanco y normal 10 al 19 de abril negro y mayúsculas; en el margen inferior centrado sobre fondo de flores en negro con perfil blanco y mayúsculas DECLARADA DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL

Las identidades corporativas están situadas a ambos lados de los textos de la cabecera: a la izquierda el escudo del Ayuntamiento sin texto y a la derecha símbolo con texto Región de Murcia Consejería de Cultura, Educación y Turismo Dirección General de Turismo. A la derecha en la esquina inferior izquierda en horizontal el texto con cuerpo muy pequeño, en negro el autor de la foto, la imprenta y el registro de depósito legal.

Convergencia denotación/connotación:

La fotografía sitúa al espectador frente a un acto religioso. El cielo y las fachadas de los edificios del fondo nos indican que se trata de unos actos que se celebran en las calles. A esto se suma el arreglo floral y el capuz de nazareno que asoma junto a la talla lo que nos informa de que se trata de una procesión de semana santa.

La tradición religiosa se conserva y se transmite año tras año y la forma peculiar del capirote murciano, conocido como capuz específica la ciudad que se anuncia.

La talla es una obra de arte venerada por el pueblo murciano y de la que se encarga la cofradía de LOCALIZAR LA PROCESIÓN EN LOS PROGRAMAS DE LA CAJAMAR QUE TENGO EN LA UCAM GUARDADOS

Otros datos

Procesión del Santo

Año: 1993 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: BR FOTOYO DMUG 4439Título:

no DIGITALIZADO ALMUDÍ: "00""a"Murcia Semana Santa"h" [Material gráfico]"b": 2 al 11 de abril, declarada de interés turístico nacional"c" / Fotografía, José Luis Griñán Escribano. -- " ""a"Murcia"b": Ayuntamiento de Murcia"b":

Consejería de Cultura, Educación y Turismo, Dirección General de Turismo"b": Real y Muy Ilustre Cabildo Superior de Cofradías"b", D.L. 1993"f" (Selegráfica)" ""a"1 lám. (cartel)"b": col."c": 68 x 48 cm " ""a"Motivo: Cofradía Stmo. Cristo de la Esperanza (El saludo de Cristo) D.L. " ""a"MU -520-1993"14""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" "1 ""a"Griñán Escribano, José Luis"ZZ0007277" * "1 ""a"MU-AM"j" Cajón 4, n. 23 (1-7)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 68 x 48 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

2 al 11 de abril de 1993

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Región de Murcia Consejería de Cultura, Educación y Turismo, Dirección General de Turismo
REAL Y MUY ILUSTRE CABILDO SUPERIOR DE COFRADIAS MURCIA

5) Autor: Fotografía: José Luis Griñán Escribano si no

6) Imprenta: Imprime: Selegráfica si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADA DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL
Motivo: Cofradía Stmo. Cristo de la Esperanza (El saludo de Cristo)

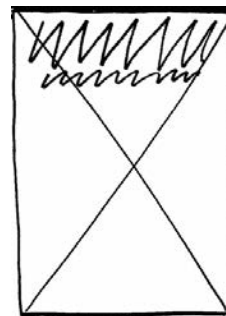
3. OTROS TEXTOS

Dep. Legal MU-20-1993

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel
 imagen paso Última cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz
 detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios cetro
 detalle trono Oracuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafrente Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Arrepentimiento y perdón de Sta María Magdalena Iglesia de San Pedro Apostol de La cofradía del Santísimo Cristo de la Esperanza, Maria Santísima de los Dolores y del Santo Celo por la Salvación de las Almas

Convergencia denotación/connotación:

La fotografía sitúa al espectador frente a un acto religioso. La oscuridad del fondo nos sitúa en la noche primaveral de las calles de Murcia. El adorno con luminarias y flores y, sobre todo el capuz de nazareno verde que asoma junto a la talla nos indica que se trata de una procesión de semana santa.

La tradición religiosa se conserva y se transmite año tras año y la forma peculiar del capirote murciano, conocido como capuz especifica la ciudad que se anuncia.

La talla es una obra de arte venerada por el pueblo murciano y que transfiere su valor artístico a los actos religiosos que forman parte del folklore popular murciano. de la que se encarga la cofradía del Santísimo Cristo de la Esperanza, María Santísima de los Dolores y del Santo Celo por la Salvación de las Almas

Otros datos

Cofradía Stmo. Cristo de la Esperanza (El saludo de Cristo). Domingo de Ramos?

Año: 1994 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: FOTO YO B.REGIONAL: DMUG 1642. FONDO LOCAL PLANTA 2ªTítulo: Murcia Semana santa 1994 [Material gráfico] / fotografía Juani Madrici RíosEditorial: Murcia : Dirección General de Turismo [etc.], 1994 (Selegráfica)Descripción física: 1 lám. (cartel) : il. ; 68 x 48 cm Materias: Semana Santa-Murcia-Carteles no digitalizado ALMUDÍ: "00""aMurcia, Semana Santa"h [Material gráfico]"b" : 25 marzo al 3 abril de 1994. Declarada de Interés Turístico Nacional" c" / Fotografía, Juani Madrici Ríos. -- " ""a[Murcia]"b" : Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo"b" : Real y Muy Ilustre Cabildo Superior de Cofradías" c", D.L. 1994 "f" (Selegráfica) " ""a"1 lám (cartel)" c" ; 68 x 48 cm D.L. " ""a"MU-7-1994 "14""a"Semana Santa"z"-Murcia]"-Carteles"ZZ0005705" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j]"-Carteles"ZZ0004287""1 ""a"Madrici Ríos, Juana"ZZ0007103" * "1 ""a"MU-AM"j" Cajón 1, n. 32 (1-8)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 68 x 48 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no

Murcia

3) Fechas: si no

25 marzo al 3 abril de 1994

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Región de Murcia Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo

REAL Y MUY ILUSTRE CABILDO SUPERIOR DE COFRADIAS MURCIA

5) Autor: Fotografía: JUANI MADRICI RIOS

si no

6) Imprenta: Imprime: SELEGRÁFICA

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADA DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL

Motivo:no se lee bien en la fotografía

3. OTROS TEXTOS

Depósito Legal MU-7-1994

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Fotografía

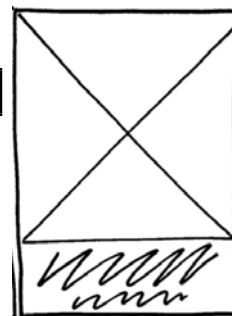
2) Margen Mixto

3) Tipo lay out

F ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Cabildo Superior de Cofradías Y Comunidad Autónoma de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Paso del Cristo del Amparo adornado con flores, luces y capuz azul

Real

2) Lugar Calles de Murcia

Real

3) Tiempo Noche primaveral de Viernes de Dolores Semana Santa

Definido

Signos

SS Murcia

enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel
 imagen paso Ultima cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz
 detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios
 detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos

Murcia

Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos

FP

Murcia

productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Iglesia de San Nicolás

Convergencia denotación/connotación:

La fotografía del paso del Cristo del Amparo centra la atención de la semana santa en el sentido religioso de las procesiones. Se reconoce que se trata de los desfiles procesionales porque la rama de un árbol lo indica, por los adornos de flores y los candelabros de las velas y por el capuz de un nazareno cuya parte superior característica de Murcia se reconoce en este caso de color azul celeste.

La talla es una obra de arte lo que dota de valor artístico a los desfiles procesionales que se anuncian.

La tradición popular se mantiene a través de los años cada vez que salen las procesiones a las calles respetando las costumbres.

Valores: cristiandad, religiosidad, espiritualidad, arte y tradición murciana.

Hay movimiento en el paseo por la calle del paso.

Otros datos

Año: 1995 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: FOTO YO B.REGIONAL: DMUG 4443 Título: Murcia, Semana Santa 1995 [Material gráfico] / fotografía Andrés Nortes Checa. Editorial: Murcia : Dirección General de Turismo, 1995 (Imprenta Regional) Descripción física: 1 lám. (cartel) : il. ; 68 x 48 cm. Materias: Semana Santa-Murcia-Carteles Autores: Nortes Checa, Andrés no digitalizado ALMUDÍ: "10""a"Murcia, Semana Santa"h" [Material gráfico]"b" : 7 - 16 abril 1995, declarada de interés turístico nacional" c" / Fotografía, Andrés Nortes Checa. -- " ""a"Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia"b" : Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo" c", D.L. 1995" f" (Imprenta Regional) ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 69 x 48 cm D.L. " ""a"MU-61-1995"14""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" "1 ""a"Nortes Checa, Andrés"ZZ0007289" * "1 ""a"MU-AM"j" Cajón 8, n. 18 (1-6)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 68 x 48 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

7 - 16 Abril 1995

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Región de Murcia Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo

REAL Y MUY ILUSTRE CABILDO SUPERIOR DE COFRADIAS MURCIA

5) Autor: Fotografía: Andrés Nortes Checa si no

6) Imprenta: Imprime: Imprenta Regional si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADA DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL



3. OTROS TEXTOS

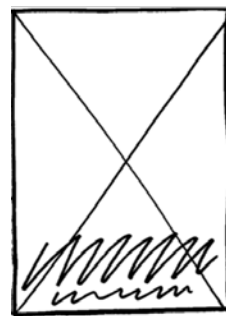
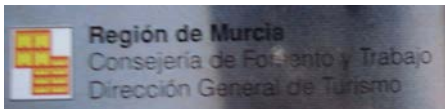
Depósito Legal MU-61-1995

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Fotografía 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out C

3) Identidad Gráfica: si no

Cabildo Superior de Cofradías Y Comunidad Autónoma de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Estantes cara cubierta llevando paso del Cristo Yacente Real

2) Lugar Cales ciudad de Murcia Real

3) Tiempo Tiempo primaveral Sábado de Gloria por la tarde Definido

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel imagen paso Última cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios detalle trono Oracuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafrente Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra & otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso: **Seductivo**

MISMO PASO 2007

Convergencia denotación/connotación:

La imagen muestra la procesión de Cristo Yacente y reconocemos que es de la ciudad de Murcia por la forma de portar los estantes, las varas y la forma del capuz que en esta ocasión cubre la cara de los nazarenos y la túnica blanca con guantes negros por el luto. Así como el color blanco de los claveles que adorna el trono. Religiosidad, tradición, arte y belleza se comunican en la fotografía.

Otros datos

Año: 1996 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: CABILDO DE COFRADÍAS: FOTO YO

no digitalizado ALMUDÍ:"1 ""a"Bartolomé Ríos, María Dolores"ZZ0004294"
"10""a"Semana Santa"h" [Material gráfico]"b" : 1996, 29 marzo - 7 abril"c" /
Mª Dolores Bartolomé Ríos. -- " ""a"[Murcia]"b" : Consejería de
Industria, Trabajo y Turismo. Dirección General de Turismo"b" :
[Real y Muy Ilustre Cabildo Superior de Cofradías] "c", 1996
" ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" : 68 x 48 cm
: ""a" Fotografía del Santísimo Cristo del Perdón ...

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 68 x 48 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
MURCIA 1996 29 de Marzo- 7 de Abril

4) Anunciante:organiza y colabora: si no
Región de Murcia Consejería de Industria, Trabajo y Turismo. Dirección
General de Turismo
REAL Y MUY ILUSTRE CABILDO SUPERIOR DE COFRADIAS MURCIA

5) Autor: Foto: Mª Dolores Bartolomé Ríos si no

6) Imprenta: Imprime: Imprenta Regional si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no
DECLARADA DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL
Santísimo Cristo del Perdón.

3. OTROS TEXTOS

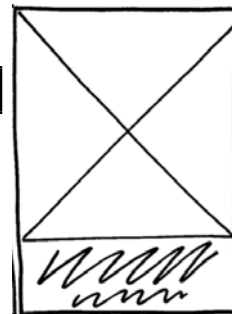
1er Centenario de Refundación de la Cofradía. D.L.: MU-42-1996

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Fotografía 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out F ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Comunidad Autónoma de Murcia, Ayuntamiento de Murcia y Cabildo Superior de Cofradías



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Talla de Cristo del Perdón

Real

2) Lugar Indefinido Real

3) Tiempo Noche Lunes Santo Definido

Signos

SS Murcia

enaguamedia corón espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel
 imagen paso Última cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz
 detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios
 detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos

Murcia

Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos

FP

Murcia

productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

La fotografía del Santísimo Cristo del Perdón (San Antolín) es esencialmente religiosa. No hay más signos que indiquen rasgos de que se trate de procesiones de Semana Santa ya que el fondo es blanco y el adorno puede ser el que lo acompañe en su estancia habitual.
La talla es una obra de arte imaginera.

Otros datos

Año: 1997 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: FOTO YO B. REGIONAL: DMUG 4530. FONDO LOCAL PLANTA 2ª Título: Semana Santa Murcia [Material gráfico]/
diseño Tropa; fotografía Miguel Alba Carrascosa
Editorial: Murcia : Consejería de Industria, Trabajo y Turismo : Dirección General de Turismo [etc.], 1997 (Imprenta Regional)
Descripción física: 1 lám. (cartel) : il. ; 68 x 32 cm
Materias: Semana Santa-Murcia-Carteles
Autores: Alba Carrascosa, Miguel
Entidades:Tropa

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 32 x 68 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

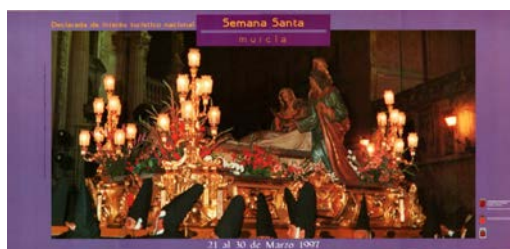
Semana Santa

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

murcia 21 al 30 marzo 1997

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Comunidad Autónoma de Murcia Consejería de Industria, Trabajo y Turismo
Dirección General de Turismo
AYUNTAMIENTO DE MURCIA
REAL Y MUY ILUSTRE CABILDO SUPERIOR DE COFRADIAS MURCIA



5) Autor: DISEÑO: TROPA / . FOTOGRAFÍA: MIGUEL ALBA si no

CARRASCOSA

6) Imprenta: IMPRIME: IMPRENTA REGIONAL si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

Declarada de interés turístico nacional
PASO DEL SANTO SEPULCRO

3. OTROS TEXTOS

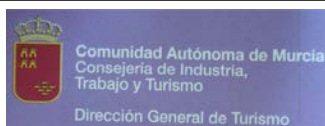
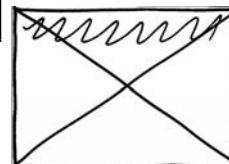
D.L. MU-95-1997

ELEMENTOS VISUALES

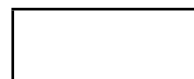
1) Tipo de ilustración Fotografía 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out L ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Comunidad Autónoma de Murcia, Ayuntamiento de Murcia y Cabildo Superior de Cofradías



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Paso del Santo Sepulcro portado por nazarenos estantes Real

2) Lugar Plaza de Belluga, Murcia Real

3) Tiempo Noche primaveral de Viernes Santo Definido

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel
 imagen paso Última cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz
 detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios
 detalle trono Oracuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

San BArtolomé

Convergencia denotación/connotación:

La fotografía se enmarca en un contexto morado propio de la cuaresma. Este color se vuelve más cálido al sumarle los rojos y magentas de las flores que aparecen en la fotografía y de los dorados del trono y los candelabros y la luz anaranjada de las farolas de la fachada del Obispado.

La escena de la preparación del cuerpo de Cristo para ser sepultado es de carácter religioso.

El contexto procesional con la preparación estética del trono y las cabezas de los nazarenos estantes cubiertas con los cauces (negros en esta ocasión) y su peculiar forma de portar los tronos sitúan el evento en el folklore popular y la tradición de la Semana Santa de Murcia capital.

Las tallas son obras de arte que impregnan los desfiles procesionales de valor artístico y belleza.

El movimiento es un elemento inherente a las procesiones que recorren las calles del centro de la ciudad como en este caso donde se puede reconocer la céntrica Plaza de Belluga de Murcia.

Otros datos

Reaparece el escudo del Ayuntamiento y ahora con los textos conforme a las normas de identidad gráfica corporativa

Año: 1998 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: FOTO YO B.REGIONAL: DMUG 776. FONDO LOCAL PLANTA 2ª. Título: Murcia Semana Santa ... 1998 [Material gráfico]
/ diseño, Tropa ; fotografía, Rafael Francés Márquez
Editorial: Murcia : Dirección General de Turismo [etc.], 1998
Descripción física: 1 lám. (cartel) ; 68 x 38 cm
Materias: Semana Santa-Murcia-Carteles
Autores: Francés Márquez, Rafael
Entidades:Tropa

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 68 x 38 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Semana Santa

2) Lugar: si no

murcia

3) Fechas: si no

3 al 12 de Abril 1998

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Comunidad Autónoma de Murcia Consejería de Industria, Trabajo y Turismo
Dirección General de Turismo
AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura, Festejos y Turismo
REAL Y MUY ILUSTRE CABILDO SUPERIOR DE COFRADIAS MURCIA
murcia la costa cálida

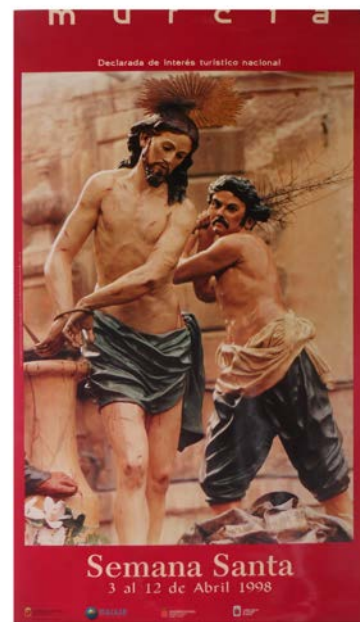
5) Autor: DISEÑO: TROPA . FOTOGRAFÍA: RAFAEL FRANCÉS MÁRQUEZ si no

6) Imprenta: IMPRIME: IMPRENTA REGIONAL si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

Declarada de interés turístico nacional
Motivo: EL CALVARIO (SALZILLO)



3. OTROS TEXTOS

D.L.: MU-83-1998

ELEMENTOS VISUALES

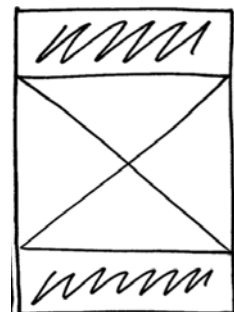
1) Tipo de ilustración Fotografía

2) Margen Con Marco

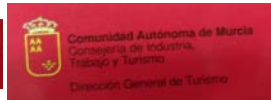
3) Tipo lay out H V

3) Identidad Gráfica: si no

Comunidad Autónoma de Murcia, Ayuntamiento de Murcia, Cabildo Superior de Cofradías, Murcia Costa Cálida



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Figuras del Paso de los azotes de Salzillo

Real

2) Lugar Calle de Murcia

Real

3) Tiempo Mañana primaveral de Viernes Santo

Definido

Signos

SS Murcia

- | | | | | | | | | |
|--|---------------------------------------|--|--------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------|--|--|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> enaguamedia | <input type="checkbox"/> corón espina | <input type="checkbox"/> Virgen Dolor. | <input type="checkbox"/> mayordomo | <input type="checkbox"/> naz entero | <input type="checkbox"/> coloraos | <input type="checkbox"/> moraos | <input type="checkbox"/> burlas | <input type="checkbox"/> angel |
| <input type="checkbox"/> imagen paso | <input type="checkbox"/> Última cena | <input type="checkbox"/> Prendimiento | <input type="checkbox"/> Crucificado | <input type="checkbox"/> nazestante | <input type="checkbox"/> bocinas | <input checked="" type="checkbox"/> azotes | <input checked="" type="checkbox"/> flores | <input type="checkbox"/> cruz |
| <input checked="" type="checkbox"/> detalle paso | <input type="checkbox"/> NtroPaJesús | <input type="checkbox"/> vara estante | <input type="checkbox"/> Resucitado | <input type="checkbox"/> San Juan | <input type="checkbox"/> palmera | <input type="checkbox"/> clavos | <input type="checkbox"/> cirios | |
| <input type="checkbox"/> detalle trono | <input type="checkbox"/> OracHuerto | <input type="checkbox"/> nazpenitente | <input type="checkbox"/> Otros Pasos | <input type="checkbox"/> Verónica | <input type="checkbox"/> manola | <input type="checkbox"/> capuz | <input type="checkbox"/> cetro | |

Signos

Murcia

- | | | | | | | |
|---|---|---|------------------------------------|---|----------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Torre Catedral | <input type="checkbox"/> Teatro Romea | <input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento | <input type="checkbox"/> Obispado | <input checked="" type="checkbox"/> Edificios | <input type="checkbox"/> Barraca | <input type="checkbox"/> Moneo |
| <input type="checkbox"/> Puente Viejo | <input type="checkbox"/> Traje regional | <input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta | <input type="checkbox"/> Imafronte | <input type="checkbox"/> Palmera | <input type="checkbox"/> Huerta | <input type="checkbox"/> Río |

Signos

FP Murcia

- | | | | | | | | |
|---|--|--|-----------------------------------|----------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> productos huerta | <input type="checkbox"/> aperos labranza | <input type="checkbox"/> burro/caballo | <input type="checkbox"/> huertana | <input type="checkbox"/> chaleco | <input type="checkbox"/> mueble | <input type="checkbox"/> dioses | <input type="checkbox"/> flores |
| <input type="checkbox"/> sombrerocalañés | <input type="checkbox"/> moño picaporte | <input type="checkbox"/> castañuelas | <input type="checkbox"/> huertano | <input type="checkbox"/> mantón | <input type="checkbox"/> bengala | <input type="checkbox"/> manta | <input type="checkbox"/> fuego |
| <input type="checkbox"/> pareja huertanos | <input type="checkbox"/> niño huertano | <input type="checkbox"/> hachonero | <input type="checkbox"/> zaragüel | <input type="checkbox"/> carroza | <input type="checkbox"/> fartificia | <input type="checkbox"/> pájaro | <input type="checkbox"/> refajo |
| <input type="checkbox"/> virgen fuensanta | <input type="checkbox"/> guitarra&otro | <input type="checkbox"/> esparteña | <input type="checkbox"/> montera | <input type="checkbox"/> barraca | <input type="checkbox"/> sardina | <input type="checkbox"/> gayao | <input type="checkbox"/> baile |

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La belleza de la obra del imaginero Francisco Salzillo emociona al espectador frente a la escena de los azotes que recibió Jesucristo atado a la columna en el proceso de la pasión previa a su crucifixión conocida como *El calvario* que forma parte del desfile del viernes por la mañana conocida como *los moraos*.

El sentido religioso del contenido de la imagen se funde con la tradición murciana en las procesiones de Semana Santa que anuncia el cartel. El color rojo propio de la estética murciana de la Semana Santa por su vínculo con la Sangre de Cristo resaltan las heridas del cuerpo del señor. Así mismo, es el color de la Hermandad más importante y popular de Murcia que desfila el miércoles por la noche por lo que sirve para aunar las dos procesiones más importantes.

Las identidades corporativas que aparecen en el cartel dejan constancia del interés como reclamo del turismo a la ciudad de estas manifestaciones religiosas de tono folklórico que por eso son apoyadas por las instituciones públicas ya que desde al ser eventos religiosos no son competencia de los estamentos civiles, pero si se tornan oferta turística son susceptibles de apoyo institucional.

Hay movimiento en las posturas de las figuras.

Otros datos

Se añade la marca turística de Murcia "la costa cálida"

Año: 1999 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: FOTO YO B.REGIONAL: DMUG 4441. FONDO LOCAL PLANTA 2ª. Título: Murcia Semana Santa, 1999 [Material gráfico] / fotografía Andrés Nortes ChecaEditorial: Murcia : Ayuntamiento de Murcia [etc.], 1999 (Imprenta regional) Descripción física: 1 lám. (cartel) : il. ; 68 x 48 cmMaterias: Semana Santa-Murcia-CartelesAutores: Nortes Checa, Andrés no digitalizado ALMUDÍ: "00""a"Murcia, Semana Santa"h [Material gráfico]"b" : 26 de marzo - 4 de abril 1999, declarada de interés turístico nacional "c" / Fotografía, Andrés Nortes Checa. -- " ""a"Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia"b" : Consejería de Fomento y Trabajo, Dirección General de Turismo"c", D.L. 1999"f" (Imprenta Regional) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 68 x 48 cm " ""a"La fotografía de Andrés Nortes Checa lleva por título "Los coloraos y la Catedral" D.L. " ""a"MU-322-1999 "1 ""a"Nortes Checa, Andrés"ZZ0007289"

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 68 x 48 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Semana Santa

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

26 de marzo/4 de abril 1999

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Comunidad Autónoma de Murcia Consejería de Industria, Trabajo y Turismo
Dirección General de Turismo
murcia la costa cálida
AYUNTAMIENTO DE MURCIA
REAL Y MUY ILUSTRE CABILDO SUPERIOR DE COFRADIAS - MURCIA

5) Autor: AUTOR: ANDRÉS NORTES CHECA

si no

6) Imprenta: IMPRENTA REGIONAL

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADA DE INTERÉS TURISTICO NACIONAL
FOTOGRAFÍA "LOS COLORAOS Y LA CATEDRAL"



3. OTROS TEXTOS

D.L.: MU-322-1999

ELEMENTOS VISUALES

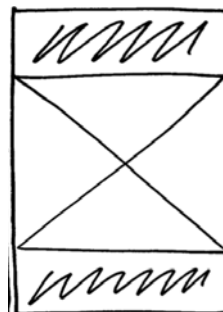
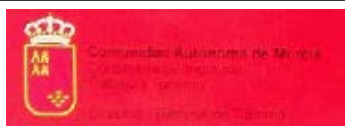
1) Tipo de ilustración Fotografía

2) Margen Con Marco

3) Tipo lay out H ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Comunidad Autónoma de Murcia, Ayuntamiento de Murcia, Cabildo Superior de Cofradías, Murcia Costa Cálida



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Nazarenos estantes portando el paso de La Caída de Jesús camino del Calvario

Real

2) Lugar Plaza de la Cruz de Murcia

Real

3) Tiempo Noche primaveral de Miércoles Santo

Definido

Signos

SS Murcia

enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel
 imagen paso Última cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz
 detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios
 detalle trono Oracuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos

Murcia

Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafrente Palmera Huerta Río

Signos

FP

Murcia

productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La imagen expresa en primer lugar tradición popular de la Semana Santa de Murcia porque se retratan los detalles que hacen única a las procesiones de la ciudad: la vestimenta de los nazarenos estantes desde el capuz con las ataduras colgando, la lazada posterior, el recogido de la careta, la camisa blanca de cuello con corbata negra y las solapas de la chaqueta negra que sale por encima de la abertura delantera de la túnica que se frunce en la cintura formando el buche donde guardan la comida que reparte (como los palomos), la vara con su forma peculiar para servir de sostén en las paradas del trayecto (sin nombrar los detalles que no se ven). La costumbre se reconoce así mismo en el arreglo floral exhuberante de los pasos y en los colores de las flores elegidas que en este caso son rojas (gladiolos, rosas, anthurium, etc) y blancas, sangre y luto. Los colores repiten los colores de la túnica de la procesión que se representa en esta fotografía, la del miércoles Santo de *los coloraos* que es roja y con filos blancos los penitentes y dorados los mayordomos.

Además de tradición y cultura popular, el sentido religioso se comunica con la escena de la Caída de Jesús camino del Calvario que corresponde al paso que portan los estantes.

El cartel está cargado de identidad de Murcia ya que la Torre de la Catedral es la protagonista de la escena por la luz y la definición de la fotografía.

El movimiento de los nazarenos (las cabezas dirigen los capuces para todas direcciones, el movimiento del que golpea el trono con su vara para ordenar la parada) indica que el acto no es riguroso en el orden y sincronía de movimiento de los nazarenos aspecto este que también diferencia los desfiles de la ciudad.

Otros datos

Nueva identidad del REAL Y MUY ILUSTRE CABILDO SUPERIOR DE COFRADIAS - MURCIA cambia el símbolo y la disposición de los textos a pesar de que siguen integrados en el símbolo

Año: 2000 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: BRegional: FOTOYO: DMUG 374Título: Murcia [Material gráfico] : Semana Santa ... 2000 ... / fotografía, Rafael Francés Márquez Editorial: Murcia : Dirección General de Turismo [etc.], 2000 Descripción física: 1 lám. (cartel) ; 69 x 49 cm Materias: Semana Santa-Murcia-Carteles Autores: Francés Márquez, Rafael no digitalizado ALMUDÍ datos: "00""a"Semana Santa Murcia,"h" [Material gráfico]"b" : 14 al 23 de abril 2000, Año Jubilar, declarada de interés turístico nacional" / Fotografía Rafael Francés Márquez. -- " "a"Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia"c", D.L. 2000"r" (Imprenta Regional) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 68 x 48 cm " ""a"La fotografía de Rafael Francés Márquez lleva por título "Cristo del Refugio" D.L. " ""a"MU-290-2000"1 ""a"Francés Márquez. Rafael"ZZ0007323"

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 69 x 49 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Semana Santa

2) Lugar: si no

Murcia

3) Fechas: si no

14/23 abril 2000 Año Jubilar

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Comunidad Autónoma de Murcia Consejería de Industria, Comercio Turismo y Nuevas Tecnologías Dirección General de Turismo murcia la costa cálida AYUNTAMIENTO DE MURCIA REAL Y MUY ILUSTRE CABILDO SUPERIOR DE COFRADIAS - MURCIA

5) Autor: AUTOR: RAFAEL FRANCÉS MÁRQUEZ

si no

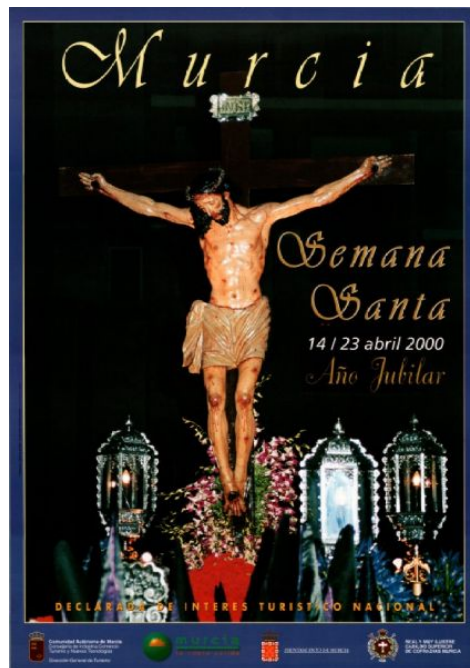
6) Imprenta: IMPRENTA REGIONAL

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADA DE INTERÉS TURISTICO NACIONAL FOTOGRAFÍA "CRISTO DEL REFUGIO"



3. OTROS TEXTOS

D.L. : MU - 290-2000

ELEMENTOS VISUALES

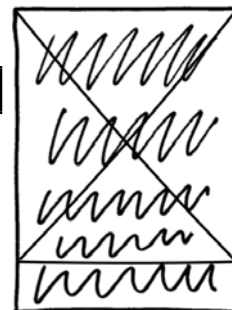
1) Tipo de ilustración Fotografía

2) Margen Con Marco

3) Tipo lay out R ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Comunidad Autónoma de Murcia, Ayuntamiento de Murcia, Cabildo Superior de Cofradías, Murcia Costa Cálida



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Paso del Santísimo Cristo del Refugio

Real

2) Lugar calles de Murcia

Real

3) Tiempo Noche primaveral de Jueves Santo

Definido

Signos

SS Murcia enaguamedia corón espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel imagen paso Última cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz detalle paso NtroPa Jesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos

Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos

FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrerocalañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

MISMO PASO QUE 1988 Y 2015

Convergencia denotación/connotación:

La fotografía del paso del Santísimo Cristo del Refugio, un Cristo Crucificado transmite en primera lugar que se trata de un tema religioso. Un capuz negro asoma delante de la imagen y los adornos y el cirio que aparecen en la foto junto al Cristo contextualizan la escena en una procesión. La vela morada tiene dos significados: por un lado el color es el propio de la cuaresma cristiana y por otro, es la vela utilizada en la procesión del silencio que sale el Jueves Santo por la noche y que tradicionalmente apagaba el alumbrado de todas las calles, de ahí el fondo casi negro de toda la fotografía. Y el negro de las túnicas de los penitentes de la procesión de esta jornada redundan en el tono religioso con el único contraste del rojo de los claveles que simboliza la sangre derramada por Jesús en la Cruz y el morado cuaresmal de los lirios.

La fotografía deja ver la continuidad de las costumbres y tradiciones en torno a las procesiones murcianas puesto que se puede comparar con el cartel de 1988 y coinciden los faroles porta cirios del trono y los capuces de los nazarenos así como las flores que repiten el color rojo y los iris morados que coinciden ambos años.

Otros datos

Año: 2001 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: BR FOTOYO DMUG 1864 Título: Murcia Semana santa 2001 [Material gráfico] / foto Ángel Martínez Requiel.
Editorial: Murcia : Dirección General de Promoción Turística [etc.], 2001 (Imprenta regional) Descripción física:1 lám. (cartel) : il. ; 68 x 48 cm. Materias: Semana Santa-Murcia-Carteles Autores: Martínez Requiel, Ángel (1943-)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 68 x 48 cm.

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Semana Santa

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Murcia 6/15 abril 2001

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Región de Murcia Consejería de Turismo y Cultura Dirección General de Promoción Turística
MURCIA turística
AYUNTAMIENTO DE MURCIA
REAL Y MUY ILUSTRE CABILDO SUPERIOR DE COFRADIAS MURCIA

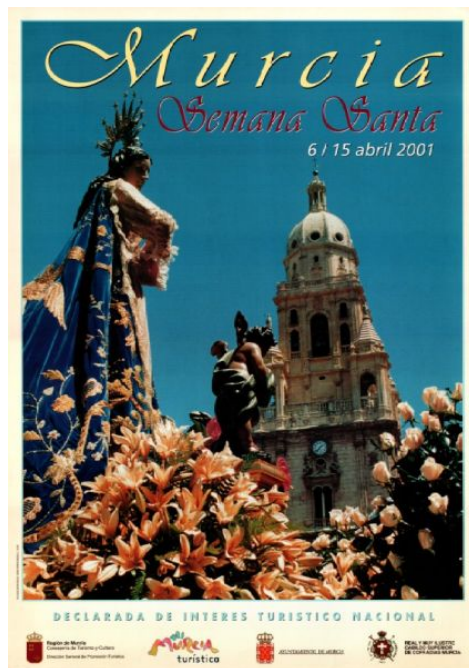
5) Autor: FOTO ANGEL MARTINEZ REQUIEL si no

6) Imprenta: IMPRIME IMPRENTA REGIONAL si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADA DE INTERÉS TURISTICO NACIONAL



3. OTROS TEXTOS

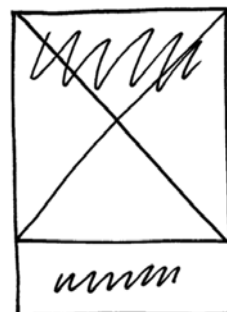
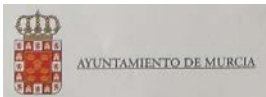
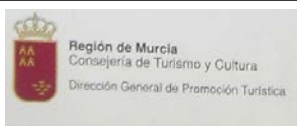
D.L. 151-2001

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Fotografía 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out G ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Región de Murcia, Murcia Turística, Ayuntamiento de Murcia, Cabildo Superior de Cofradías



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Paso de la Virgen Gloriosa con flores y Torre de la Catedral Real

2) Lugar Calles del centro de Murcia Real

3) Tiempo Mañana Primavera del Domingo de Resurrección Definido

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel
 imagen paso Última cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz
 detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios
 detalle trono Oracuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La fotografía sitúa la escena en Murcia al primer golpe de vista porque la Torre de la Catedral protagoniza el cartel junto a la madre de Cristo. En esta ocasión el cielo azul y las flores de tonos blancos y anaranjados iluminan y transmiten la explosión de alegría y vida de la Resurrección de Cristo. La Virgen Gloriosa aparece resplandeciente con vestiduras relucientes y un manto azul celeste bordado en oro que se confunde con el cielo luminoso y con los rayos del sol. Las flores transmiten la llegada de la estación del resurgimiento de la vida, la primavera donde todo florece. Todo el sufrimiento anterior de Cristo cobra sentido pues su Resurrección indica que ha vencido a la muerte y vive para siempre.

Otros datos

Vuelve la denominación de Región de Murcia en la IGC de la Comunidad Autónoma de Murcia que se utilizó la última vez en el cartel de 1996

Año: 2002 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: al: FOTOYO: DMUG 323: Título: Murcia, la Semana Santa [Material gráfico]/ foto, Israel Crespo ; diseño, Tropa Editorial: [Murcia : Ayuntamiento de Murcia, 2002] (A. G. Novograf) Descripción física: 1 lám. (cartel) : col. ; 69 x 48 cm Materias: Semana Santa-Murcia-Carteles Autores:Crespo, Israel Entidades:Tropa no digitalizado ALMUDÍ datos: "1 ""a"Crespo, Israel"ZZ0003535""00""a"Murcia, la Semana Santa"h" [Material gráfico]"c" / Foto, Israel Crespo ; diseño Tropa. -- " ""a"[Murcia"b": Ayuntamiento, Concejalía de Turismo]"c", D.L. 2002 " ""a"1 lam (cartel)"b" : col."c" ; 69 x 49 cm D.L. " ""a"MU-908-2002 "14""a"Semana Santa"z"-Murcia]"-Carteles"ZZ0005705" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas]"-Carteles"ZZ0004287" "2 ""a"Tropa"ZZ0005798"

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 69 x 48'5 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Murcia, la Semana Santa

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Murcia

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Murcia

5) Autor: FOTO: ISRAEL CRESPO, DISEÑO: TROPA si no

6) Imprenta: IMPRIME: A.G. NOVOGRAF, S.A. si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no idem título

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

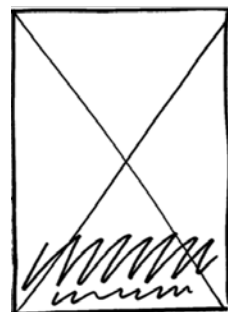
D.L.: MU-908-2002

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Fotografía 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out C ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Marca turística de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Nazarenos penitentes coloraos Real

2) Lugar Bajada del Puente Viejo hacia la Glorieta Real

3) Tiempo Noche primaveral de Miércoles Santo Definido

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel imagen paso Ultima cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrerocalañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Tradición y folklore, belleza y arte en Murcia donde vemos el puente viejo al fondo lo que nos indica que se trata de la salida de la procesión de los coloraos que entra al centro de Murcia. La noche y las luces de las promesas forman una bella escena. Este cartel fue impreso para anunciar las fiestas de Murcia en general por eso no lleva fechas ni año solo el título de la fiesta Semana Santa.

Otros datos

Año: 2002 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: BRegional: FOTO YO: DMUG 347 : Título: Murcia Semana Santa ... 2002 [Material gráfico]/ autor de la fotografía, Ángel Martínez Requiel Editorial: Murcia : Dirección General de Promoción Turística, 2002 (Imprenta Regional) Descripción física: 1 lám. (cartel) : col. ; 68 x 48 cm Materias: Semana Santa-Murcia-Carteles Autores: Martínez Requiel, Ángel (1943-)

no digitalizado ALMUDÍ datos: "00""aMurcia, Semana Santa"h [Material gráfico]"b" : 22 - 31 de marzo 2002, declarada de Interés Turístico Nacional" c" / Fotografía Ángel Martínez Requiel. -- " ""aMurcia"b" : Ayuntamiento de Murcia" c", D.L. 2002" f" (Imprenta Regional)" ""a"1 lám. (cartel)" b" : col." c" ; 68 x 48 cm " ""a"La fotografía lleva por título "Cristo del Rescate" D.L. " ""aMU-145-2002 "1 ""aMartínez Requiel, Ángel"ZZ0005973"

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 68 x 48 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Semana Santa

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
MURCIA 22/31 de marzo 2002

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Región de Murcia Consejería de Turismo y Ordenación del Territorio Dirección General de Promoción Turística MURCIA turística AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y Festejos REAL Y MUY ILUSTRE CABILDO SUPERIOR DE COFRADIAS MURCIA

5) Autor: Autor de la Fotografía: Angel Martínez Requiel si no

6) Imprenta: Imprime: Imprenta Regional si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

Declarada de Interés Turístico Nacional



3. OTROS TEXTOS

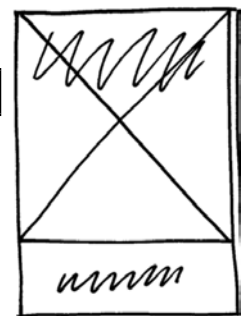
D.L.: MU-145-2002

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Fotografía 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out G ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Región de Murcia, Murcia Turística, Ayuntamiento de Murcia, Cabildo Superior de Cofradías



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Talla del Cristo del Rescate Real

2) Lugar Calles de Murcia Real

3) Tiempo Noche cálida primaveral de Martes Santo Definido

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel imagen paso Última cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios detalle trono Oracuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

Devoción religiosa al Cristo del Rescate.

Arte y Belleza de la talla y de los adornos, luces y flores color púrpura junto al morado y dorado de la túnica del Cristo.

Procesión por las calles

Tradicción y folklore en las formas mantenidas como el capuz que es negro en esta ocasión.

Otros datos

Año: 2003 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: BRegional: FOTO YO: DMUG 89: Título: Murcia Semana Santa ... 2003 [Material gráfico]/ fotografía, Manolo Quijada Pinar Editorial: Murcia : Real y muy ilustre Cabildo Superior de Cofradías, 2003 (Imp. Novoarte) Descripción física: 1 lám. (cartel) : col. ; 68 x 48 cm Materias: Semana Santa-Murcia-Carteles Autores: Quijada Pinar, Manuel (fotógrafo) no digitalizado ALMUDÍ datos:"00""a"Murcia, Semana Santa"h" [Material gráfico]"b" : del 11 al 20 de abril de 2003"c" / Fotografía Manolo Quijada Pinar. -- " ""a"[Murcia]"b" : Real y Muy Ilustre Cabildo Superior de Cofradías [etc.]"c", D.L. 2003"f" (Novoarte) " ""a"1 lam (cartel)"b" : col."c" ; 68 x 48 cm" ""a"Declarada de Interés Turístico Nacional D.L. " ""a"MU-201-2003 "1 ""a"Quijada Pinar, Manolo"ZZ0008044"

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 68 x 48 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no

Murcia

3) Fechas: si no

DEL 11 AL 20 DE ABRIL DE 2003

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

REAL Y MUY ILUSTRE CABILDO SUPERIOR DE COFRADIAS MURCIA
Región de Murcia Consejería de Turismo y Ordenación del Territorio Dirección General de Promoción Turística
MURCIA turística
AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y Festejos

5) Autor: Fotografía: Manolo Quijada Pinar

si no

6) Imprenta: Imprime: I.G. Novoarte

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADA DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL



3. OTROS TEXTOS

D.L. MU-201-2003

ELEMENTOS VISUALES

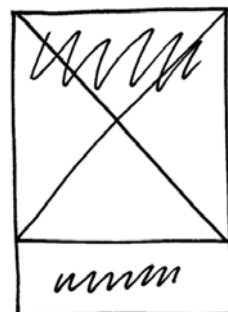
1) Tipo de ilustración Fotografía

2) Margen Con Marco

3) Tipo lay out G ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Cabildo Superior de Cofradías, Región de Murcia, Murcia Turística, Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Paso de Nuestro Padre Jesús Nazareno

Real

2) Lugar Puerta del Palacio del Obispado de Murcia

Real

3) Tiempo Noche primaveral de Martes Santo

Definido

Signos

SS Murcia

enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel
 imagen paso Ultima cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz
 detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios
 detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos

Murcia

Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos

FP

Murcia

productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La fotografía del paso del Cristo centra la atención de la semana santa en el sentido religioso de las procesiones. Se reconoce que se trata de una procesión por las calles del centro de la ciudad, concretamente por delante del Palacio del Obispado de la Plaza de Belluga de Murcia cuya fachada muestra la belleza de los edificios de la ciudad. Arte y Belleza se significan con la talla de Nuestro Padre Jesús junto a los adornos, luces y flores color púrpura y blanco que contrastan con el morado y dorado de la túnica del Cristo y los adornos de la Cruz que carga. La tradición popular se mantiene a través de los años cada vez que salen las procesiones a las calles respetando las costumbres en la decoración de los tronos a base de flores, los candelabros con velas y por los capuces de los nazarenos estantes que asoman la parte superior característica de Murcia, en este caso son de color lila. Valores: cristiandad, religiosidad, espiritualidad, arte y tradición murciana. Hay movimiento en el paseo por la calle del paso.

Otros datos

Año: 2004 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: BR FOTOYO DMUG 4121 Título: Murcia, Semana Santa 2004 [Material gráfico] / fotografía Juan Ignacio Cerdá Meseguer. Editorial: Murcia : Ayuntamiento de Murcia [etc.], 2004 (Novoarte) Descripción física: 1 lám. (cartel) : il. ; 68 x 48 cm. También hay Postales DSN 1206-166 DMUX 146-221 Título: Semana Santa 2004 Murcia, del 2 al 11 de abril [Material gráfico] / fotografía Juan Ignacio Cerdá Meseguer. Editorial: Murcia : Real y Muy Ilustre Cabildo Superior de Cofradías : Consejería de Turismo y de Ordenación del Territorio [etc.], D.L. 2004 (I. G. Novoarte) Descripción física: 1 fot. : color ; 165 x 100 mm (Tarjeta postal) Notas: Reproduce imagen de Cristo Crucificado

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 68 x 48 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no

Murcia

3) Fechas: si no

DEL 2 AL 11 DE ABRIL DE 2004

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

REAL Y MUY ILUSTRE CABILDO SUPERIOR DE COFRADIAS MURCIA
Región de Murcia Consejería de Turismo y Ordenación del Territorio Dirección General de Promoción Turística
MURCIA turística
AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y Festejos

5) Autor: Fotografía: Juan Ignacio Cerdá Meseguer

si no

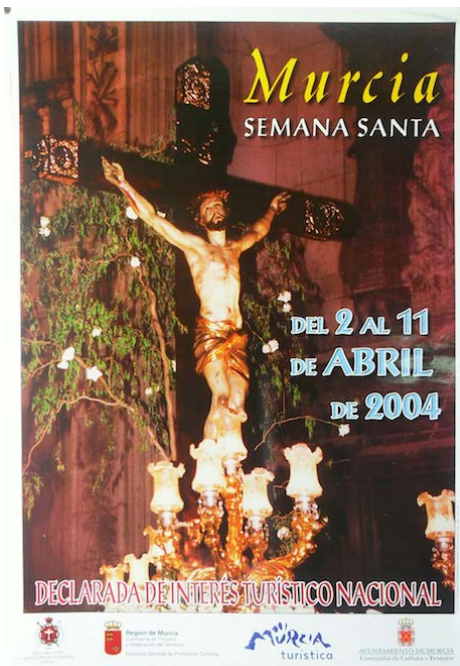
6) Imprenta: Imprime: I.G. Novoarte

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADA DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL



3. OTROS TEXTOS

D.L.: MU-197-04

ELEMENTOS VISUALES

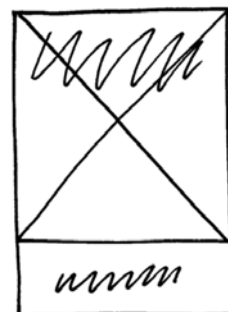
1) Tipo de ilustración Fotografía

2) Margen Con Marco

3) Tipo lay out G ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Cabildo Superior de Cofradías, Región de Murcia, Murcia Turística, Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Paso de Cristo de la Esperanza

Real

2) Lugar Calles de Murcia

Real

3) Tiempo Noche primaveral de Domingo de Ramos

Definido

Signos

SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel
 imagen paso Última cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz
 detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios
 detalle trono Oracuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos

Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafrente Palmera Huerta Río

Signos

FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra & otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La fotografía del paso del Cristo Crucificado carga de religiosidad el cartel (Cristo de la Esperanza)

La fachada de un edificio que sirve de fondo de la imagen nos indica que se trata de un evento en plena calle. El adorno floral que acompaña a la talla del Cristo junto al adorno vegetal que sube por el madero así como los candelabros del trono donde se posa contextualizan la situación anunciada, a saber, las procesiones de Semana Santa. Los elementos mencionados indican tradición y cultura popular murciana porque mantienen vivas las costumbres en la decoración de los tronos a base de flores y los candelabros con velas y las imágenes que se pasean que siguen siendo las mismas año tras año.

Valores: cristiandad, religiosidad, espiritualidad, arte y tradición murciana.

Hay movimiento en el paseo por la calle del paso.

Otros datos

Año: 2005 Fiesta: Semana Santa de Murcia
 Fuente: Web del Cabildo Superior de Cofradías de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no

Murcia

3) Fechas: si no

DEL 18 AL 27 DE MARZO DE 2005

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

REAL Y MUY ILUSTRE CABILDO SUPERIOR DE COFRADIAS MURCIA
 Región de Murcia Consejería de Turismo, Comercio y Consumo del Dirección
 General de Promoción Turística
 MURCIA turística
 AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y Festejos

5) Autor: Autor: Rafael Francés Márquez. Lema: si no

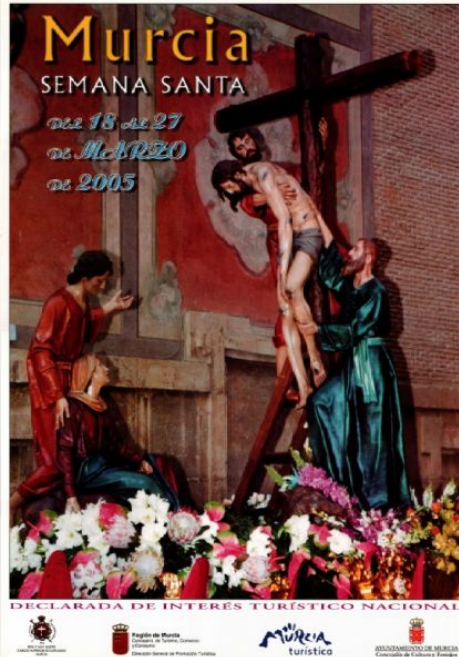
"Descendimiento".

6) Imprenta: Imprime: I.G. Novoarte. si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADA DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL



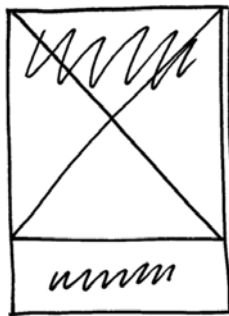
3. OTROS TEXTOS

D.Legal: MU - 56 -05

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out ▼

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel
 imagen paso Última cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz
 detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios
 detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

San Antolín

Convergencia denotación/connotación:

La fotografía se enmarca en un contexto de colores cálidos magenta, rojos, caldera y anaranjado propio de la semana de pasión y de la cofradía del paso que viste túnica magenta como podemos observar en los capuces que asoman junto al trono.

Las flores que adornan la estampa tiene esta misma gama de colores entre el lila y el blanco en diversos tonos rosaceos y violetas.

Los adornos color caldera del Palacio del Obispado son un fondo llena de belleza para esta obra escultórica que es una manifestación artística que impregna los desfiles procesionales de valor artístico.

La escena del descendimiento del cuerpo de Jesús de a cruz llena de religiosidad el mensaje transmitido.

El contexto procesional con la preparación estética del trono y las cabezas de los nazarenos estantes cubiertas con los cauces (magentas en esta ocasión) sitúan el evento en el ámbito folklórico y la tradicional de la Semana Santa de Murcia capital.

El movimiento es un elemento inherente a las procesiones que recorren las calles del centro de la ciudad como en este caso donde se puede reconocer la céntrica Plaza de Belluga de Murcia.

Otros datos

Año: 2006 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Cabildo FOTOYO

no digitalizado ALMUDÍ: "00""aMurcia, Semana Santa"h [Material gráfico]"b" : del 7 al 16 de abril de 2006. -- " ""a"[Murcia]"b" : Real y Muy Ilustre Cabildo Superior de Cofradías [etc.]"c", D.L. 2006 " ""a"1 lam (cartel)"b" : col."c" ; 68 x 48 cm " ""a"Fotografía del Cristo del Amparo, obra de Juan AntonioFernández Labaña D.L. " ""a"MU-205-2006

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 68 x 48 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Semana Santa

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
Murcia del 7 al 16 de abril de 2006

4) Anunciante:organiza y colabora: si no
REAL Y MUY ILUSTRE CABILDO SUPERIOR DE COFRADIAS MURCIA
Región de Murcia Consejería de Turismo, Comercio y Consumo Dirección
General de Promoción Turística
MURCIA turística
AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y Festejos

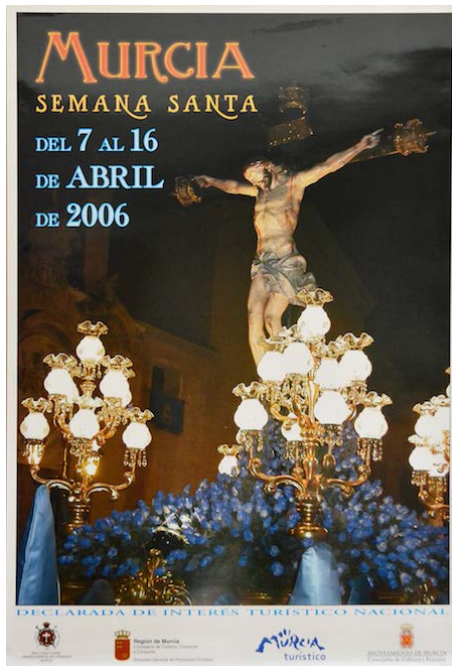
5) Autor: Autor: Juan Antonio Fernández Labaña. si no

6) Imprenta: Imprime: I.G. Novoarte si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADA DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL



3. OTROS TEXTOS

D.Legal: MU - 205 - 06

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Fotografía 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out G ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Cabildo Superior de Cofradías, Región de Murcia, Murcia Turística, Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Paso del Cristo del Amparo Real

2) Lugar Calles de Murcia capital Real

3) Tiempo Noche cálida de Semana Santa Definido

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel
 imagen paso Última cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz
 detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios
 detalle trono Oracuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafrente Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Fotografía del Cristo del Amparo, fotografía de Juan Antonio Fernández Labaña

Convergencia denotación/connotación:

La fotografía del Cristo del Amparo es de significado religioso ante todo. Los sentimientos de la escena contrastan en el cartel con los colores cálidos - de la sangre de Cristo, el texto principal, los dorados candelabros y el fondo anaranjado de la calle - con los fríos azules de las túnicas, las rosas del paso y gran parte de los textos del cartel.

La fachada de la Iglesia del fondo de la imagen sitúa los actos religiosos en plena calle. Los arreglos florales y las luminarias así como parte del trono donde se posa la talla indica que se trata de una procesión. Los capuces azules, propios de la cofradía que venera a esta imagen, y su forma peculiar de punta roma especifican que se trata de las procesiones de la ciudad de Murcia.

Tradición y cultura popular emanan de la escena en el respeto y mantenimiento de la estética preparación y desenlace de los desfiles procesionales.

El movimiento es inherente al momento captado por la cámara y al acto procesional en sí mismo.

Otros datos

Año: 2007 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Cabildo Foto Yo
no digitalizado ALMUDÍ: "00""a"Murcia, Semana Santa"h" [Material gráfico]"b" : del 30 de marzo al 8 de abril de 2007"c" / Autor, Fco Javier Asunción López. -- " ""a"[Murcia]"b" : Real y Muy Ilustre Cabildo Superior de Cofradías [etc.]"c", D.L. 2007 " ""a"1 lam (cartel)"b" : col."c" ; 68 x 48 cm
D.L. " ""a"MU-3-2007

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 68 x 48 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no

Murcia

3) Fechas: si no

del 30 de marzo al 8 de abril de 2007

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

REAL Y MUY ILUSTRE CABILDO SUPERIOR DE COFRADIAS MURCIA
Región de Murcia Consejería de Turismo, Comercio y Consumo Dirección General de Promoción Turística
MURCIA turística
AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y Festejos

5) Autor: Autor: Fco. Javier Asunción López

si no

6) Imprenta: Imprime: I.G. Novoarte

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADA DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL



3. OTROS TEXTOS

D.Legal: MU - 3 - 2007

ELEMENTOS VISUALES

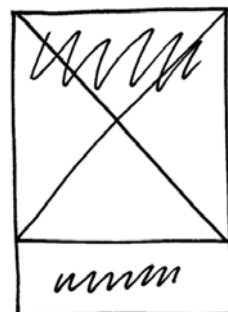
1) Tipo de ilustración Fotografía

2) Margen Con Marco

3) Tipo lay out G ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Escudo del Ayuntamiento de Murcia Y Comunidad Autónoma de Murcia Cabildo Superior de Cofradías, Región de Murcia, Murcia Turística, Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Fotografía del Cristo Yacente

Real

2) Lugar Calles al aire libre

Real

3) Tiempo Mañana primaveral de Sábado de Gloria

Definido

Signos

SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel
 imagen paso Ultima cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz
 detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios
 detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos

Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos

FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrerocalañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

MISMO PASO 1995

Convergencia denotación/connotación:

La fotografía presenta un bello detalle del Cristo Yacente con el farol de velas y una cama de claveles blancos. El blanco es de luto en la mañana del Sábado Santo donde se ve el cielo despejado y las verdes copas de los árboles que indica que está en plena calle al aire libre. El clima es agradable y es tiempo de flores, primavera. La escena exalta los valores religiosos, artísticos y folklóricos de las procesiones de la ciudad de Murcia.

Otros datos

Año: 2008 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: FOTO HECHA EN CABILDO SUPERIOR DE COFRADÍAS Y encontrada por la web en baja resolución no digitalizado ALMUDÍ datos: "00""a"Semana Santa 2008"h" [Material gráfico]"b" : Murcia del 14 al 23 de marzo"c" / Autor, Alejandro Molina López. --
""a"[Murcia]"b" : Real y Muy Ilustre Cabildo Superior de Cofradías [etc.]"c", D.L. 2008"f" (Novoarte) " ""a"1 lam (cartel)"b" : col."c" ; 68 x 48 cm " ""a"Declarada de interés turístico nacional
D.L. " ""a"MU-154-2008 "1 ""a"Molina López, Alejandro"ZZ0008442"

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 68 x 48 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Semana Santa

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
Murcia 2008 del 14 al 23 de Marzo

4) Anunciante:organiza y colabora: si no
REAL Y MUY ILUSTRE CABILDO SUPERIOR DE COFRADIAS MURCIA
Región de Murcia Consejería de Turismo y Consumo Dirección General de Promoción Turística
MURCIA turística
AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Fiestas y Cultura Popular

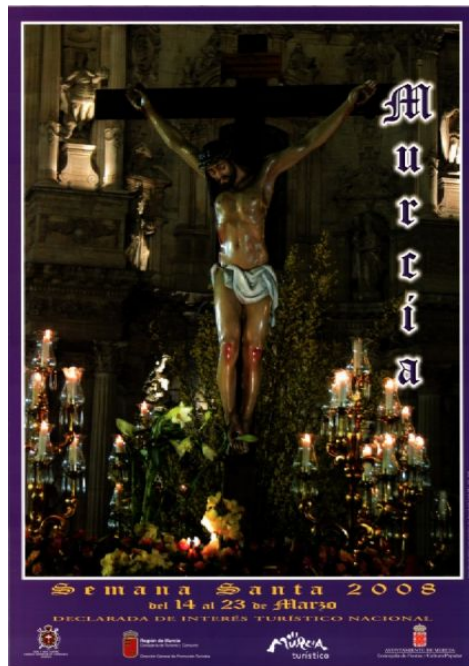
5) Autor: Autor: Alejandro Molina López si no

6) Imprenta: Imprime: I.G. Novoarte si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADA DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL



3. OTROS TEXTOS

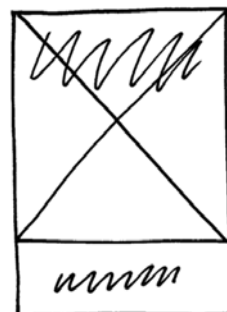
D.Legal: MU-154-2008

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Fotografía 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out G

3) Identidad Gráfica: si no

Cabildo Superior de Cofradías, Región de Murcia, Murcia Turística, Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Paso de Cristo de la Caridad en trono adornado Real

2) Lugar Plaza de Belluga de Murcia Real

3) Tiempo Noche primaveral de Sábado de Pasión Definido

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel
 imagen paso Última cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz
 detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios
 detalle trono Oracuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La fotografía muestra una imagen cargada de religiosidad y folklore. La escultura del Cristo Crucificado venerada por los cristianos y ésta sobre un trono con adornos vegetales y candelabros con velas. Las velas iluminan la talla al paso por las calles de Murcia, concretamente esta está hecha en la Plaza del cardenal Belluga puesto que al fondo vemos la puerta de la Catedral que da a esta plaza del centro de la ciudad.

La belleza artística la encontramos en todos los elementos que conforman la composición de la imagen de la arquitectura, escultura, decoración y en las plantas y flores.

Otros datos

AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Fiestas y Cultura Popular

Año: 2009 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: FOTO YO RECOGIDO DE LA UCAM y Foto en baja de Foro Cofrades

Estado Tamaño si no 69x44,5cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Semana SANTA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

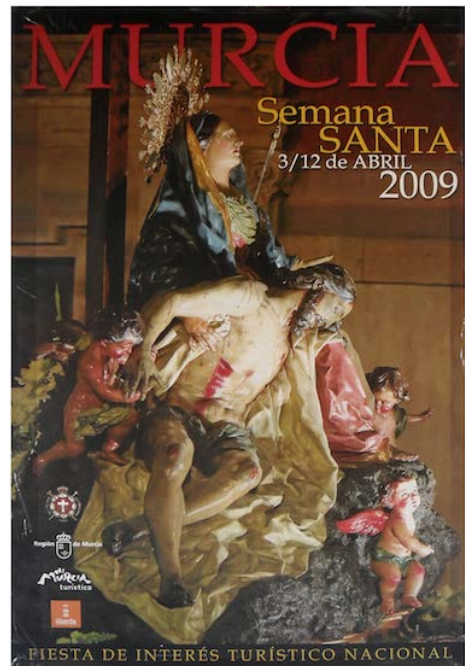
3/12 de ABRIL 2009

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

REAL Y MUY ILUSTRE CABILDO SUPERIOR DE COFRADIAS MURCIA
Región de Murcia
MURCIA turística
MURCIA

5) Autor: FOTOGRAFÍA: JUAN ANTONIO FERNÁNDEZ LABAÑA si no

6) Imprenta: IMPRIME: A.G. NOVOGRAF si no



2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

FIESTAS DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL

3. OTROS TEXTOS

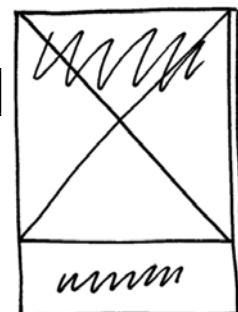
D.L.:*367-2009

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Cabildo Superior de Cofradías, Región de Murcia, Murcia Turística, Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Paso de la Virgen de las Angustias a los pies de la cruz con el cuerpo de Cristo en sus brazos y la espada que le atraviesa el corazón.

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel imagen paso Ultima cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

MISMO PASO QUE 1984

Convergencia denotación/connotación:

La fotografía resalta el sentido religioso de la Semana Santa. El valor de las tradiciones guardadas año tras año y que se transmiten tanto en las familias de generación en generación hasta en las calles de la ciudad. Este cartel tiene un cambio significativo en el texto de la declaración de interés turístico al denominar a la Semana Santa como "FIESTA" de interés turístico nacional.

La perspectiva, iluminación y encaje de la fotografía resaltan la belleza de la obra de arte que es la talla de la madre de Jesús con el cuerpo muerto de su hijo en el regazo acompañada de querubines que lo tratan con exquisita delicadeza. Estos valores artísticos y estéticos se transmiten a la fiesta anunciada y forman parte de la cultura popular del pueblo de Murcia.

Otros datos

Cambia la expresión *DECLARADA DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL* por *FIESTAS DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL*. SE UTILIZA EL NUEVO LOGOSÍMBOLO DEL AYUNTAMIENTO Y SE DEJA DE USAR HASTA

La versión del cartel encontrada en la web del foro de cofrades lleva la IGC de la Región de Murcia y de Murcia turística diferente al cartel original que recogí en la UCAM y que se colgó por la ciudad de Murcia: la IGC de Murcia turística es la de la web murciaturistica.es y la de Región de Murcia especifica la consejería y Dirección General que interviene para lo cual la disposición de los textos es justificada a la izquierda junto al escudo y no distribuida a derecha e izquierda como en este cartel original.

Además hemos encontrado otra versión del cartel con los textos en alemán.

Año: 2009 Fiesta: Semana Santa de Murcia
Fuente: Foto web. versión en Aleman NO SE VE COMPLETO

SSFPmismocartel SSFPseparado

Estado Localizado NO imagen Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

KARWOCH

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

3/12 de ABRIL 2009

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

REAL Y MUY ILUSTRE CABILDO SUPERIOR DE COFRADIAS MURCIA

5) Autor: si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel imagen paso Ultima cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafrente Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

El cartel traducido al idioma alemán indica que los valores que transmite la estampa sirven de atractivo a personas de fuera del país.

El cartel anunciador de la Semana Santa de Murcia 2009, además de la edición en castellano se ha editado también en alemán, francés e italiano

Otros datos

Encontrado en <http://www.laverdad.es/murcia/20090212/murcia/cartel-semana-santa-edita-20090212.html>

Año: 2010 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: FOTO YO RECOGIDO DE LA OFICINA DE TURISMO DE MURCIA O UCAM

Estado Tamaño si no 68,5x48,5cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no

Murcia

3) Fechas: si no

2010 Del 26 de marzo al 4 de abril

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

REAL Y MUY ILUSTRE CABILDO SUPERIOR DE COFRADIAS MURCIA
Región de Murcia
MURCIA turística
AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Fiestas y Cultura Popular

5) Autor: Autor: J. Morejón

si no

6) Imprenta: Imprime: I.G. Novoarte

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADA DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL



3. OTROS TEXTOS

D. Legal: MU -263 - 2010

ELEMENTOS VISUALES

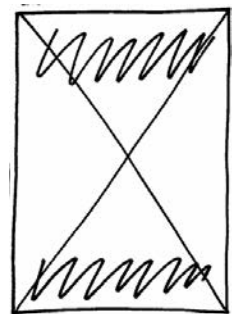
1) Tipo de ilustración

2) Margen

3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Cabildo Superior de Cofradías, Región de Murcia, Murcia Turística, Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Rostro de JesuCristo Sufriente sin corona de espinas, Cristo de la Fé

2) Lugar

3) Tiempo

Signos

SS Murcia

- | | | | | | | | | |
|--|---------------------------------------|--|--------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> enaguamedia | <input type="checkbox"/> corón espina | <input type="checkbox"/> Virgen Dolor. | <input type="checkbox"/> mayordomo | <input type="checkbox"/> naz entero | <input type="checkbox"/> coloraos | <input type="checkbox"/> moraos | <input type="checkbox"/> burlas | <input type="checkbox"/> angel |
| <input type="checkbox"/> imagen paso | <input type="checkbox"/> Ultima cena | <input type="checkbox"/> Prendimiento | <input type="checkbox"/> Crucificado | <input type="checkbox"/> nazestante | <input type="checkbox"/> bocinas | <input type="checkbox"/> azotes | <input type="checkbox"/> flores | <input type="checkbox"/> cruz |
| <input type="checkbox"/> detalle paso | <input type="checkbox"/> NtroPaJesús | <input type="checkbox"/> vara estante | <input type="checkbox"/> Resucitado | <input type="checkbox"/> San Juan | <input type="checkbox"/> palmera | <input type="checkbox"/> clavos | <input type="checkbox"/> cirios | |
| <input type="checkbox"/> detalle trono | <input type="checkbox"/> OracHuerto | <input type="checkbox"/> nazpenitente | <input type="checkbox"/> Otros Pasos | <input type="checkbox"/> Verónica | <input type="checkbox"/> manola | <input type="checkbox"/> capuz | <input type="checkbox"/> cetro | |

Signos

Murcia

- | | | | | | | |
|---|---|---|------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Torre Catedral | <input type="checkbox"/> Teatro Romea | <input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento | <input type="checkbox"/> Obispado | <input type="checkbox"/> Edificios | <input type="checkbox"/> Barraca | <input type="checkbox"/> Moneo |
| <input type="checkbox"/> Puente Viejo | <input type="checkbox"/> Traje regional | <input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta | <input type="checkbox"/> Imafronte | <input type="checkbox"/> Palmera | <input type="checkbox"/> Huerta | <input type="checkbox"/> Río |

Signos

FP Murcia

- | | | | | | | | |
|---|--|--|-----------------------------------|----------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> productos huerta | <input type="checkbox"/> aperos labranza | <input type="checkbox"/> burro/caballo | <input type="checkbox"/> huertana | <input type="checkbox"/> chaleco | <input type="checkbox"/> mueble | <input type="checkbox"/> dioses | <input type="checkbox"/> flores |
| <input type="checkbox"/> sombrero calañés | <input type="checkbox"/> moño picaporte | <input type="checkbox"/> castañuelas | <input type="checkbox"/> huertano | <input type="checkbox"/> mantón | <input type="checkbox"/> bengala | <input type="checkbox"/> manta | <input type="checkbox"/> fuego |
| <input type="checkbox"/> pareja huertanos | <input type="checkbox"/> niño huertano | <input type="checkbox"/> hachonero | <input type="checkbox"/> zaragüel | <input type="checkbox"/> carroza | <input type="checkbox"/> fartificia | <input type="checkbox"/> pájaro | <input type="checkbox"/> refajo |
| <input type="checkbox"/> virgen fuensanta | <input type="checkbox"/> guitarra&otro | <input type="checkbox"/> esparteña | <input type="checkbox"/> montera | <input type="checkbox"/> barraca | <input type="checkbox"/> sardina | <input type="checkbox"/> gayao | <input type="checkbox"/> baile |

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Según encontré en a prensa digital el dibujo que representa "la esencia de la Pasión con el rostro del Cristo de la Cofradía de la Fe" es obra del artista Morejón de Girón

Convergencia denotación/connotación:

La imagen es la obra de un pintor por lo que concede valor artístico al cartel. El rostro pintado presenta expresión de dolor y se reconce a la figura de Jesucristo por el texto que lo acompaña ya que no lleva la corona de espinas. El dibujo que representa "la esencia de la Pasión con el rostro del Cristo de la Cofradía de la Fe" es obra del artista Mojerón de Girón

No encontramos signos icónicos específicos la Semana Santa de Murcia.

El carácter internacional del evento se comunica con la aparición de las banderas de tres países junto al texto semana santa traducido al idioma correspondiente.

Otros datos

Se vuelve a utilizar la expresión DECLARADA DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL

Se vuelve a utilizar la IGC del Ayuntamiento con el escudo clásico

APARECEN POR PRIMERA VEZ TRADUCCIÓN DE LA DENOMINACIÓN DE LA FIESTA A TRES IDIOMAS JUNTO A LAS BANDERAS DE CADA PAÍS: Reino Unido, Francia y Alemania

Año: 2011 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: FOTO YO RECOGIDO DE LA OFICINA DE TURISMO DE MURCIA O UCAM

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 67x48cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

2011 2011 Del 15 al 24 de Abril

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

REAL Y MUY ILUSTRE CABILDO SUPERIOR DE COFRADIAS MURCIA
Región de Murcia
Región de Murcia no-typical
AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Fiestas y Cultura Popular

5) Autor: Pintura Balibrea - Fotografía Juanchi López si no

6) Imprenta: Imprime: Industrias Gráficas Libecrom, S.A. si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADA DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL



3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

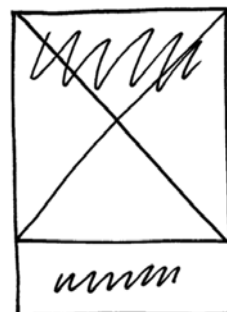
1) Tipo de ilustración Pintura de autor

2) Margen Mixto

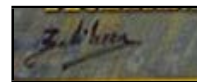
3) Tipo lay out G ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Cabildo Superior de Cofradías, Región de Murcia, Murcia Turística, Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Nazarenos con las bocinas junto a penitentes con cruz y mayordomo a la salida de la procesión de la iglesia del Carmen de los coloraos. Real

2) Lugar Puerta de la Iglesia del Carmen de Murcia Real

3) Tiempo Noche primaveral del Miércoles Santo Definido

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel imagen paso Última cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios detalle trono Oracuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafrente Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La pintura que ilustra el cartel es costumbrista y sirve para expresar y transmitir la tradición de la forma de hacer las procesiones de Murcia capital. En esta escena aparece una de las procesiones más populares y folklóricas de la Semana de Pasión en Murcia. La conocida como procesión de los coloraos cuyo sobrenombre obedece al color de la túnica de La Real, Muy Ilustre, Venerable y Antiquísima Archicofradía de la Preciosísima Sangre de Nuestro Señor Jesucristo y éste a la veneración de la sangre de Jesús que protagoniza el Santísimo Cristo de la Sangre.

En la escena se observan las posturas típicas de los nazarenos penitentes (la Hermandad de Promesas) con sus cruces que se acercan el capuz a la cara para poder ver las cosas, la forma de sujetar las bocinas y apoyarse al mismo en ellas que tienen los nazarenos que las tocan. EL protagonismo de este singular instrumento conocido como bocina que va acompañado de tambores que hacen sonar las llamadas burlas en la pasión del Señor.

Se pueden ver al detalles los elementos de la vestimenta de los nazarenos ya sean penitentes con la cara descubierta, ya sean mayordomos con la cara destapada y las puntillas de su ato o los músicos con la cara descubierta y los lazos blancos de las sienes del capuz de manera que el cartel sirve para transmitir y mantener estas tradiciones populares. Tradición, folklore y devoción religiosa son los aspectos que más resaltan en esta obra.

Otros datos

Año: 2012 Fiesta: Semana Santa de Murcia
 Fuente: FOTO YO RECOGIDO DE LA UCAM

SSFPmismocartel SSFPseparado

Estado Tamaño si no 67x48cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

Del 30 de marzo al 8 de abril

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

REAL Y MUY ILUSTRE CABILDO SUPERIOR DE COFRADIAS MURCIA
 Región de Murcia
 AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Fiestas y Cultura Popular

5) Autor: Obra: Luis J. Fernández / Diseño: sgmstudio.es

si no

6) Imprenta: Imprime: Industrias Gráficas Libecrom, S.A.

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

Declarada de Interés Turístico Internacional



3. OTROS TEXTOS

D. Legal MU-70-2011

ELEMENTOS VISUALES

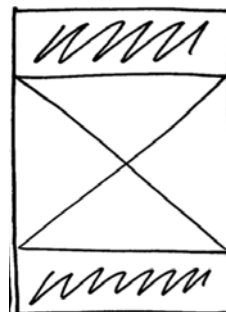
1) Tipo de ilustración

2) Margen

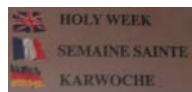
3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Cabildo Superior de Cofradías, Región de Murcia, Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Talla de San Juan

2) Lugar

3) Tiempo

Signos

SS Murcia

enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel
 imagen paso Ultima cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz
 detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios
 detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos

Murcia

Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafrente Palmera Huerta Río

Signos

FP Murcia

productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

El cuadro del artista que ilustra el cartel ha reunido la ciudad de Murcia a una talla de San Juan de la procesión de San Bartolomé del viernes Santo por la noche.

La figura del amado discípulo de Jesús- al que encomienda el cuidado de su madre y como tal se la entrega- se encuentra rodeado de edificios del centro de la ciudad que se reconocen y que el autor a reunido para expresar el lugar donde se desarrollan las procesiones anunciadas: las calles céntricas de Murcia capital supervisadas por la Torre de la Catedral.

Esta obra también deja ver la vinculación de la tradición con la actualidad ya que la figura tiene un estilo escultórico moderno así como lo son parte de los altos edificios de la ciudad que conviven con otros de siglos pasados y con el más importante y característico de la localidad que es la torre catedralicia.

Otros datos

Por primera vez aparece la Declarada de Interés Turístico *Internacional*

Año: 2013 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: FOTO YO RECOGIDO DEL CABILDO SUPERIOR DE COFRADÍAS DE MURCIA

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 69x41,5 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

DEL 22 AL 31 DE MARZO DOS MIL 13

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

CABILDO SUPERIOR DE COFRADÍAS DE MURCIA
Región de Murcia
AYUNTAMIENTO DE MURCIA

5) Autor: 9 ACUARELAS/PEDRO CANO//DISEÑO/JOSÉ LUIS si no

MONTERO//

6) Imprenta: IMPRIME/INDUSTRIA GRAFICÁS LIBECROM

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADA DE INTERÉS TURÍSTICO INTERNACIONAL
HOLY WEEK SEMAINE SAINTE KARWOCHÉ



3. OTROS TEXTOS

D.L.: MU-0138-2013

ELEMENTOS VISUALES

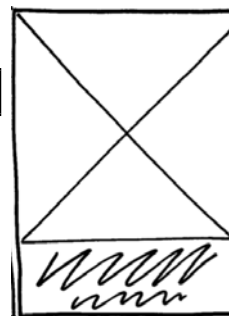
1) Tipo de ilustración Pintura de autor

2) Margen Con Marco

3) Tipo lay out F ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Cabildo Superior de Cofradías de Murcia y Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: 9 iris de varios colores, blancos, azules, morados y lilas.

Real

2) Lugar indefinido donde haya flores

Real

3) Tiempo el apropiado para las flores, primavera

Definido

Signos

SS Murcia

- | | | | | | | | | |
|--|---------------------------------------|--|--------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|--|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> enaguamedia | <input type="checkbox"/> coron espina | <input type="checkbox"/> Virgen Dolor. | <input type="checkbox"/> mayordomo | <input type="checkbox"/> naz entero | <input type="checkbox"/> coloraos | <input type="checkbox"/> moraos | <input type="checkbox"/> burlas | <input type="checkbox"/> angel |
| <input type="checkbox"/> imagen paso | <input type="checkbox"/> Última cena | <input type="checkbox"/> Prendimiento | <input type="checkbox"/> Crucificado | <input type="checkbox"/> nazestante | <input type="checkbox"/> bocinas | <input type="checkbox"/> azotes | <input checked="" type="checkbox"/> flores | <input type="checkbox"/> cruz |
| <input type="checkbox"/> detalle paso | <input type="checkbox"/> NtroPaJesús | <input type="checkbox"/> vara estante | <input type="checkbox"/> Resucitado | <input type="checkbox"/> San Juan | <input type="checkbox"/> palmera | <input type="checkbox"/> clavos | <input type="checkbox"/> cirios | |
| <input type="checkbox"/> detalle trono | <input type="checkbox"/> Oracuerto | <input type="checkbox"/> nazpenitente | <input type="checkbox"/> Otros Pasos | <input type="checkbox"/> Verónica | <input type="checkbox"/> manola | <input type="checkbox"/> capuz | <input type="checkbox"/> cetro | |

Signos

Murcia

- | | | | | | | |
|---|---|---|------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Torre Catedral | <input type="checkbox"/> Teatro Romea | <input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento | <input type="checkbox"/> Obispado | <input type="checkbox"/> Edificios | <input type="checkbox"/> Barraca | <input type="checkbox"/> Moneo |
| <input type="checkbox"/> Puente Viejo | <input type="checkbox"/> Traje regional | <input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta | <input type="checkbox"/> Imafrente | <input type="checkbox"/> Palmera | <input type="checkbox"/> Huerta | <input type="checkbox"/> Río |

Signos

FP Murcia

- | | | | | | | | |
|---|--|--|-----------------------------------|----------------------------------|------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> productos huerta | <input type="checkbox"/> aperos labranza | <input type="checkbox"/> burro/caballo | <input type="checkbox"/> huertana | <input type="checkbox"/> chaleco | <input type="checkbox"/> mueble | <input type="checkbox"/> dioses | <input type="checkbox"/> flores |
| <input type="checkbox"/> sombrero calañés | <input type="checkbox"/> moño picaporte | <input type="checkbox"/> castañuelas | <input type="checkbox"/> huertano | <input type="checkbox"/> mantón | <input type="checkbox"/> bengala | <input type="checkbox"/> manta | <input type="checkbox"/> fuego |
| <input type="checkbox"/> pareja huertanos | <input type="checkbox"/> niño huertano | <input type="checkbox"/> hachonero | <input type="checkbox"/> zaragüel | <input type="checkbox"/> carroza | <input type="checkbox"/> artificia | <input type="checkbox"/> pájaro | <input type="checkbox"/> refajo |
| <input type="checkbox"/> virgen fuensanta | <input type="checkbox"/> guitarra&otro | <input type="checkbox"/> esparteña | <input type="checkbox"/> montera | <input type="checkbox"/> barraca | <input type="checkbox"/> sardina | <input type="checkbox"/> gayao | <input type="checkbox"/> baile |

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La flor llamada iris-conocidos como lirios en Murcia-es la protagonista de este cartel. Esta especie de flores se utiliza regularmente en el adorno de los pasos que desfilan en las procesiones de semana santa por su color al que acompaña una gran belleza.

El morado significa cuaresma y penitencia y el blanco significa purificación, luto y resurrección.

Junto a estas connotaciones generales, la cofradía de Nuestro Padre Jesús - que venera y saca a las calles las tallas de Salzillo el viernes por la mañana - tienen como color de sus túnicas el morado. Estas túnicas en procesión dejan ver distintos tonos y colores dentro de la gama de los morados más oscuros y azulados hasta los lilas de tono pastel. El cartel de este año encargado por esta cofradía al magnífico acuarelista Pedro Cano reúne a modo de procesión estas filas de iris.

Según encontramos en la prensa digital para el autor: "El lirio es una flor que ya está escrita en situaciones religiosas y que tiene una fuerza especial, sobre todo porque nace de forma desordenada", ha confesado el autor del cuadro.(...)Cámara ha comentado que el cartel "es una forma de expresar el sentimiento, nuestras convicciones y nuestro respeto a una tradición, que a lo largo de los siglos, ha sido transmitida de padres a hijos, de abuelos a nietos, de familia en familia".(15 de febrero de 2013, laverdad.es)

Las flores connotan la estación que propicia su irrupción que es la primavera cuyo clima hace más agradable y resulta el clima más propicio para el paseo de las escenas de la pasión, muerte y resurrección de Jesucristo.

Otros datos

Datos de la noticia en laverdad.es "El número de ejemplares editados es de 1.500 y se repartirán en la sede del Cabildo Superior de Cofradías y al finalizar el acto del pregón de la Semana Santa, que tendrá lugar el día 21 de marzo en el Teatro Romea de Murcia. (...) el cartel se expondrá "en las iglesias y en los distintos locales comerciales de nuestra ciudad", además, "serán distribuidos de manera nacional e internacional, a través de eurooperadores que ya lo están demandando".

Año: 2014 Fiesta: Semana Santa de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: FOTO YO RECOGIDO DE LA OFICINA DE TURISMO DE MURCIA

Estado Tamaño si no 68,5x43cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

DEL 11 AL 20 DE ABRIL 2014

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

CABILDO SUPERIOR DE COFRADÍAS DE MURCIA

Región de Murcia

MURCIA

5) Autor: PINTURA Y MAQUETACIÓN JUAN ANTONIO

FERNÁNDEZ LABAÑA

si no

6) Imprenta: IMPRIME: INDUSTRIA GRAFICÁS LIBECROM, S.

A.

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADA DE INTERÉS TURÍSTICO INTERNACIONAL

HOLY WEEK SEMAINE SAINTE KARWOCHÉ

3. OTROS TEXTOS

D.L.: MU-147-2014

ELEMENTOS VISUALES

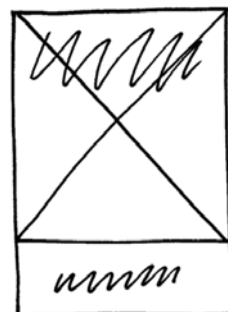
1) Tipo de ilustración

2) Margen

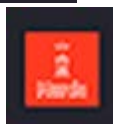
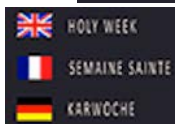
3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Cabildo Superior de Cofradías de Murcia, Región de Murcia y Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Detalle del Cristo del Perdón de San Antolín y perspectiva de la procesión del lunes Santo en Plaza Belluga, pendón, mayordomos, penitentes, estantes, paso de crucificado con la Virgen y San Juan

2) Lugar

3) Tiempo Noche primaveral de Lunes Santo

Signos

SS Murcia enaguamedia corón espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel
 imagen paso Última cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz
 detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios
 detalle trono OracHuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos

Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo

Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafrente Palmera Huerta Río

Signos

FP productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores

Murcia sombrerocalañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego

pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo

virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

realicé una gran acuarela de 110 x 80 cm que ilustra perfectamente la noche del Lunes Santo en Murcia, con el Cristo del Perdón como protagonista destacado, ocupando casi la mitad de la composición, plasmando el desfile de la Cofradía sanantolinera por delante del imponente catedralicio, de noche, bajo una luna de primavera. Encargándome yo mismo de la maquetación de lo que sería el cartel definitivo.

Convergencia denotación/connotación:

La pintura que ilustra el cartel es costumbrista. En la escena representada se captan los detalles de la procesión tal y como se realizan en la ciudad de Murcia desde que comenzaron a realizarse. Se pueden observar los detalles del orden de la misma (estandarte y pendón de la cofradía, representante de la iglesia, mazarenos mayordomos, penitentes y estantes que portan tras de la comitiva el paso que representa un misterio de la pasión, muerte y resurrección del Señor. Tiene por tanto un valor tradicional y folklórico elevado que permite además, observar los detalles de los diseños de las túnicas de los distintos estamentos que integran el desfile y la forma de trasladar y adornar los tronos donde se pasean las figuras. Todo ello impregnado de belleza y arte. Y por encima de todo el sentido religioso de lo anunciado que el autor expresa con un detalle retrato de la figura de Cristo Crucificado del paso. Este año la procesión que sirve de protagonista es la del Lunes Santo que sale de San Antolín conocida como los magenta.

Otros datos

Es la primera vez que el anunciante -CABILDO SUPERIOR DE COFRADÍAS DE MURCIA- aparece en la letra pequeña en los créditos TRÁS EL NOMBRE DEL AUTOR

Año: 2015 Fiesta: Semana Santa de Murcia
 Fuente: FOTO YO RECOGIDO DE LA OFICINA DE TURISMO DE MURCIA

SSFPmismocartel SSFPseparado

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 68x43 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

DEL 27 DE MARZO AL 5 DE ABRIL 2015

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

CABILDO SUPERIOR DE COFRADÍAS DE MURCIA

Región de Murcia

Mu&cia Una ciudad para compartir

5) Autor: PINTURA: PEDRO SERNA/FOTOGRAFÍA JUANCHI LÓPEZ/ CABILDO SUPERIOR DE COFRADÍAS DE MURCIA si no

6) Imprenta: IMPRIME: INDUSTRIAS GRÁFICAS LIBECROM, S. A. si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADA DE INTERÉS TURÍSTICO INTERNACIONAL
 HOLY WEEK SEMAINE SAINTE KARWOCHÉ

3. OTROS TEXTOS

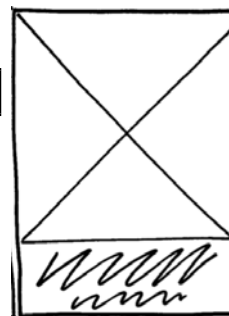
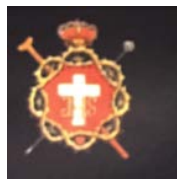
D.L.: MU-0023-2015

ELEMENTOS VISUALES

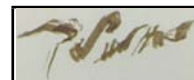
1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out F ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Cabildo Superior de Cofradías de Murcia, Región de Murcia y MU&cia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Cristo del Refugio Real

2) Lugar Indefinido Real

3) Tiempo Indefinido Indefinido

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina Virgen Dolor. mayordomo naz entero coloraos moraos burlas angel imagen paso Última cena Prendimiento Crucificado nazestante bocinas azotes flores cruz detalle paso NtroPaJesús vara estante Resucitado San Juan palmera clavos cirios detalle trono Oracuerto nazpenitente Otros Pasos Verónica manola capuz cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Obispado Edificios Barraca Moneo Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Imafronte Palmera Huerta Río

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro espartaña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

MISMO PASO 1988 Y 2000

Convergencia denotación/connotación:

El significado del cuadro del crucificado es absolutamente religioso, el único elemento que conecta con las procesiones de Semana Santa es el cirio sobre un cetro.

Los murcianos que conocen las procesiones pueden reconocer en esta pintura al Cristo del refugio de La procesión del Jueves Santo.

El estilo del reconocido pintor murciano Pedro Serna dota de dimensión artística a las procesiones de Semana Santa de Murcia que se anuncia en el cartel.

La declaración de interés turística de alcance internacional se refuerza con la traducción del nombre evento anunciado a tres idiomas junto a sus respectivas banderas que sirven de representación visual de la valía de los desfiles procesionales como propuesta turística fuera de España. Al tiempo llama la atención que el cartel tenga el respaldo de la marca turística de la Región de Murcia y no intervenga en esta campaña publicitaria el Ayuntamiento de la ciudad.

Otros datos

Es la SEGUNDA vez que el anunciante -CABILDO SUPERIOR DE COFRADÍAS DE MURCIA- aparece en la letra pequeña en los créditos tras el autor y no aparece el D.L.

Año: 1927 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Almadí Digitalizado "1 ""a"Alcaraz, Julián"d" (1876-1952)"ZZ0004400" "10""a"Murcia, 1927"h" [Material gráfico]"b" : Fiestas de Abril y de la Coronación Canónica de la Patrona María Santísima de la Fuensanta"c" / Julián Alcaraz. -- " ""a"[Murcia]"b" : [Ayuntamiento]"c", 1927"e"(Valencia"p" : Imp. Lit. Ortega)" ""a"1 lám. (cartel)"c" ; 44 x 29 cm" ""a"Al dorso, programa de fiestas de Murcia de ese mismo año. "14""a"Virgen de la Fuensanta"j"-Carteles"ZZ0004318"" 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * " ""a" MU-AM"j" 71C

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 44 x 29 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FIESTAS DE ABRIL Y DE LA CORONACIÓN CANÓNICA DE LA PATRONA MARÍA SANTÍSIMA DE LA FUENSANTA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
MURCIA 1927

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: Julián Alcaraz si no

6) Imprenta: IMP. LIT. J. ORTEGA-VALENCIA si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

REPRESENTANTE EN MURCIA CARMELO BUENO

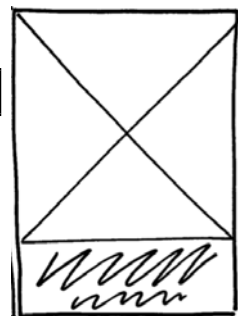
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out ▼

3) Identidad Gráfica: si no

El nombre de la imprenta tiene una tipografía especial podría considerarse un logotipo



REPRESENTANTE EN MURCIA
CARMELO BUENO

5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Jinete vestido época porta estandarte con imagen de la Fuensanta sobre caballo blanco

2) Lugar

3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical dividido en dos partes:

La parte superior ocupa 2/3 del cartel. Está compuesto por una pintura enmarcada con una orla de fondo azul oscuro con motivo vegetal dorado y una línea fina del color beige de fondo de todo el cartel. La escena esta protagonizada por un jinete vestido de forma muy elegante con sombrero, peluca blanca de tirabuzones, casaca roja y chaleco verde con remates dorados y cuello con puntillas (parece un uniforme oficial) sobre un caballo blanco de crin blanca peinada y adornada, ensillado y con cinchas de igual categoría que camina a paso ligero con elegancia (doma). El protagonista porta un estandarte con la imagen de la Virgen de la Fuensanta. Van por un camino de tierra rodeado por vegetación. El paisaje de fondo es el cielo azul sobre el perfil de la torre de la Catedral de Murcia que sobresale ocupando el tercio superior derecho, donde aparece, más abajo, una palmera por el lateral derecho a media distancia.

La parte inferior son textos que aparecen enmarcados con la misma orla que la de arriba y que la separa de la escena pintada. El fondo es del color beige del cartel sobre el que aparecen los textos en color burdeos distribuidos en cuatro líneas de texto centrado que de arriba abajo son los siguientes (separamos las líneas por la barra inclinada "/"): la primera y segunda líneas tiene el mismo cuerpo de letra, excepto la preposición que es de menor tamaño, y en mayúsculas, MURCIA-1927/ FIESTAS DE ABRIL; la tercera y cuarta líneas son ambas del mismo cuerpo de letra que es menor que el de las líneas superiores y las preposiciones artículos y conjunciones son de cuerpo inferior.

Pegado a la parte inferior de la orla aparecen los textos de la imprenta a la derecha y en un cuerpo pequeño en el mismo color de los textos burdeos, IMP. LIT. J. ORTEGA-VALENCIA, y justificado a la izquierda en dos líneas el nombre del comercial en Murcia de la imprenta valenciana, REPRESENTANTE EN MURCIA /CARMELO BUENO en color rojo anaranjado. Ambos textos en tipografía de palo seco. El nombre de la imprenta es de un tipo de letra más decorativo.

Convergencia denotación/connotación:

El cartel nos sitúa en el entorno de Murcia Capital mediante la perspectiva del cuadro que presenta en último plano, en la zona más elevada, el perfil la Torre de la Catedral, la palmera propia de la huerta de Murcia que aparece en un plano medio y la vegetación a media altura en plano cercano y el camino de tierra a los pies del caballo en primer plano. El movimiento del caballo (patas, cola) y del estandarte indican que el acontecimiento que se anuncia se celebra en un lugar al que hay que desplazarse fuera de la capital, Virgen de la Fuensanta que aparece en el pendón con sus rasgos característicos (postura, vestido, niño). Estos datos se anclan sin discusión con los textos de la parte inferior.

La relevancia del acto se transmite mediante la postura y la indumentaria del protagonista y la elegancia de la figura y atavío del caballo que lo porta. Así mismo, la orla enmarca la escena remarcándola como acontecimiento especial.

Otros datos

Año: 1927 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Lagalerialitografica.com/producto_05805-murcia-1927-fiestas-de-abrilgil-de-vicario_1562.html
libro de Mª Gracia Ruiz Llamas http://books.google.es/books?id=F1VHbYtIvy4C&pg=PA72&lpg=PA72&dq=diez,+dibujante
+murcia&source=bl&ots=jEwVrFY8FW&sig=dHD6izjNkAkHwHVih5r0FaDnUtk&hl=es&sa=X&ei=4IbPU6GjM-
eZ0QXbmIDYBg&ved=0CCgQ6AEwAQ#v=onepage&q=diez%2C%20dibujante%20murcia&f=false
Encontrado también en el libro de María Gracia

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FIESTAS DE ABRIL Y DE LA CORONACIÓN CANÓNICA DE LA PATRONA
MARIA SANTÍSIMA DE LA FUENSANTA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

1927

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia

5) Autor: Gil de Vicario

si no

6) Imprenta: NO se lee bien

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

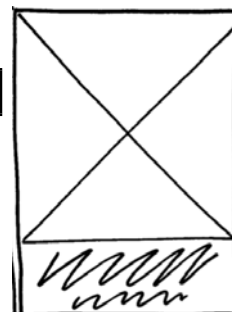
Textos en blanco en la parte inferior derecha e izquierda ilegibles

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out F ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Escudo de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Virgen de la Fuensanta y pareja de huertanos arrodillados portando la corona palomas volando Real

2) Lugar Pórtico del Santuario de La Fuensanta Real

3) Tiempo Primavera Indefinido

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
 imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Cartel vertical dividido en dos partes:

La parte superior ocupa (3/4) del cartel. Está compuesto por una pintura rodeada de un filo negro de fondo que enmarca todo el cartel. La escena esta protagonizada una pareja de huertanos vestidos con el traje regional de diario, arrodillados ante la imagen de la Virgen de la Fuensanta que sostiene entre ambos el cojín donde posa la corona de plata de la Virgen. El Huertano se situa a la derecha se apoya sobre la rodilla derecha, inclina la cabeza descubierta hacia delante y tiene delante de su pie izquierdo la montera en el suelo. Aparece de perfil izquierdo con alpargatas, zaragüeles, chaleco negro y manta roja con rayas negras sobre el hombro derecho. La huertana viste refajo rojo, corpiño de mangas negras con puños de puntillas blancas a media manga y mantoncillo, peinada con moño de picaporte y pendientes largos en el pie que asoma bajo el refajo calza alpargatas?. Está de perfil derecho, con la mano derecha sujeta la corona y la cabeza alzada con el rostro dirigida a la imagen de la Fuensanta. Ambos personajes sirven de apoyo/peana a la imagen central que ocupa los dos tercios de la ilustración y corresponde a la Patrona de Murcia. La talla aparece con vestido claro y el niño lleva la corona. Tres palomas vuelan al su alrededor una en la esquina superior derecha-entre sus alas se estampa la firma del autor Gil de Vicario en negro- las otras dos en el lateral derecha envuelven a la imagen. a los pies de la imagen y entre los adorantes aparece el escudo de las siete coronas de la ciudad de Murcia. El fondo de la ilustración es un dibujo lineal de la puerta del Santuario de la Fuensanta en con la linea burdeos y el fondo en rojo claro.

En la parte inferior (1/4) estan colocados los textos centrados, en color rojo vivo, en mayúsculas sobre fondo negro distribuido en cinco líneas que de arriba abajo son los siguientes(separamos las líneas por la barra inclinada "/"): la primera y segunda líneas tiene el mismo cuerpo de letra, excepto la preposición que es de menor tamaño, y en mayúsculas , MURCIA.1927/. FIESTAS DE ABRIL/; la tercera y cuarta líneas son ambas del mismo cuerpo de letra que es menor que el de las líneas superiores destacando con un tamaño mayor la palabra coronación y María santísima, /Y DE LA CORONACIÓN CANÓNICA DE LA /PATRONA MARÍA SANTÍSIMA DE LA /, en la quinta línea aparece solo el nombre /FUENSANTA./ en mayor tamaño que las líneas superiores.

Justo debajo de esta quinta línea a derecha e izquierda se ven dos bloques de texto en blanco de tamaño muy pequeño, el de la derecha de dos líneas el de la izquierda de una línea. Los textos no son legibles por problemas de resolución de la imagen. Suponemos que se trata de los créditos de impresión.

Convergencia denotación/connotación:

La imagen del cartel nos presenta un acto donde la protagonista es la Virgen de la Fuensanta que es adorada y se encuentra en lo más alto, ya que le revolotean las palomas a su alrededor y las aves no vuelan a la altura de los humanos. Es una imagen sagrada por la postura de adoración de los huertanos y de ofrenda por los brazos extendidos de la pareja, lo que situa la escena durante las fiestas de abril cuando se hace la ofrenda de flores como indica el cerco de flores a los pies de la Virgen, a lo que se añade en esta ocasión la entrega de una corona a la Madre (el Niño ya porta la suya). EL dibujo de la puerta del santuario nos matiza de que advocación se trata puesto que es la del Santuario de la Fuensanta de Murcia. Así mismo se trata de un acto del pueblo porque el traje regional de los personajes es de diario en el varón.

Otros datos

Ruiz Llamas (1992, p.252) en el pie de la ilustración aporta la siguiente información: Luis Gil de Vicario. Cartel realizado por encargo del Ayuntamiento para las fiestas de 1927. Murcia. Oleo

Año: 1928 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente:

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel

SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz

detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios

detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río

Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores

FP sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego

Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo

virgen fuensanta guitarra&otro esparteña monterra barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1929 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente:

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1932 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente:

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

- Signos SS Murcia
- enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
 - imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 - detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 - detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

- Signos Murcia
- Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río
 - Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

- Signos FP Murcia
- productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 - sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 - pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 - virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1943 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente:

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS



ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar
3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1943 Fiesta: Fiestas de Primavera
Fuente:

SSFPmismocartel SSFPseparado

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña monterera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1943 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente:

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar
3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
FP sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1945 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente:

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia	<input type="checkbox"/> enaguamedia	<input type="checkbox"/> coron espina	<input type="checkbox"/> vara estante	<input type="checkbox"/> naz entero	<input type="checkbox"/> palmera	<input type="checkbox"/> bocinas	<input type="checkbox"/> clavos	<input type="checkbox"/> angel
	<input type="checkbox"/> imagen paso	<input type="checkbox"/> NtroPaJesús	<input type="checkbox"/> nazpenitente	<input type="checkbox"/> nazestante	<input type="checkbox"/> coloraos	<input type="checkbox"/> capuz	<input type="checkbox"/> flores	<input type="checkbox"/> cruz
	<input type="checkbox"/> detalle paso	<input type="checkbox"/> Virgen Dolor.	<input type="checkbox"/> mayordomo	<input type="checkbox"/> San Juan	<input type="checkbox"/> moraos	<input type="checkbox"/> burlas	<input type="checkbox"/> cirios	
	<input type="checkbox"/> detalle trono	<input type="checkbox"/> Prendimiento	<input type="checkbox"/> Crucificado	<input type="checkbox"/> Verónica	<input type="checkbox"/> manola	<input type="checkbox"/> azotes	<input type="checkbox"/> cetro	

Signos Murcia	<input type="checkbox"/> Torre Catedral	<input type="checkbox"/> Teatro Romea	<input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Imafronte	<input type="checkbox"/> Palmera	<input type="checkbox"/> Huerta	<input type="checkbox"/> Río
	<input type="checkbox"/> Puente Viejo	<input type="checkbox"/> Traje regional	<input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta	<input type="checkbox"/> Edificios	<input type="checkbox"/> Barraca	<input type="checkbox"/> Moneo	

Signos FP Murcia	<input type="checkbox"/> productos huerta	<input type="checkbox"/> aperos labranza	<input type="checkbox"/> burro/caballo	<input type="checkbox"/> huertana	<input type="checkbox"/> chaleco	<input type="checkbox"/> mueble	<input type="checkbox"/> dioses	<input type="checkbox"/> flores
	<input type="checkbox"/> sombrero calañés	<input type="checkbox"/> moño picaporte	<input type="checkbox"/> castañuelas	<input type="checkbox"/> huertano	<input type="checkbox"/> mantón	<input type="checkbox"/> bengala	<input type="checkbox"/> manta	<input type="checkbox"/> fuego
	<input type="checkbox"/> pareja huertanos	<input type="checkbox"/> niño huertano	<input type="checkbox"/> hachonero	<input type="checkbox"/> zaragüel	<input type="checkbox"/> carroza	<input type="checkbox"/> fartificia	<input type="checkbox"/> pájaro	<input type="checkbox"/> refajo
	<input type="checkbox"/> virgen fuensanta	<input type="checkbox"/> guitarra&otro	<input type="checkbox"/> esparteña	<input type="checkbox"/> montera	<input type="checkbox"/> barraca	<input type="checkbox"/> sardina	<input type="checkbox"/> gayao	<input type="checkbox"/> baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1945 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente:

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia	<input type="checkbox"/> enaguamedia	<input type="checkbox"/> coron espina	<input type="checkbox"/> vara estante	<input type="checkbox"/> naz entero	<input type="checkbox"/> palmera	<input type="checkbox"/> bocinas	<input type="checkbox"/> clavos	<input type="checkbox"/> angel
	<input type="checkbox"/> imagen paso	<input type="checkbox"/> NtroPaJesús	<input type="checkbox"/> nazpenitente	<input type="checkbox"/> nazestante	<input type="checkbox"/> coloraos	<input type="checkbox"/> capuz	<input type="checkbox"/> flores	<input type="checkbox"/> cruz
	<input type="checkbox"/> detalle paso	<input type="checkbox"/> Virgen Dolor.	<input type="checkbox"/> mayordomo	<input type="checkbox"/> San Juan	<input type="checkbox"/> moraos	<input type="checkbox"/> burlas	<input type="checkbox"/> cirios	
	<input type="checkbox"/> detalle trono	<input type="checkbox"/> Prendimiento	<input type="checkbox"/> Crucificado	<input type="checkbox"/> Verónica	<input type="checkbox"/> manola	<input type="checkbox"/> azotes	<input type="checkbox"/> cetro	

Signos Murcia	<input type="checkbox"/> Torre Catedral	<input type="checkbox"/> Teatro Romea	<input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Imafrente	<input type="checkbox"/> Palmera	<input type="checkbox"/> Huerta	<input type="checkbox"/> Río
	<input type="checkbox"/> Puente Viejo	<input type="checkbox"/> Traje regional	<input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta	<input type="checkbox"/> Edificios	<input type="checkbox"/> Barraca	<input type="checkbox"/> Moneo	

Signos FP Murcia	<input type="checkbox"/> productos huerta	<input type="checkbox"/> aperos labranza	<input type="checkbox"/> burro/caballo	<input type="checkbox"/> huertana	<input type="checkbox"/> chaleco	<input type="checkbox"/> mueble	<input type="checkbox"/> dioses	<input type="checkbox"/> flores
	<input type="checkbox"/> sombrero calañés	<input type="checkbox"/> moño picaporte	<input type="checkbox"/> castañuelas	<input type="checkbox"/> huertano	<input type="checkbox"/> mantón	<input type="checkbox"/> bengala	<input type="checkbox"/> manta	<input type="checkbox"/> fuego
	<input type="checkbox"/> pareja huertanos	<input type="checkbox"/> niño huertano	<input type="checkbox"/> hachonero	<input type="checkbox"/> zaragüel	<input type="checkbox"/> carroza	<input type="checkbox"/> artificia	<input type="checkbox"/> pájaro	<input type="checkbox"/> refajo
	<input type="checkbox"/> virgen fuensanta	<input type="checkbox"/> guitarra&otro	<input type="checkbox"/> esparteña	<input type="checkbox"/> montera	<input type="checkbox"/> barraca	<input type="checkbox"/> sardina	<input type="checkbox"/> gayao	<input type="checkbox"/> baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1946 Fiesta: Fiestas de Primavera
Fuente:

SSFPmismocartel SSFPseparado

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS



ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1946 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente:

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1947 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: ...mudí DIGITALIZADO «1 »«a»Gómez, Carlos«ZZ0004307»

* «1 »«a»MU-AM«j» 91C

«1 »«a»Gómez, Carlos«ZZ0004307»

«10»«a»Grandiosas Fiestas de primavera«h» [Material gráfico]«b» : 1947«c» /

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 97 x 67 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

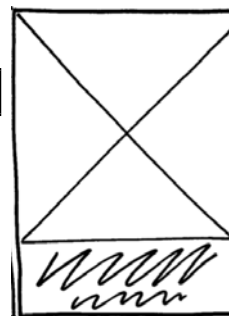


ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out F

3) Identidad Gráfica: si no

[Empty text box for Identity Graphic]



5) Firma si no

[Empty text box for Signature]

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: [Empty text box]

2) Lugar [Empty text box]

3) Tiempo [Empty text box]

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1948 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Almudí DIGITALIZADO «1 »«a»Gómez, Carlos«ZZ0004307»
«10»«a»Grandiosas Fiestas de primavera año 1948«h» [Material gráfico]«c» /
C. Gómez. -- « »«a»[Murcia«b» : Ayuntamiento de Murcia]«c», 1948«e» (Valencia«f» :
[Litografía] Ortega)
« »«a»1 lám. (cartel)«h» : col.«c» : 50 x 32 cm

Estado Tamaño si no 50 x 32 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

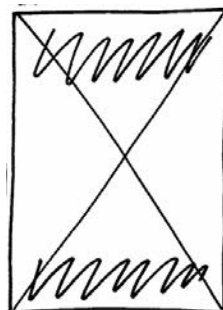


3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out ▼

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar
3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río
Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
FP sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1949 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: DIGITALIZADO

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia	<input type="checkbox"/> enaguamedia	<input type="checkbox"/> coron espina	<input type="checkbox"/> vara estante	<input type="checkbox"/> naz entero	<input type="checkbox"/> palmera	<input type="checkbox"/> bocinas	<input type="checkbox"/> clavos	<input type="checkbox"/> angel
	<input type="checkbox"/> imagen paso	<input type="checkbox"/> NtroPaJesús	<input type="checkbox"/> nazpenitente	<input type="checkbox"/> nazestante	<input type="checkbox"/> coloraos	<input type="checkbox"/> capuz	<input type="checkbox"/> flores	<input type="checkbox"/> cruz
	<input type="checkbox"/> detalle paso	<input type="checkbox"/> Virgen Dolor.	<input type="checkbox"/> mayordomo	<input type="checkbox"/> San Juan	<input type="checkbox"/> moraos	<input type="checkbox"/> burlas	<input type="checkbox"/> cirios	
	<input type="checkbox"/> detalle trono	<input type="checkbox"/> Prendimiento	<input type="checkbox"/> Crucificado	<input type="checkbox"/> Verónica	<input type="checkbox"/> manola	<input type="checkbox"/> azotes	<input type="checkbox"/> cetro	

Signos Murcia	<input type="checkbox"/> Torre Catedral	<input type="checkbox"/> Teatro Romea	<input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Imafrente	<input type="checkbox"/> Palmera	<input type="checkbox"/> Huerta	<input type="checkbox"/> Río
	<input type="checkbox"/> Puente Viejo	<input type="checkbox"/> Traje regional	<input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta	<input type="checkbox"/> Edificios	<input type="checkbox"/> Barraca	<input type="checkbox"/> Moneo	

Signos FP Murcia	<input type="checkbox"/> productos huerta	<input type="checkbox"/> aperos labranza	<input type="checkbox"/> burro/caballo	<input type="checkbox"/> huertana	<input type="checkbox"/> chaleco	<input type="checkbox"/> mueble	<input type="checkbox"/> dioses	<input type="checkbox"/> flores
	<input type="checkbox"/> sombrero calañés	<input type="checkbox"/> moño picaporte	<input type="checkbox"/> castañuelas	<input type="checkbox"/> huertano	<input type="checkbox"/> mantón	<input type="checkbox"/> bengala	<input type="checkbox"/> manta	<input type="checkbox"/> fuego
	<input type="checkbox"/> pareja huertanos	<input type="checkbox"/> niño huertano	<input type="checkbox"/> hachonero	<input type="checkbox"/> zaragüel	<input type="checkbox"/> carroza	<input type="checkbox"/> fartificia	<input type="checkbox"/> pájaro	<input type="checkbox"/> refajo
	<input type="checkbox"/> virgen fuensanta	<input type="checkbox"/> guitarra&otro	<input type="checkbox"/> esparteña	<input type="checkbox"/> montera	<input type="checkbox"/> barraca	<input type="checkbox"/> sardina	<input type="checkbox"/> gayao	<input type="checkbox"/> baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1949 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente:

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar
3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1950 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: DIGITALIZADO

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia	<input type="checkbox"/> enaguamedia	<input type="checkbox"/> coron espina	<input type="checkbox"/> vara estante	<input type="checkbox"/> naz entero	<input type="checkbox"/> palmera	<input type="checkbox"/> bocinas	<input type="checkbox"/> clavos	<input type="checkbox"/> angel
	<input type="checkbox"/> imagen paso	<input type="checkbox"/> NtroPaJesús	<input type="checkbox"/> nazpenitente	<input type="checkbox"/> nazestante	<input type="checkbox"/> coloraos	<input type="checkbox"/> capuz	<input type="checkbox"/> flores	<input type="checkbox"/> cruz
	<input type="checkbox"/> detalle paso	<input type="checkbox"/> Virgen Dolor.	<input type="checkbox"/> mayordomo	<input type="checkbox"/> San Juan	<input type="checkbox"/> moraos	<input type="checkbox"/> burlas	<input type="checkbox"/> cirios	
	<input type="checkbox"/> detalle trono	<input type="checkbox"/> Prendimiento	<input type="checkbox"/> Crucificado	<input type="checkbox"/> Verónica	<input type="checkbox"/> manola	<input type="checkbox"/> azotes	<input type="checkbox"/> cetro	

Signos Murcia	<input type="checkbox"/> Torre Catedral	<input type="checkbox"/> Teatro Romea	<input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Imafronte	<input type="checkbox"/> Palmera	<input type="checkbox"/> Huerta	<input type="checkbox"/> Río
	<input type="checkbox"/> Puente Viejo	<input type="checkbox"/> Traje regional	<input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta	<input type="checkbox"/> Edificios	<input type="checkbox"/> Barraca	<input type="checkbox"/> Moneo	

Signos FP Murcia	<input type="checkbox"/> productos huerta	<input type="checkbox"/> aperos labranza	<input type="checkbox"/> burro/caballo	<input type="checkbox"/> huertana	<input type="checkbox"/> chaleco	<input type="checkbox"/> mueble	<input type="checkbox"/> dioses	<input type="checkbox"/> flores
	<input type="checkbox"/> sombrero calañés	<input type="checkbox"/> moño picaporte	<input type="checkbox"/> castañuelas	<input type="checkbox"/> huertano	<input type="checkbox"/> mantón	<input type="checkbox"/> bengala	<input type="checkbox"/> manta	<input type="checkbox"/> fuego
	<input type="checkbox"/> pareja huertanos	<input type="checkbox"/> niño huertano	<input type="checkbox"/> hachonero	<input type="checkbox"/> zaragüel	<input type="checkbox"/> carroza	<input type="checkbox"/> fartificia	<input type="checkbox"/> pájaro	<input type="checkbox"/> refajo
	<input type="checkbox"/> virgen fuensanta	<input type="checkbox"/> guitarra&otro	<input type="checkbox"/> esparteña	<input type="checkbox"/> monterra	<input type="checkbox"/> barraca	<input type="checkbox"/> sardina	<input type="checkbox"/> gayao	<input type="checkbox"/> baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1950 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente:

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS



ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1951 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: DIGITALIZADO

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia	<input type="checkbox"/> enaguamedia	<input type="checkbox"/> coron espina	<input type="checkbox"/> vara estante	<input type="checkbox"/> naz entero	<input type="checkbox"/> palmera	<input type="checkbox"/> bocinas	<input type="checkbox"/> clavos	<input type="checkbox"/> angel
	<input type="checkbox"/> imagen paso	<input type="checkbox"/> NtroPaJesús	<input type="checkbox"/> nazpenitente	<input type="checkbox"/> nazestante	<input type="checkbox"/> coloraos	<input type="checkbox"/> capuz	<input type="checkbox"/> flores	<input type="checkbox"/> cruz
	<input type="checkbox"/> detalle paso	<input type="checkbox"/> Virgen Dolor.	<input type="checkbox"/> mayordomo	<input type="checkbox"/> San Juan	<input type="checkbox"/> moraos	<input type="checkbox"/> burlas	<input type="checkbox"/> cirios	
	<input type="checkbox"/> detalle trono	<input type="checkbox"/> Prendimiento	<input type="checkbox"/> Crucificado	<input type="checkbox"/> Verónica	<input type="checkbox"/> manola	<input type="checkbox"/> azotes	<input type="checkbox"/> cetro	

Signos Murcia	<input type="checkbox"/> Torre Catedral	<input type="checkbox"/> Teatro Romea	<input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Imafronte	<input type="checkbox"/> Palmera	<input type="checkbox"/> Huerta	<input type="checkbox"/> Río
	<input type="checkbox"/> Puente Viejo	<input type="checkbox"/> Traje regional	<input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta	<input type="checkbox"/> Edificios	<input type="checkbox"/> Barraca	<input type="checkbox"/> Moneo	

Signos FP Murcia	<input type="checkbox"/> productos huerta	<input type="checkbox"/> aperos labranza	<input type="checkbox"/> burro/caballo	<input type="checkbox"/> huertana	<input type="checkbox"/> chaleco	<input type="checkbox"/> mueble	<input type="checkbox"/> dioses	<input type="checkbox"/> flores
	<input type="checkbox"/> sombrero calañés	<input type="checkbox"/> moño picaporte	<input type="checkbox"/> castañuelas	<input type="checkbox"/> huertano	<input type="checkbox"/> mantón	<input type="checkbox"/> bengala	<input type="checkbox"/> manta	<input type="checkbox"/> fuego
	<input type="checkbox"/> pareja huertanos	<input type="checkbox"/> niño huertano	<input type="checkbox"/> hachonero	<input type="checkbox"/> zaragüel	<input type="checkbox"/> carroza	<input type="checkbox"/> fartificia	<input type="checkbox"/> pájaro	<input type="checkbox"/> refajo
	<input type="checkbox"/> virgen fuensanta	<input type="checkbox"/> guitarra&otro	<input type="checkbox"/> esparteña	<input type="checkbox"/> montera	<input type="checkbox"/> barraca	<input type="checkbox"/> sardina	<input type="checkbox"/> gayao	<input type="checkbox"/> baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1952 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: web ttodocoleccion.net
BIBLIOTECA REGIONAL DIGITALIZADO http://bibliotecadigital.carm.es/opac/ficha.php?informatico=00001572MO&idpag=1887355418&codopac=OP041
Título: Murcia Fiestas de Primavera 1952 [Material gráfico] / [ilustración] José Francisco Aguirre
Publicación: Murcia : [s.n.], 1952 (Valencia : Imp. y Lit. Ortega)
Descripción: 1 lám. (cartel) : il. ; 100 x 62 cm
Materia: Fiestas - Murcia - Carteles

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 100 x 62 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: José Francisco Aguirre si no

6) Imprenta: IMP. y LIT. ORTEGA-VALENCIA si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

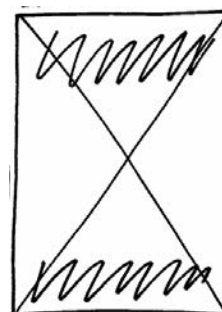
3. OTROS TEXTOS



ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out D ▼

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar
3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río
Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
FP sombrerocalañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1953 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: BRDig
Título: Fiestas de Primavera, Murcia año 1953 [Material gráfico] / [ilustración] A. Laorden
Publicación: Murcia : [Ayuntamiento de Murcia], [1953]
Descripción: 1 lám. (cartel) : il. ; 21 x 13 cm
Materia: Fiestas - Murcia - Carteles
Autores 2º: Laorden, A.
Localización: Biblioteca Regional de Murcia. DMUG 20341

Estado Tamaño si no 21 x 13 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

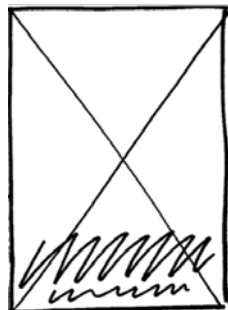


3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out ▼

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río
Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
FP sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1954 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: a) Garay, Luis «ZZ0000321»
«10» «a» Fiestas de primavera año 1954 «h» [Material gráfico] «c» / Garay. --
« » «a» [Murcia «b» : Ayuntamiento de Murcia] «c», 1954
« » «a» 1 lám. (cartel) «b» : col. «c» : 50 x 34 cm
« » «a» Editor tomado del escudo que aparece en el cartel

« 4 » «a» Fiestas de primavera «z» - Murcia «i» - Carteles «ZZ0005706»

Estado Tamaño si no 50 x 34 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

5) Autor: si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

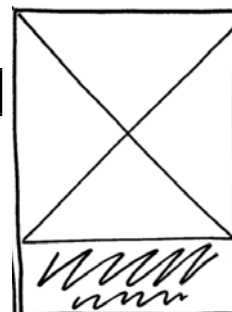
3. OTROS TEXTOS



ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out ▼

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar
3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río
Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
FP sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra & otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1955 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Almuñá DIGITALIZADO «1 »«a»Carbonell, Antonio«ZZ0004321»
«10»«a»Fiestas de Primavera«h» [Material gráfico]«b» : 1955«c» / Antonio
Carbonell. -- « »«a»[Murcia«b» : Ayuntamiento de Murcia]«c», 1955
« »«a»1 lám. (cartel)«b» : col.«c» ; 49 x 34 cm
« »«a»Editor tomado del escudo que aparece en el cartel

«14»«a»Fiestas de primavera«z»-Murcia«i»-Carteles«ZZ0005706»

Estado Tamaño si no 49 x 34 cm 98 x 68 cm N° de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

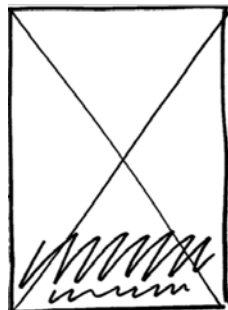
Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out ▼

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar
3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
FP sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1956 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Almudí DIGITALIZADO 1 »«a»Aguirre, José Francisco«ZZ0004415»
«10»«a»Murcia, Fiestas de Primavera 1956«h» [Material gráfico]«c» / José
Francisco Aguirre. -- « »«a»[S.l.«b» : s.n.]«c», 1956«e» (Valencia«f» : Imp. Lit.
Ortega)
« »«a»1 lám. (cartel)«c» ; 49 x 33 cm

« 4»«a»Fiestas de primavera«z»-Murcia«i»-Carteles«ZZ0005706»

Estado Tamaño si no 49 x 33 cm 99 x 68 cm Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: José si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

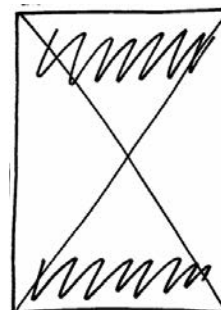


3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
FP sombrerocalañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1957 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Almadí DIGITALIZADO «1»«a»Mechó«ZZ0004305»
«10»«a»Murcia, Fiestas de Primavera«h» [Material gráfico]«b» : 1957«c» /
Mechó. -- « »«a»[S.l.]«b» : [s.n.]«c», 1957«e» (Valencia«f» : Imp. y Lit. Ortega)
« »«a»1 lám. (cartel)«b» : col.«c» ; 50 x 33 cm

« 4»«a»Fiestas de primavera«z»-Murcia«j»-Carteles«ZZ0005706»
« 4»«a»Murcia«x»-Fiestas«j»-Carteles«ZZ0004287»

Estado Tamaño si no 50 x 33 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: si no

6) Imprenta: IMP. y LIT.ORTEGA-VALENCIA si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

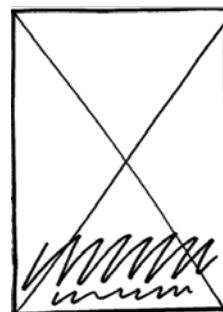


3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
FP sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1957 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Almudí DIGITALIZADO «1 »«a»Egea Azcona, T.«ZZ0004417»
«10»«a»Murcia, Fiestas de Primavera«h» [Material gráfico]«b» : 1957«c» / T.
Egea Azcona. -- « »«a»[S.I.]«b» : [s.n.]«c», 1957«e» (Valencia«f» : Imp. y Lit.
Ortega)
« »«a»1 lám. (cartel)«b» : col.«c» ; 100 x 69 cm

« 4»«a»Fiestas de primavera«z»-Murcia«i»-Carteles«ZZ0005706»

Estado Tamaño si no 100 x 69 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: si no

6) Imprenta: IMP. y LIT.ORTEGA-VALENCIA si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

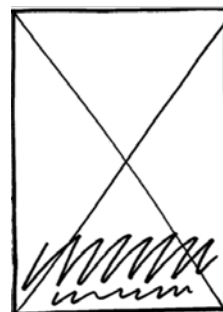
3. OTROS TEXTOS



ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
FP sombrerocalañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1958 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Aludí DIGITALIZADO «0 »«a»Ceferino«ZZ0004309»
«00»«a»Fiestas de Primavera«h» [Material gráfico]«b» : 1958«c» / Ceferino. --
« »«a»[Murcia?«b» : Ayuntamiento de Murcia?«c», 1958
« »«a»1 lám. (cartel)«b» : col.«c» ; 49 x 35 cm

«14»«a»Fiestas de primavera«z»-Murcia«j»-Carteles«ZZ0005706»
« 4 »«a»Murcia«x»-Fiestas«j»-Carteles«ZZ0004287»

Estado Tamaño si no 49 x 35 cm 93 x 66 N° de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: Ceferino si no

6) Imprenta: LIT.JOSÉ Mª VENTURA HITTA-GRANADA- 100EJ
-2-58 si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



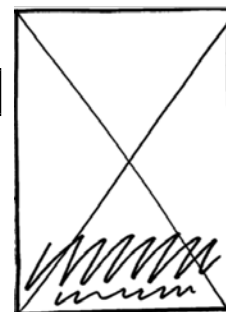
3. OTROS TEXTOS

DEPOSITO LEGAR-GR-10-2-58

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río
Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
FP sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña monterra barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1959 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Almudí DIGITALIZADO «1 »«a»Sanchis, J.«ZZ0005720»
«10»«a»Murcia«h» [Material gráfico]«b» : Fiestas de Primavera 1959«c» / J.
Sanchis. -- « »«a»[S.l.«b» : s.n.]«c», 1959«e» (Valencia«f» : Lit. Ortega)
« »«a»1 lám. (cartel)«b» : col.«c» : 47 x 31 cm
« »«a»Representa: Huertano con sardina

«14»«a»Fiestas de primavera«z»-Murcia«i»-Carteles«ZZ0005706»

Estado Tamaño si no 47 x 31 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: si no

6) Imprenta: LIT.ORTEGA, S.A.- BARCO,12 VALENCIA si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

Dep. Leg.V. 65-1959

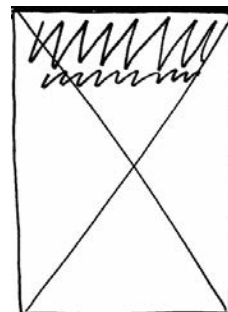
3. OTROS TEXTOS



ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out ▼

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
FP sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1959 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Almadí DIGITALIZADO «1»«a»Laorden, Antonio«ZZ0004298»
«10»«a»Murcia«h» [Material gráfico]«b» : Fiestas de Primavera 1959«c» /
Laorden. -- « »«a»[S.l.«b» : s.n.]«c», 1959«e» (Valencia«f» : Lit. Ortega)
« »«a»1 lám. (cartel)«b» : col.«c» ; 47 x 31 cm
« »«a»Representa: Quemador de sardina con una antorcha

«14»«a»Fiestas de primavera«z»-Murcia«i»-Carteles«ZZ0005706»

Estado Tamaño si no 47 x 31 cm y 93 x 62 cm Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: Laorden, Antonio si no

6) Imprenta: LIT.ORTEGA, S.A.- BARCO,12 VALENCIA si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

Dep. Leg.V. 64-1959

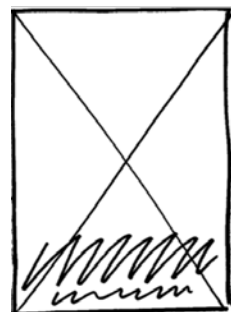
3. OTROS TEXTOS



ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out ▼

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar
3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
FP sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1960 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: DIGITALIZADO ALMUDÍ: "00""a"Murcia"h" [Material gráfico]"b" : Fiestas de Primavera 1960. -- " ""a"[S.l."b" : s.n.]"c", D.L. 1960"e" (Granada"f" : Imp. Lit. Anel) " ""a"1 lám (cartel)"b" : col."c" ; 50 x 33 cm " ""a"Representa: Huertano montando a " 4""a"Fiestas de primavera"z"-Murcia"j"Carteles"ZZ0005706" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * "1 ""a"MU-AM"j" 83C (1 -2)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 50 x 33 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Fiestas de Primavera

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA 1960

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor:sin autor si no

6) Imprenta: IMP.LIT. ANEL.GRANADA si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

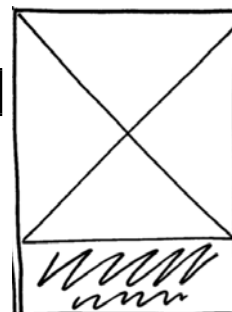
3. OTROS TEXTOS

DEPOSITO LEGAL. GR. Nº18 1960

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Diseño gráfico 2) Margen Mixto 3) Tipo lay out F ▼

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: CABALLO, HUERTANO, FIGURA DE VEGETAL Real

2) Lugar Impreciso Real

3) Tiempo Cálido Definido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
FP sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

La imagen de un huertano montando a caballo cantando con el fondo rojo expresa alegría y fiesta.

El canto conlleva música y suele acompañarse de baile todo ello expresa fiesta.

El traje regional que viste el personaje con chaleco, alpargatas, montera, medias y camisa blanca simbolizan la tradición popular e identidad del pueblo murciano.

Los motivos florales de la base indican la estación del año de las fiestas que es la primavera.

Hay movimiento en la postura del protagonista

Otros datos

Año: 1960 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: DIGITALIZADO ALMUDÍ: "0 ""a"Aurelio"d" (1930-2000)"ZZ0001044 "10""a"Murcia"h" [Material gráfico]"b" : Fiestas de Primavera 1960"c" / Aurelio. -- " ""a"[S.l."b" : s.n.]"c", D.L. 1960"e" (Granada"g", Imp. Lit. Anel) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 50 x 34 cm " ""a"Representa : Huertano con guitarra "14""a"Fiestas de primavera"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005706"" 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * " ""a"MU-AM"j" 81C (1-2) "0 ""a"Aurelio"d" (1930-2000)"ZZ0001044" "10""a"Murcia"h" [Material gráfico]"b" : Fiestas de Primavera 1960"c" / Aurelio. -- " ""a"[S.l."b" : s.n.]"c", D.L. 1960"e" (Granada"g", Imp. Lit. Anel) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 95 x 63 cm " ""a"Representa : Huertano con guitarra "14""a"Fiestas de primavera"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005706"" 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287"* "1 ""a"MU-AM"j" 81C (1-4)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 50X34 CM

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
MURCIA 1960

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: Aurelio si no

6) Imprenta: IMP.LIT.ANEL-GRANADA si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



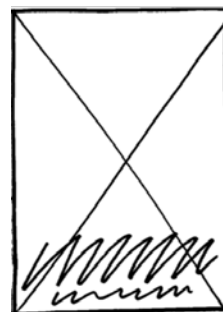
3. OTROS TEXTOS

DEPOSITO LEGAL GR Nº18-1960

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

El huertano cantando a pleno pulmón con el laúd y vestido con el traje regional expresan el carácter tradicional de las fiestas populares y la diversión de la música y el canto al que suele acompañar el baile.

La sardina que le cuelga del brazo alude al evento del Entierro de la Sardina

La florecilla que le cuelga de la montera indica que es primavera porque es la estación de las flores. Podría recordar el evento de la Batalla de las flores y el traje de huertano simboliza el Bando de la Huerta.

Valores: tradición, folklore y cultura popular, diversión, alegría, movimiento

Hay movimiento en los brazos del personaje y en la boca abierta

Otros datos

Año: 1961 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: «00»«a»Fiestas de Primavera«h» [Material gráfico]«b» : 1961. -- « »«a»[Murcia?«b» : Ayuntamiento de Murcia?«c», 1961«f» (Litografía Ortega) « »«a»1 lám. (cartel)«b» : col.«c» ; 45 x 29 cm «14»«a»Fiestas de primavera«z»-Murcia«j»-Carteles«ZZ0005706» « 4»«a»Murcia«x»-Fiestas«j»-Carteles«ZZ0004287» * « »«a» MU-AM«j» 31C«t» (1-3)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 45 x 29 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

1961

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

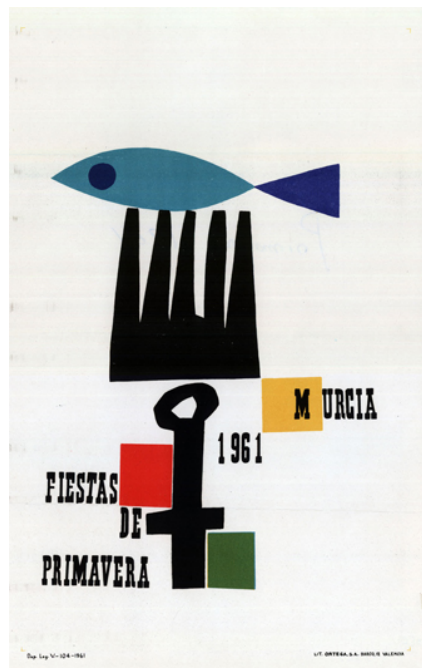
5) Autor: si no

6) Imprenta: LIT.ORTEGA, S.A. BARCO,12 VALENCIA

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



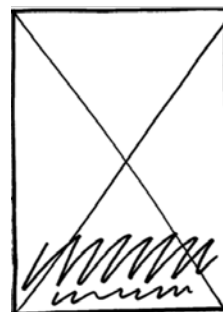
3. OTROS TEXTOS

Dep.Leg. V.-104-1961

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Diseño gráfico 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out C

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: SARDINA, TENEDOR Real

2) Lugar indefinido Fantástico

3) Tiempo indefinido Indefinido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La sardina es el elemento central del cartel por lo que el evento anunciado es el desfile del Entierro de la Sardina. la forma que aparece debajo recuerda a un gran tenedor como los que llevan los cabezudos en dicho acto. Al mismo tiempo la parte superior negra donde se posa la sardina dibuja la forma de las llamas donde cada año se quema un monumento a la sardina. Los cuadros verde, rojo y amarillo pueden connotar los productos de la huerta de Murcia. Como este año hay dos carteles y el otro presenta el tema del Bando de la Huerta, el que ahora analizamos evoca el entierro de la Sardina y se centra en él. Los trazos de las lenguas de fuego de la ilustración y de la tipografía transmiten movimiento

Valores: tradición, diversión, alegría, movimiento

Otros datos

Año: 1961 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: «1 »«a»Carbonell, Antonio«ZZ0004321»
«10»«a»Murcia«h» [Material gráfico]«b» : Fiestas de Primavera 1961 «c» /
Carbonell. -- « »«a»[S.I.«b» : s.n.]«c», [1961]«e» (Valencia«f» : Lit. Ortega)
« »«a»1 lám. (cartel)«b» : col.«c» ; 96 x 64 cm
« »«a»Representa: Panochas
« 4»«a»Fiestas de primavera«z»-Murcia«j»-Carteles«ZZ0005706»

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 96 x 64 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

murcia

1961

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: Carbonell, Antonio

si no

6) Imprenta: LIT.ORTEGA, S.A. BARCO,12 VALENCIA

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



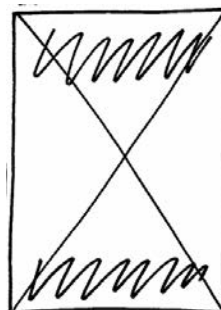
3. OTROS TEXTOS

Dep.Leg. V.-103-1961

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out D

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no

CARBONELL

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: PANOCHAS Vestidas de traje regional Fantástico

2) Lugar indefinido fondo azul Fantástico

3) Tiempo primavera Definido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
FP sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La ilustración es una animación de una pareja de panochas vestidas de huertanos, chico y chica, que baila con los brazos levantados. La imagen simboliza los productos que da la tierra y el lugar donde se dan, la huerta de Murcia, mediante los trajes regionales que visten: montera, chaleco, camisa blanca y zaragüel el mazorco, y la mazorca refajo, mantón y moño con ondas características de la huertana. Todo esto transmite el valor de conservar y mantener vivas las tradiciones de la localidad y como medio para ello se celebran estas fiestas locales.

La pareja baila por lo que se supone que es al son de música y canto folklórico. Todo ello indica fiesta, diversión y alegría en una fiesta popular.

El movimiento de brazos y de los trazos en general expresan dinamismo y algarabía.

Otros datos

Año: 1962 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: ARCHIVO ALMUDÍ DIGITALIZADO «0»«a»Aurelio«d» (1930-2000)«ZZ0001044»
«10»«a»Murcia«h» [Material gráfico]«b» : Fiestas de Primavera 1962 (Abril) «c»
/ Aurelio. -- « »«a»[S.l.«b» : s.n.]«c», [1962]«e» (Valencia«f» : Lit. Ortega)
« »«a»1 lám. (cartel)«b» : col.«c» : 45 x 29 cm
« »«a»Representa: Flor decorada con una sardina y laúd
«14»«a»Fiestas de primavera«z»-Murcia«j»-Carteles«ZZ0005706»
«4»«a»Murcia«x»-Fiestas«i»-Carteles«ZZ0004287»

Estado Tamaño si no 45 x 29 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no
FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
MURCIA ABRIL 1962

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor:Aurelio si no

6) Imprenta:LIT.ORTEGA, S.A. BARCO,12 VALENCIA si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

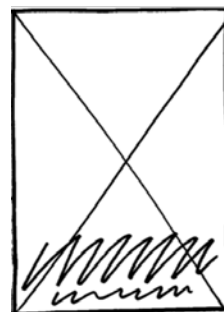
3. OTROS TEXTOS

DEPOSITO LEGAL. V. 39-1962

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no

Aurelio

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: SARDINA, ARBOL, PAJARO, LAUD, FLOR

2) Lugar

3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
FP sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

La composición de elementos simboliza: la primavera con los árboles floreciendo donde anida un pájaro; la flor del centro que también tiene forma de sol con los rayos y la luz de los días que se alargan en primavera, la sardina de un lado es el icono de uno de los eventos más llamativos de las Fiestas de Primavera, el Entierro de la Sardina; en otra rama el laúd que representa la música huertana y el folklore popular del Bando de la Huerta que es el otro gran acontecimiento de las fiestas.

Se transmite: Primavera, folklore, fiestas, Entierro de la Sardina y Bando de la Huerta

Otros datos

Año: 1962 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: ARCHIVO ALMUDÍ DIGITALIZADO «1»«a»Laorden, Antonio«ZZ0004298» «10»«a»Murcia«h» [Material gráfico]«b» : Fiestas de Primavera 1962 (Abril) «c» / A. Laorden. -- « »«a»[S.l.«b» : s.n.]«c», [1962]«e» (Valencia«f» : Lit. Ortega) « »«a»1 lám. (cartel)«b» : col.«c» ; 49 x 33 cm « »«a»1 lám. (cartel)«b» : col.«c» ; 94 x 62 cm « »«a»Representa: Escudo de Murcia con dos huertanos «14»«a»Fiestas de primavera«z»-Murcia«j»-Carteles«ZZ0005706» «4»«a»Murcia«x»-Fiestas«j»-Carteles«ZZ0004287» * «1»«a»MU-AM«i» 90C (1-3) v « »«a»MU-AM«i» 90C (1-2)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 49 x 33 cm y 94 x 62 cm Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

ABRIL 1962

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: Laorden, Antonio

si no

6) Imprenta: LIT.ORTEGA, S.A. BARCO,12 VALENCIA

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

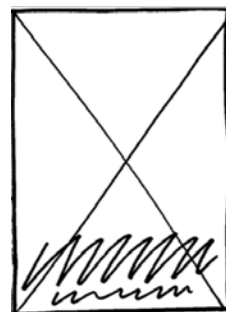
DEPOSITO LEGAL V. 3215-1961

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out C

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

Laorden

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: macero, pareja de huertanos

Fantástico

2) Lugar Fantástico

3) Tiempo Indefinido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La imagen metafórica da mucha relevancia a la labor del Ayuntamiento en la preparación de las fiestas. Es un mensaje muy institucional porque simboliza que es el consistorio el que hace bailar al pueblo murciano sujeto como las marionetas. Es el Ayuntamiento el que hace posible y prepara las fiestas de sus gentes.

La pareja que danza va ataviada con el traje regional propio de la huerta de murcia: refajo, manton, moño, medias y alpargatas, zaragüel, chaleco y montera. Todo al estilo tradicional que estas fiestas mantienen y transmiten.

Otros datos

Año: 1963 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: ARCHIVO ALMUDÍ DIGITALIZADO «10»«a»Murcia«h» [Material gráfico]«b» : Fiestas de Primavera 1963. --« »«a»[S. l.«b» : s.n.]«c», 1963«e» (Murcia«f» : Lit. Pagan) « »«a»1 lám. (cartel)«b» : col.«c» ; 50 x 35 cm « »«a»1 lám. (cartel)«b» : col.«c» ; 77 x 54 cm «14»«a»Fiestas de primavera«z»-Murcia«j»-Carteles«ZZ0005706» «4»«a»Murcia«x»-Fiestas«j»-Carteles«ZZ0004287» * «1 »«a»MU-AM«j» 100C (1-3) * «1 »«a»MU-AM«j» 100C (1-4)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 50 x 35 cm y 77 x 54 cm Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no
FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
MURCIA 1963

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor:F. LOPEZ si no

6) Imprenta: REPRODUCCION RECORDGRAPH MURCIA LITOGRAFIA C.PAGAN MURCIA si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

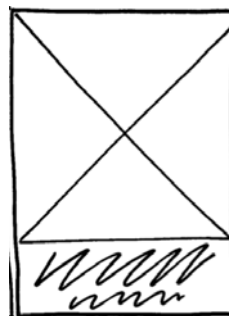
D.L. MU-27-1963 DIAPOSITIVA 6X6

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

litografía Cristobal Pagán



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: carroza batalla de las flores, jovenes damas

2) Lugar batalla de las flores

3) Tiempo primavera

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

La imagen es una fotografía que capta un momento de uno de los actos festivos, la "Batalla de las flores" donde las carrozas con jóvenes murcianas tiraban y recibían manojos de flores del público. La carroza está cubierta de flores en una exaltación de la estación del año del estallido de la vida. Flores pájaros y jóvenes enamorados como los protagonistas de la estatua.

Otros datos

Año: 1964 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: ARCHIVO ALMUDÍ DIGITALIZADO «1 »«a»Laorden, Antonio«ZZ0004298»
«10»«a»Fiestas de Primavera«h» [Material gráfico]«b» : 1964«c» / Laorden. --
« »«a»[Murcia«b» : Ayuntamiento de Murcia]«c», 1964
« »«a»1 lám. (cartel)«b» : col.«c» ; 55 x 35 cm « »«a»1 lám. (cartel)«b» : col.«c» ; 85 x 55 cm
« »«a»Editor tomado del escudo del que aparece en el cartel
«14»«a»Fiestas de primavera«z»-Murcia«j»-Carteles«ZZ0005706»
«4 »«a»Murcia«x»-Fiestas«j»-Carteles«ZZ0004287»

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 55 x 35 cm y 85 x 55 cm N° de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
MURCIA 1964

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

5) Autor: Laorden, Antonio si no

6) Imprenta: Graficas BELKROM MURCIA si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

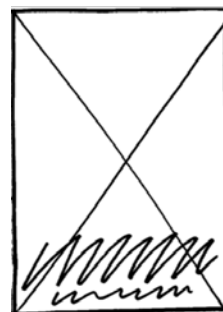
D.L. MU. 4-1964

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out C ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia y Gráficas Belkrom



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: huertano, puente de los peligros, ayuntamiento y catedral Real

2) Lugar puente viejo de murcia Real

3) Tiempo primavera Definido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios refajo
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La escena está llena de significado. La fiesta se celebra en la capital de Murcia de la que se muestran sus edificios más representativos presididos por la insignia principal que es la Torre de la Catedral y desde la vista del puente viejo que une el barrio del Carmen con el centro.

Un huertano se dirige a la ciudad engalanado con el traje típico de vestir como lo indican los botones de plata y el sombrero calañés, lo que indica que es algo importante lo que allí ocurre y donde hay que ir guapo.

A esto añadimos la amplia sonrisa del protagonista que indica que los acontecimientos que se celebran son de alegría y diversión y esto son las fiestas.

Otros datos

Año: 1965 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: ARCHIVO ALMUDÍ DIGITALIZADO «1» «a» Párraga, José María «ZZ0002346» «10» «a» Fiestas de Primavera «h» [Material gráfico] «b»: 1965, 11 - 25 abril «c» / Párraga. -- « » «a» [Murcia?] «b»: Ayuntamiento de Murcia? «c», D.L.1965 «f» (Belkrom)

« » «a» 1 lám. (cartel) «b»: col. «c»; 64 x 48 cm « » «a» 1 lám. (cartel) «b»: col. «c»; 95 x 65 cm

D.L. « » «a» MU-6-1965 «14» «a» Fiestas de primavera «z»-Murcia «j»-Carteles «ZZ0005706» «4» «a» Murcia «x»-Fiestas «j»-Carteles «ZZ0004287» * « » «a» MU-AM «j» 27C «t» (1-5)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 64 x 48 cm y 95 x 65 cm Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

11 al 25 de ABRIL 1965

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

5) Autor: Párraga, José María

si no

6) Imprenta: Graficas BELKROM MURCIA

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

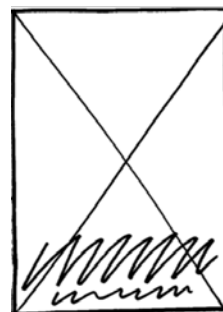
D.L. MU. 6 -1965

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Graficas Belkrom



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: gallo, sardina, palmera

2) Lugar

3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
Murcia sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra & otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Un gallo cantando vestido de huertano con montero y manta típica del traje de huertano de Murcia simbolizan el canto popular del pueblo murciano, sus manifestaciones folklóricas que como el canto del gallo anuncian la llegada del día y se dejan oír a gran distancia. Las fiestas han comenzado en la ciudad de la palmera, Murcia que añade a su paisaje una palmera en plena ciudad o las que se ven desde ésta en las zonas de la huerta más cercanas a la ciudad. La sardina es el icono de una de los actos más conocidos y populares de estas fiestas primaverales, El Entierro de la Sardina. El fondo blanco y los colores dan vida y luminosidad a lo anunciado.

Otros datos

Primera vez que aparece el intervalo de días en los que se celebran las fiestas.

Año: 1966 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: ARCHIVO ALMUDÍ DIGITALIZADO "1 ""a"Laorden, Antonio"ZZ0004298" "10""a"Semana Santa, Fiestas de Primavera"h [Material gráfico]"b" : declaradas de interés turístico : 1966, 1-17 abril"c / Laorden. - " ""a"[Murcia?"b" : Ayuntamiento de Murcia?"c", 1966" ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 94 x 63 cm y " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 49 x 33 cm " ""a" Incluye fotografías de López " 4""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705""14""a" Fiestas de primavera"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005706 " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * " ""a" MU-AM"j" 9C"t" (1-9)

Estado Tamaño si no 94 x 63 cm y 49 x 33 cm N° de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no
SEMANA SANTA Y FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
MURCIA 1966 1 al 17 de Abril

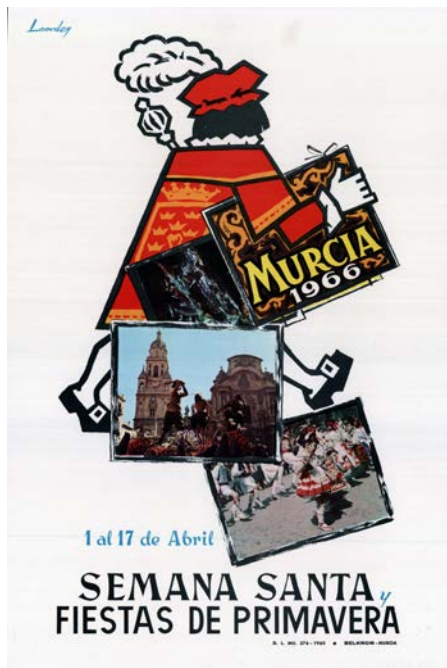
4) Anunciante: organiza y colabora: si no

5) Autor: Laorden, Antonio si no

6) Imprenta: BELKROM- MURCIA si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

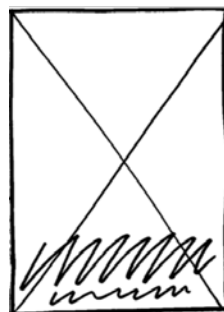
D.L. MU. 376-1965

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Escudo en el atuendo deldel AyuntamientoEscudo del Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

Laorden

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Macero del Ayuntamiento de Murcia con una carpeta de fotos reales de las fiestas de Murcia

2) Lugar

3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

En esta ilustración se da mucha importancia a la labor del Ayuntamiento de la ciudad para prepara las fiesta de Semana Santa y Fiestas de Primavera puesto que el personaje central pertenece a dicha institución.

Las fotografías de estas dos semanas de festejos muestran el centro de la ciudad porque aparece la puerta de la catedral, imafronte y la torre de la misma. Los trajes regionales que visten los niños de una de las fotos así como los capuces que asoman en otra de las fotos nos indican que se trata de fiestas donde se mantienen y se transmiten las tradiciones populares tanto religiosas (procesiones) como civiles (bando de la huerta y entierro de la sardina) y todas folklóricas.

El movimiento de las fiesta aparece en la disposición de los elementos del cartel, en la postura del macero que camina y en la foto de los niños que bailan en plena calle.

Otros datos

INCLUYE LAS DOS FIESTAS

Es la segunda vez que aparece el macero del Ayuntamiento

El depósito legal que aparece en el cartel original lleva la fecha de 1965 no del 66 como ocurre con el de 1962

Año: 1967 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: "1""a"Laorden, Antonio"ZZ0004298" "10""a"Semana Santa, Fiestas de Primavera"h [Material gráfico]"b" : 1967,19 marzo -9 abril"c" / Laorden. -- " ""a"[Murcia?"b" : Ayuntamiento de Murcia?"c", 1967 " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 79 x 55 cm "14""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705""14""a"Fiestas de primavera"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005706" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * " ""a" MU-AM"j" 18C"t" (1-6) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 49 x 33 cm * " ""a" MU-AM"j" 18C"t" (1-8)

Estado Tamaño si no 79 x 55 cm y 49 x 33 cm Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
murcia 19 de MARZO a 9 de ABRIL . AÑO 1967

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor:Laorden, Antonio si no

6) Imprenta:I.G.Policrón, S.A. si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADAS FIESTAS DE INTERÉS TURÍSTICO



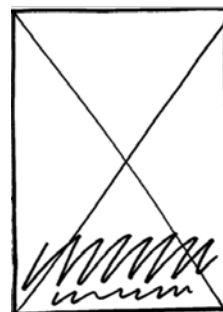
3. OTROS TEXTOS

D.L. MU.- 20 -1967

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:Huertano, huertana y nazareno estantes

2) Lugar

3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
FP sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La escena une en torno a una joven huertana ataviada con el traje regional y con flores en las manos a dos mozos. Uno a su izquierda vestido de nazareno y otro a su derecha vestido de huertano.

La joven simboliza la primavera y las fiestas populares de la ciudad (traje de huertana) que se celebran en dos semanas consecutivas (semana santa y fiestas de primavera) que tienen a esta estación de las flores como denominador común.

La tradición popular y el folklore son clave en los festejos tanto religiosos (nazareno colorao) como civiles. Las prendas con las que viste el joven huertano son para días especiales, la camisa los botones charros de plata la manta y el sombrero calañés. El nazareno deja ver el tradicional pañuelo que los estantes se colocan bajo el capuz para recoger el sudor de los traslados. El detalle del caramelo que le ofrece el estante a la chica muestra una de las tradiciones más antiguas de estas fechas en cuanto al reparto de alimentos como obra de caridad como el reparto de los productos de la huerta propia del bando de la huerta.

Hay movimiento en el cartel en las posturas de los protagonistas que van caminando y los varones parecen querer conquistar a la chica central. La escena presenta un tono seductor que invita al espectador a disfrutar de las mismas.

Otros datos

Aparece por primera vez el texto DECLARADAS FIESTAS DE INTERÉS TURÍSTICO Información de la concesión de la declaración en el Boletín del Ayuntamiento.

Año: 1968 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: ALM NO DIGITALIZADO "10""a"Fiestas de Primavera"h" [Material gráfico]"b" : 1968, 14 - 21 abril. --""a"[Madrid?]"b" : Ministerio de Información y Turismo, Dirección General de Promoción del Turismo"c", 1968 " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 60 x 40 c " ""a"Fotografía de bailes folklóricos "14""a"Fiestas de primavera"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005706" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * " ""a" MU-AM"j" 38C"t" (1-4)

Estado Localizado NO imagen Tamaño si no 60 x 40cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

14-21 ABRIL 1968

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Madrid. Ministerio de Información y Turismo, Dirección General de Promoción del Turismo

5) Autor: sin autor si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia	<input type="checkbox"/> enaguamedia	<input type="checkbox"/> coron espina	<input type="checkbox"/> vara estante	<input type="checkbox"/> naz entero	<input type="checkbox"/> palmera	<input type="checkbox"/> bocinas	<input type="checkbox"/> clavos	<input type="checkbox"/> angel
	<input type="checkbox"/> imagen paso	<input type="checkbox"/> NtroPaJesús	<input type="checkbox"/> nazpenitente	<input type="checkbox"/> nazestante	<input type="checkbox"/> coloraos	<input type="checkbox"/> capuz	<input type="checkbox"/> flores	<input type="checkbox"/> cruz
	<input type="checkbox"/> detalle paso	<input type="checkbox"/> Virgen Dolor.	<input type="checkbox"/> mayordomo	<input type="checkbox"/> San Juan	<input type="checkbox"/> moraos	<input type="checkbox"/> burlas	<input type="checkbox"/> cirios	
	<input type="checkbox"/> detalle trono	<input type="checkbox"/> Prendimiento	<input type="checkbox"/> Crucificado	<input type="checkbox"/> Verónica	<input type="checkbox"/> manola	<input type="checkbox"/> azotes	<input type="checkbox"/> cetro	

Signos Murcia	<input type="checkbox"/> Torre Catedral	<input type="checkbox"/> Teatro Romea	<input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Imafronte	<input type="checkbox"/> Palmera	<input type="checkbox"/> Huerta	<input type="checkbox"/> Río
	<input type="checkbox"/> Puente Viejo	<input type="checkbox"/> Traje regional	<input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta	<input type="checkbox"/> Edificios	<input type="checkbox"/> Barraca	<input type="checkbox"/> Moneo	

Signos FP Murcia	<input type="checkbox"/> productos huerta	<input type="checkbox"/> aperos labranza	<input type="checkbox"/> burro/caballo	<input type="checkbox"/> huertana	<input type="checkbox"/> chaleco	<input type="checkbox"/> mueble	<input type="checkbox"/> dioses	<input type="checkbox"/> flores
	<input type="checkbox"/> sombrero calañés	<input type="checkbox"/> moño picaporte	<input type="checkbox"/> castañuelas	<input type="checkbox"/> huertano	<input type="checkbox"/> mantón	<input type="checkbox"/> bengala	<input type="checkbox"/> manta	<input type="checkbox"/> fuego
	<input type="checkbox"/> pareja huertanos	<input type="checkbox"/> niño huertano	<input type="checkbox"/> hachonero	<input type="checkbox"/> zaragüel	<input type="checkbox"/> carroza	<input type="checkbox"/> fartificia	<input type="checkbox"/> pájaro	<input type="checkbox"/> refajo
	<input type="checkbox"/> virgen fuensanta	<input type="checkbox"/> guitarra&otro	<input type="checkbox"/> esparteña	<input type="checkbox"/> montera	<input type="checkbox"/> barraca	<input type="checkbox"/> sardina	<input type="checkbox"/> gayao	<input type="checkbox"/> baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso: **Seductivo**

Fotografía de bailes folklóricos

Convergencia denotación/connotación:

La catalogación del Almudí describe que la fotografía principal del cartel ha captado huertanos bailando piezas del folklore murciano por lo que suponemos que van vestidos con el traje regional y que hay movimiento puesto que el baile es movimiento.

Otros datos

Año: 1969 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Almudí NO DIGITALIZADO «1 »«a»Vega, E. de la«ZZ0004297»
«10»«a»Fiestas de primavera«h» [Material gráfico]«b» : 6-13 abril«c» / E. de
la Vega. -- « »«a»[Madrid?]«b» : Ministerio de Información y Turismo.
Dirección General de Promoción del Turismo«c», D.L. 1973
« »«a»1 lám. (cartel)«h» : col.«c» : 60 x 40 cm

Estado Localizado NO imagen Tamaño si no 60 x 40 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

6-13 abril

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Ministerio de Información y Turismo.

Dirección General de Promoción del Turismo

5) Autor:Vega, E. de la si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

		Enero				Febrero			
L		6	13	20	27	3	10	17	24
M		7	14	21	28	4	11	18	25
M	1	8	15	22	29	5	12	19	26
J	2	9	16	23	30	6	13	20	27
V	3	10	17	24	31	7	14	21	28
S	4	11	18	25		1	8	15	22
D	5	12	19	26		2	9	16	23

		Abril				Mayo			
L		7	14	21	28	5	12	19	26
M	1	8	15	22	29	6	13	20	27
M	2	9	16	23	30	7	14	21	28
J	3	10	17	24		1	8	15	22
V	4	11	18	25		2	9	16	23
S	5	12	19	26		3	10	17	24
D	6	13	20	27		4	11	18	25

3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Fotografía 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel

SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz

detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios

detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río

Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores

FP sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego

Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo

virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Fotografía de Bailes populares

Convergencia denotación/connotación:

Fotografía de Bailes populares

Otros datos

ERROR EN EL DATO DEL DEPÓSITO LEGAL

Año: 1970 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Archivo Almadí NO DIGITALIZADO«10»«a»Semana Santa y Fiestas de primavera«h» [Material gráfico]«b» : 1970, 22 marzo - 7 abril. -- « »«a»[Madrid?]«b» : Ministerio de Información y Turismo. Dirección General de Promoción del Turismo«c», 1970? « »«a»1 lám. (cartel)«b» : col.«C» ; 60 x 40 cm « »«a»El cartel representa una carroza en un desfile «14»«a»Semana Santa«z»-Murcia«j»-Carteles«ZZ0005705» «14»«a»Fiestas de primavera«z»-Murcia«j»-Carteles«ZZ0005706» « 4»«a»Murcia«x»-Fiestas«j»-Carteles«ZZ0004287» * « »«a» MU-AM«j» 22C«t» (1-5) La imagen es del folleto encontrado en todocolección.net

Estado Localizado NO imagen Tamaño si no 60 x 40 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

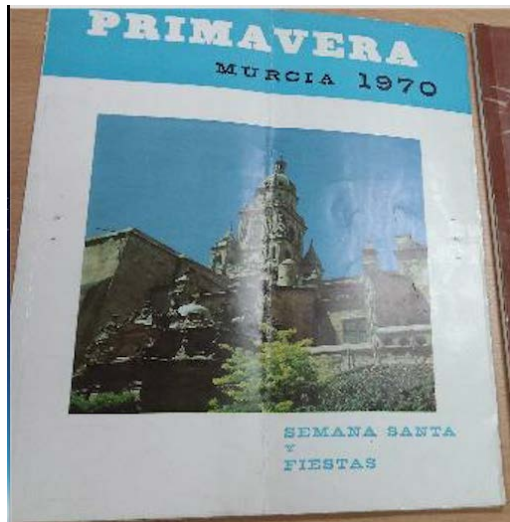
Ministerio de Información y Turismo. Dirección General de Promoción del Turismo

5) Autor: SIN AUTOR si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar 3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores FP sombrerocalañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña monterra barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

El cartel representa una carroza en un desfile

Otros datos

Año: 1971 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: ALMUDÍ DIGITALIZADO "1 ""a"Hernández Carpe, Antonio"d" (1924-1978)"ZZ0006055""10""a"Murcia, Fiestas de primavera 1971"h" [Material gráfico]"b" : del 12 al 18 de abril, declaradas de interés turístico"c" / Carpe. -- " ""a"Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia"c", 1971"e" (Murcia"r" : Tip. Belmar) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 86 x 53 cm D.L. " ""a"MU-18 -71"14""a"Fiestas de primavera"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005706" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287"

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 86 x 53 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no
FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
MURCIA DEL 12 AL 18 DE ABRIL 1971

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

5) Autor: Antonio Hernández Carpe si no

6) Imprenta: TIP. BELMAR -MURCIA, 71 Polo de Medina, 10 si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no
DECLARADAS DE INTERÉS TURÍSTICO

3. OTROS TEXTOS

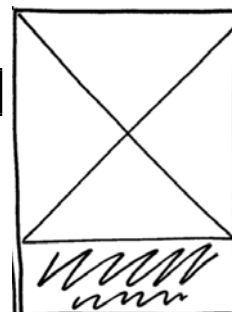
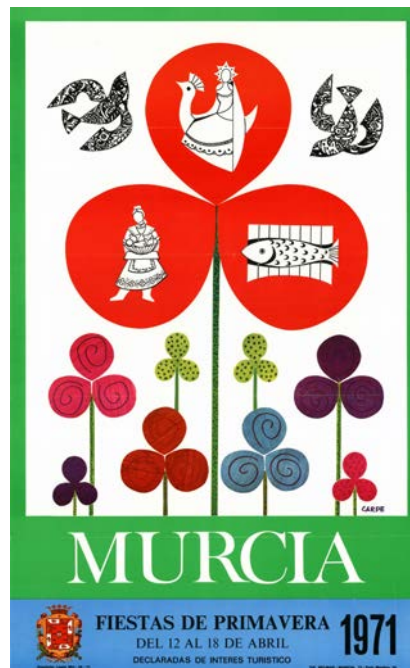
Depósito legal MU - 18- 71

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: dama en carroza, golondrinas, huertana con frutas, sardina, flores tréboles

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

La estación primaveral se simboliza con las flores de colores y las golondrinas que surcan el cielo. La luz primaveral se transmite con el fondo blanco que hace vibrar el colorido de la vegetación.

Los tres actos más relevantes de estas fiestas que están significados en los tres pétalos de la flor central a través de tres iconos: la chica sentada en carroza, la huertana con productos de la tierra y la sardina sobre la parrilla que cierra las fiestas. Batalla de la Flores, Bando de la huerta y Entierro de la Sardina respectivamente.

El movimiento del cielo de las golondrinas se transmite a las actividades anunciadas.

Los colores son vivos alegres y transmiten alegría y desenfado.

Otros datos

Año: 1972 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Imagen encontrada en la web de la archicofradía con el sello de todocoleccion.net http://www.cabildocofradiasmurcia.net/infocaps.php?id=7948
no digitalizado ALMUDI: "1 ""a"Alarcón, Tomás"ZZ0004343" "10""a"Semana Santa y Fiestas de Primavera"h" [Material gráfico]"b" : 1972, 24 marzo - 9 abril"c" / Fotografía Tomás Alarcón. -- " ""a"Murcia"b" : [Ayuntamiento de Murcia?]"c", 1972 " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 88 x 57 cm " ""a"Fotografía : "La Dolorosa" de Francisco Salzillo "14""a"Semana Santa"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005705" "14""a"Fiestas de primavera"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005706" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" "04""a"Carteles"z"-Murcia* " ""a" MU-AM"j" 60C"t" (1-10)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 88 x 57 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

SEMANA SANTA Y FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no

murcia

3) Fechas: si no

1972 DEL 24 DE MARZO AL 9 DE ABRIL

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor:Alarcón, Tomás (Fotografía) línea no se lee bien

si no

6) Imprenta: línea no se lee bien

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADA DE INTERÉS TURÍSTICO

3. OTROS TEXTOS



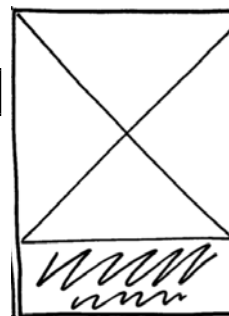
ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Fotografía

2) Margen Con Marco

3) Tipo lay out F ▼

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: gran girasol y nazareno con cirio y paso de la Dolorosa de Salzillo saliendo de la iglesia

Real

2) Lugar Iglesia de San Andrés Murcia

Real

3) Tiempo Mañana soleada de viernes santo

Definido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

El estallido de la flor que ocupa casi todo el cartel parece una metáfora del sol tanto por el color anaranjado y amarillo como por la forma de sus pétalos que recuerdan a los rayos del sol. Sol y flores junto al cielo azul nos indican la estación primaveral.

En este contexto la fotografía de la procesión del viernes santo por la mañana se centra en la salida de la imagen de La Dolorosa de Salzillo- Arte y tradición se funde en todas las procesiones de la ciudad y se toma esta concreta por ser Francisco Salzillo el más ilustre imaginero reconocido como tal dentro y fuera de España.

El movimiento captado en la fotografía llega al público de forma directa al ver a los estantes sujetar y trasladar a la imagen.

Otros datos

La letra pequeña donde se suelen colocar los datos de impresión, depósito legal e imprenta no se leen bien.

Año: 1973 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: DIGITALIZADO ALMUDÍ: "1 ""a"Hernansáez de Dios, Ángel"ZZ0003355" "10""a"Fiestas de Primavera"h" [Material gráfico]"b" : 1973, 22 - 29 abril "c" / Ángel Hernansáez. -- " ""a"Murcia"b" : [Ayuntamiento de Murcia]"c", 1973 " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 86 x 61 cm " ""a"Representa : Pájaros y floreS" ""a"Editor tomado del escudo que aparece en el cartel "14""a"Fiestas de primavera"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005706 " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" "04""a"Carteles"z"-Murcia* " ""a" MU-AM"j" 62C"t" (1-7)

Estado Tamaño si no 86 x 61 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA 73 22 AL 29 DE ABRIL

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

EDITADO POR LA COMISION DE CULTURA, FESTEJOS Y DEPORTES-EXCMO. AYUNTAMIENTO DE MURCIA

5) Autor:Angel HERNANSÁEZ

si no

6) Imprenta: TIP. BELMAR -MURCIA, 71 Polo de Medina, 10

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADAS DE INTERES TURISTICO

3. OTROS TEXTOS

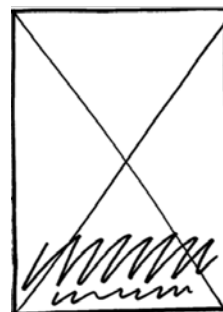
DEPOSITO LEGAL MU-32-1973

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: pajaro multicolor y flores

2) Lugar

3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

El concepto principal que se transmite es la estación del año en la que se celebran las fiestas, es decir, la primavera.

Tiempo de flores y de vida que transmiten los pájaros que vienen con el buen tiempo y que nacen al calor del sol.

El colorido diverso y resaltado con los trazos blancos expresan alegría y bullicio.

El fondo azul oscuro, blanco y rojo evoca las noches, el atardecer y el fuego intenso que aparece en la esquina derecha al final del recorrido del ojo y que simboliza la quema de la sardina como colofón y cierre de las fiestas.

La obra del pintor costumbrista murciano carga de valor artístico el cartel.

Otros datos

Año: 1974 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: WWW.TODOCOLECCION.NET http://www.todocoleccion.net/carteles-feria/cartel-murcia-fiestas-primavera-1974-gema-62-x-88-cm~x35324618
no digitalizado ALMUDÍ: "1 ""a"Gema "ZZ0006125""10""a"Murcia Abril ' 74"h" [Material gráfico]"b" : Fiestas de primavera,declaradas de interés turístico, del 14 al 21"c" / Gema. -- " ""a"Murcia"b": Ayuntamiento de Murcia"c", 1974"e" (Murcia"f" : Belmar) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 88 x 62 cm D.L. " ""a"MU-25-74 "14""a"Fiestas de primavera"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005706" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * "1 ""a"MU-AM"j" 201C (1-5)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 88 x 62 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
MURCIA DEL 14 AL 21 ABRIL '74

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: Gema si no

6) Imprenta: BELMAR si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADAS DE INTERES TURISTICO

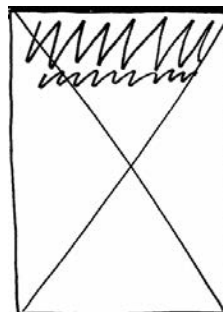
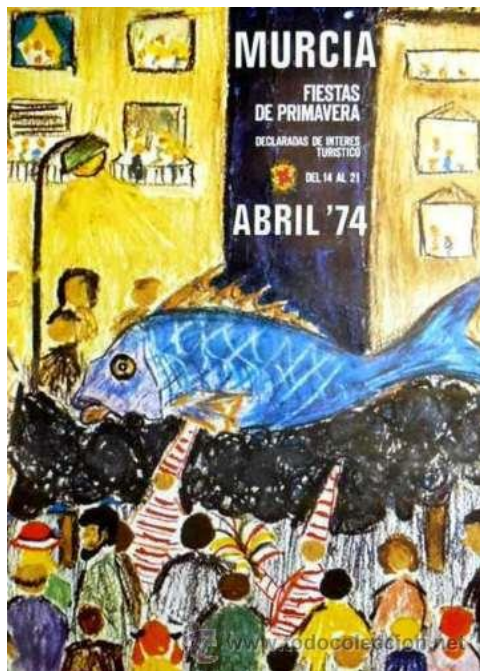
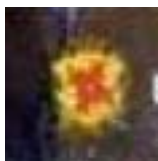
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out A

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: sardina, hachoneros y publico en calle de murcia Real

2) Lugar calle de murcia Real

3) Tiempo Entierro de la Sardina, sábado por la noche Definido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios flores
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
FP sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

El motivo principal del cartel es el Entierro de la Sardina por lo que aparece en el centro una gran sardina azul entre mucho público, de noche, en plena calle y en los balcones de las casas, por lo que hay una farola encendida . Junto a la sardina unos personajes muy simbólicos de esta noche, los hachoneros que con bengalas en las manos impiden que la gente se avalanche contra las carrozas para hacerse con juguetes y regalos.

Es un espectáculo para todos los públicos pues vemos niño, abuelos, jóvenes, madres, etc y los distinguimos por el dibujo del cabello de los personajes.

Otros datos

Año: 1975 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: no digitalizado Foto del ALMUDÍ:"1 ""a"Laorden, Antonio"ZZ0004298" "10""a"Fiestas de Primavera"h [Material gráfico]"b" : 1975, 31 marzo - 6 abril "c" / Laorden. -- " ""a"[Murcia]"b" : Ayuntamiento de Murcia]"c", 1975 " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 88 x 62 cm " ""a"Editor tomado del escudo que aparece en el cartel"14""a"Fiestas de primavera"z"-Murcia]"- Carteles"ZZ0005706"" 4""a"Murcia"x"-Fiestas]"-Carteles"ZZ0004287" * " ""a" MU-AM]" 44C"t" (1-6)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 88x62 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no

murcia

3) Fechas: si no

1975 del 31 de marzo al 6 de abril

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: Antonio Laorden

si no

6) Imprenta: no se lee bien

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADAS DE INTERES TURISTICO

3. OTROS TEXTOS

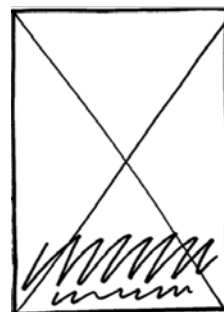


ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out C ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: monigotes de hachoneros con bengala Real

2) Lugar entierro de la sardina Real

3) Tiempo Noche sábado de fiestas Definido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
Murcia sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

Una guinalda de recorte indica que estamos en fiestas como las guirnaldas de banderitas o farolillos de papel. La forma de la cadenete es de monigotes cogidos por las manos que dibujan la silueta de los hachoneros con su atuendo característico: capirote y tunica sobre pantalón todo ello de rayas de colores azules y negras en esta ocasión. Los personajes indican uno de los actos más conocidos que es el Entierro de la Sardina. El color rojo de fondo simboliza el fuego y la luz de la bengala del hachonero nos sitúa en plena noche donde una gran luz es el centro de atención y el centro de las llamas donde arde la sardina. Los colores tiene un efecto atractivo y muy expresivo de la magia de estas fiestas.

Otros datos

Año: 1976 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: NO LOCALIZADO Encontrado folleto de 8 páginas en todocolección.net la ilustración es de Antonio Laorden lo sabemos por la firma

Estado Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
FP sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña monterra barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1977 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: DIGITALIZADO ALMUDÍ "1 ""a"Muñoz Barberán, Manuel"ZZ0000679" "10""a"Fiestas de primavera"h" [Material gráfico]"b" : 1977, 11-17 abril "c" / Muñoz Barberán. -- " ""a"[Murcia]"b" : [Ayuntamiento de Murcia]"c", 1977 " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 88 x 62 cm " ""a"Representa : Escena del Entierro de la Sardina " ""a"Editor tomado del escudo que aparece en el cartel "14""a"Fiestas de primavera"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005706" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287"* " ""a" MU-AM"j" 57C"t" (1-7)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 88 x 62 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

DEL 11 AL 17 DE ABRIL

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: Diseño: EKIPO S.L. (Muñoz Barberán, Manuel no lo nombra, lo echamos por la firma) si no

6) Imprenta: IG JIMENEZ GODOY Baden, 19 Murcia si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADA DE INTERES TURISTICO



3. OTROS TEXTOS

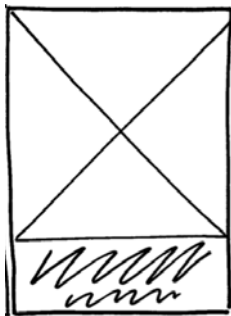
77- D.L. MU-95/77

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out F

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: hachoneros y personajes del entierro de la sardina en la quema Real

2) Lugar CALLES DE MURCIA Real

3) Tiempo NOCHE DEL ENTIERRO DE LA SARDINA sábado de fiestas Definido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

El cartel transmite el ambiente de la calle el día del entierro de la Sardina. La oscuridad de la noche quebrada por las luces de los adornos de las carrozas y de las llamas que provocan el reflejo anaranjado en todos los personajes. El marco rojo del cartel refuerza el ambiente y el calor de las llamas.

En la escena aparecen elementos que son iconos de la fiesta. El más conocido y representativo es el hachonero con su ato de rayas, capirote y pañuelo. Los diablos con los prende llamas juegan un especial papel si bien no son tan utilizados. Las carrozas enormes con las figuras enormes de los dioses a los que representan con una estética entre fantasmagóricas y tétrica. Se reconoce la carroza del grupo de los chinos con la construcción característica.

Ambiente festivo y calor.

La escena es de continuo movimiento.

La obra del pintor costumbrista murciano carga de valor artístico el cartel.

Otros datos

Año: 1978 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: DIGITALIZADO ALMUDÍ "1 ""a"Falgas, José María"ZZ0000304""10""a"Fiestas de primavera"h" [Material gráfico]"b" : 1978, 27 marzo - 2 abril "c" / Falgas. -- " ""a"Murcia"b" : [Ayuntamiento de Murcia]"c", 1978 ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 69 x 49 cm " ""a"Representa : hachoneros del Entierro de la Sardina ""a"Editor tomado del escudo que aparece en el cartel"14""a"Fiestas de primavera"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005706"" 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287"

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 69X49 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

DEL 27 DE MARZO AL 2 DE ABRIL

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: Diseño EKIPO VERTICE S.L.(José Maía Falgas no lo nombra, lo sabemos por la firma) si no

6) Imprenta: Imprime I.G. JIMENEZ GODOY. Baden, 19 Murcia si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADA DE INTERES TURISTICO



3. OTROS TEXTOS

78 D.L. MU 39/78

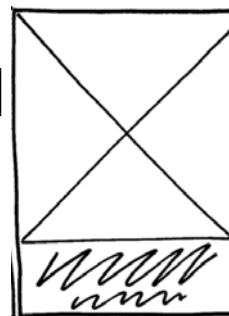
ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen Con Marco

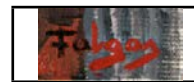
3) Tipo lay out F ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: hachoneros en el desfile del entierro con bengalas

Real

2) Lugar calles de murcia Real

3) Tiempo entierro de la sardina sábado de fiestas Definido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel

SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz

detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios

detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río

Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores

sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego

pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo

virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

El cartel lo protagonizan los hachoneros son el icono indiscutible del Entierro de la Sardina. Estos agentes protegen a la carroza del público con las bengalas que desprenden un olor especial y generan un humo característico que se transmite perfectamente en esta pintura del artista murciano Falgas.

La obra del pintor cosutmbriista murciano carga de valor artístico el cartel.

Otros datos

Año: 1979 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: DIGITALIZADO ALMUDÍ "Fiestas de primavera" [Material gráfico] "b" : 1979, 15 marzo - 22abril "c" / Ballester. -- " " "a"Murcia"b" : [Ayuntamiento de Murcia]"c", 1979 " " "a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 69 x 49 cm " " "a"Representa una familia huertana " " "a"Editor tomado del escudo que aparece en el cartel "14" "a" "Fiestas de primavera"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005706" " 4" "a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" "04" "a"Carteles"z"-Murcia* " " "a" MU-AM"j" 58C"t" (1-4)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 69 x 49 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

DEL 15 AL 22 DE ABRIL

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

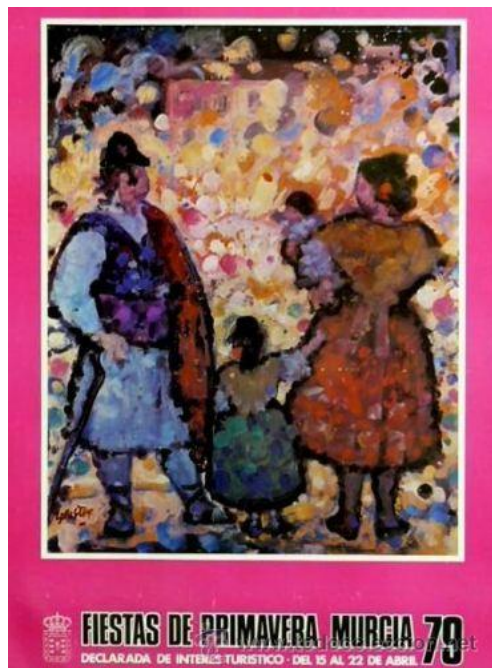
5) Autor: Diseño EKIPO-VERTICE S.L.(Mariano Ballester no lo nombra, lo echamos por la firma) si no

6) Imprenta: Imprime I.G. JIMENEZ GODOY. MURCIA. si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADA DE INTERES TURISTICO



3. OTROS TEXTOS

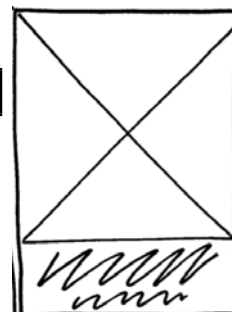
D.L. MU-95/79.

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: familia huertana

2) Lugar

3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

El ambiente festivo se representa en los colores y los puntos de luz que hacen vibrar como en las fiestas. Son las fiestas en Murcia ya que los personajes visten el traje regional. Se trata de fiestas para disfrutar en todas las edades, nos lo dice el conjunto de personas que son una familia con una niña median y un bebé en brazos de la madre. El caracter huertano se transmite con la postura del padre que descansa apoyado en el gayao. Hace buen tiempo ya que es de noche y la ropa de los huertanos es ligera.

La obra del pintor costumbrista murciano carga de valor artístico el cartel.

Fiesta, diversión para todas las edades, arte y tradición.

Otros datos

Año: 1980 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: FOTO ENCONTRADA EN INTERNET BAJÍSIMA RESOLUCIÓN NO PUEDO LEER LOS TEXTOS no digitalizado ALMUDÍ:"1 ""a"Salvador Romera, Marcos"ZZ0004345""10""a"Fiestas de primavera"h" [Material gráfico]"b" : 1980, 5 - 13 abril "c / Marcos S. Romera. -- ""a"Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia"c", 1980 ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 70 x 49 cm"14""a"Fiestas de primavera"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005706" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287""04""a"Carteles"z"-Murcia * ""a" MU-AM"" 64C"t" (1-7)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 70 x 49 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

5 AL 13 ABRIL 1980

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: MARCOS S ROMERA si no

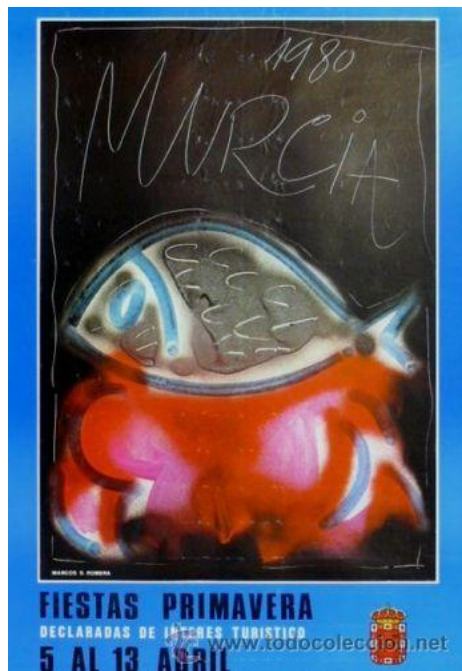
6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADAS DE INTERES TURISTICO

3. OTROS TEXTOS

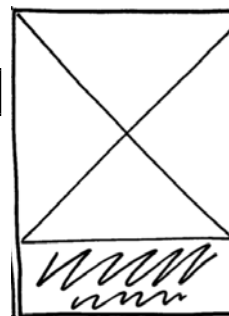


ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out F ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: sardina sobre llamas Real

2) Lugar indefinido Fantástico

3) Tiempo quema de la sardina sábado de fiestas Definido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
FP sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña monterra barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

El pescado sobre las llamas aluden a la última actividad de las fiestas de primavera, El entierro de la Sardina que se celebra por la noche indicado por el fondo negro. El calor de la fiesta se representa con el rojo y fucsia de las llamas.

Otros datos

Año: 1981 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: foto de todocoleccion.net no digitalizado ALMUDÍ: "1 ""a"Cano, J."ZZ0004349 "10""a"Fiestas de Primavera"h" [Material gráfico]"b" : 1981, 18 - 26 abril "c" / J. Cano y M.F. Delgado. -- " ""a"Murcia"b" : [Ayuntamiento de Murcia]"c",1981" ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c"; 88 x 64 cm" ""a"Representa : hachoneros del Entierro de la Sardina " ""a"Editor tomado del escudo que aparece en el cartel " 4""a"Fiestas de primavera"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005706" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287""1 ""a"Delgado, M.F."ZZ0004350" * " ""a" MU-AM"j" 69C"t" (1-5)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 88X64 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no
FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
MURCIA 18-26 abril de 1981

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

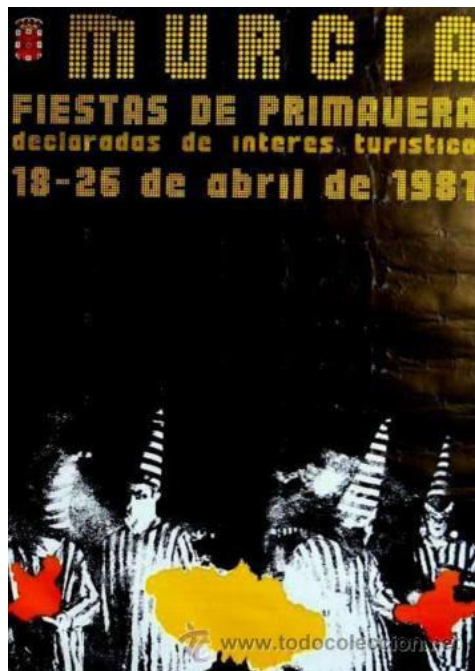
5) Autor: Cano, Joaquín y Fernández-Delgado, Manuel si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no
DECLARADAS DE INTERES TURISTICO

3. OTROS TEXTOS

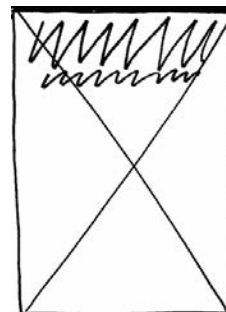


ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Diseño gráfico 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out A B

3) Identidad Gráfica: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: hachoneros del entierro de la sardina Real

2) Lugar calles de murcia Real

3) Tiempo entierro de la sardina sábado noche de fiestas Definido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
FP sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Los hachoneros del Entierro de la Sardina son el icono de esta conocida fiesta. En la fotografía del cartel se capta el humo que desprenden las bengalas por lo que los portadores se tapan la cara, nariz y boca con un pañuelo. El fondo negro de la hace destacar dos colores muy simbólicos de las fiestas: el fuego que representa el color rojo, y la luz del color amarillo.

La tipografía simula las hileras de luces que adornan las ciudades e fiestas por lo que sabemos que lo anunciado son eventos de diversión y momentos de disfrute.

El movimiento de la fiesta se transmite en la foto con los movimientos de cabeza y las posturas de los personajes.

Otros datos

Año: 1982 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Foto proporcionada por Severo Almansa y encontrada en todocoleccion.net muy baja resolución no digitalizado
ALMUDÍ: "0 ""a"El Dibujador"ZZ0005835" "10""a"Fiestas de Primavera"h" [Material gráfico]"b" : Murcia, 10 al 17 de abril 1982, declaradas de interés turístico"c" / Diseño, El Dibujador. -- " ""a"Murcia"b" : Consejo Municipal de Cultura y Festejos, Ayuntamiento de Murcia"c", 1982"e" (Murcia"f" : Jiménez Godoy) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 69 x 50 cm D.L. " ""a"MU/105-198"14""a"Fiestas de primavera"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005706 " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * "1 ""a"MU-AM"j" 165C (1-5)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 69 x 50 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no
FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
MURCIA 10 AL 17 DE ABRIL 1982

4) Anunciante: organiza y colabora: si no
CONSEJO MUNICIPAL DE CULTURA Y FESTEJOS DEL EXCMO. AYUNTAMIENTO DE MURCIA

5) Autor: El dibujador: Almansa, Severo /Martínez Gadea, Vicente/ Ballester, Antonio ...no lo vemos si no

6) Imprenta: Jiménez Godoy pero no lo vemos si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

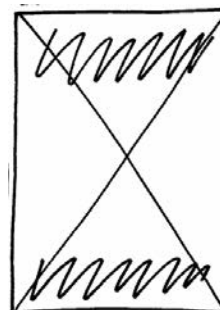
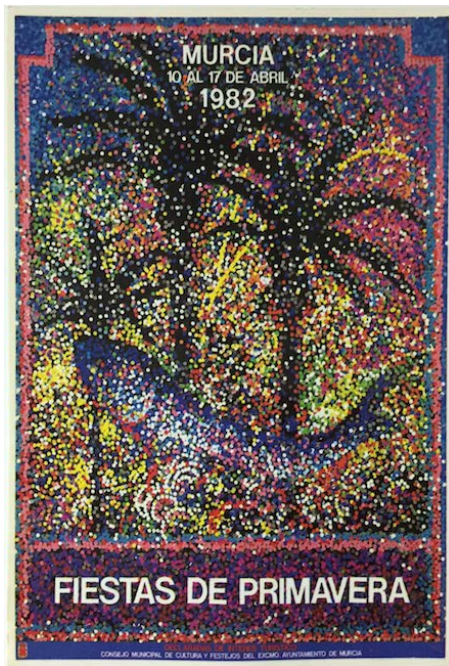
Otros textos persuasivos: si no
DECLARADAS DE INTERÉS TURÍSTICO

3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: sardina, palmeras, fuegos artificiales

2) Lugar

3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La ilustración es una explosión de color que brilla en la oscuridad como los fuegos artificiales que son un indicio de que en una localidad se están celebrando fiesta. el brillo de los cientos de destellos se logra en este cartel con cientos de confeti de colores con los que está confeccionado a modo de puntillismo.

La sardina es aquí el icono del evento final de estas celebraciones primaverales. Y las palmeras que sirven de fondo ambiental sitúan la acción en el centro de Murcia de la que son signos de identidad.

Otros datos

Primer Premio de Carteles de Fiestas de Primavera y del Festival de Jazz en la Calle. 1982 (Martínez Gadea con Severo Almansa).

Año: 1983 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: DIGITALIZADO ALMUDÍ "1 ""a"Gaya, Ramón"d" (1910-)"ZZ0000132" "10""a"Fiestas de primavera"h" [Material gráfico]"b" : 1983, 2 - 9 abril "c" / Gaya. -- " ""a"[Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia]"c", 1983 " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 88 x 63 cm " ""a"Editor tomado del escudo del que aparece en el cartel "14""a"Fiestas de primavera"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005706" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j" Carteles"ZZ0004287" * " ""a" MU-AM"j" 12C (1-3)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 88X63 CM

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
MURCIA DEL 2 AL 9 DE ABRIL DE 1983

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor:Ramón Gaya si no

6) Imprenta: LITOGRAFIA BELMAR - MURCIA si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADAS DE INTERES TURISTICO

3. OTROS TEXTOS

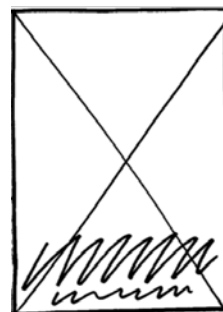
D.L. MU-67-1983

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out C

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Huertana poniéndose rosas en el pelo Real

2) Lugar Murcia Real

3) Tiempo Primavera martes de la fiesta día del Bando Definido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrerocalañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Una joven peinada con el moño de picaporte y mantoncillo nos indica que estamos en Murcia y que se viste con el traje regional lo que nos sitúa en una celebración popular donde se mantienen las tradiciones folklóricas de la huerta murciana. La joven lleva un collar y se adorna el pelo con flores luego se está disponiendo para un acto de celebración de un acto para disfrutar es decir un festejo.

Las flores que destacan por su colorido frente al negro de las líneas de todo el dibujo nos indican que estamos en la época de las flores, la primavera.

Hay movimiento en la postura de la protagonista

Otros datos

Año: 1984 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: no digitalizado ALMUDÍ "1 ""a"Ballester, Antonio"d" (1951-)"ZZ0003405 "10""a"Murcia Fiestas de Primavera 1984"h" [Material gráfico]"b" :Declaradas de interés turístico"c" / Diseño, Antonio Ballester. - " ""a"Murcia"b" : Consejo Municipal de Cultura, Ayuntamiento de Murcia"c", [1984]"e" (Murcia"fr" : I.G Jimenez Godoy) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 70 x 49 cm " ""a"Representa: Una sardina "14""a"Fiestas de primavera"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005706" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * "1 ""a"MU-AM"j" 163C (1-5)

Estado Localizado NO imagen Tamaño si no 70x40 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

1984

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Consejo Municipal de Cultura, Ayuntamiento de Murcia

5) Autor: Ballester, Antonio si no

6) Imprenta: I.G Jimenez Godoy si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

Declaradas de interés turístico

3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar 3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río
Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
FP sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Representa: Una sardina

Otros datos

'El proceso creativo nunca para, forma parte de la necesidad de sobrevivir'
<http://www.laopiniondemurcia.es/cultura-sociedad/2013/06/28/proceso-creativo-forma-parte-necesidad/479647.html>

Año: 1985 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: no digitalizado ALMUDI"1 ""a"Almansa, Severo"ZZ0002776""10""a"Murcia Fiestas de Primavera 1985"h" [Material gráfico]"b" : Declaradas de interés turístico del 6 al 13 de abril"c" / Diseño Severo Almansa y Vicente Martínez Gadea. -- " ""a"Murcia"b" : Consejo Municipal de Cultura, Ayuntamiento de Murcia [etc] "c", 1985"e" (Murcia"f" : Jiménez Godoy) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 89 x 60 cm." ""a""Polifemo" del Entierro de la Sardina 1985D.L. " ""a"MU-119/85 "14""a"Fiestas de primavera"z"- Murcia"j"-Carteles"ZZ0005706" "14""a"Entierro de la Sardina"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005913" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"- Carteles"ZZ0004287" "1 ""a"Martínez Gadea, Vicente"ZZ0004317" * "1 ""a"MU-AM"i" 156C (1-2)

Estado Localizado NO imagen Tamaño si no 89 x 60 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

DEL 6 AL 13 DE ABRIL

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Consejo Municipal de Cultura, Ayuntamiento de Murcia

5) Autor: Severo Almansa y Vicente Martínez Gadea.

si no

6) Imprenta: Jiménez Godoy

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

Declaradas de interés turístico

3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Polifemo

Fantástico

2) Lugar

3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
Murcia sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

"Polifemo" del Entierro de la Sardina 1985

Otros datos

Año: 1986 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: no digitalizado ALMUDÍ "1 ""a"Portillo, Manuel"ZZ0005742 "10""a"Fiestas de primavera"h" [Material gráfico]"b": Murcia 1986 del 29 de marzo al 6 de abril, declaradas de interés turístico"c" / Diseño, Manuel Portillo y Pablo Portillo ; dibujo, Pablo Portillo. -- " ""a"Murcia"b": Ayuntamiento de Murcia, Consejo Municipal de Cultura [etc.] "c", 1986"e" (Murcia"p": I.G Jimenez) " ""a"1 lám. (cartel)"b": col."c"; 98 x 62 cm D.L. " ""a"MU- 124- 1986 "14""a"Fiestas de primavera"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005706 " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287 "1 ""a"Portillo, Pablo"ZZ0005744" * "1 ""a"MU-AM"j" 171C (1-3)

Estado Localizado NO imagen Tamaño si no 98 x 62 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

DEL 29 DE MARZO AL 6 DE ABRIL 1986

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia, Consejo Municipal de Cultura [etc.]

5) Autor: Diseño, Manuel Portillo y Pablo Portillo ; dibujo, si no

6) Imprenta: I.G Jimenez Godoy si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

Declaradas de interés turístico

3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia	<input type="checkbox"/> enaguamedia	<input type="checkbox"/> coron espina	<input type="checkbox"/> vara estante	<input type="checkbox"/> naz entero	<input type="checkbox"/> palmera	<input type="checkbox"/> bocinas	<input type="checkbox"/> clavos	<input type="checkbox"/> angel
	<input type="checkbox"/> imagen paso	<input type="checkbox"/> NtroPaJesús	<input type="checkbox"/> nazpenitente	<input type="checkbox"/> nazestante	<input type="checkbox"/> coloraos	<input type="checkbox"/> capuz	<input type="checkbox"/> flores	<input type="checkbox"/> cruz
	<input type="checkbox"/> detalle paso	<input type="checkbox"/> Virgen Dolor.	<input type="checkbox"/> mayordomo	<input type="checkbox"/> San Juan	<input type="checkbox"/> moraos	<input type="checkbox"/> burlas	<input type="checkbox"/> cirios	
	<input type="checkbox"/> detalle trono	<input type="checkbox"/> Prendimiento	<input type="checkbox"/> Crucificado	<input type="checkbox"/> Verónica	<input type="checkbox"/> manola	<input type="checkbox"/> azotes	<input type="checkbox"/> cetro	

Signos Murcia	<input type="checkbox"/> Torre Catedral	<input type="checkbox"/> Teatro Romea	<input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Imafronte	<input type="checkbox"/> Palmera	<input type="checkbox"/> Huerta	<input type="checkbox"/> Río
	<input type="checkbox"/> Puente Viejo	<input type="checkbox"/> Traje regional	<input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta	<input type="checkbox"/> Edificios	<input type="checkbox"/> Barraca	<input type="checkbox"/> Moneo	

Signos FP Murcia	<input type="checkbox"/> productos huerta	<input type="checkbox"/> aperos labranza	<input type="checkbox"/> burro/caballo	<input type="checkbox"/> huertana	<input type="checkbox"/> chaleco	<input type="checkbox"/> mueble	<input type="checkbox"/> dioses	<input type="checkbox"/> flores
	<input type="checkbox"/> sombrero calañés	<input type="checkbox"/> moño picaporte	<input type="checkbox"/> castañuelas	<input type="checkbox"/> huertano	<input type="checkbox"/> mantón	<input type="checkbox"/> bengala	<input type="checkbox"/> manta	<input type="checkbox"/> fuego
	<input type="checkbox"/> pareja huertanos	<input type="checkbox"/> niño huertano	<input type="checkbox"/> hachonero	<input type="checkbox"/> zaragüel	<input type="checkbox"/> carroza	<input type="checkbox"/> fartificia	<input type="checkbox"/> pájaro	<input type="checkbox"/> refajo
	<input type="checkbox"/> virgen fuensanta	<input type="checkbox"/> guitarra&otro	<input type="checkbox"/> esparteña	<input type="checkbox"/> montera	<input type="checkbox"/> barraca	<input type="checkbox"/> sardina	<input type="checkbox"/> gayao	<input type="checkbox"/> baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Diseño, Manuel Portillo y Pablo Portillo ; dibujo, Pablo Portillo.

Otros datos

Año: 1987 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: no digitalizado ALMUDÍ "1 ""a"García Meca, Rafael"ZZ0006028" "10""a"Murcia 1987, Fiestas de primavera"h" [Material gráfico]"b" :19 al 26 de abril, declaradas de interés turístico"c" / Diseño, Rafael García Meca. -- " ""a"Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia, Consejo Municipal de Cultura"c", 1987"e" (Murcia"p" : I.G. Jiménez Godoy) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 97 x 69 cm D.L. " ""a"MU-101-87 "14""a"Fiestas de primavera"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005706" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * "1 ""a"MU-AM"j" 174C (1-2)

Estado Localizado NO imagen Tamaño si no 97x69 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

19 AL 26 DE ABRIL

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia, Consejo Municipal de Cultura

5) Autor: Diseño, Rafael García Meca

si no

6) Imprenta: I.G Jimenez Godoy

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

Declaradas de interés turístico

3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar
3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
FP sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1988 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: DIGITALIZADO ALMUDÍ "10""a"Murcia"h" [Material gráfico]"b": Entierro de la Sardina 1988, 6,7,8 y 9 de abril. -- " ""a"[Murcia]"b": [Ayuntamiento de Murcia]"b": Agrupación Sardinera"c", D.L. 1988 " ""a"1 lám. (cartel)"b": col."c": 70 x 49 cm " ""a"Declarada de interés turístico nacional " ""a"Simulación de una sirena " 4""a"Entierro de la Sardina"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005913" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287"* "1 ""a"MU-AM"j" 142C (1-10)
EN BR: DMUG 2090 Título:
Entierro de la sardina 1988 [Material gráfico] : Murcia 6, 7, 8 y 9 de abril.
Editorial:

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 70x49cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Entierro de la Sardina 1988

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
MURCIA 1988 6,7,8 Y 9 DE ABRIL

4) Anunciante:organiza y colabora: si no
AGRUPACION SARDINERA MURCIA

5) Autor: Ramón Gaya

si no

6) Imprenta: IMPRESO EN INDUSTRIAS GRAFICAS
LIBECROM, S.A

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADO DE INTERES TURISTICO NACIONAL

3. OTROS TEXTOS

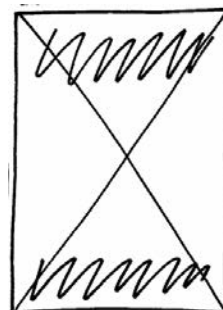
D.L. MU-73/1988

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out D ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia. Agrupación Sardinera de Murcia.



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Dios Neptuno con sirena

Fantástico

2) Lugar Mar Fantástico

3) Tiempo buen clima marino Indefinido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
FP sombrerocalañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

El motivo que ilustra el cartel es del pintor Gaya lo que transfiere a la fiesta del Entierro de la Sardina una vis artística que les aporta valor cultural.

El tema se centra en el dios romano Neptuno con el tridente que los identifica, junto a una sirena que escucha una caracola. Personajes mitológicos que llenan de misterio y fantasía la noche del sábado con la que culminan las actividades de la agrupación sardinera de Murcia y de las fiestas de Primavera de Murcia en su totalidad. Si bien en este cartel no se menciona tal pertenencia a las fiestas marco.

Estas figuras aluden, así mismo, a las carrozas de las que son protagonistas tanto los dioses de cada grupo sardinero como las representaciones femeninas desnudas?.

Otros datos

Año: 1988 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: no digitalizado ALMUDÍ "1 ""a"Garay, Luis"ZZ0000321" "10""a"Murcia"h" [Material gráfico]"b" : Fiestas de primavera 1988, días 3 al 10 de abril" / Garay. -- " ""a"Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia" / D.L.1988 " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 99 x 60 cm " ""a"Declaradas de interés turístico " ""a"La huertana " ""a"Homenaje al pintor Luis Garay" ""a"Reedición del cartel de 1932 "14""a"Fiestas de primavera"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005706" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287"* "1 ""a"MU-AM"j" 137C (1-6). IMAGEN DEL CARTEL DE 1932

En el libro "Semana santa y Fiestas de Primavera" debajo de la imagen de la portada del folleto de mano de las fiestas de primavera de 1932 se informa de que "La portada de este programa fue reproducida. e incluida. como tarjeta postal en la caja que contenía el

Estado Localizado NO imagen Tamaño si no 99 x 60 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

ESPLENDIDAS FIESTAS DE PRIMAVEERA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

DIAS 3 AL 10 DE ABRIL 1988

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia

5) Autor: Garay, Luis

si no

6) Imprenta:

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no ESPLENDIDAS

Otros textos persuasivos: si no

ESPLENDIDAS FIESTAS DE PRIMAVERA

Declaradas de interés turístico

3. OTROS TEXTOS



ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar
3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río
Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
FP sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

La huertana
Homenaje al pintor Luis Garay
Reedición del cartel de 1932

Otros datos

Año: 1989 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: No digitalizado ALMUDÍ "10""a"Murcia"h" [Material gráfico]"b" : Entierro de la Sardina 1989, 29, 30, 31, de marzo y 1 de abril" / Alfonso Albacete. -- " ""a"Murcia"b" : [Ayuntamiento de Murcia]"b" : Agrupación Sardinera" c, [1989] " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 69 x 50 cm ""a"Declarado de interés turístico nacional " ""a"Agrupación sardinera de Murcia " ""a"Reproduce: Un dibujo de una cara de una mujer y al fondo una sardina quemándose "14""a"Fiestas de primavera"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005759" "14""a"Entierro de la Sardina"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005913" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" "1 ""a"Albacete, Alfonso"ZZ0002271" * "1 ""a"MU-AM"j" 130C (1-10)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 69X50 CM

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Entierro de la Sardina 1989

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia. Agrupación Sardinera de Murcia

5) Autor: Albacete, Alfonso si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

Declarado de interés turístico nacional

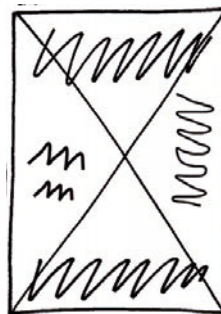


3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out R

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Diosa, sardina ardiendo y luna Fantástico

2) Lugar Calle de Murcia Real

3) Tiempo Noche de primavera el sábado de las fiestas Definido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrerocalañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La obra del artista confiere carácter artístico al cartel y a la fiesta.

El ambiente del evento se expresa con el fondo negro que indica el momento de la fiesta. En la oscuridad destella la luna y el fuego que refleja su luz en todo lo que le rodea. Un rostro de diosa olímpica preside la ilustración. Su cabeza adornada con una tiara de flores de colores simboliza la primavera.

La sardina icono de este evento aparece en su momento culmen cuando es quemada y señala el punto final de las fiestas por eso se sitúa al final del recorrido visual del cartel, en la esquina inferior derecha.

Otros datos

Año: 1989 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: No digitalizado ALMUDÍ "1 ""a"Miralles Serrano, Obdulio"d" (1865-1894)"ZZ0005810" "10""a"Fiestas de primavera 89 Murcia"h" [Material gráfico]"c" / Obdulio Miralles Serrano;; foto, Eidos; diseño, José María. . -- " ""a"[Murcia]"b" :Federación de Peñas Huertanas"b" : Consejería de Agricultura, Ganadería y Pesca"c", D.L 1989"f" (I.G Jiménez Godoy) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 98 x 27 cm " ""a"" La huerta" (Primavera)" ""a" Incluye calendario de festejos D.L. " ""a"MU-169-1989 "14""a"Fiestas de primavera"z"- Murcia"j"-Carteles"ZZ0005706" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * "1 ""a"MU-AM"j" 151C (1-2)

Estado Localizado NO imagen Tamaño si no 98 x 27 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

89

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Federación de Peñas Huertanas. Consejería de Agricultura, Ganadería y Pesca

5) Autor: Miralles Serrano, Obdulio. ; foto, Eidos; diseño, José si no

6) Imprenta: I.G Jiménez Godoy

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río
Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
FP sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Obdulio Miralles Serrano; foto, Eidos; diseño, José María.
La huerta (Primavera)
Incluye calendario de festejos

Otros datos

Año: 1990 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: no digitalizado ALMUDÍ "1 ""a"Lucas, José"ZZ0004174 "10""a"Entierro de la Sardina" [Material gráfico]"b" : Murcia 1990, 18, 19, 20 y 21 de abril, decalarado de interés turístico nacional" / Diseño, José Lucas. -- " ""a"Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia"b" : Agrupación Sardinera de Murcia "c", 1990"f" (Libecrom) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" : 99 x 69 cm "14""a"Entierro de la Sardina"z"-Murcia"j"-Carteles"ZZ0005913"" 4""a"Murcia"x"-Fiestas"j"-Carteles"ZZ0004287" * "1 ""a"MU-AM"j" 205C

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 99 x 69 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Entierro de la Sardina 1990

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

18,19,20 Y21 DE ABRIL 1990

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia. Agrupación Sardinera de Murcia

5) Autor: Lucas, José

si no

6) Imprenta: Libecrom

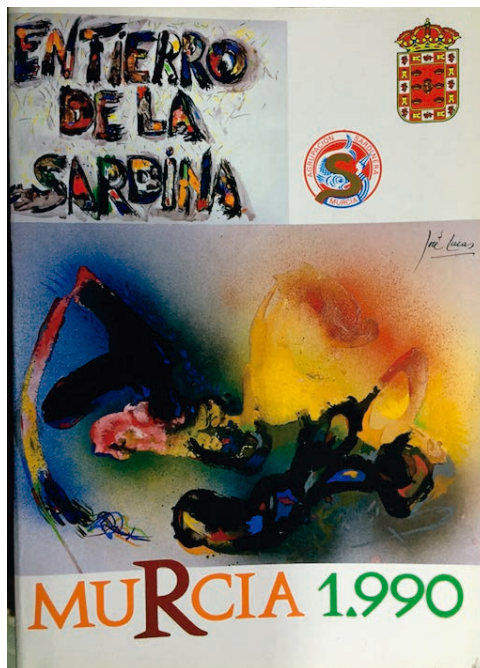
si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

declarado de interés turístico nacional

3. OTROS TEXTOS



ELEMENTOS VISUALES

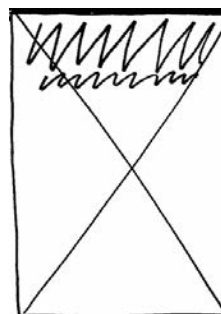
1) Tipo de ilustración Pintura de autor

2) Margen A sangre

3) Tipo lay out A ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia. Agrupación Sardinera de Murcia.



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: textos decorados collage y alegoría del fuego

Fantástico

2) Lugar impreciso

Fantástico

3) Tiempo impreciso

Indefinido

Signos

SS Murcia

- | | | | | | | | |
|--|--|---------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> enaguamedia | <input type="checkbox"/> coron espina | <input type="checkbox"/> vara estante | <input type="checkbox"/> naz entero | <input type="checkbox"/> palmera | <input type="checkbox"/> bocinas | <input type="checkbox"/> clavos | <input type="checkbox"/> angel |
| <input type="checkbox"/> imagen paso | <input type="checkbox"/> NtroPaJesús | <input type="checkbox"/> nazpenitente | <input type="checkbox"/> nazestante | <input type="checkbox"/> coloraos | <input type="checkbox"/> capuz | <input type="checkbox"/> flores | <input type="checkbox"/> cruz |
| <input type="checkbox"/> detalle paso | <input type="checkbox"/> Virgen Dolor. | <input type="checkbox"/> mayordomo | <input type="checkbox"/> San Juan | <input type="checkbox"/> moraos | <input type="checkbox"/> burlas | <input type="checkbox"/> cirios | |
| <input type="checkbox"/> detalle trono | <input type="checkbox"/> Prendimiento | <input type="checkbox"/> Crucificado | <input type="checkbox"/> Verónica | <input type="checkbox"/> manola | <input type="checkbox"/> azotes | <input type="checkbox"/> cetro | |

Signos

Murcia

- | | | | | | | |
|---|---|---|------------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Torre Catedral | <input type="checkbox"/> Teatro Romea | <input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento | <input type="checkbox"/> Imafronte | <input type="checkbox"/> Palmera | <input type="checkbox"/> Huerta | <input type="checkbox"/> Río |
| <input type="checkbox"/> Puente Viejo | <input type="checkbox"/> Traje regional | <input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta | <input type="checkbox"/> Edificios | <input type="checkbox"/> Barraca | <input type="checkbox"/> Moneo | |

Signos

FP

Murcia

- | | | | | | | | |
|---|--|--|-----------------------------------|----------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> productos huerta | <input type="checkbox"/> aperos labranza | <input type="checkbox"/> burro/caballo | <input type="checkbox"/> huertana | <input type="checkbox"/> chaleco | <input type="checkbox"/> mueble | <input type="checkbox"/> dioses | <input type="checkbox"/> flores |
| <input type="checkbox"/> sombrero calañés | <input type="checkbox"/> moño picaporte | <input type="checkbox"/> castañuelas | <input type="checkbox"/> huertano | <input type="checkbox"/> mantón | <input type="checkbox"/> bengala | <input type="checkbox"/> manta | <input type="checkbox"/> fuego |
| <input type="checkbox"/> pareja huertanos | <input type="checkbox"/> niño huertano | <input type="checkbox"/> hachonero | <input type="checkbox"/> zaragüel | <input type="checkbox"/> carroza | <input type="checkbox"/> fartificia | <input type="checkbox"/> pájaro | <input type="checkbox"/> refajo |
| <input type="checkbox"/> virgen fuensanta | <input type="checkbox"/> guitarra&otro | <input type="checkbox"/> esparteña | <input type="checkbox"/> monterra | <input type="checkbox"/> barraca | <input type="checkbox"/> sardina | <input type="checkbox"/> gayao | <input type="checkbox"/> baile |

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

La pintura del cartel se estructura en dos partes independientes pero anexas en el lienzo final. A primera vista destaca el colorido de la parte superior tan disperso pero a la vez firme, de esa gama de tonalidades que José Lucas ha empleado en otras propuestas como 'Los Toneles' de la Estación del Carmen de Murcia capital. Las letras están confeccionadas mediante collage donde Lucas utiliza referentes del arte en el nombre del entierro de la sardina que anuncia. Vemos al pintor Velázquez y la Venus del espejo, "combinados con el careto de una tía con bigote y diferentes apósitos entre la que se distingue lana y recortes de periódicos y revistas. En la foto inferior observamos la cabeza del San Pedro del paso del beso de Francisco Salzillo. La propuesta es atrevida pero divertida y alegre en el conjunto conseguido. La parte inferior del cartel es propiamente la forma en que José Lucas concibe, ve, interpreta la fiesta de la sardina murciana. Esta obra se encuentra firmada en la parte superior derecha, en contraposición a la parte superior en la que no aparece firma pero si utiliza los datos personales del artista en una de las letras"

Convergencia denotación/connotación:

Los textos de la obra del pintor están cargados de signos con los que quiere expresar la implicación del arte en la construcción de una tipografía personal y única. En el resto del cartel un juego de colores y formas expresa la explosión de color que provocan los grupos sardineros con sus actividades. Fuego rojo, naranja y amarillo, azules de la noche y de la bengalas que acompañan el recorrido de la cabalgata. Y mucho movimiento como los trazos que se dirigen a todas partes con agradables trazos redondos.

Otros datos

Año: 1990 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: FOTO YO BIBLIOTECA REGIONAL Signatura DMUG 4422Título:Murcia 1990, Fiestas de Primavera [Material gráfico] : del 15 al 22 de abril / diseño P. Manzano.Editorial:Murcia : Ayuntamiento de Murcia, 1990 (Jiménez Godoy)Descripción física:1 lám. (cartel) : il. ; 49 x 98 cm.Materias:Fiestas-Murcia-Carteles Autores:Manzano, Pedro Fondo local - (Planta 2ª) D.L. MU 394-1990

Estado Tamaño si no 49 x 98 cm.

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

DEL 15 AL 22 DE ABRIL 1990

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

EXCMO. AYUNTAMIENTO DE MURCIA



5) Autor: DISEÑO P. MANZANO

si no

6) Imprenta: IMPRIME: I.G. JIMENEZ GODOY, S.A.

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADAS DE INTERES TURISTICO NACIONAL

3. OTROS TEXTOS

D.L. MU 394-1990

ELEMENTOS VISUALES

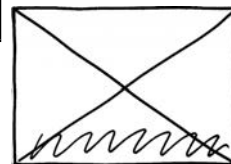
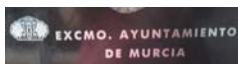
1) Tipo de ilustración

2) Margen

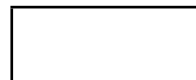
3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

EXCMO. AYUNTAMIENTO DE MURCIA



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: SARDINA de cartón piedra

2) Lugar

3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

La sardina es el icono de las fiestas de primavera aunque se centre en el acto final de las fiestas. el pez aparece sobre las llamas porque el desfile de las carrozas culmina con la quema del monumento que se erige en la plaza del Hotel Victoria. Los grupos sardineros, por su parte, editan otro cartel solo de este festejo.

El fondo negro de la noche hace brillar el fuego rojo y las llamas naranjas que contrastan con el azul plateado de la sardina. Brillos y luces del ambiente festivo.

Otros datos

Año: 1991 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Biblioteca regional de Murcia signatura DMUG 5876 HACER FOTO Título: Bando de la Huerta 1991 [Material gráfico]: Murcia, 2 de abril / diseño Paco Salinas Editorial:Murcia : Consejería de Agricultura, Ganadería y Pesca : Federación Peñas Huertanas, 1991 (Novograf)Descripción física:1 lám. (cartel) : il. ; 99 x 65 cmMaterias:Fiestas-Murcia-Carteles AutoresSalinas, Paco (1953-)Fondo local - (Planta 2ª)

Estado Localizado NO imagen Tamaño si no 99 x 65 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

BANDO DE LA HUERTA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Murcia

2 de abril

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Murcia : Consejería de Agricultura, Ganadería y Pesca, Federación Peñas Huertanas, 1991 (Novograf)

5) Autor: Salinas, Paco si no

6) Imprenta: Novograf . si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADO DE INTERES TURISTICO NACIONAL

3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia	<input type="checkbox"/> enaguamedia	<input type="checkbox"/> coron espina	<input type="checkbox"/> vara estante	<input type="checkbox"/> naz entero	<input type="checkbox"/> palmera	<input type="checkbox"/> bocinas	<input type="checkbox"/> clavos	<input type="checkbox"/> angel
	<input type="checkbox"/> imagen paso	<input type="checkbox"/> NtroPaJesús	<input type="checkbox"/> nazpenitente	<input type="checkbox"/> nazestante	<input type="checkbox"/> coloraos	<input type="checkbox"/> capuz	<input type="checkbox"/> flores	<input type="checkbox"/> cruz
	<input type="checkbox"/> detalle paso	<input type="checkbox"/> Virgen Dolor.	<input type="checkbox"/> mayordomo	<input type="checkbox"/> San Juan	<input type="checkbox"/> moraos	<input type="checkbox"/> burlas	<input type="checkbox"/> cirios	
	<input type="checkbox"/> detalle trono	<input type="checkbox"/> Prendimiento	<input type="checkbox"/> Crucificado	<input type="checkbox"/> Verónica	<input type="checkbox"/> manola	<input type="checkbox"/> azotes	<input type="checkbox"/> cetro	

Signos Murcia	<input type="checkbox"/> Torre Catedral	<input type="checkbox"/> Teatro Romea	<input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Imafronte	<input type="checkbox"/> Palmera	<input type="checkbox"/> Huerta	<input type="checkbox"/> Río
	<input type="checkbox"/> Puente Viejo	<input type="checkbox"/> Traje regional	<input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta	<input type="checkbox"/> Edificios	<input type="checkbox"/> Barraca	<input type="checkbox"/> Moneo	

Signos FP Murcia	<input type="checkbox"/> productos huerta	<input type="checkbox"/> aperos labranza	<input type="checkbox"/> burro/caballo	<input type="checkbox"/> huertana	<input type="checkbox"/> chaleco	<input type="checkbox"/> mueble	<input type="checkbox"/> dioses	<input type="checkbox"/> flores
	<input type="checkbox"/> sombrero calañés	<input type="checkbox"/> moño picaporte	<input type="checkbox"/> castañuelas	<input type="checkbox"/> huertano	<input type="checkbox"/> mantón	<input type="checkbox"/> bengala	<input type="checkbox"/> manta	<input type="checkbox"/> fuego
	<input type="checkbox"/> pareja huertanos	<input type="checkbox"/> niño huertano	<input type="checkbox"/> hachonero	<input type="checkbox"/> zaragüel	<input type="checkbox"/> carroza	<input type="checkbox"/> fartificia	<input type="checkbox"/> pájaro	<input type="checkbox"/> refajo
	<input type="checkbox"/> virgen fuensanta	<input type="checkbox"/> guitarra&otro	<input type="checkbox"/> esparteña	<input type="checkbox"/> montera	<input type="checkbox"/> barraca	<input type="checkbox"/> sardina	<input type="checkbox"/> gayao	<input type="checkbox"/> baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1991 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: foto YO, BIBLIOTECA REGIONAL Signatura 903 Título:Murcia, Bando de la Huerta [Material gráfico] : fiestas de primavera, 2 de abril de 1991 .. Editorial: Murcia : Dirección General de Turismo, 1991 (Jiménez Godoy)
Descripción física: 1 lám. (cartel) ; 68 x 48 cm Materias: Fiestas-Murcia-Carteles D.L. MU 518-1991

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 68X48 CM

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

BANDO DE LA HUERTA. FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

2 DE ABRIL DE 1991

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Región de Murcia Consejería de Cultura, Educación y Turismo. Dirección General de Turismo

5) Autor: si no

6) Imprenta: Impreso en: JIMENEZ GODOY, S.A. si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADO DE INTERES TURISTICO NACIONAL



3. OTROS TEXTOS

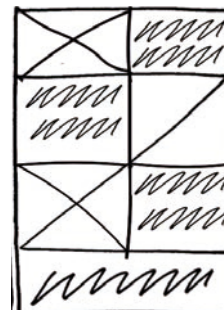
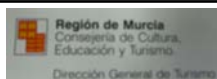
D.L. MU 518-1991

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Fotografía 2) Margen Mixto 3) Tipo lay out R ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Región de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: DETALLE CALZADO Y REFAJO HUERTANA. NIÑAS HUERTANAS EN EL BANDO Real

2) Lugar CALLES DE MURCIA Real

3) Tiempo BANDO DE LA HUERTA Definido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
Murcia sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La imagen recoge dos escenas del Bando de la Huerta que anuncia. Por un lado, muestra en un detalle de los bordados del traje de "lujo" femenino junto con los zapatos igualmente adornados y las medias. Y por otro, tres niñas con trajes de lana y de faena con pañuelo a la cabeza y las otras con el moño recogido con lazada y adorno de flores típico de la huertana. Los limones adornan la carroza representando los productos de la tierra.

Tradición popular, belleza y sol se captan en estas fotografías que intentan atraer al público foráneo a disfrutar de esta fiesta murciana.

El cartel representa el fin último de la fiesta que es la exaltación de la identidad murciana, para dar a conocer y mantener las tradiciones de la cultura popular de la tierra a través , sobre todo del folklore musical, el baile y los atuendos.

Otros datos

Este no es el que hizo la Comunidad Autónoma para Turismo y está impreso en una imprenta distinta del que editó la Federación de Peñas Huertanas

Año: 1991 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: foto YO BR: DMUG 891 FIESTAS-Murcia-Carteles MURCIA, Entierro de la Sardina [Material gráfico]: fiestas de primavera 6 de abril de 1991 ... -- Murcia: Dirección General de Turismo [etc.], 1991 (Jiménez Godoy). -- 1 lám. (cartel); 69 x 49 cm D.L. MU 519-1991 no digitalizado ALMUDÍ "00""a"Entierro de la Sardina"b" [Material gráfico]"b": Fiestas de Primavera, 6 de abril de 1991, declarado de interés turístico nacional. -- " ""a"Murcia"b": Consejería de Cultura, Educación y Turismo, Dirección General de Turismo"b", D.L. 1991 "f" (Jiménez Godoy) " ""a"1 lám. (cartel)"b": col."c"; 68 x 48 cm D.L. " ""a"MU-519-1991 * "1 ""a"MU-AM"j" Cajón 5, n. 22

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 69 x 49 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Entierro de la Sardina

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

6 DE ABRIL DE 1991

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Región de Murcia Consejería de Cultura, Educación y Turismo Dirección General de Turismo

5) Autor:

si no

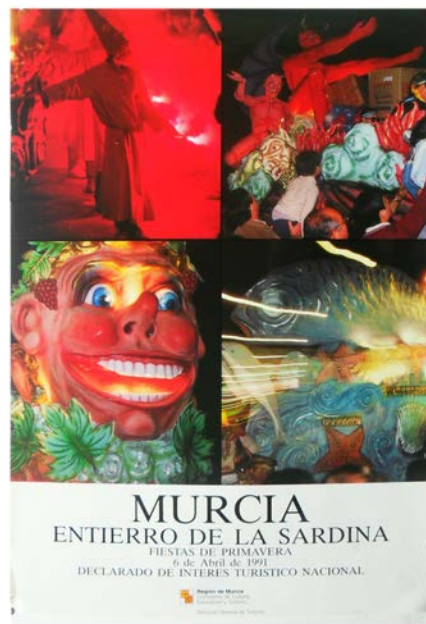
6) Imprenta: Impreso en: JIMENEZ GODOY, S.A.

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADO DE INTERES TURISTICO NACIONAL



3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

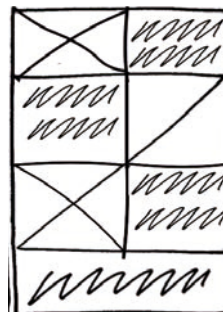
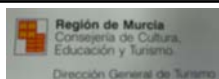
1) Tipo de ilustración Fotografía

2) Margen Mixto

3) Tipo lay out R ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Región de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: hachoneros, carroza, cabeza de carroza de baco, carroza de la sardina

Real

2) Lugar calles de murcia

Real

3) Tiempo desfile del entierro

Definido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
FP sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra & otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La imagen recoge los iconos de la fiesta que anuncia, el Entierro de la Sardina que se celebra en la noche del sábado de pascua. Los elementos son: en primer lugar el hachonero con su atuendo- capirote, pañuelo a media cara, túnica y bengala encendida en la mano- con el ambiente de humo y luz roja que le acompañan; las carrozas con los enormes personajes entre caricatura y terror de demonios en este caso; el frontal del dios Baco como representante de los grupos sardineros que organizan este evento; y el estallido de luz y fuego de la sardina que se prende al final de las fiestas.

Elementos tradicionales de esta singular fiesta, algarabía y movimiento para todos los públicos- pues vemos a tres generaciones entre el público(niño, adulto y mayor) y en plena calle queriendo atrapar los regalos que tiran los sardineros desde las carrozas.

Otros datos

Año: 1991 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente:

no digitalizado ALMUDÍ "00""a"Entierro de la Sardina"h" [Material gráfico]"b" Murcia, 1991"c" / diseño A. Ballester. -- " ""a"[Murcia]"b" : [Agrupación Sardinera]"b" : [Ayuntamiento de Murcia]"c", D.L. 1991 " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 95 x 69 cm D.L. " ""a"MU-73-1998 "1 ""a"Ballester, Antonio"d" (1951-)"ZZ0003405" * "1 ""a"MU-AM"j" Cajón 1, n. 16 (1-2)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 95 x 69 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Entierro de la Sardina 1991

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

1991

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia. Agrupación Sardinera de Murcia

5) Autor: Ballester, Antonio

si no

6) Imprenta:

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

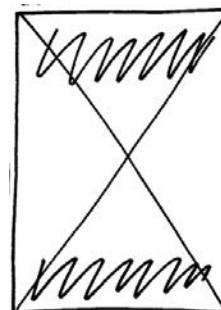
ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración

2) Margen

3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: CABEZA DE SARDINA

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia

Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia

productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Aunque no hemos visto el cartel impreso comentamos el mensaje de la pintura que lo integra.

El carácter artístico de la obra de Ballester hijo se transmite a la fiesta.

La sardina, de la que solo vemos una parte- metonimia- es la protagonista de esta fiesta singular.

El fuego que rodea al pez representado por el fondo rojo y rosa de la estampa representa la quema de la sardina con que culmina este evento y todas las Fiestas de Primavera. Parte del fondo azul oscuro representa la noche que envuelve este evento y que hace vibrar las luces y los destellos del fuego.

Otros datos

Año: 1991 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: BIBLIOTECA REGIONAL DMUG 2245 Título:Fiestas de primavera Murcia 1991 [programación] [Material gráfico]: del 1 al 17 de abril / [diseño] José María Nuño de la Rosa.Editorial:Murcia : Ayuntamiento de Murcia, 1991 (Novograf)Descripción física:1 lám. (cartel) : il. ; 137 x79 cm.Materias:Fiestas-Murcia-Carteles Autores:Nuño de la Rosa, José María D.L. MU 651-1991

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 137x79 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

DEL 1 AL 7 DE ABRIL 1991(y fechas específicas)

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia

5) Autor: JOSÉ MARÍA NUÑO DE LA ROSA ESTUDIOS si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf, S.A. si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

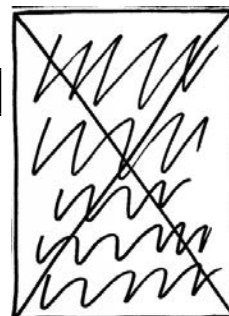
D.L. MU 651-1991 PROGRAMA DE ACTIVIDADES (en descripción del cartel)

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Diseño gráfico 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out E ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: formas geometricas, colores y texto Fantástico

2) Lugar Fantástico

3) Tiempo Indefinido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

El cartel muestra en primer lugar que hay diseñadores gráficos puestos al día en Murcia puesto que se rompe con la tradición costumbrista de la ilustración del cartel.

Los colores básicos llaman la atención y expresan alegría, movimiento y diversión. Los elementos gráficos donde se colocan los textos forman un caligrama del icono de una persona, cabeza cuerpo y extremidades y aprovecha que el número del año es capicúa para equilibrar la composición. Los signos de exclamación que rodean la cabeza recuerdan al artista americano Keith Haring (muerte en 1990) y los textos blancos sobre negro emulan a los dibujos con tiza blanca sobre los paneles negros del metro reservados para publicidad obra del mismo.

Frente a los carteles que se centran en una de los festejos centrales (Entierro de la Sardina y Bando de la Huerta), o en los dos como mucho, el autor presenta la gran variedad para todos los gustos que ofrece el Ayuntamiento de Murcia que firma el cartel. Para ello la ilustración puede recordar a una pizarra donde aparecen las tapas de un bar.

Es un gran programa de fiestas.

Modernidad, actualidad, diversión y movimiento para todos a la carta.

Otros datos

Muy bien descritas todas las actividades

Año: 1992 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: FOTOT YO Biblioteca Regional 5872 Título: Bando de la huerta 1992 [Material gráfico]: Murcia, 21 de abril: Fiestas de Primavera / diseño P. Manzano y J. García Abril Editorial: Murcia : Consejería de Agricultura, Ganadería y Pesca [etc.], 1992 (Alcantarilla : Likomur) Descripción física: 1 lám. (cartel) : il. ; 99 x 69 cm Materias: Fiestas-Murcia-Carteles Autores: Manzano, Pedro García Abril, Julio D.L. MU 659-1992 No digitalizado en AAlmudí."00""a"Bando de la Huerta 1992"h" [Material gráfico]"b" : Murcia, 21 de abril Fiestas de Primavera, declaradas de interés turístico nacional" c" / diseño P. Manzano, J. García Abril. -- " ""a"Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia [etc.]"c", D.L. 1992"t" (Likomur) " ""a"1 lám (cartel)"b" : col."c" ; 99 x 69 cm D.L. " ""a"MU-659-1992 "1 ""a"Manzano, Pedro"ZZ0004296""1 ""a"García Abril, Julio"ZZ0005823" * "1 ""a"MU-AM"j" Caion 2. n. 17 (1-2)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 99 x 69 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

BANDO DE LA HUERTA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Murcia 1992 21 de abril

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA
Región de Murcia Consejería de Agricultura, Ganadería y Pesca
Federación Peñas Huertanas Región de Murcia.

5) Autor: Diseño P. Manzano . J. García Abril si no

6) Imprenta: Imprime LIKOMUR, S.L. 968 829206
ALCANTARILLA si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA DECLARADAS DE INTERES TURISTICO NACIONAL



3. OTROS TEXTOS

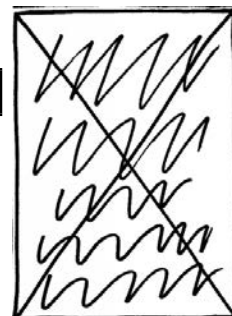
D.L. MU 659/92

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Diseño gráfico 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out E ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia. Región de Murcia, Consejería de Agricultura, Ganadería y Pesca. Federación de Peñas de la Región de Murcia.



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Desfile del bando de la huerta, huertanos, carroza con gusano de seda Fantástico

2) Lugar Real

3) Tiempo Definido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra & otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La ilustración es una representación del Bando de la Huerta con todos los elementos importantes que desfilan en él. Los distintos atuendos de hombre y mujer, los bailes regionales y los músicos que los acompañan, las carrozas con motivos de la huera, especialmente el gusano de seda cuya industria enriqueció a los murcianos, la platera típica de las barracas y la bota de vino que se comparte con el público. Todo ello en el entorno de la Catedral de la que vemos el perfil de la Torre e imafrente y una palmera, árbol simbólico de la ciudad.

El colorido sobre fondo blanco transmiten la luz del sol de este día de primavera que deja disfrutar de la simpatía y generosidad de las gentes de Murcia.

Tradición, folklore, alegría, convivencia y fiesta.

Otros datos

Año: 1992 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: FOTO YO Biblioteca Regional DMUG 4505 (anécdota:ENCONTRADO EN EL REVERSO DE UN ESPEJO QUE ME REGALARON. FALTA UN TROZO DE ABAJO)Título: Murcia, Bando de la Huerta [Material gráfico]: 21 de abril de 1992 / fotos Ricardo Zaragoza y Hernández Pina Editorial: Murcia : Consejería de Cultura, Educación y Turismo, 1992 (El Taller. Ingramur) Descripción física: 1 lám. (cartel) : il. ; 69 x 48 cm Materias: Fiestas-Murcia-Carteles Autores Zaragoza, Ricardo Hernández Pina, José

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 69 x 48 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

BANDO DE LA HUERTA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

21 de abril de 1992

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Región de Murcia Consejería de Cultura, Educación y Turismo. Dirección General de Turismo

5) Autor: Fotos: RICARDO ZARAGOZA y HERNÁNDEZ PINA si no

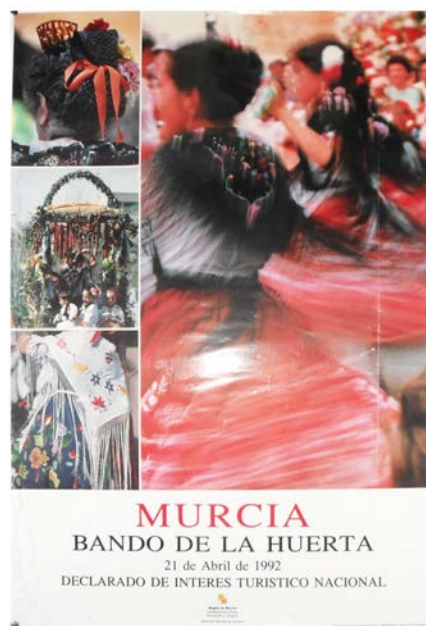
6) Imprenta: Imprime: EL TALLER. Ingramur, S.L.

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADO DE INTERES TURISTICO NACIONAL



3. OTROS TEXTOS

Dep. Legal: MU--36-19.92

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Fotografía

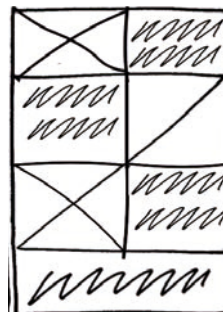
2) Margen A sangre

3) Tipo lay out

R ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Región de Murcia : Consejería de Cultura, Educación y Turismo. Dirección General de Turismo



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: bailes huertanos. carroza, traje regional y moño de picaporte.

Real

2) Lugar bando de la huerta

Real

3) Tiempo fiestas de primavera

Definido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
Murcia sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña monterera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La imagen recoge el ambiente de esta fiesta en cuatro fotos.

El sol resplandeciente de todas las imágenes transmite el clima mediterráneo y primaveral de Murcia en estas fechas.

Las carrozas con los productos de la tierra y los niños vestidos con los trajes regionales, el detalle del moño de picaporte de la huertana con su lazo y flores, el detalle del mantón y del refago de la niña y el movimiento de las jóvenes en plena danza popular.

Todas ellas escenas del Bando de la Huerta que anuncia.

Se muestra el fin último de la fiesta que es la exaltación de la identidad murciana, para dar a conocer y mantener las tradiciones de la cultura popular de la tierra a través , sobre todo del folklore musical, el baile y los atuendos.

Tradición popular, belleza y sol se captan en estas fotografías que intentan atraer al público foráneo a disfrutar y compartir esta fiesta murciana.

Otros datos

Curiosidad: detectado un error en la cifra del año del depósito legal

Año: 1992 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Biblioteca Regional DMUG 1612 hacer foto (la que hay hecha no lleva los logos)

Título: Murcia, Entierro de la sardina 1992 [Material gráfico] / fotos Carlos Moisés García, Pepe Hernández Pina y Ricardo Zaragoza

Editorial: Murcia : Dirección General de Turismo, 1992 (El Taller, Ingramur) Descripción física: 1 lám. (cartel) : il. ; 69 x 49 cm

Materias: Fiestas-Murcia-Carteles Autores García, Carlos Moisés (1956-) Hernández Pina, José Zaragoza, Ricardo

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 69 x 49 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Entierro de la Sardina

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

25 de Abril de 1992

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Región de Murcia Consejería de Cultura, Educación y Turismo. Dirección General de Turismo

5) Autor: Fotos: CARLOS MOISÉS GARCÍA, HERNÁNDEZ PINA Y RICARDO ZARAGOZA si no

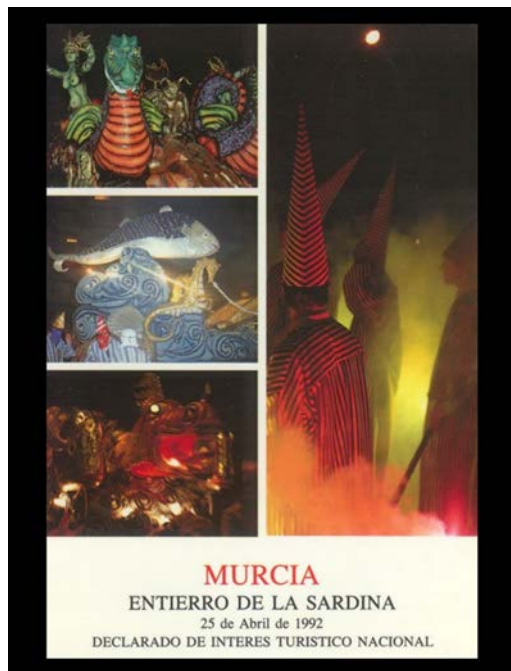
6) Imprenta: Imprime: EL TALLER. Ingramur, S.L. si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADO DE INTERES TURISTICO

3. OTROS TEXTOS

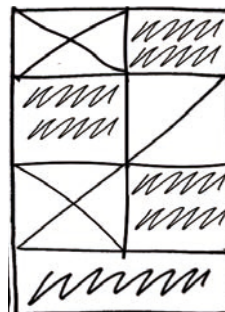
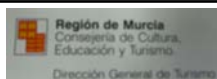


ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Fotografía 2) Margen Mixto 3) Tipo lay out R ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Región de Murcia.



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Hachoneros y carrozas en el desfile del Entierro Real

2) Lugar Calles de Murcia Real

3) Tiempo Noche del Entierro Definido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

La imagen recoge los iconos de la fiesta que anuncia, el Entierro de la Sardina que se celebra en la noche del sábado de pascua. Los elementos son: el más grande, el hachonero con su atuendo- capirote, pañuelo a media cara, túnica y bengala encendida en la mano- con el ambiente de humo y luz roja y amarilla que le acompañan; las carrozas con los enormes personajes entre caricatura y terror con demonios y cabezas de dragón chinesco; y la carroza con la sardina que es el icono de la fiesta. La noche es el marco de este singular desfile y el movimiento se transmite como elemento fundamental.

Otros datos

Año: 1992 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Biblioteca Regional **DMUG 5643 HACER FOTO** Título:Entierro de la Sardina 1992 [Material gráfico] : Murcia 22, 23, 24, 25 de abril : Sevilla 9 de junio / [ilustración] Conte.Editorial:Murcia : Agrupación Sardinera, D.L. 1992 (Libecrom)Descripción física:1 lám. (cartel) : il. ; 86 x 52 cm Materias: Fiestas No digitalizado ALMUDÍ "1 ""a"Conte"ZZ0004310" "10""a"Entierro de la sardina"h" [Material gráfico]"b" : 1992, Murcia, 22, 23, 24, 25 de abril"c" / Conte. -- " " "a"[Murcia]"b" : [Ayuntamiento de Murcia, etc.]"c", [1992]"f"(Industrias Gráficas Libecrom) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 86 x 52 cm " ""a"Declarado de interés turístico nacional * "1 ""a"MU-AM"" Cajón 2, n. 20 (1-2)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 86 x 52 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Entierro de la Sardina

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
MURCIA 22, 23, 24, 25 de abril 1992

4) Anunciante:organiza y colabora: si no
Ayuntamiento de Murcia, Agrupación Sardinera

5) Autor: Conte si no

6) Imprenta: Industrias Gráficas Libecrom si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

Declarado de interés turístico nacional



3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out ▼

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: demonios y dragones encendiendo el fuego

2) Lugar Fantástico

3) Tiempo Indefinido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
FP sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1992 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: FOTO YO Biblioteca Regional DMUG 4601 Ttulo: Fiestas de primavera [Material gráfico]: Murcia 1992, del 19 al 27 de abril / diseño Pedro Manzanoditorial: Murcia : Consejería de Cultura, Educación y Turismo [etc.], 1992 (Jiménez Godoy) Descripción física: 1 lám. (cartel) : il. ; 98 x 65 cm Materias: Fiestas-Murcia-Carteles Autores: Manzano, Pedro Fondo local - (Planta 2ª) no digitalizado Almuadí

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 98 x 65 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no
FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
MURCIA 1992 DEL 19 AL 27 DE ABRIL

4) Anunciante: organiza y colabora: si no
AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Festejos Región de Murcia
Consejería de Cultura, Educación y Turismo Dirección General de Turismo

5) Autor: DISEÑO PEDRO MANZANO si no

6) Imprenta: IMPRESO EN JIMENEZ GODOY, S.A. si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no
DECLARADAS DE INTERES TURISTICO

3. OTROS TEXTOS

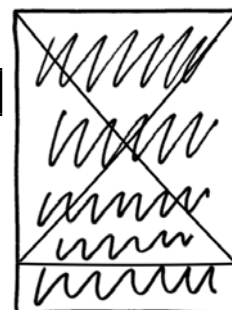
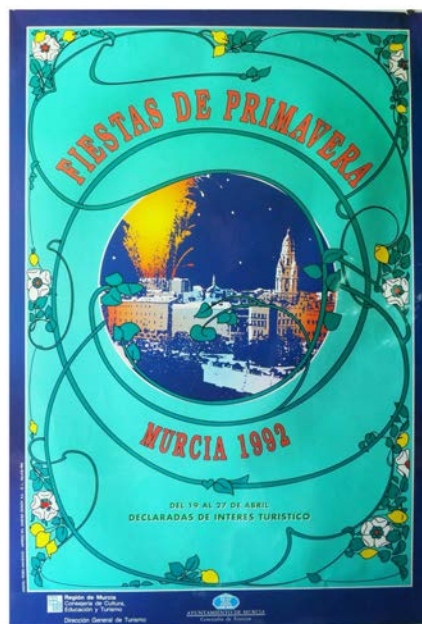
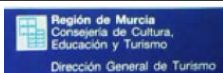
D.L. MU-610-1992

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Diseño gráfico 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out R ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos.
Región de Murcia. Consejería de Cultura, Educación y Turismo, Dirección General de Turismo



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: fuegos artificiales en la ciudad, azahar y limones Real

2) Lugar Murcia Real

3) Tiempo Noches primaverales de Murcia en fiestas Definido

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra & otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

A modo de collage se integran las noches de fiesta de la ciudad de Murcia con el esplendor de la naturaleza en primavera.

Sabemos que la ciudad está en fiestas por el signo de los fuegos artificiales propio de una localidad que festeja que destaca porque los colores que se utilizan son complementarios, azul y amarillo anaranjado

La expresión de la naturaleza está en los brotes de azahar de las ramas del limonero que forma una guirnalda que enmarca a la ciudad. La primavera es, por tanto, el contexto de la fiesta anunciada.

El verde claro de las ramas transmite la luz y claridad de la estación del año protagonista del cartel que permite estar al aire libre por la noche.

Otros datos

Año: 1993 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: FOTO ALMUDÍ de un cuadro pero no catalogadojjii

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

BANDO DE LA HUERTA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

13 de Abril 1993

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Región de Murcia Consejería de Agricultura, Ganadería y Pesca Dirección General de Turismo?
Federación Peñas Huertanas Región de Murcia
AYUNTAMIENTO DE MURCIA

5) Autor: NO SE LEE BIEN si no

6) Imprenta: NO SE LEE BIEN si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA. DECLARADAS DE INTERES TURISTICO



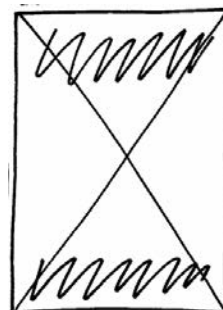
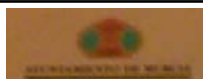
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Diseño gráfico 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out D ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Región de Murcia. Federación de Peñas Huertanas. Ayuntamiento de Murcia. SIN CALIDAD



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Detalle bordados refajo huertana, CARROZA GUSANO DE SEDA Fantástico

2) Lugar Fantástico

3) Tiempo Indefinido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios refajo
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La ilustración toma como fondo la franja última del refajo de huertana bajo la que asoman las puntillas de las enaguas como elemento principal lo que indica de lleno que se trata de un evento folklórico.

Los bordados de flores típicos se mezclan con escenas y personajes propios del desfile anunciado: productos de la tierra como naranjas y limones y azahar: la carroza con los gusanos de seda que tan importante ha sido en el desarrollo de la ciudad; una pareja de huertanos que baila y otra que celebra la fiesta tirando cohetes; la Torre de la Catedral y el imafronte son el fondo del bordado.

El colorido de los dibujos sobre la tela roja llena de alegría y calor el mensaje. El movimiento aparece en las posturas de los huertanos que danzan.

El azahar indica la primavera porque es cuando brota esta flor en los naranjos de Murcia.

Otros datos

Año: 1993 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: «1 »«a»Ruiz, Vicente«ZZ0005774» «10»«a»Entierro de la Sardina«h» [Material gráfico]«b» Murcia, 1993
14,15,16,17 de abril«c» / Vicente Ruiz. -- « »«a»Murcia«b» : Ayuntamiento de Murcia«b» : Agrupación sardinera«c», [1993]
«e» (Murcia«f» : Industrias gráficas Lisecrom)« »«a»1 lám. (cartel)«b» : col.«c» ; 90 x 57 cm.« »«a»Ediciones tomadas de los
escudos que aparecen en el cartel« »«a»Declarado de interés turístico nacional

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 90 x 57 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no
ENTIERRO DE LA SARDINA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
MURCIA 1993 14,15,16,17 de abril

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor:Vicente Ruiz si no

6) Imprenta: Industrias gráficas Lisecrom si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADO DE INTERÉS TURSTICO NACIONAL



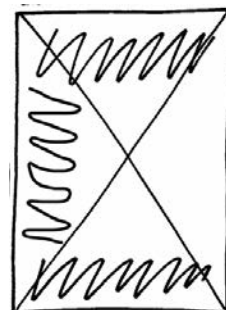
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out R ▼

3) Identidad Gráfica: si no

EL registro del Almudí informa de los dos escudos que aparecen que son: Ayuntamiento de Murcia y Agrupación Sardinera de Murcia.



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: carroza, publico y sardina ardiendo Real

2) Lugar Desfile del entierro por las calles de Murcia Real

3) Tiempo Definido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

La pintura del artista impregna de arte el cartel.

En la visión personal del autor aparece una gran figura femenina adornada con colores que porta una flor en la mano y que simboliza las aparatosas carrozas de los grupos sardineros que se pasean ante el público cuyas caras apreciamos al fondo.

La sardina envuelta en llamas está en la base de la pintura y la luz proviene de las bengalas del entorno de la carroza. Se expresa el ambiente de la noche del desfile.

Otros datos

Año: 1993 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: BFOTO YO Biblioteca Regional DMUG 4504 Título:Fiestas de primavera Murcia-93 [Material gráfico] : del 11 al 18 de abril / original y diseño Francisco Cánovas Editorial:Murcia : Ayuntamiento de Murcia [etc.], 1993 (Novograf)Descripción física:1 lám. (cartel) : il. ; 69 x 49 cm.Materias: Fiestas-Murcia-Carteles Autores:Cánovas, Francisco (1941-) D.L. MU 346-1993 no digitalizado AAlmudí "10""a"Fiestas de primavera, Murcia 1993"h" [Material gráfico]"b" : del 11 al 18 de abril"c" / original y diseño Francisco Cánovas. -- " ""a"Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos"c", 1993"e" (Murcia"f" : A.G. Novograf) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 69 x 49 cm D.L. " ""a"MU-346-1993 * "1 ""a"MU-AM"j" Cajón 3, n. 14 (1-7) Y " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 99 x 69 cm * "1 ""a"MU-AM"j" Cajón 3, n. 15 (1-7)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 69 x 49 cm y 99 x 69 cm N° de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
MURCIA 93 DEL 11 AL 18 DE ABRIL

4) Anunciante:organiza y colabora: si no
AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Festejos
Región de Murcia Consejería de Cultura, Educación y Turismo Dirección General de Turismo.

5) Autor: Original y Diseño: Francisco Cánovas si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf, S.A. si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

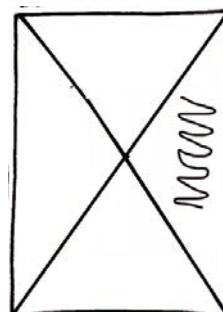
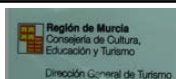
D.L.: MU-346-1993

ELEMENTOS VISUALES

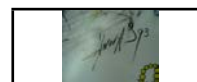
1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia.
Región de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Ricón de casa huertana con macetas

2) Lugar

3) Tiempo

Signos enaguamedia corón espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La pintura del artista impregna de arte el cartel.

La ilustración es la expresión de la primavera que hace brotar las flores y donde el sol inunda la huerta de Murcia

El lugar es la parte exterior de una casa de huerta con los tiestos (maceta) y otros cacharros (latas, cazuelas y vasijas) que hacen las veces donde se plantan flores.

Tradición murciana y primavera.

Otros datos

POR PRIMERA Y ÚNICA VEZ ENCONTRAOS EL ESCUDO DE AYUNTAMIENTO Y LA IDENTIDAD GRÁFICA NUEVA EN UN MISMO CARTEL Y SEPARADOS COMO DE DOS INSTITUCIONES PÚBLICAS DISTINTAS SE TRATASE A NO SER QUE SE UTILICE EL ESCUDO DE LA CIUDAD COMO ELEMENTO DE LA ILUSTRACIÓN MÁS QUE COMO FIRMA DE ORGANIZADOR

Año: 1993 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: FOTO YO Biblioteca Regional DMUG 4513 Título: Murcia una fiesta en primavera [Material gráfico]/ original y diseño Francisco Cánovas Editorial: Murcia : Ayuntamiento de Murcia, 1993 (Novograf) Descripción física: 1 lám. (cartel) : il. ; 69 x 43 cm materias:Fiestas-Murcia-Carteles Autores Cánovas, Francisco (1941-)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 69 x 43 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

MURCIA UNA FIESTA EN PRIMAVERA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA
Concejalía de Festejos
Concejalía de Parques y Jardines

5) Autor: Original y diseño: Francisco Cánovas si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf, S.A. si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no Título

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

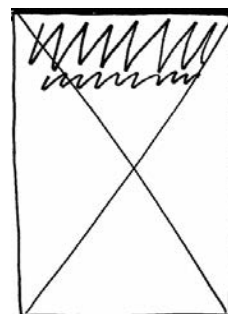
D.L.: MU-455-1993

ELEMENTOS VISUALES

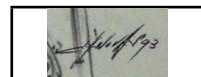
1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Flor Iris blanco conocido en Murcia como lirio

2) Lugar

3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra & otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

El cartel representa la estación de las flores, la primavera, con una especie muy frecuente en Murcia. El fondo azul muestra el cielo despejado de esta estación en la ciudad.

Este cartel no anuncia las fiestas sino es una exaltación de los jardines que embellecen la ciudad con flores de bellos colores y formas.

Quizás venga a suplir lo que antes se celebraba con la Batalla de las flores que exaltación de la naturaleza murciana por medio de las flores y la vida que estas representan y traen.

Otros datos

Año: 1994 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Biblioteca regional DMUG 5883 foto yo novograf Título: Bando de la huerta 1994 [Material gráfico]: 5 de abril Fiestas de Primavera / dibujo y diseño Marcos Salvador Romera Editorial: Murcia : Consejería de Agricultura, Ganadería y Pesca : Federación Peñas Huertanas : Ayuntamiento de Murcia, 1994 (Novograf) Descripción física: 1 lám. (cartel) : il. ; 99 x 57 cm Materias: Fiestas-Murcia-Carteles Autores Romera, Marcos Salvador (1953-) D.L. MU 352-1994 no digitalizado Almudí:"1 ""a"Salvador Romera, Marcos"ZZ0004345" "00""a"Bando de la Huerta 1994"h [Material gráfico]"b" : 5 de abril, Fiestas de Primavera, declaradas de interés turístico nacional"c" / dibujo y diseño Marcos Salvador Romera. -- " " "a"Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia letc."c". D.L. 1994"f" (A.G. Novograf) " ""a"1 lám (cartel)"b" : col."c" : 48 x 27 cm

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 99 x 57 cm y 48 x 27 cm N° de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

BANDO DE LA HUERTA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

1994 5 de Abril

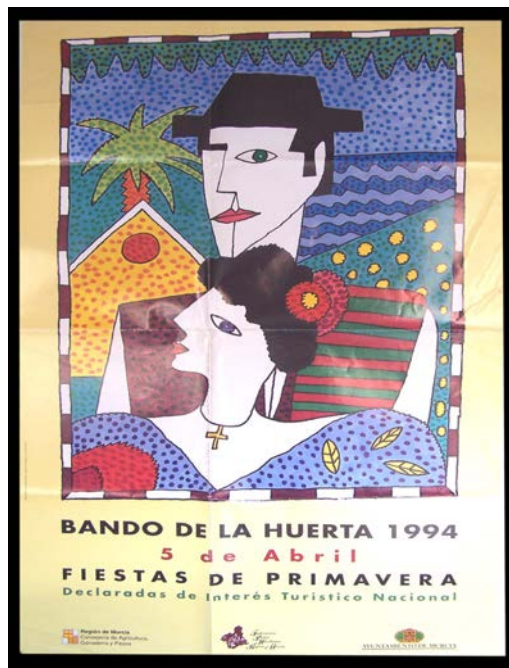
4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Región de Murcia Consejería de Agricultura, Ganadería y Pesca Dirección General de Turismo Federación Peñas Huertanas Región de Murcia

AYUNTAMIENTO DE MURCIA

5) Autor: Dibujo y diseño: Marcos Salvador Romera si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf, S.A. si no



2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA Declaradas de Interés Turístico Nacional

3. OTROS TEXTOS

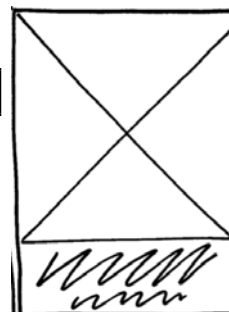
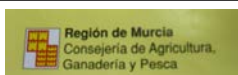
D.L. MU 352-1994

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Diseño gráfico 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out F ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Región de Murcia, Federación Peñas Huertanas, Ayuntamiento de Murcia,



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Pareja de huertanos y barraca Real

2) Lugar Huerta de Murcia Real

3) Tiempo Primavera soleada Definido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña monterera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La ilustración muestra la esencia de la huerta de Murcia: una pareja de huertanos ataviados con el traje regional, delante de la barraca que es el tipo de casa de la huerta tradicional junto a una palmera -icono de la ciudad- y un campo sembrado de frutos.

La pareja arreglada con el traje regional presenta detalles de ir a festejar algo como elmoño con flores y el collar con la cruz de ella y el sombrero calañés del varón.

El colorido de la ilustración transmite la imagen de la primavera con el marco amarillo de luz que la rodea.

Tradición, folklore, alegría y fiesta en primavera.

Otros datos

ES DE LOS POCOS QUE NO NOMBRA LA CIUDAD MURCIA

Año: 1994 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: imagen web cuadro pintura original no cartel no digitalizado Almadí 1 ""a" Molina Sánchez, J. Antonio "ZZ0000139""00""a" Entierro de la Sardina "h" [Material gráfico]"b" : Murcia 1994, 6, 7, 8 y 9 de abril, declarado de interés turístico nacional "c" / Molina Sánchez. -- " ""a" Murcia "b" : Agrupación Sardinera "b" : Ayuntamiento de Murcia "c", [1994]"f" (Industrias Gráficas Libecrom) " ""a" 1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 95 x 57 cm D.L. " ""a" MU-73-1988 * "1 ""a" MU-AM"j" Cajón 6, n. 10 (1-3)

Estado Localizado NO imagen Tamaño si no 95 x 57 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no
ENTIERRO DE LA SARDINA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
MURCIA 1994 6,7,8 y 9 de abril

4) Anunciante: organiza y colabora: si no
Ayuntamiento de Murcia. Agrupación Sardinera.

5) Autor: Molina Sánchez, J. Antonio si no

6) Imprenta: Industrias Gráficas Libecrom si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no
declarado de interes turístico nacional

3. OTROS TEXTOS

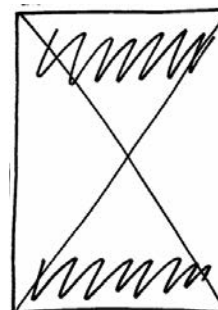
D.L.MU-73-1988

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia. Agrupación Sardinera.



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Hachonero con bengala y flor

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra & otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

El icono del Entierro de la Sardina, el hachonero ataviado con su capirote y túnica de rayas azules y blancas es el protagonista del mensaje.

El personaje lleva en una mano la bengala del desfile y en la otra una flor que simboliza la primavera dentro de cuyas celebraciones tiene lugar el evento.

El fondo rojo llena de fuego la imagen cuyo calor contrasta con el azul del suelo.

Otros datos

Año: 1994 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: FOTO YO NOVOGRAF

no digitalizado Almudí "1 ""a"Muñoz Barberán, Manuel"ZZ0000679" "00""a"Fiestas de Primavera"h [Material gráfico]"b" : Murcia 1994, del 2 al 10 de abril, declaradas de interés turístico" / Pintura Muñoz Barberán ; diseño Pedro Manzano. -- " ""a"Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos" c", D.L. 1994" (A.G. Novograf) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 100 x 67 cm D.L. " ""a"MU-364-1994 "1 ""a"Manzano, Pedro"ZZ0004296" * "1 ""a"MU-AM"j" Cajón 6, n. 11 (1-5)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 100 x 67 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

DEL 2 AL 10 DE ABRIL 1994

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Festejos

5) Autor: Pintura Muñoz Barberán Diseño Pedro Manzano

si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADAS DE INTERES TURISTICO

3. OTROS TEXTOS



ELEMENTOS VISUALES

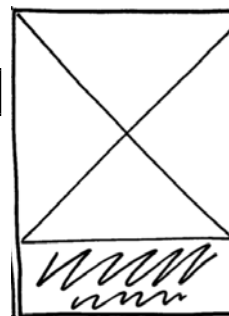
1) Tipo de ilustración Pintura de autor

2) Margen Con Marco

3) Tipo lay out F ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: huertanos viendo el desfile del entierro

Fantástico

2) Lugar calles de murcia

Fantástico

3) Tiempo entierro de la sardina

Indefinido

Signos

SS Murcia

- | | | | | | | | |
|--|--|---------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> enaguamedia | <input type="checkbox"/> coron espina | <input type="checkbox"/> vara estante | <input type="checkbox"/> naz entero | <input type="checkbox"/> palmera | <input type="checkbox"/> bocinas | <input type="checkbox"/> clavos | <input type="checkbox"/> angel |
| <input type="checkbox"/> imagen paso | <input type="checkbox"/> NtroPaJesús | <input type="checkbox"/> nazpenitente | <input type="checkbox"/> nazestante | <input type="checkbox"/> coloraos | <input type="checkbox"/> capuz | <input type="checkbox"/> flores | <input type="checkbox"/> cruz |
| <input type="checkbox"/> detalle paso | <input type="checkbox"/> Virgen Dolor. | <input type="checkbox"/> mayordomo | <input type="checkbox"/> San Juan | <input type="checkbox"/> moraos | <input type="checkbox"/> burlas | <input type="checkbox"/> cirios | |
| <input type="checkbox"/> detalle trono | <input type="checkbox"/> Prendimiento | <input type="checkbox"/> Crucificado | <input type="checkbox"/> Verónica | <input type="checkbox"/> manola | <input type="checkbox"/> azotes | <input type="checkbox"/> cetro | |

Signos

Murcia

- | | | | | | | |
|---|--|---|------------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Torre Catedral | <input type="checkbox"/> Teatro Romea | <input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento | <input type="checkbox"/> Imafronte | <input type="checkbox"/> Palmera | <input type="checkbox"/> Huerta | <input type="checkbox"/> Río |
| <input type="checkbox"/> Puente Viejo | <input checked="" type="checkbox"/> Traje regional | <input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta | <input type="checkbox"/> Edificios | <input type="checkbox"/> Barraca | <input type="checkbox"/> Moneo | |

Signos

FP

Murcia

- | | | | | | | | |
|--|--|---|--|---|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> productos huerta | <input type="checkbox"/> aperos labranza | <input type="checkbox"/> burro/caballo | <input checked="" type="checkbox"/> huertana | <input checked="" type="checkbox"/> chaleco | <input type="checkbox"/> mueble | <input type="checkbox"/> dioses | <input checked="" type="checkbox"/> flores |
| <input type="checkbox"/> sombrero calañés | <input checked="" type="checkbox"/> moño picaporte | <input type="checkbox"/> castañuelas | <input checked="" type="checkbox"/> huertano | <input type="checkbox"/> mantón | <input checked="" type="checkbox"/> bengala | <input checked="" type="checkbox"/> manta | <input checked="" type="checkbox"/> fuego |
| <input checked="" type="checkbox"/> pareja huertanos | <input type="checkbox"/> niño huertano | <input checked="" type="checkbox"/> hachonero | <input checked="" type="checkbox"/> zaragüel | <input checked="" type="checkbox"/> carroza | <input type="checkbox"/> fartificia | <input type="checkbox"/> pájaro | <input checked="" type="checkbox"/> refajo |
| <input type="checkbox"/> virgen fuensanta | <input type="checkbox"/> guitarra&otro | <input type="checkbox"/> esparteña | <input checked="" type="checkbox"/> montera | <input type="checkbox"/> barraca | <input type="checkbox"/> sardina | <input type="checkbox"/> gayao | <input type="checkbox"/> baile |

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La obra del pintor costumbrista murciano dota de calidad artística el cartel y las fiesta que se anuncian.

El autor reúne en la escena a los protagonistas de las dos celebraciones más populares que son el Bando de la Huerta y el Entierro de la Sardina.

Ambas se celebran en plena calles ante el público que disfruta de la fiesta e interviene en ella recibiendo los productos de la tierra en una y los regalos en otra de la generosidad de los murcianos.

Las fiestas vienen representadas por lo personajes vestidos de huertano y los hachoneros. La carroza es el elemento que los une y que divide el fondo en luminoso a un lado y nocturno al otro.

El movimiento está presente en la escena.

Tradición, fiesta, alegría y movimiento.

Otros datos

Año: 1994 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: foto yo Biblioteca Regional DMUG 4506 Título:Murcia, Fiestas de Primavera [Material gráfico] : Bando de la Huerta - Entierro de la Sardina: del 4 al 10 de abril de 1994 / fotos Carlos Moisés García.Editorial:Murcia : Consejería de Fomento y Trabajo, 1994 (El Taller, Ingramur)Descripción física:1 lám. (cartel) : il. ; 69 x 48 cm.Materias:Fiestas-Murcia-Carteles Autores:García, Carlos Moisés (1956-)
D.L. MU 90-1994

Estado Tamaño si no 69 x 48 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no
FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
MURCIA Del 4 al 10 de Abril de 1994

4) Anunciante:organiza y colabora: si no
Región de Murcia Consejería de Fomento y Trabajo Dirección General de Turismo

5) Autor: Carlos Moisés García si no

6) Imprenta: Imprime: EL TALLER. Ingramur, S.L. si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no
BANDO DE LA HUERTA-ENTIERRO DE LA SARDINA
DECLARADAS DE INTERES TURISTICO NACIONAL

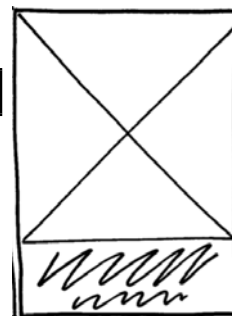
3. OTROS TEXTOS

Dep. Legal: MU 90-1994

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

El autor reúne en la la composición de las fotos a dos personajes de las celebraciones más populares que son el Bando de la Huerta y el Entierro de la Sardina.

En la huertana se aprecian el colorido y los detalles del traje de huertana con el refajo de lana negro bordado con flores, media, mantón, alpargatas y cesto de mimbre, es decir tradición y folklore.

La silueta negra del personaje de aspecto tétrico dispara destellos de fuego desde el mástil que soporta mientras que salta en pleno movimiento.

El día y la noche indican unas jornadas de diversión para todos.

La declaración de interés turístico sirve de garantía para los visitantes en estas fechas.

Otros datos

Año: 1994 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: foto yo BIBLIOTECA REGIONAL CÁNOVAS, Francisco (1941-) MURCIA, una fiesta en primavera [Material gráfico] / original y diseño Francisco Cánovas. -- Murcia : Ayuntamiento de Murcia, 1994 (Novograf). -- 1 lám. (cartel) : il. ; 69 x 43 cm D.L. MU 294-1994

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 69 x 43 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

MURCIA UNA FIESTA EN PRIMAVERA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA

Concejalía de Festejos

Concejalía de Parques y Jardines

5) Autor: Original y diseño: Francisco Cánovas

si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf, S.A.

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no el título

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

D.L. MU 294-1994

ELEMENTOS VISUALES

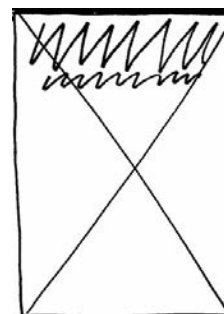
1) Tipo de ilustración Pintura de autor

2) Margen A sangre

3) Tipo lay out A ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Ramo de Pensamientos

Fantástico

2) Lugar indefinido

Real

3) Tiempo Primavera

Indefinido

Signos	<input type="checkbox"/> enaguamedia	<input type="checkbox"/> coron espina	<input type="checkbox"/> vara estante	<input type="checkbox"/> naz entero	<input type="checkbox"/> palmera	<input type="checkbox"/> bocinas	<input type="checkbox"/> clavos	<input type="checkbox"/> angel
SS Murcia	<input type="checkbox"/> imagen paso	<input type="checkbox"/> NtroPaJesús	<input type="checkbox"/> nazpenitente	<input type="checkbox"/> nazestante	<input type="checkbox"/> coloraos	<input type="checkbox"/> capuz	<input type="checkbox"/> flores	<input type="checkbox"/> cruz
	<input type="checkbox"/> detalle paso	<input type="checkbox"/> Virgen Dolor.	<input type="checkbox"/> mayordomo	<input type="checkbox"/> San Juan	<input type="checkbox"/> moraos	<input type="checkbox"/> burlas	<input type="checkbox"/> cirios	
	<input type="checkbox"/> detalle trono	<input type="checkbox"/> Prendimiento	<input type="checkbox"/> Crucificado	<input type="checkbox"/> Verónica	<input type="checkbox"/> manola	<input type="checkbox"/> azotes	<input type="checkbox"/> cetro	

Signos Murcia	<input type="checkbox"/> Torre Catedral	<input type="checkbox"/> Teatro Romea	<input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Imafronte	<input type="checkbox"/> Palmera	<input type="checkbox"/> Huerta	<input type="checkbox"/> Río
	<input type="checkbox"/> Puente Viejo	<input type="checkbox"/> Traje regional	<input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta	<input type="checkbox"/> Edificios	<input type="checkbox"/> Barraca	<input type="checkbox"/> Moneo	

Signos FP Murcia	<input type="checkbox"/> productos huerta	<input type="checkbox"/> aperos labranza	<input type="checkbox"/> burro/caballo	<input type="checkbox"/> huertana	<input type="checkbox"/> chaleco	<input type="checkbox"/> mueble	<input type="checkbox"/> dioses	<input checked="" type="checkbox"/> flores
	<input type="checkbox"/> sombrero calañés	<input type="checkbox"/> moño picaporte	<input type="checkbox"/> castañuelas	<input type="checkbox"/> huertano	<input type="checkbox"/> mantón	<input type="checkbox"/> bengala	<input type="checkbox"/> manta	<input type="checkbox"/> fuego
	<input type="checkbox"/> pareja huertanos	<input type="checkbox"/> niño huertano	<input type="checkbox"/> hachonero	<input type="checkbox"/> zaragüel	<input type="checkbox"/> carroza	<input type="checkbox"/> fartificia	<input type="checkbox"/> pájaro	<input type="checkbox"/> refajo
	<input type="checkbox"/> virgen fuensanta	<input type="checkbox"/> guitarra&otro	<input type="checkbox"/> esparteña	<input type="checkbox"/> montera	<input type="checkbox"/> barraca	<input type="checkbox"/> sardina	<input type="checkbox"/> gayao	<input type="checkbox"/> baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

El cartel representa la estación de las flores, la primavera, con la flor llamada pensamiento.

El fondo blanco da luz y esplendor a los colores de las flores como el sol primaveral en Murcia.

Este cartel no anuncia las fiestas sino es una exaltación de los jardines que embellecen la ciudad con flores de bellos colores y formas.

Quizás venga a suplir lo que antes se celebraba con la Batalla de las flores que exaltación de la naturaleza murciana por medio de las flores y la vida que estas representan y traen.

Otros datos

Año: 1995 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: BIBLIOTECA REGIONAL NO FOTO DMUG 1232 Título: Bando de la huerta Murcia 1995 ... [Material gráfico] / [ilustración] Ram Rubio Editorial: Murcia : Ayuntamiento de Murcia [etc.], 1995 (Imprenta Regional) Descripción física: 1 lám. (cartel); il. ; 69 x 49 cm Materias: Fiestas-Murcia-Carteles

Foto encontrada en la web todocoleccion.net
No digitalizado en A.Almudí: "1 ""a"Rubio, Ram"ZZ0007290" "00""a"Bando de la Huerta"h" [Material gráfico]"b" : Murcia 1995, declarado de interés turístico nacional" c" / Ram Rubio. -- " ""a"Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos [etc.]"c", D.L. 1995"t" (Imprenta Regional)" ""a"1 lám (cartel)"b" : col."c" ; 48 x 27 cm D.L. " ""a"MU-616-1995* "1 ""a"MU-AM"j" Cajón 8, n. 22 (1-2) La obra ha sido pintada por el artista murciano Ramón Rubio González, nacido en Torreaquera (Murcia)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 48 x 27 cm y 69 x 49 cm Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

BANDO de la HUERTA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA 1995 18 de Abril

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Festejos
Región de Murcia Consejería de Fomento y Trabajo Dirección General de Turismo
Federacion Peñas Huertanas Región de Murcia

5) Autor: Ramón Rubio González RAM no se lee bien si no

6) Imprenta: Imprenta Regional no se lee bien si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

Declarado de Interés Turístico Nacional



3. OTROS TEXTOS

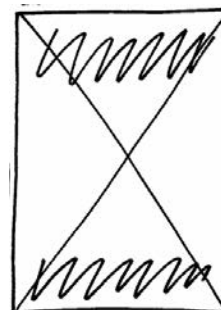
D.L MU-616-1995

ELEMENTOS VISUALES

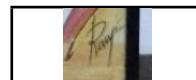
1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos. Federacion Regional de Peñas Huertanas



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: pareja de huertanos con Torre Catedral al fondo y flores

2) Lugar

3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrerocalañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

El autor ha reunido en su obra a una peculiar pareja de huertanos que al mismo tiempo son dos productos importantes de la fiesta que se anuncia: el chico es un limón, que representa los productos de la tierra que se muestran y reparten en el Bando, y el pelo son hojas de limonero, la chica es una flor rosa que sonríe y representa el estallido de la naturaleza en primavera. Los trajes regionales que visten transmiten el carácter folklórico de la fiesta del Bando de la Huerta. Todo ello bajo la mirada de la emblemática Torre de la Catedral de Murcia que sirve de insignia de la ciudad.

Otros datos

Año: 1995 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: WEB CUADRO PINTURA ORIGINAL NO CARTEL NO DIGITALIZADO A.Almudí "1 ""a"Párraga, José María"ZZ0002346" "00""a"Entierro de la Sardina"h" [Material gráfico]"b" : Murcia 1995, 19, 20, 21 y 22 de abril, declarado de interés turístico nacional" c" / Párraga. -- " ""a"Murcia"b" :Agrupación Sardinera"b" : Ayuntamiento de Murcia" c", D.L. 1995 "f" (Industrias Gráficas Libecrom) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 98 x 70 cm D.L. " ""a"MU-391-1995 z * "1 ""a"MU-AM"j" Cajón 8, n. 19 (1-7)

Estado Localizado NO imagen Tamaño si no 98 x 70 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

ENTIERRO DE LA SARDINA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

1995, 19, 20, 21 y 22 de abril,

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Agrupación Sardinera : Ayuntamiento de Murcia

5) Autor: Párraga, José María

si no

6) Imprenta: Industrias Gráficas Libecrom

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADO DE INTERES TURISTICO NACIONAL



3. OTROS TEXTOS

Declarado de interés turístico nacional

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
FP sombrerocalañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La obra del pintor imprime carácter artístico al cartel y al evento.

Los iconos de la fiesta aparecen como protagonistas, el hachonero con capirote y vestido de rayas y la sardina.

La ilustración transmite los colores de la noche del Entierro, el ambiente anaranjado y brillante al tiempo que turbio por el humo y las llamas de las bengalas y del fuego que quema a la sardina que da nombre a la fiesta. Todo en constante movimiento como la estela que deja la bengala del protagonista.

Bullicio, diversión y cierto misterio.

Otros datos

Año: 1995 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Foto y Biblioteca Regional DMUG 1739 Título: Fiestas de primavera, Murcia 1995 [Material gráfico] / [ilustración] FalgasEditorial: Murcia : Dirección General de Turismo [etc.], 1995 (Imprenta Regional) Descripción física:1 lám. (cartel) : il. ; Materias: Fiestas-Murcia-Carteles Autores Falgas, José María (1929-) D.L. MU 615-1995 NO DIGITALIZADOA.Almudí1 ""a" Falgas, José María"ZZ0000304" "00""a" Fiestas de Primavera"h" [Material gráfico]"b" : Murcia 1995, del 16 al 23 de abril, declaradas de interés turístico nacional" c" / Falgas. -- " ""a" Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos [etc.]"c", D.L. 1995"f" (Imprenta Regional) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c"; 98 x 60 cm D.L. " ""a"MU-615-1995 * "1 ""a"MU-AM"" Cajón 8, n. 21 (1-2)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 99 x 60 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
MURCIA 1995 del 16 al 23 de abril

4) Anunciante:organiza y colabora: si no
Región de Murcia Consejería de Fomento y Trabajo Dirección General de Turismo
AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Festejos
PRYCA ZARAICHE

5) Autor: Falgas, José María si no

6) Imprenta: Imprenta Regional si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADAS DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL



3. OTROS TEXTOS

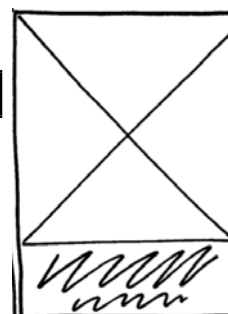
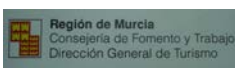
Depósito Legal: MU-615-1995

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos. Dirección General de Turismo
PRYCA Zaraiche



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Huertana

2) Lugar

3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
Murcia sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La obra del pintor costumbrista murciano capta y expresa la belleza de la mujer murciana en este retrato y añade valor artístico al cartel y a la fiesta anunciada.

La joven protagonista viste el traje regional lo que sitúa el evento en las tradiciones de la localidad que se transmiten y conservan mediante esta fiesta: el peinado, las flores en el pelo, los pendientes, el mantón adornado y la flor en el escote. La amplia sonrisa invita a participar de la fiesta al espectador.

La primavera se ve en el entorno de flores y plantas verdes enmarcan a la huertana y en la luz del sol que resalta los colores de la naturaleza. Las flores son rosas que aparecen en todas las casas de huerta de Murcia.

Otros datos

Año: 1995 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: FOTO YO B REIGONAL DMUG 4258 Título: Semana de primavera [Material gráfico]: Murcia del 20 al 26 de marzo 1995 Editorial: Murcia : Ayuntamiento de Murcia, 1995 (Novograf) Descripción física: 1 lám. (cartel) : il. ; 69 x 47 cm Materias: Fiestas-Murcia-Carteles

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 69 x 47 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Semana de Primavera

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
Murcia del 20 al 26 de marzo 1995

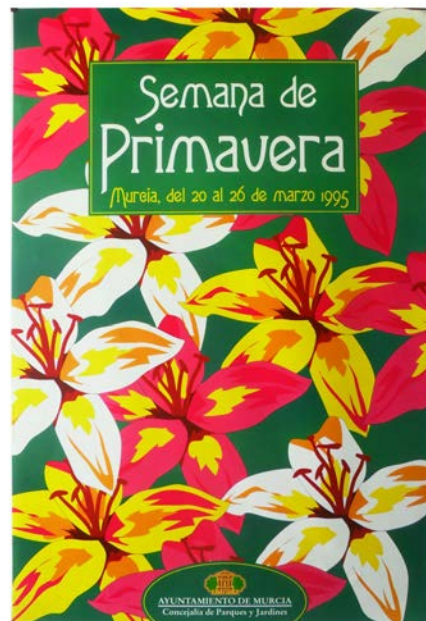
4) Anunciante: organiza y colabora: si no
AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Parques y Jardines

5) Autor: si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf, S.A. si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

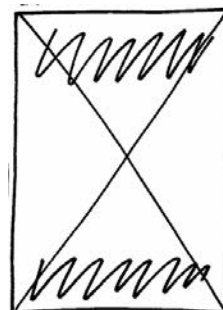
D.L.: MU-481-1995

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Diseño gráfico 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out D ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia. Concejalía de Parques y Jardines



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: decoración de flores Fantástico

2) Lugar Jardín Real

3) Tiempo Primavera Definido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
FP sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña monterera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

El cartel representa la estación de las flores, la primavera, con la flor liliium.

El verde del fondo hace vibrar las flores de colores, blanco, amarillo, naranja y rosa. La luz del sol se refleja en las ellas. Este cartel no anuncia las fiestas sino es una exaltación de los jardines que embellecen la ciudad con flores de bellos colores y formas.

Quizás venga a suplir lo que antes se celebraba con la Batalla de las flores que exaltación de la naturaleza murciana por medio de las flores y la vida que estas representan y traen.

Otros datos

Año: 1996 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: BLIOTECA REGIONAL NO foto DMUG 1672 Título: Bando de la huerta 1996, Murcia [Material gráfico]
Editorial: Murcia : Ayuntamiento de Murcia [etc.], 1996 (Imprenta Regional) Descripción física 1 lám. (cartel) : il. ; 68 x 48 cm
Materias: Fiestas-Murcia-Carteles foto encontrada en web de la federación regional de peñas huertanas http://www.xn--federacionregionaldepeashuertanas-ofd.es/galerias/bandohuerta/carteles/index.html no digitalizado
ALMUDÍ: "00""a"Bando de la Huerta"h" [Material gráfico]"b" : 1996, 9 abril. -- " ""a"[Murcia]"b" : Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Festejos"c", 1996 " ""a"1 lám (cartel)"b" : col"c" ; 68 x 48 cm " ""a"Huertana y silueta de la Catedral al fondo "14""a"Fiestas de primavera"z"-Murcia""-Carteles"ZZ0005706" " 4""a"Murcia"x"-Fiestas""-Carteles"ZZ0004287" * " ""a" MU-AM"" 16C"t" (1-2)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 68 x 48 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Bando de la Huerta

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Murcia 1996 9 de Abril

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Festejos
Región de Murcia Consejería de Fomento, xxxx y Trabajo? Dirección General de Turismo
Federacion Peñas Huertanas Región de Murcia

5) Autor: si no

6) Imprenta: Imprenta Regional no se ve bien si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADAS DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL

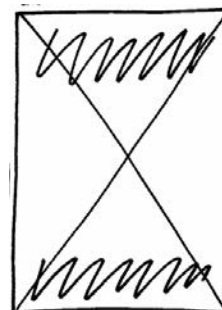
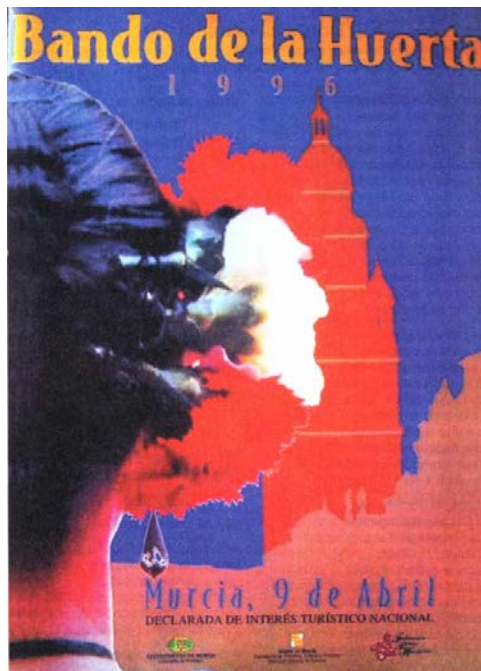
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia, Región de Murcia y Federacion de Peñas Huertanas BAJA DEFINICION



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Moño de huertana, con flores y Torre de la catedral

2) Lugar

3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
Murcia sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La imagen nos sitúa en primer lugar en Murcia a través de la Torre de la catedral y el perfil de los edificios colindantes. La protagonista es una metonimia de huertana: parte de la cabeza por detrás de una huertana donde destaca el moño de picaporte típico del traje regional de Murcia y las flores (claveles) que adornan a la muchacha así como la cinta al cuello de la que cuelga una cruz (que no se ve) y el pendiente colgante propio de la ocasión. El contraste de colores de la imagen es cálido y vibrante.

Tradición, primavera y folklore en Murcia

Otros datos

Año: 1996 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: WEB imagen cuadro no cartel Biblioteca Regional DMUG 5865 Título: Entierro de la sardina [Material gráfico]: Murcia 1996, abril / [ilustración] Avellaneda Editorial:Murcia : Agrupación sardinera de Murcia, 1996 (Industrias gráficas Libecrom) Descripción física: 1 lám. (cartel) : il. ; 100 x 70 cm Materias: Fiestas-Murcia-Carteles Autores Avellaneda, Manuel (1938-2003) OTRO A INVESTIGAR: EN BR: DMUG 5221.Título: Entierro de la Sardina 1996 Murcia : del 7 al 10 de abril / Falgas. Editorial:

Estado Localizado NO imagen Tamaño si no 100 x 70 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

ENTIERRO DE LA SARDINA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia. Agrupación Sardinera

5) Autor:Avellaneda Gómez, Manuel si no

6) Imprenta: Industrias gráficas Libecrom si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out ▼

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: quema de la sardina Fantástico

2) Lugar calle de Murcia Real

3) Tiempo Noche primaveral de sábado de fiestas Definido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores FP sombrerocalañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La obra del pintor imprime carácter artístico al cartel y al evento.

La imagen en colores calientes, rojos, naranjas y amarillos de fuego, expresan el momento culminante de la fiesta de la quema de la sardina.

Bullicio, diversión y cierto misterio.

Otros datos

Año: 1996 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: FOTO YO BIBLIOTECA REGIONAL DMUG 5878 Título:Murcia, fiestas de primavera 1996 [Material gráfico]: 7 al 14 de abril / [ilustración] López Soldevila Editorial: Murcia : Ayuntamiento de Murcia, 1996 Descripción física: 1 lám. (cartel) : il. ; 99 x 60 cm Materias: Fiestas-Murcia-Carteles Autores:Soldevila, Paco (1956-) no digitalizado ALMUDÍ: "1 ""a"López Soldevila, Francisco E."ZZ0000854" "10""a"Fiestas de primavera"h [Material gráfico]"b" : 1996, 7 - 14 abril "c" / López Soldevila. -- " ""a"Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia,Concejalía de Cultura, Festejos y Turismo" c", 1996 " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 99 x 59 cm " ""a"El cartel representa fuegos artificiales sobre el Puente Viejo "14""a"Fiestas de primavera"z"-Murcia""-Carteles"ZZ0005706" * " ""a" MU-AM"i" 13C"t" (1-5)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 99 x 59 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

DIAS 7 AL 14 DE ABRIL 1996

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura, Festejos y Turismo

5) Autor:López Soldevila, Francisco

si no

6) Imprenta:

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADAS DE INTERES TURISTICO NACIONAL



3. OTROS TEXTOS

Deposito legal MU-104-1996

ELEMENTOS VISUALES

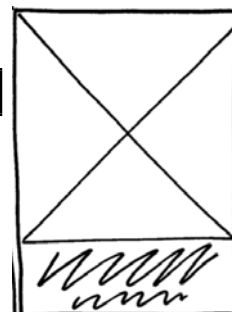
1) Tipo de ilustración Pintura de autor

2) Margen A sangre

3) Tipo lay out F ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Cultura, Festejos y Turismo



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: fuegos artificiales en el puente viejo

Fantástico

2) Lugar puente viejo de murcia

Fantástico

3) Tiempo

Indefinido

Signos

SS Murcia

- | | | | | | | | |
|--|--|---------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> enaguamedia | <input type="checkbox"/> coron espina | <input type="checkbox"/> vara estante | <input type="checkbox"/> naz entero | <input type="checkbox"/> palmera | <input type="checkbox"/> bocinas | <input type="checkbox"/> clavos | <input type="checkbox"/> angel |
| <input type="checkbox"/> imagen paso | <input type="checkbox"/> NtroPaJesús | <input type="checkbox"/> nazpenitente | <input type="checkbox"/> nazestante | <input type="checkbox"/> coloraos | <input type="checkbox"/> capuz | <input type="checkbox"/> flores | <input type="checkbox"/> cruz |
| <input type="checkbox"/> detalle paso | <input type="checkbox"/> Virgen Dolor. | <input type="checkbox"/> mayordomo | <input type="checkbox"/> San Juan | <input type="checkbox"/> moraos | <input type="checkbox"/> burlas | <input type="checkbox"/> cirios | |
| <input type="checkbox"/> detalle trono | <input type="checkbox"/> Prendimiento | <input type="checkbox"/> Crucificado | <input type="checkbox"/> Verónica | <input type="checkbox"/> manola | <input type="checkbox"/> azotes | <input type="checkbox"/> cetro | |

Signos

Murcia

- | | | | | | | |
|--|---|--|------------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Torre Catedral | <input type="checkbox"/> Teatro Romea | <input checked="" type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento | <input type="checkbox"/> Imafrente | <input type="checkbox"/> Palmera | <input type="checkbox"/> Huerta | <input checked="" type="checkbox"/> Río |
| <input checked="" type="checkbox"/> Puente Viejo | <input type="checkbox"/> Traje regional | <input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta | <input type="checkbox"/> Edificios | <input type="checkbox"/> Barraca | <input type="checkbox"/> Moneo | |

Signos

FP

Murcia

- | | | | | | | | |
|---|--|--|-----------------------------------|----------------------------------|--|---------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> productos huerta | <input type="checkbox"/> aperos labranza | <input type="checkbox"/> burro/caballo | <input type="checkbox"/> huertana | <input type="checkbox"/> chaleco | <input type="checkbox"/> mueble | <input type="checkbox"/> dioses | <input type="checkbox"/> flores |
| <input type="checkbox"/> sombrero calañés | <input type="checkbox"/> moño picaporte | <input type="checkbox"/> castañuelas | <input type="checkbox"/> huertano | <input type="checkbox"/> mantón | <input type="checkbox"/> bengala | <input type="checkbox"/> manta | <input type="checkbox"/> fuego |
| <input type="checkbox"/> pareja huertanos | <input type="checkbox"/> niño huertano | <input type="checkbox"/> hachonero | <input type="checkbox"/> zaragüel | <input type="checkbox"/> carroza | <input checked="" type="checkbox"/> fantificia | <input type="checkbox"/> pájaro | <input type="checkbox"/> refajo |
| <input type="checkbox"/> virgen fuensanta | <input type="checkbox"/> guitarra&otro | <input type="checkbox"/> esparteña | <input type="checkbox"/> montera | <input type="checkbox"/> barraca | <input type="checkbox"/> sardina | <input type="checkbox"/> gayao | <input type="checkbox"/> baile |

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

La pintura del artista expresa el estallido de colores vibrantes en la oscura noche que ilumina toda la ciudad. Son fuegos artificiales que según la costumbre se utilizan en las fiestas locales. El Puente Viejo, por donde pasa el río en pleno centro de la ciudad, sitúa la fiesta en Murcia. Son fiesta variadas como los colores del castillo de fuegos de artificio. La imagen de la fachada del consistorio une la preparación de las fiestas a esta institución local que las hace posible.

Otros datos

Año: 1997 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: ¿no foto? Biblioteca Regional DMUG DMUG 2333 Título: Murcia, Bando de la Huerta 1 de abril 1997 [Material gráfico]/ diseño Tropa; ilustración Domingo Editorial: Murcia : Dirección General de Turismo [etc.], 1997 (Imprenta Regional) Descripción física: 1 lám. (cartel) ; 68 x 38 cm Materias: Fiestas-Murcia-Carteles No digitalizado A.Almudí "00""a"Bando de la Huerta"h" [Material gráfico]"b" : Murcia, 1 de abril 1997"c" / Diseño Tropa ; ilustración Domingo. -- " " "a"Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Cultura y Festejos"c", D.L. 1997 " ""a"1 lám. (cartel)"c" ; 68 x 38 cm " ""a"Antecede al tit.: Declarado de Interés Turístico Nacional D.L. " ""a"MU-96-1997 "1 ""a"Tropa"ZZ0007937" "1 ""a"Domingo"ZZ0008048"

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 68 x 38 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Bando de la Huerta

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

1 de Abril 1997

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

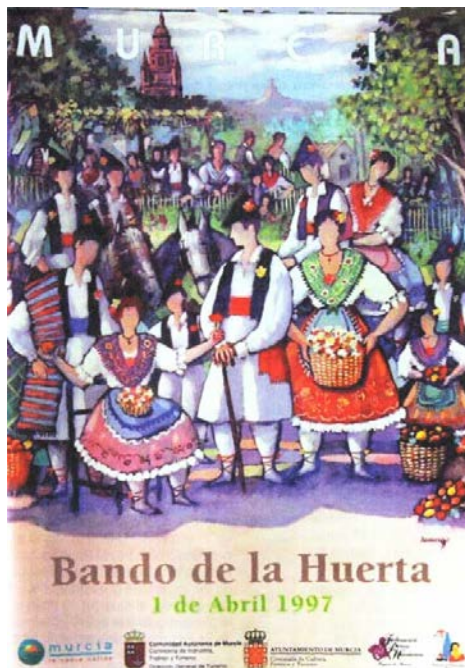
murcia LA COSTA CÁLIDA
Comunidad autónoma de Murcia Consejería de Fomento, xxxx y Trabajo?
Dirección General de Turismo
AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura TXXX y TXXX.
Federación Peñas Huertanas Región de Murcia

5) Autor: Diseño Tropa ilustración Domingo no se lee bien si no

6) Imprenta: Imprenta Regional no se lee si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



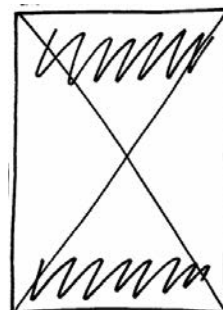
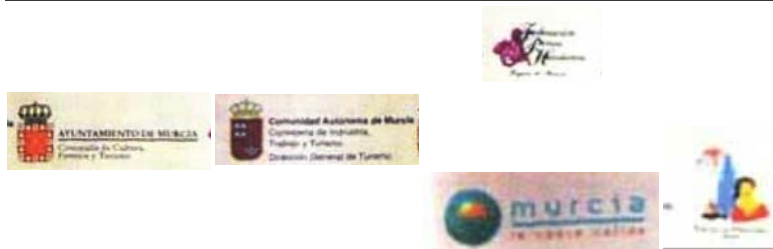
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out D ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia, Comunidad autónoma de Murcia, Murcia la Costa Cálida, Federación de Peñas Huertanas de la Región de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Grupos huertanos en los parques de la ciudad con cestos de flores y frutas Fantástico

2) Lugar Jardines de Murcia Fantástico

3) Tiempo Martes de primavera Indefinido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña monterra barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La ilustración está repleta de personas vestidas con el traje regional lo que indica que se trata de un evento folklórico. En la escena hay parejas de huertanos a caballo otros sentados repartiendo flores y frutas.

Además de las vestimenta se divisan otros objetos, frutos, ceraca y hasta una barraca lo que indica que es una jornada de convivencia con las tradiciones y cultura popular para mantener y dar a conocer los usos y costumbres del pueblo murciano.

La Torre de la catedral como icono de la ciudad aparece presidiendo la escena y matiza la situación pues se trata de los huertos del malecón donde se instalan las barracas.

Es un día de fiesta donde brilla el sol y en el que personas de todas las edades participan.

Otros datos

Por primera vez aparece el logo de FIESTAS DE PRIMAVERA Murcia

Año: 1997 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Foto de cartel enmarcado Almudí? Biblioteca Regional DMUG 4455 Título: Murcia Entierro de la sardina [Material gráfico]: 5 de abril 1997 / diseño Tropa, ilustración Pedro Serna Editorial: Murcia : Dirección General de Turismo, 1997 (Imprenta Regional) Descripción física: 1 lám. (cartel) : il. ; 68 x 38 cm Materias: Fiestas-Murcia-Carteles Autores: Serna, Pedro (1944-)Entidades:Tropa A.Almudí: "00""a"Entierro de la Sardina"h" [Material gráfico]"b" :Murcia, 5 de abril de 1997, declarado de interés turístico nacional"c" / Diseño Tropa ; Ilustración Pedro Serna. -- " "a"Murcia"b" : Agrupación Sardinera [etc.]"c", D.L. 1997"f" (Imprenta Regional) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 68 x 38 cmD.L. " ""a"MU-137-1997"1 ""a"Tropa"ZZ0007937"

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 68 x 38 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

ENTIERRO DE LA SARDINA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA 1997 2-3-4-5 de Abril

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

AGRUPACION SARDINERA MURCIA FIESTAS DE PRIMAVERA MurciaCOLABORA cajamurcia

5) Autor: Diseño: Tropa -Ilustración: Pedro Serna si no

6) Imprenta: Imprenta Regional si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADO DE INTERES TURISTICO NACIONAL



3. OTROS TEXTOS

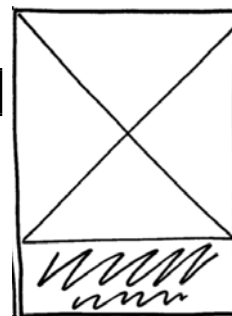
D.LMU-137-1997

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Fiestas de Primacera Murcia. Cajamurcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: hachoneros desfilando

2) Lugar

3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La ilustración se centra en el icono de la fiesta sardinera: el hachonero. Una metonimia pues muestra una parte y muy significativa del mismo, el capirote de rayas y la cara cubierta con un pañuelo al estilo vaquero y las bengalas en las manos.

El ambiente de la noche se transmite en la pintura que nos sitúa en plena noche inundada del humo blanco y espeso de las bengalas malolientes. Las luces de las antorchas se abren paso entre la niebla y reflejan su color en los objetos y personas que pillan a su paso.

La declaración de interés nacional es un aval de calidad para el turismo en la ciudad.

Otros datos

Por primera vez aparece el logo de FIESTAS DE PRIMAVERA Murcia

Año: 1997 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Foto yo novograf no digitalizado A.Almudí "00""a"Fiestas de primavera"h" [Material gráfico]"b" : Murcia 29 de marzo - 6 de abril de 1997"c" / Ginés Vicente. -- " ""a"Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia"c", 1997"f" (A.G. Novograf) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 70 x 50 cm D.L. " ""a"MU-448-1997 "1 ""a"Vicente, Ginés"ZZ0002096" * "1 ""a"MU-AM"j" Cajón 10, n. 33 (1-16)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 70 x 50 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

29 DE MARZO / 6 DE ABRIL DE 1997

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA
UNIÓN DE RADIOAFICCIONADOS DE MURCIA
FIESTAS DE PRIMAVERA Murcia

5) Autor: Ginés Vicente

si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf, S.A.

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

D.LMU-448-1997

ELEMENTOS VISUALES

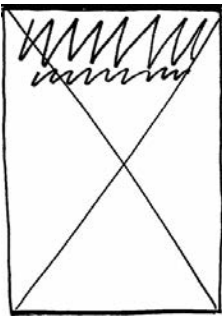
1) Tipo de ilustración Pintura de autor

2) Margen A sangre

3) Tipo lay out A ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia. Union de radioaficionados de Murcia. Fiestas de Primavera Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: productos de la huerta y paisaje huertano Real

2) Lugar la huerta Real

3) Tiempo clima primaveral Definido

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

Los protagonistas de las fiestas de primavera en este cartel son los productos de la tierra murciana: limones, pimientos, naranjas, alcachofa. Estos elementos junto con los objetos donde se presentan, el frutero y la mesa forman un bodegón que representa a Murcia pues en su fondo encontramos los árboles frutales de copas redondeadas, la rueda de la noria-clave de los riegos en determinada época - las tierras y la chimenea de un horno que en su día propició el mantenimiento de la economía local. Todo ello significa la Huerta de Murcia. Se celebra la llegada de la primavera que propicia toda esta producción de bienes naturales bajo un cielo despejado y luminoso.

Otros datos

Por primera vez aparece el logo de FIESTAS DE PRIMAVERA Murcia

Año: 1998 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: NO DIGITALIZADO

A.Almudí "00""a"Entierro de la Sardina"h" [Material gráfico]"b" : Murcia '98, Murcia, del 15 al 18 de abril, declaradas de interés turístico nacional"b" / Pedro Cano, José Luis Montero. -- " " "a"Murcia"b" : Agrupación Sardinera"b" : Ayuntamiento de Murcia "c", [1998]"f" (Industrias Gráficas Libecrom) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 85 x 50 cm D.L. " ""a"MU-25-1996 (sic) "1 ""a"Montero, José Luis"ZZ0003536" * "1 ""a"MU-AM"j" Cajón 12, n. 15 (1-21)"1 ""a"Cano, Pedro"d" (1944-)"ZZ0000226" Y ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 28 x 90 cm D.L. " Agrupación Sardinera"b" : Caja Murcia: Ayuntamiento de Murcia ""a"MU-25-1996 (sic) * "1 ""a"Cajón 12, n. 16 (1-15)

Estado Localizado NO imagen Tamaño si no 85 x 50 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Entierro de la Sardina Murcia

2) Lugar: si no

Murcia

3) Fechas: si no

'98 del 15 al 18 de abril

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Agrupación Sardinera

Ayuntamiento de Murcia

y el segundo tamaño lleva Caja Murcia también

5) Autor:Pedro Cano(pintor), José Luis Montero(diseñador) si no

6) Imprenta: Industrias Gráficas Libecrom si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

Declarada de interés turístico nacional



3. OTROS TEXTOS

D.L.: MU-25-1996

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:Sardinas

2) Lugar

3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La obra del artista transporte su carácter artístico al cartel y la fiesta anunciada.

La ilustración se centra en la protagonista de la fiesta, la sardina.

Es una composición que con la repetición del objeto muestra un ciclo: la sardina en el mar que se pesca (en tonos azules), la sardina ardiendo (en rojos) que ocupa la parte central, y la sardina en raspa que ha desaparecido porque se la han comido. El tiempo de comer sardinas se ha terminado parece que quisiera decir con su composición el artista.

Junto a este significado cíclico que culmina en la desaparición de la sardina, la imagen central del pescado ardiendo alude al final de la fiesta con la quema de la sardina.

Otros datos

Año: 1998 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Foto yo de Archivo Novograf.
En RM: FIESTAS de primavera Murcia 1998 [Material gráfico]/
[ilustración] Antonio Sánchez. -- Murcia : Ayuntamiento de Murcia,
1998 (Novograf). -- 1 lám. (cartel) : il. ; 69 x 45 cm
D.L. MU 371-1998
1. Fiestas-Murcia-Carteles
398.33(460.33)(084.5)

A.Almudí Murcia 12 al 19 de abril de 1998, declarada de interés turístico nacional«c» / Óleo Antonio Sánchez. -- « »«a»Murcia«b» : Ayuntamiento de

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 69 x 45 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Fiestas de Primavera

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Murcia 12 al 19 de abril de 1998

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA
FIESTAS DE PRIMAVERA Murcia

5) Autor: Óleo Antonio Sánchez.

si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf, S.A.

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

Declarada de Interés Turístico Nacional



3. OTROS TEXTOS

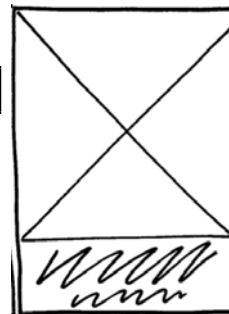
D.L. MU 371-1998

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out F ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia- Fiestas de Primavera Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Huertana en el malecón Real

2) Lugar Paseo del malecón de Murcia Real

3) Tiempo Martes primaveral de fiestas Definido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La obra del pintor costumbrista murciano muestra a la mujer murciana en el Paseo del Malecón y añade valor artístico al cartel y a la fiesta anunciada.

La joven protagonista viste el traje regional lo que sitúa el evento en las tradiciones de la localidad que se transmiten y conservan mediante esta fiesta: el peinado, las flores en el pelo, los pendientes, la cruz al cuello, el mantón, la flor en el escote, los lazos de las mangas, refajo de rayas y esparteñas.

La primavera se ve en el entorno de flores (rosales que plagan la huerta que rodea a la ciudad y que llegan hasta el Malecón), árboles, por supuesto, palmeras, y en la luz del sol que resalta los colores de la naturaleza.

Este lugar se dirige a la ciudad que reconocemos por la Torre de la Catedral y los edificios.

Otros datos

Año: 1999 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: A.Almudí00""a"Bando de la Huerta"h" [Material gráfico]"b" : Murcia 6 de abril 1999, declarado de interés turístico nacional" / [oleo de Saura Mira]. -- " ""a"Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia, [etc.]"c", D.L. 1999"f" (Imprenta Regional) " ""a"1 lám (cartel)"b" : col."c" ; 68 x 48 cm D.L. " ""a"MU-343-1999 "1 ""a"Saura Mira, Fulgencio"ZZ0002507" * "1 ""a"MU-AM"j" Cajón 13, n. 17

Estado Localizado NO imagen Tamaño si no 68 x 48 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Bando de la Huerta

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Murcia 6 de Abril 1999

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia

5) Autor:Fulgencio Saura Mira si no

6) Imprenta: Imprenta Regional si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

declarado de interés turístico nacional

3. OTROS TEXTOS

D.L. MU-343-1999

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia	<input type="checkbox"/> enaguamedia	<input type="checkbox"/> coron espina	<input type="checkbox"/> vara estante	<input type="checkbox"/> naz entero	<input type="checkbox"/> palmera	<input type="checkbox"/> bocinas	<input type="checkbox"/> clavos	<input type="checkbox"/> angel
	<input type="checkbox"/> imagen paso	<input type="checkbox"/> NtroPaJesús	<input type="checkbox"/> nazpenitente	<input type="checkbox"/> nazestante	<input type="checkbox"/> coloraos	<input type="checkbox"/> capuz	<input type="checkbox"/> flores	<input type="checkbox"/> cruz
	<input type="checkbox"/> detalle paso	<input type="checkbox"/> Virgen Dolor.	<input type="checkbox"/> mayordomo	<input type="checkbox"/> San Juan	<input type="checkbox"/> moraos	<input type="checkbox"/> burlas	<input type="checkbox"/> cirios	
	<input type="checkbox"/> detalle trono	<input type="checkbox"/> Prendimiento	<input type="checkbox"/> Crucificado	<input type="checkbox"/> Verónica	<input type="checkbox"/> manola	<input type="checkbox"/> azotes	<input type="checkbox"/> cetro	

Signos Murcia	<input type="checkbox"/> Torre Catedral	<input type="checkbox"/> Teatro Romea	<input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Imafrente	<input type="checkbox"/> Palmera	<input type="checkbox"/> Huerta	<input type="checkbox"/> Río
	<input type="checkbox"/> Puente Viejo	<input type="checkbox"/> Traje regional	<input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta	<input type="checkbox"/> Edificios	<input type="checkbox"/> Barraca	<input type="checkbox"/> Moneo	

Signos FP Murcia	<input type="checkbox"/> productos huerta	<input type="checkbox"/> aperos labranza	<input type="checkbox"/> burro/caballo	<input type="checkbox"/> huertana	<input type="checkbox"/> chaleco	<input type="checkbox"/> mueble	<input type="checkbox"/> dioses	<input type="checkbox"/> flores
	<input type="checkbox"/> sombrero calañés	<input type="checkbox"/> moño picaporte	<input type="checkbox"/> castañuelas	<input type="checkbox"/> huertano	<input type="checkbox"/> mantón	<input type="checkbox"/> bengala	<input type="checkbox"/> manta	<input type="checkbox"/> fuego
	<input type="checkbox"/> pareja huertanos	<input type="checkbox"/> niño huertano	<input type="checkbox"/> hachonero	<input type="checkbox"/> zaragüel	<input type="checkbox"/> carroza	<input type="checkbox"/> artificia	<input type="checkbox"/> pájaro	<input type="checkbox"/> refajo
	<input type="checkbox"/> virgen fuensanta	<input type="checkbox"/> guitarra&otro	<input type="checkbox"/> esparteña	<input type="checkbox"/> montera	<input type="checkbox"/> barraca	<input type="checkbox"/> sardina	<input type="checkbox"/> gayao	<input type="checkbox"/> baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 1999 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: A.Almudí (desde 2005) "00""a"Entierro de la Sardina 1999"h" [Material gráfico]"b" : Murcia del 7 al 10 de abril, declarado de interés turístico nacional" c" / [acuarela de Falgas]. -- " ""a"Murcia"b" :Agrupación Sardinera"b" : Consejería de Industria, Trabajo y Turismo"b" : Ayuntamiento de Murcia [etc.]"c", [1999]"f" (Industrias Gráficas Libecrom) " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 49 x 30 cm D.L. " ""a"MU-25-1996 (sic) "1 ""a"Falgas, José María"ZZ0000304" * "1 ""a"MU-AM"j" Cajón 13, n. 18. " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 69 x 42 cm D.L. " ""a"MU-25-1996 (sic) "1 ""a"Falgas, José María"ZZ0000304" * "1 ""a"MU-AM"j" Cajón 13, n. 19

Estado Localizado NO imagen Tamaño si no 69 x 42 cm y 49 x 30 cm N° de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Entierro de la Sardina

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Murcia del 7 al 10 de Abril 1999

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia.
Agrupación Sardinera.
Región de Murcia Consejería de Industria, Trabajo y Turismo

5) Autor: Jose María Falgas si no

6) Imprenta: Industrias Graficas Libecrom si no



2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

Declarada de interés turístico nacional

3. OTROS TEXTOS

D.L.: MU-25-1996

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out ▼

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Hachoneros con Bengalas Fantástico

2) Lugar Calles de Murcia Fantástico

3) Tiempo Noche primaveral de sábado de fiestas Indefinido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

El icono que se utiliza para representar el evento es el hachonero con su atuendo característico de capirote y túnica de rayas, pañuelo en la cara y bengala en mano.

El ambiente nocturno se transmite en la pintura que logra expresar la luz especial de las bengalas y el humo que iluminan a su paso al tiempo que llenan de humo maloliente al público.

Por el público entendemos que es un evento en plena calle que reúne a gran cantidad de gente que se amontona par ver pasar la cabalgata de los sardineros.

Otros datos

Año: 1999 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Foto yo de Archivo Novograf

NO digitalizado en A.Almudí (desde 2005)«00»«a»Fiestas de primavera«h» [Material gráfico]«b» :Murcia 3 al 11 de abril de 1999, declarada de interés turístico nacional«c» / Técnica mixta Paco Bernal. -- « »«a»Murcia«b» : Ayuntamiento de Murcia«c», 1999«f» (A. G. Novograf) « »«a»1 lám. (cartel)«b» : col.«c» ; 81 x 44 cm D.L. « »«a»MU-608-1999 «1»«a»Bernal, Francisco«ZZ0000855» * «1»«a»MU-AM«j» Cajón 13, n. 13
En BR: BERNAL, Paco (1965-)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 81 x 44 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Fiestas de Primavera

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Murcia 3 al 11 de abril de 1999

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA
FIESTAS DE PRIMAVERA Murcia

5) Autor: Técnica mixta Paco Bernal

si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf, S.A.

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

declarada de interés turístico nacional

3. OTROS TEXTOS

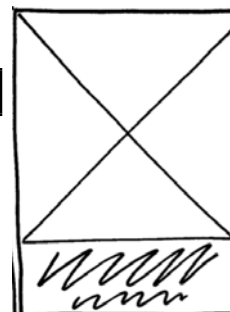
MU-608-1999

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen Mixto 3) Tipo lay out F ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia, Fiestas de Primavera de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Maceta de geranios con la parranda, castañuelas y gorrión

Fantástico

2) Lugar Habitación de una casa Real

3) Tiempo Primavera Definido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
Murcia sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra & otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

La primavera se significa mediante la vida que proporciona por su clima: los "pajaricos" y las flores. Flores del campo como la margaritas, cultivadas en las casas en macetas como el geranio y la flor del azahar de los naranjos que están junto a otras florecillas silvestre de la huerta de Murcia.

En el bodegón que integra la imagen hay una partitura de La Parranda, obra musical murciana que nos sitúa en la ciudad.

Una castañuela que reposan fuera de su caja sobre el escrito musical nos indican que se trata de actos folklóricos de canto y baile.

Todo está cubierto por la luz del sol que hace vibrar los colores con vitalidad y alegría.

Primavera, Murcia, folklore, relajo y alegría

Otros datos

Año: 1999 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: NO DIGITALIZADO A.Almudí : "00""a"Desfile de primavera 1999"h" [Material gráfico]"b" : 7 de abril, 18 horas"c" / Fotos Carrión. -- " ""a"Murcia"b" : Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Cultura, Festejos y Turismo"c", [1999] " ""a"1 lám. (cartel)"b" : col."c" ; 69 x 48 cm "1 ""a"Carrión"ZZ0007336" * "1 ""a"MU-AM"j" Cajón 13, n. 14

Estado Localizado NO imagen Tamaño si no 69 x 48 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Murcia en Primavera-Desfile de las Flores

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Murcia 7 Abril 1999 18 horas

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia
Concejalía de Cultura, Festejos y Turismo

5) Autor: Carrión si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia	<input type="checkbox"/> enaguamedia	<input type="checkbox"/> coron espina	<input type="checkbox"/> vara estante	<input type="checkbox"/> naz entero	<input type="checkbox"/> palmera	<input type="checkbox"/> bocinas	<input type="checkbox"/> clavos	<input type="checkbox"/> angel
	<input type="checkbox"/> imagen paso	<input type="checkbox"/> NtroPaJesús	<input type="checkbox"/> nazpenitente	<input type="checkbox"/> nazestante	<input type="checkbox"/> coloraos	<input type="checkbox"/> capuz	<input type="checkbox"/> flores	<input type="checkbox"/> cruz
	<input type="checkbox"/> detalle paso	<input type="checkbox"/> Virgen Dolor.	<input type="checkbox"/> mayordomo	<input type="checkbox"/> San Juan	<input type="checkbox"/> moraos	<input type="checkbox"/> burlas	<input type="checkbox"/> cirios	
	<input type="checkbox"/> detalle trono	<input type="checkbox"/> Prendimiento	<input type="checkbox"/> Crucificado	<input type="checkbox"/> Verónica	<input type="checkbox"/> manola	<input type="checkbox"/> azotes	<input type="checkbox"/> cetro	

Signos Murcia	<input type="checkbox"/> Torre Catedral	<input type="checkbox"/> Teatro Romea	<input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Imafronte	<input type="checkbox"/> Palmera	<input type="checkbox"/> Huerta	<input type="checkbox"/> Río
	<input type="checkbox"/> Puente Viejo	<input type="checkbox"/> Traje regional	<input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta	<input type="checkbox"/> Edificios	<input type="checkbox"/> Barraca	<input type="checkbox"/> Moneo	

Signos FP Murcia	<input type="checkbox"/> productos huerta	<input type="checkbox"/> aperos labranza	<input type="checkbox"/> burro/caballo	<input type="checkbox"/> huertana	<input type="checkbox"/> chaleco	<input type="checkbox"/> mueble	<input type="checkbox"/> dioses	<input type="checkbox"/> flores
	<input type="checkbox"/> sombrero calañés	<input type="checkbox"/> moño picaporte	<input type="checkbox"/> castañuelas	<input type="checkbox"/> huertano	<input type="checkbox"/> mantón	<input type="checkbox"/> bengala	<input type="checkbox"/> manta	<input type="checkbox"/> fuego
	<input type="checkbox"/> pareja huertanos	<input type="checkbox"/> niño huertano	<input type="checkbox"/> hachonero	<input type="checkbox"/> zaragüel	<input type="checkbox"/> carroza	<input type="checkbox"/> fartificia	<input type="checkbox"/> pájaro	<input type="checkbox"/> refajo
	<input type="checkbox"/> virgen fuensanta	<input type="checkbox"/> guitarra&otro	<input type="checkbox"/> esparteña	<input type="checkbox"/> montera	<input type="checkbox"/> barraca	<input type="checkbox"/> sardina	<input type="checkbox"/> gayao	<input type="checkbox"/> baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

LA CELEBRACIÓN DE MURCIA EN PRIMAVERA Y DE LA SEMANA DE PRIMAVERA AHORA SE HA CONCENTRADO EN EL DESFILE DE PRIMAVERA

Año: 2000 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Biblioteca regional DMUG 505 HACER FOTO
AAI mudí (desde 2005) «1 » «a» Cerezo, Javier «ZZ0003361» «10» «a» Bando de la Huerta «h» [Material gráfico] «b» : Murcia, 25 de abril 2000 «c» / Pintura de J. Cerezo. -- « » «a» Murcia «b» : Ayuntamiento de Murcia, [etc.] «c», [2000] « » «a» 1 lám (cartel) «b» : col. «c» ; 68 x 48 cm « » «a» Antecede al tit.: Declarado de Interés Turístico Nacional

Estado Localizado NO imagen Tamaño si no 68x48 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Bando de la Huerta Murcia

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Murcia 25 de abril 2000

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia. región de Murcia Murcia : Dirección General de Turismo

5) Autor: Pintura de J. Cerezo si no

6) Imprenta: Imprenta Regional si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

Declarado de Interés Turístico Nacional

3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río
Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
FP sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra & otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 2000 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente:

Artista de Cehegín, escultor, pintor y cerámica con una obra que destaca por su fuerza expresiva. Ha expuesto en Londres, Madrid y por supuesto varias veces en Murcia. En 2000 pinta este cartel que destaca por su originalidad y colorido.

Estado Localizado NO imagen Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

ENTIERRO DE LA SARDINA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: Nicolas de Maya si no

6) Imprenta: Imprenta Regional si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: sardina

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia	<input type="checkbox"/> enaguamedia	<input type="checkbox"/> coron espina	<input type="checkbox"/> vara estante	<input type="checkbox"/> naz entero	<input type="checkbox"/> palmera	<input type="checkbox"/> bocinas	<input type="checkbox"/> clavos	<input type="checkbox"/> angel
	<input type="checkbox"/> imagen paso	<input type="checkbox"/> NtroPaJesús	<input type="checkbox"/> nazpenitente	<input type="checkbox"/> nazestante	<input type="checkbox"/> coloraos	<input type="checkbox"/> capuz	<input type="checkbox"/> flores	<input type="checkbox"/> cruz
	<input type="checkbox"/> detalle paso	<input type="checkbox"/> Virgen Dolor.	<input type="checkbox"/> mayordomo	<input type="checkbox"/> San Juan	<input type="checkbox"/> moraos	<input type="checkbox"/> burlas	<input type="checkbox"/> cirios	
	<input type="checkbox"/> detalle trono	<input type="checkbox"/> Prendimiento	<input type="checkbox"/> Crucificado	<input type="checkbox"/> Verónica	<input type="checkbox"/> manola	<input type="checkbox"/> azotes	<input type="checkbox"/> cetro	

Signos Murcia	<input type="checkbox"/> Torre Catedral	<input type="checkbox"/> Teatro Romea	<input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Imafronte	<input type="checkbox"/> Palmera	<input type="checkbox"/> Huerta	<input type="checkbox"/> Río
	<input type="checkbox"/> Puente Viejo	<input type="checkbox"/> Traje regional	<input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta	<input type="checkbox"/> Edificios	<input type="checkbox"/> Barraca	<input type="checkbox"/> Moneo	

Signos FP Murcia	<input type="checkbox"/> productos huerta	<input type="checkbox"/> aperos labranza	<input type="checkbox"/> burro/caballo	<input type="checkbox"/> huertana	<input type="checkbox"/> chaleco	<input type="checkbox"/> mueble	<input type="checkbox"/> dioses	<input type="checkbox"/> flores
	<input type="checkbox"/> sombrero calañés	<input type="checkbox"/> moño picaporte	<input type="checkbox"/> castañuelas	<input type="checkbox"/> huertano	<input type="checkbox"/> mantón	<input type="checkbox"/> bengala	<input type="checkbox"/> manta	<input type="checkbox"/> fuego
	<input type="checkbox"/> pareja huertanos	<input type="checkbox"/> niño huertano	<input type="checkbox"/> hachonero	<input type="checkbox"/> zaragüel	<input type="checkbox"/> carroza	<input type="checkbox"/> fartificia	<input type="checkbox"/> pájaro	<input type="checkbox"/> refajo
	<input type="checkbox"/> virgen fuensanta	<input type="checkbox"/> guitarra&otro	<input type="checkbox"/> esparteña	<input type="checkbox"/> monterera	<input type="checkbox"/> barraca	<input checked="" type="checkbox"/> sardina	<input type="checkbox"/> gayao	<input type="checkbox"/> baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

La imagen centra la atención en la figura de la sardina compuesta de muchas sardinas. Está situada sobre la lata "pandereta" de sardinas. Parece hacer una metáfora de la figura que se quema cada año al final de fiesta que se anuncia. Los colores son cálidos, rojizos y anaranjados del color del fuego y las luces de la noche del entierro. La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

Año: 2000 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Le hice la foto del Archiv de Novograf
AAAlmud: «1 »«a»Ballester, Antonio«d» (1951-)«ZZ0003405» «10»«a»Fiestas de primavera«h» [Material gráfico]«b» : Murcia 22 - 30
abril de 2000, declaradas de Interés Turístico Nacional«c» / Pintura de Antonio Ballester. -- « »«a»Murcia«b» : Ayuntamiento de
Murcia«c», D.L. 2000«f» (Novograf) « »«a»1 lám. (cartel)«b» : col.«c» ; 99 x 68 cm D.L. « »«a»MU-700-2000
En BR: FIESTAS-Murcia-Carteles
FIESTAS de Primavera [Material gráfico] : Murcia, 22 al 30 de

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 99 x 68 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no
FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no Murcia
3) Fechas: si no 22 al 30 abril de 2000

4) Anunciante:organiza y colabora: si no
AYUNTAMIENTO DE MURCIA
FIESTAS DE PRIMAVERA Murcia

5) Autor: Pintura de Antonio Ballester si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf, S.A. si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no
Declaradas de interés turístico Nacional

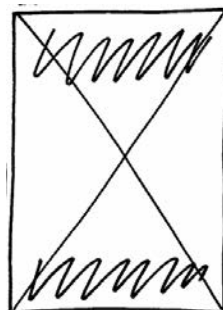
3. OTROS TEXTOS

D.LMU-700-200

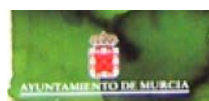
ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen Con Marco 3) Tipo lay out D ▼

3) Identidad Gráfica: si no
Ayuntamiento de Murcia- Fiestas de Primavera



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Sardinas, flores Real

2) Lugar Indefinido Real

3) Tiempo Primavera Definido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La ilustración es una explosión de color en un entorno al aire libre bajo el cielo azul y con una luz brillante que expresa la estación del año que se celebra, la primavera.

El bodegón integra signos de los dos actos más importantes:

Las flores y los frutos (naranjas y limones) son una muestra de la naturaleza de la huerta y representan el Bando de la Huerta.

La sardina representa el Entierro de la Sardina.

Las cintas de colores dan movimiento a las fiestas que se anuncian.

La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

Año: 2000 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: FOTO BR MURCIA en Primavera 2000, Desfile de la Flores .. Murcia en Primavera 2000, Desfile de la Flores ... [Material gráfico]. -- Murcia : Ayuntamiento de Murcia, 2000 (Novograf). -- 1 lám. (cartel) ; 69 x 33 cm D.L. MU 741-2000 NO DIGITALIZADO AAlmudí (desde 2005)«00»«a»Murcia en primavera 2000«h» [Material gráfico]«b» : Desfile de las flores, Murcia 26 de abril 19 horas«c» / Fotografía Juanchi López. -- « »«a»Murcia«b» : Ayuntamiento, Concejalía de Cultura y Festejos«c», D.L. 2000«f» (A.G. Novograf) « »«a»1 lám. (cartel)«b» : col.«c» ; 69 x 33 cm D.L. « »«a»MU-741-2000 «1 »«a»López, Juanchi«ZZ0004684»

Estado Localizado NO imagen Tamaño si no 69x33 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Murcia en primavera Desfile de las flores

2) Lugar: si no

Murcia

3) Fechas: si no

26 de abril, 19 horas

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y festejos
Colaboran: PRYCA CENTRO COMERCIAL atalayas MERCAMURCIA MERCADO DE FRUTAS Y HORTALIZAS vera meseguer El Corte Ingles Estrella de Levante Gran Casino Murcia
Productores de Flores y Plantas: GARCIFLOR, FLORES CHRISTIAN, ROSAS DEL MEDITERRANEO, JARDINERÍA SAN DANIEL, RIVIERA BLUMEN HISPANIA, FLOMAR, FLORTAL, VASAFLOR, FLORES EL NUDOS, FLORES ESCUDERO, ROSAS LOS MADRILES Y VERDES PEPE SIMÓN.

5) Autor: Fotografía: JUANCHI LÓPEZ

si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf, S.A.

si no



2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

D.L. MU 741-2000

ELEMENTOS VISUALES

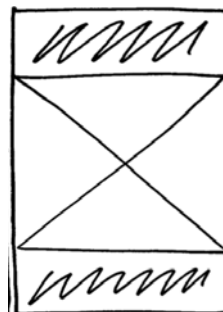
1) Tipo de ilustración Fotografía

2) Margen Con Marco

3) Tipo lay out H ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia. CC Atalayas. Mercamurcia. Vera Meseguer.El Corte Ingles. Estrella de Levante. Gran Casino Murcia. Productores de Flores y Plantas



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: jóvenes desfilando

Real

2) Lugar: calles de Murcia

Real

3) Tiempo:

Definido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La ilustración del cartel consta de un mosaico de cuatro imágenes de distintas versiones de color de la misma fotografía. Las protagonistas son las flores que son portadas por jóvenes chicas y muestran el desfile que se anuncia. Color variado y luminoso de las flores en primavera para un homenaje a esta estación de la vida.

Otros datos

Año: 2001 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: NO digitalizado A.Almudí (desde 2005)«1 »«a»Gaya, Ramón«d» (1910-2005)«ZZ0000132» «10»«a»Bando de la Huerta«h» [Material gráfico]«b» : Murcia, 17 de abril 2001«c» / Pintura de Gaya. -- « »«a»Murcia«b» : Ayuntamiento de Murcia, [etc.]«c», [2001] « »«a»1 lám (cartel)«b» : col.«c» ; 69 x 41 cm « »«a»Antecede al tit.: Declarado de Interés Turístico Nacional

Estado Localizado NO imagen Tamaño si no 69 x 41 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Bando de la Huerta

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Murcia 17 de abril 2001

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia, etc

5) Autor: Pintura de Gaya si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

Declarado de Interés Turístico Nacional

3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia	<input type="checkbox"/> enaguamedia	<input type="checkbox"/> coron espina	<input type="checkbox"/> vara estante	<input type="checkbox"/> naz entero	<input type="checkbox"/> palmera	<input type="checkbox"/> bocinas	<input type="checkbox"/> clavos	<input type="checkbox"/> angel
	<input type="checkbox"/> imagen paso	<input type="checkbox"/> NtroPaJesús	<input type="checkbox"/> nazpenitente	<input type="checkbox"/> nazestante	<input type="checkbox"/> coloraos	<input type="checkbox"/> capuz	<input type="checkbox"/> flores	<input type="checkbox"/> cruz
	<input type="checkbox"/> detalle paso	<input type="checkbox"/> Virgen Dolor.	<input type="checkbox"/> mayordomo	<input type="checkbox"/> San Juan	<input type="checkbox"/> moraos	<input type="checkbox"/> burlas	<input type="checkbox"/> cirios	
	<input type="checkbox"/> detalle trono	<input type="checkbox"/> Prendimiento	<input type="checkbox"/> Crucificado	<input type="checkbox"/> Verónica	<input type="checkbox"/> manola	<input type="checkbox"/> azotes	<input type="checkbox"/> cetro	

Signos Murcia	<input type="checkbox"/> Torre Catedral	<input type="checkbox"/> Teatro Romea	<input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Imafrente	<input type="checkbox"/> Palmera	<input type="checkbox"/> Huerta	<input type="checkbox"/> Río
	<input type="checkbox"/> Puente Viejo	<input type="checkbox"/> Traje regional	<input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta	<input type="checkbox"/> Edificios	<input type="checkbox"/> Barraca	<input type="checkbox"/> Moneo	

Signos FP Murcia	<input type="checkbox"/> productos huerta	<input type="checkbox"/> aperos labranza	<input type="checkbox"/> burro/caballo	<input type="checkbox"/> huertana	<input type="checkbox"/> chaleco	<input type="checkbox"/> mueble	<input type="checkbox"/> dioses	<input type="checkbox"/> flores
	<input type="checkbox"/> sombrero calañés	<input type="checkbox"/> moño picaporte	<input type="checkbox"/> castañuelas	<input type="checkbox"/> huertano	<input type="checkbox"/> mantón	<input type="checkbox"/> bengala	<input type="checkbox"/> manta	<input type="checkbox"/> fuego
	<input type="checkbox"/> pareja huertanos	<input type="checkbox"/> niño huertano	<input type="checkbox"/> hachonero	<input type="checkbox"/> zaragüel	<input type="checkbox"/> carroza	<input type="checkbox"/> artificia	<input type="checkbox"/> pájaro	<input type="checkbox"/> refajo
	<input type="checkbox"/> virgen fuensanta	<input type="checkbox"/> guitarra&otro	<input type="checkbox"/> esparteña	<input type="checkbox"/> montera	<input type="checkbox"/> barraca	<input type="checkbox"/> sardina	<input type="checkbox"/> gayao	<input type="checkbox"/> baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 2001 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: A.Almudí (desde 2005) «00»«a»Murcia en primavera 2001«h» [Material gráfico]«b» :Desfile de las flores, Murcia 18 de abril, 19 horas«c» /Ilustración de Sofía Morales. -- « »«a»Murcia«b» : Ayuntamiento, Concejalía de Cultura y Festejos«c», [2001] « »«a»1 lám. (cartel)«b» : col.«c» ; 46 x 30 cm « »«a»Incluye enumeración de patrocinadores«1 »«a»Morales, Sofía«ZZ0007567»

Estado Localizado NO imagen Tamaño si no 46 x 30 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Desfile de las flores Murcia en primavera 2001

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Murcia 2001 18 de abril

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia,Concejalía de Cultura y Festejos

5) Autor: Morales, Sofía si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

19 horas Incluye enumeración de patrocinadores

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Ilustración de 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia	<input type="checkbox"/> enaguamedia	<input type="checkbox"/> coron espina	<input type="checkbox"/> vara estante	<input type="checkbox"/> naz entero	<input type="checkbox"/> palmera	<input type="checkbox"/> bocinas	<input type="checkbox"/> clavos	<input type="checkbox"/> angel
	<input type="checkbox"/> imagen paso	<input type="checkbox"/> NtroPaJesús	<input type="checkbox"/> nazpenitente	<input type="checkbox"/> nazestante	<input type="checkbox"/> coloraos	<input type="checkbox"/> capuz	<input type="checkbox"/> flores	<input type="checkbox"/> cruz
	<input type="checkbox"/> detalle paso	<input type="checkbox"/> Virgen Dolor.	<input type="checkbox"/> mayordomo	<input type="checkbox"/> San Juan	<input type="checkbox"/> moraos	<input type="checkbox"/> burlas	<input type="checkbox"/> cirios	
	<input type="checkbox"/> detalle trono	<input type="checkbox"/> Prendimiento	<input type="checkbox"/> Crucificado	<input type="checkbox"/> Verónica	<input type="checkbox"/> manola	<input type="checkbox"/> azotes	<input type="checkbox"/> cetro	

Signos Murcia	<input type="checkbox"/> Torre Catedral	<input type="checkbox"/> Teatro Romea	<input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Imafronte	<input type="checkbox"/> Palmera	<input type="checkbox"/> Huerta	<input type="checkbox"/> Río
	<input type="checkbox"/> Puente Viejo	<input type="checkbox"/> Traje regional	<input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta	<input type="checkbox"/> Edificios	<input type="checkbox"/> Barraca	<input type="checkbox"/> Moneo	

Signos FP Murcia	<input type="checkbox"/> productos huerta	<input type="checkbox"/> aperos labranza	<input type="checkbox"/> burro/caballo	<input type="checkbox"/> huertana	<input type="checkbox"/> chaleco	<input type="checkbox"/> mueble	<input type="checkbox"/> dioses	<input type="checkbox"/> flores
	<input type="checkbox"/> sombrero calañés	<input type="checkbox"/> moño picaporte	<input type="checkbox"/> castañuelas	<input type="checkbox"/> huertano	<input type="checkbox"/> mantón	<input type="checkbox"/> bengala	<input type="checkbox"/> manta	<input type="checkbox"/> fuego
	<input type="checkbox"/> pareja huertanos	<input type="checkbox"/> niño huertano	<input type="checkbox"/> hachonero	<input type="checkbox"/> zaragüel	<input type="checkbox"/> carroza	<input type="checkbox"/> fartificia	<input type="checkbox"/> pájaro	<input type="checkbox"/> refajo
	<input type="checkbox"/> virgen fuensanta	<input type="checkbox"/> guitarra&otro	<input type="checkbox"/> esparteña	<input type="checkbox"/> montera	<input type="checkbox"/> barraca	<input type="checkbox"/> sardina	<input type="checkbox"/> gayao	<input type="checkbox"/> baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 2001 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Imagen de todo colección .net
ENN BR:DMUG 1054 Título:Entierro de la Sardina Murcia 2001 [Material gráfico] / [ilustración] Muñoz Barberán.Editorial:Murcia :
Agrupación Sardinera [etc.], 2001 (Libecrom)
Descripción física:
1 lám. (cartel) ; 44 x 68 cm.
Materias:
Fiestas-Murcia-Carteles

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 44 x 67 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

ENTIERRO DE LA SARDINA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
MURCIA 2001 10 AL 21 DE ABRIL

4) Anunciante:organiza y colabora: si no
AGRUPACION SARDINERA MURCIA
Región de Murcia
AYUNTAMIENTO DE MURCIA
MURCIA turística
CAJAMURCIA

5) Autor: Ilustración de Muñoz Barberán si no

6) Imprenta: si no



2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADO DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL

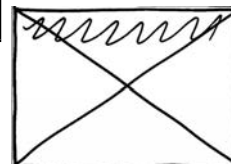
3. OTROS TEXTOS

D.LMU-137-1997

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out L ▼

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Hachoneros desfilando SARDINA Real

2) Lugar Calles de Murcia Real

3) Tiempo Sábado por la noche Definido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
Murcia sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La ilustración se centra en los iconos de la fiesta sardinera: el hachonero y la sardina.

Los hachoneros llevan su atuendo habitual -el capirote de rayas y la cara cubierta con un pañuelo al estilo vaquero- y las bengalas en las manos y giran alrededor de la sardina que es la protagonista.

El ambiente de la noche se transmite en la pintura en plena noche inundada del humo blanco y espeso de las bengalas malolientes. Las luces de las antorchas iluminan la escena que parece brillar.

La escena transmite movimiento.

La declaración de interés nacional es un aval de calidad para el turismo en la ciudad.

La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

Ya no aparece el logo de Fiestas de Primavera no sabemos desde cuando porque desde 1997 no tenemos la imagen del cartel completo solo de la pintura.

Deja de aparecer en los carteles del Entierro de la Sardina pero no en los del Bando de la Huerta.

Año: 2001 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Archivo de Novograf

A.Almudí (desde 2005) «10»«a»Fiestas de Primavera«h» [Material gráfico]«b» : Murcia, 14 al 22 de abril de 2001, declaradas de interés turístico nacional«c» / Jesús Silvente. -- « »«a»Murcia«b» : Ayuntamiento«c», [2001] « »«a»1 lám. (cartel)«b» : col.«c» ; 99 x 67 cm

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 99x67 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

14 al 22 de abril de 2001

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA

FIESTAS DE PRIMAVERA Murcia

5) Autor: Jesús Silvente

si no

6) Imprenta: Imprime: I.G. Novograf, S.A.

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADAS DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL



FIESTAS DE PRIMAVERA

MURCIA, 14 al 22 de abril de 2001

DECLARADAS DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL

3. OTROS TEXTOS

D. L. MU-xxx-2001

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor

2) Margen Con Marco

3) Tipo lay out F ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia-Fiestas de Primavera



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: huertana arreglandose el pelo

Fantástico

2) Lugar Casa huertana

Real

3) Tiempo Calido de primavera

Definido

Signos	<input type="checkbox"/> enaguamedia	<input type="checkbox"/> coron espina	<input type="checkbox"/> vara estante	<input type="checkbox"/> naz entero	<input type="checkbox"/> palmera	<input type="checkbox"/> bocinas	<input type="checkbox"/> clavos	<input type="checkbox"/> angel
SS Murcia	<input type="checkbox"/> imagen paso	<input type="checkbox"/> NtroPaJesús	<input type="checkbox"/> nazpenitente	<input type="checkbox"/> nazestante	<input type="checkbox"/> coloraos	<input type="checkbox"/> capuz	<input type="checkbox"/> flores	<input type="checkbox"/> cruz
	<input type="checkbox"/> detalle paso	<input type="checkbox"/> Virgen Dolor.	<input type="checkbox"/> mayordomo	<input type="checkbox"/> San Juan	<input type="checkbox"/> moraos	<input type="checkbox"/> burlas	<input type="checkbox"/> cirios	
	<input type="checkbox"/> detalle trono	<input type="checkbox"/> Prendimiento	<input type="checkbox"/> Crucificado	<input type="checkbox"/> Verónica	<input type="checkbox"/> manola	<input type="checkbox"/> azotes	<input type="checkbox"/> cetro	

Signos Murcia	<input type="checkbox"/> Torre Catedral	<input type="checkbox"/> Teatro Romea	<input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Imafronte	<input type="checkbox"/> Palmera	<input type="checkbox"/> Huerta	<input type="checkbox"/> Río
	<input type="checkbox"/> Puente Viejo	<input checked="" type="checkbox"/> Traje regional	<input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta	<input type="checkbox"/> Edificios	<input type="checkbox"/> Barraca	<input type="checkbox"/> Moneo	

Signos FP Murcia	<input checked="" type="checkbox"/> productos huerta	<input type="checkbox"/> aperos labranza	<input type="checkbox"/> burro/caballo	<input checked="" type="checkbox"/> huertana	<input type="checkbox"/> chaleco	<input checked="" type="checkbox"/> mueble	<input type="checkbox"/> dioses	<input checked="" type="checkbox"/> flores
	<input type="checkbox"/> sombrero calañés	<input type="checkbox"/> moño picaporte	<input type="checkbox"/> castañuelas	<input type="checkbox"/> huertano	<input checked="" type="checkbox"/> mantón	<input type="checkbox"/> bengala	<input type="checkbox"/> manta	<input type="checkbox"/> fuego
	<input type="checkbox"/> pareja huertanos	<input type="checkbox"/> niño huertano	<input type="checkbox"/> hachonero	<input type="checkbox"/> zaragüel	<input type="checkbox"/> carroza	<input type="checkbox"/> fartificia	<input type="checkbox"/> pájaro	<input checked="" type="checkbox"/> refajo
	<input type="checkbox"/> virgen fuensanta	<input checked="" type="checkbox"/> guitarra&otro	<input checked="" type="checkbox"/> esparteña	<input type="checkbox"/> montera	<input type="checkbox"/> barraca	<input type="checkbox"/> sardina	<input type="checkbox"/> gayao	<input type="checkbox"/> baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La ilustración se centra en los valores de las tradiciones huertanas.

La joven viste el traje regional y se encuentra en una habitación de casa de la huerta con los muebles típicos (silla, aparador, perchero, jarra de novia, frutero), el suelo, la ventana.

Y aparecen productos de la tierra, las granadas y los membrillos. Y las flores de la primavera, las rosas en un jarrón y margaritas sobre el aparador. La luz del sol entra por la ventana.

Se introduce el folklore por medio de un laúd adornado con cintas.

Folklore, tradición y primavera.

La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

Año: 2002 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Foto del cartel del Archivo de Novograf
EN BR: Bando de la Huerta [Material gráfico]: Murcia, 2 de abril 2002 / original de Antonio Martínez Mengual(1948-); diseño Tropa. - Murcia : Dirección General de Promoción Turística, 2002 (Imp. A. G. Novograf). -- 1 lám. (cartel) : col. ; 67 x 48 cm
D.L.: MU 127-2002
1. Fiestas-Murcia-Carteles I. Tropa 398.33(460.33)(084.5)
A. Alameda: Bando de la Huerta: [Material gráfico]: Murcia, 2 de abril 2002 / original de Antonio Martínez Mengual

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 67 x 48 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Bando de la Huerta

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Murcia 2 de abril 2002

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Región de Murcia Consejería de Turismo y Ordenación del Territorio Dirección General de Promoción Turística MURCIA turística
AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y Festejos
Federación Peñas Huertanas
FIESTAS DE PRIMAVERA Murcia

5) Autor: Diseño: Tropa Original de Antonio Martínez Mengual si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf, S.A. si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADO DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL



3. OTROS TEXTOS

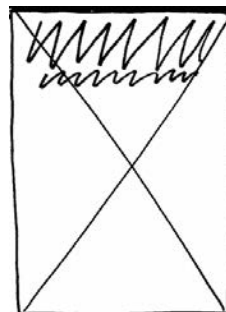
D.L.: MU-127-2002

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Cultura y Festejos. Región de Murcia. Murvia Turística, Federación de Peñas Huertanas, Fiestas de Primavera de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: bodegon de frutas con palmeras y torre catedral

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

La ilustración es un estallido de luz y color que expresa las características de la primavera. Cielo azul y despejado, sol luminoso y los colores de las flores y los frutos de la naturaleza que explosionan en esta estación que se celebra. Las rosas de la huerta de Murcia y los frutos de los árboles que los caracterizan (limones, granadas) aparecen junto a la Torre de la Catedral de la ciudad -que es el icono más representativo de la misma- y entrambos las palmeras que sirven de nexo de unión del centro con la huerta de los alrededores, para expresar los valores de las costumbres y tradiciones de esta localidad, la cultura popular murciana que se celebra el día del Bando de la Huerta que es el referente del anuncio. Una fiesta para la exaltación de la huerta del Segura, el mantenimiento y transmisión de esta cultura autóctona a las siguientes generaciones y la posibilidad de compartirla con todas las gentes que acudan a Murcia este día. La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

Año: 2002 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: en BR: DMUG 17 Título:Entierro de la Sardina 2002 [Material gráfico] : Murcia del 4 al 6 de abril / diseño, Ángel Haro.Editorial:Murcia : Agrupación Sardinera, 2002 (I. Graf. Libecrom)Descripción física:1 lám. (cartel) : col. ; 68 x 95 cm. Materias: Fiestas-Murcia-Carteles Autores:Haro, Ángel (1958-)

Estado Localizado NO imagen Tamaño si no 68 x 95 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Entierro de la Sardina

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Murcia del 4 al 6 de abril

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

5) Autor: Diseño: Ángel Haro

si no

6) Imprenta: Imprime: I. Graf. Libecrom

si no



2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

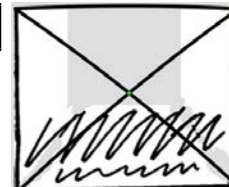
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Diseño gráfico 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out R

3) Identidad Gráfica: si no

[Empty text box]



5) Firma si no

[Empty text box]

CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: [Empty text box]

2) Lugar [Empty text box]

3) Tiempo [Empty text box]

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores FP sombrerocalañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña monterra barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La sardina es el elemento central de la composición y aparece envuelta entre luces y trazos rojos, naranjas y amarillos como el fuego. Parece que dibujara bengalas como las que llevan los hachoneros. El fondo negro es la noche en la que la estatua de la sardina arde en plena calle.

Otros datos

Año: 2002 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Del Archivo de Novograf
En BR: A.Almudí (desde 2005) «00»«a»Fiestas de Primavera«h» [Material gráfico]«b» : Murcia, 30 de marzo al 7 de abril de 2002, declaradas de interés turístico nacional«c» / [Alfredo López]. -- « »«a»Murcia«b» : Ayuntamiento«c», [2002] « »«a»1 lám. (cartel)«b» : col.«c» ; 69 x 48 cm «1 »«a»López, Alfredo«ZZ0005920»
En BR: FIESTAS-Murcia-Carteles
FIESTAS de primavera Murcia ... 2002 [Material gráfico]/ autor, Alfredo López. -- Murcia : Ayuntamiento de Murcia. 2002 (Imp. A. G.

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 69 x 48 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no
FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no Murcia 3) Fechas: si no 30 de marzo al 7 de abril de 2002

4) Anunciante:organiza y colabora: si no
AYUNTAMIENTO DE MURCIA
FIESTAS DE PRIMAVERA Murcia

5) Autor: Alfredo López si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf, S.A. si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADAS DE DECLARADO INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL



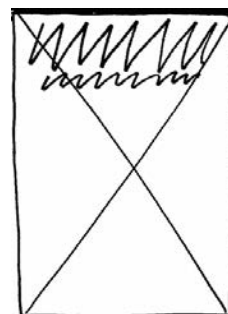
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out A

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia. Fiestas de Primavera Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Pareja de huertanos en carroza huertana repartiendo, publico y hachonero Real

2) Lugar Calles de la ciudad de Murcia Real

3) Tiempo Todos los días primaverales de las fiestas de primavera Definido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
Murcia sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La ilustración reúne en el mismo escenario a los protagonistas de las fiestas que se anuncian: el público que acude a la calle a disfrutar de los dos actos más importantes, el Bando de la Huertare presentado por la pareja de huertanos, y el Entierro de la Sardina con que concluyen las mismas cuyo icono es el joven hachonero

El carácter abierto y participativo de los murcianos se muestra en el cartel donde se intercambian regalos. En este caso la naranja, fruto de la tierra.

La esencia del Bando de la Huerta se expresa en el traje regional de los personajes y en los objetos y materiales que decoran la carroza: mantener, transmitir y compartir la historia de las gentes de murcia mediante las manifestaciones folklóricas de la cultura popular que incluye la gastronomía, el modo de vida, el vestido y, por supuesto, la música, el baile, el canto, el habla, y los escritos de todo tipo de los que el Bando es una muestra característica -

La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

Año: 2002 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Foto del cartel del Archivo de Novograf
EN BR. MURCIA en primavera [Material gráfico]: Desfile de las Flores,
3 de abril de 2002 ... / autor, Sánchez Picazo. -- Murcia :
Concejalía de Cultura y Festejos, 2002 (A. G. Novograf). -- 1 lám.
(cartel) : col. ; 69 x 48 cm
D.L. MU 692-2002
1. Fiestas-Murcia-Carteles
398.33(460.33)(084.5)
A. Almadí (desde 2005) -- 00 -- Desfile de las Flores -- [Material gráfico] : Murcia en primavera, 3 de abril de 2002, 19 horas / Autor Sánchez

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 70 x 49 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Murcia en primavera
Desfile de las Flores

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Murcia 3 de abril de 2002

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Organiza: AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y Festejos
Patrocinan: Estrella de Levante El Corte Inglés MURCIA Autos Murcia Aguas
de Murcia EMPRESA MUNICIPAL DE AGUAS Y SANEAMIENTO DE MURCIA/
MERCAMURCIA

5) Autor: AUTOR: Sánchez Picazo fragmento de pintura al óleo si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf, S.A. si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

19 horas D.L.: MU-XXX-2002



3. OTROS TEXTOS

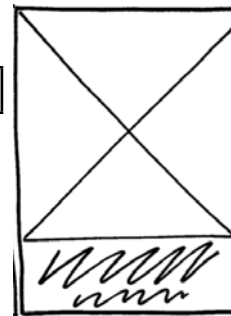
19 horas. D.LMU-692-2002

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen Mixto 3) Tipo lay out F ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia, Estrella de Levante, El Corte Inglés, Autos Murcia, Aguas de Murcia, Mercamurcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Bodegón de flores Real

2) Lugar Patio Real

3) Tiempo Primavera Definido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra & otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

El cuadro que se reproduce muestra la gran variedad de flores que tiene Murcia y que florecen en primavera en los patios de las casas, ya sea en la huerta o en el centro de la ciudad. Esto último nos lo indica la maceta, tiesto, de geranios rojos, que puede estar en ambos tipos de casa.

Un enorme ramo de flores cortadas que caen de un cesto de mimbre que muestra la riqueza floral de Murcia que reúne junto a los geranios a las rosas, claveles y otras.

Los colores de los pétalos son cálidos, rojos, rosas, corales... lo que transmite la calidez propia de la primavera en Murcia.

Todo ello para anunciar el Desfile de las flores que retoma la tradición de festejar la llegada de las flores con la demolida "Batalla de las Flores".

La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

Año: 2003 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Foto del cartel del Archivo de Novograf
AAlmudí «00»«a»Bando de la Huerta«h» [Material gráfico]«b» : Murcia, 22 de abril 2003«c» / Falgas. -- «
»«a»Murcia«b» : Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Cultura y Festejos«c», [2003] « »«a»1 lám. (cartel)«c» ; 69 x 48 cm «
»«a»Antecede al tit.: Declarado de Interés Turístico Nacional «1 »«a»Falgas, José María«ZZ0000304»

Estado Tamaño si no 69 x 48 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Bando de la Huerta

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Murcia 22 de abril 2003

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA Murcia
MURCIA Turística
Región de Murcia Consejería de Turismo y Ordenación del Territorio Dirección de Promoción Turística
AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y Festejos
Federación Peñas Huertanas

5) Autor: Falgas si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf, S.A. si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADO DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL



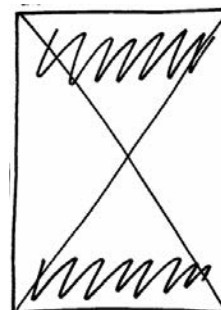
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia, Fiestas de primavera Murcia, Murcia Turística, Región de Murcia, Federación de Peñas Huertanas.



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Huertana sacando agua del pozo

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrerocalañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La obra del pintor costumbrista capta y expresa la belleza de la mujer murciana en este retrato y añade valor artístico al cartel y a la fiesta anunciada.

La joven protagonista viste el traje regional "de lujo" bordado con lentejuelas que brillan con el sol primaveral que envuelve la escena.

La primavera con la luz, el cielo y las verdes copas de los árboles en pleno esplendor quedan patentes en el cuadro.

La escena ocurre en Murcia información transmitida por el icono más utilizado para su distinción: Torre de la Catedral.

El evento se centra en las tradiciones de la localidad que se transmiten y conservan mediante esta fiesta: el peinado, las flores en el pelo, los pendientes, el mantón, corpiño y delantal bordados, y el cacharro para sacar agua del pozo.

La amplia sonrisa invita a participar de la fiesta al espectador.

Otros datos

Año: 2003 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: En BR: DMUG 5 Título:Entierro de la Sardina 2003 [Material gráfico] : Murcia del 24 al 26 de abril / ilustración, Manolo Belzunce.
Editorial:
Murcia : Agrupación Sardinera, 2003 (Imp. Libecrom)
Descripción física:
1 lám. (cartel) : col. ; 87 x 63 cm.
Materias:

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 61 x 44 cm y 87 x 63 cm N° de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Entierro de la Sardina

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
Murcia del 24 al 26 de abril

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

AGRUPACION SARDINERA MURCIA
MURCIA turística
Región de Murcia ...(no se lee bien)
AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y Festejos
CAJAMURCIA

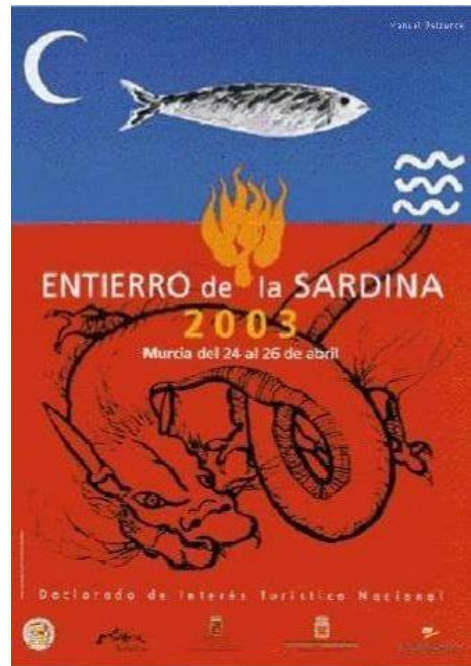
5) Autor: Ilustración Manolo Belzunce si no

6) Imprenta: Imprime: Libecrom si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

Declarado de interés Turístico Nacional



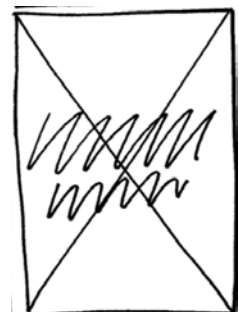
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Diseño gráfico 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out B ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Agrupación Sardinera. Murcia Turística. Región de Murcia. Ayuntamiento de Murcia. Cajamurcia.



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Sardina, fuego, luna y dragon Fantástico

2) Lugar Indefinido Fantástico

3) Tiempo Indefinido Indefinido

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La ilustración es una composición que impacta por los colores del fondo azul y rojo que hablan de mar y cielo frente al fuego y la noche.

Los iconos de la fiesta que se anuncia son la sardina y va tomando fuerza el dragón. Esta última pieza es una atracción que se introdujo en el desfile de la mano de un gran artista carroceros y que ya se ha convertido en una tradición y en un icono que representa el gran desfile de los sardineros del sábado en la noche.

El dragón junto a su exotismo, pues representa la cultura china (hasta hace unos años lejana y desconocida), produce fuego y éste es un elemento inherente a la noche sardinera pues se culmina con la quema de la sardina.

La sardina (signo cuaresmal) se quema con el fuego que vemos en el centro del cartel.

Todo sucede en la noche y a cielo descubierto, en las calles de la ciudad donde el movimiento se expresa en las curvas del dragón que parece recorrer el espacio de la composición serpenteando hasta el público.

Fiesta nocturna, movimiento, misterio y fuego.

Otros datos

Año: 2003 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Foto del cartel del Archivo de Novograf
En Br: Fiestas de Primavera Murcia [Material gráfico]: 19 al 27 de abril de 2003 / autor, César Mercader. -- Murcia : Ayuntamiento de Murcia, 2003 (Imp. Novograf). -- 1 lám. (cartel) : col. ; 70 x 48 cm D.L. MU 684-2003 1. Fiestas-Murcia-Carteles 398.33(460.33)(084.5)
AAImudí «00»«a»Fiestas de Primavera«h» [Material gráfico]«b» : 19 al 27 de abril de 2003«c» / Autor César Mercader. -- « »«a»Murcia «b» : Ayuntamiento«c», D.L. 2003«f» (Novograf) « »«a»1 lám. (cartel)«b» : col.«c» ; 70 x 48 cm « »«a»Declaradas de Interés Turístico Nacional D.L. « »«a»MU-684-2003 «1 »«a»Mercader, César«ZZ0008037»

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 70 x 48 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Murcia 19 al 27 de abril de 2003

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA
FIESTAS DE PRIMAVERA Murcia

5) Autor: Autor César Mercader

si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf, S.A.

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADAS DE INTERES TURISTICO NACIONAL

3. OTROS TEXTOS

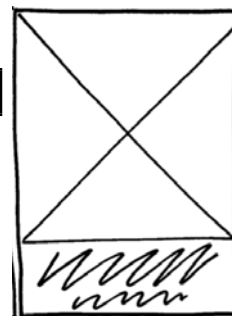
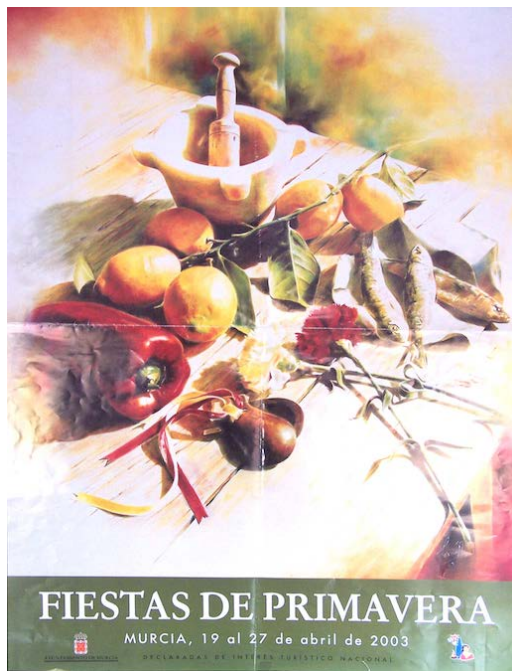
D.L.: MU-684-2003

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia. fiestas de Primavera de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: sardinas, pimiento, limones, flores y castañuelas

2) Lugar

3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
Murcia sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra & otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La ilustración presenta un bodegón donde se reúnen signos de cultura popular, tradiciones gastronómicas y muestras de la agricultura local murciana así como de la flora: el mortero que se utiliza en los guisos murcianos, los pimientos, limones y hojas de limonero (para hacer paparajotes) que caracterizan la región murciana, los claveles que se reparten en los tiestos de las casas de la huerta de Murcia. La mesa indica tradición al ser de madera, rústica, como las que amueblaban (y siguen utilizando) las casas de la huerta de Murcia.

Los claveles indican la estación del año en la que florecen de forma natural, la primavera.

Junto a estos elementos, un instrumento propio del folklore murciano, las castañuelas "postizas", adornadas con cintas que se mueven al son de las jotas y otras piezas musicales y coplas de raíz que se cantan y bailan para celebrar, divertirse y que propagan la alegría a las gentes del lugar. Todo ello alude al día del Bando de la Huerta.

Como signo de la segunda gran evento de la fiesta, el Entierro de la Sardina, aparece sobre la mesa un puñado de sardinas de barril o de cuba sobre el papel especial que se utiliza para prepararlas.

La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Fiesta, diversión, alegría, tradición, folklore, primavera y arte.

Otros datos

Año: 2003 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Foto del cartel del Archivo de Novograf MURCIA en primavera [Material gráfico]: desfile de las Flores, 23 de abril de 2003 ... / autor, Luis Garay. (1893-1956) - Murcia : Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Cultura y Festejos , 2003 (Imp. A. G. Novograf). - 1 lám. (cartel) : col. ; 69 x 48 cm D.L. MU 813-2003 1. Fiestas-Murcia-Carteles 398.33(460.33)(084.5)

AAlmudí «00»«a»Desfile de las Flores«h» [Material gráfico]«b» : Murcia en primavera 23 de abril de 2003 19 horas«c» / Autor Luis Garay (nintura al

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 69 x 49 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Murcia en primavera
Desfile de las Flores

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
Murcia 23 de abril de 2003

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Organiza: AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y Festejos
Patrocinan: Estrella de Levante El Corte Inglés MURCIA Aguas de Murcia
EMPRESA MUNICIPAL DE AGUAS Y SANEAMIENTO DE MURCIA/ Redyser
Transportes Urgentes/ ZONA COMERCIAL Bº DEL CARMEN/ Rincón de Pepe
GRAN CASINO MURCIA /MERCAMURCIA

5) Autor: Luis Garay si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf, S.A. si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

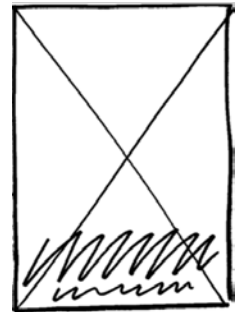
19 horas D.L. MU-813-2003

ELEMENTOS VISUALES

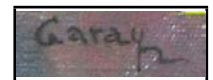
1) Tipo de ilustración pintura al óleo 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out C ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Cultura y Festejos. Estrella de Levante.El Corte Inglés.Aguas de Murcia. Redyser.Zona Comercial El Carmen. Gran casino Murcia. Mercamurcia.



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Bodegón de Flores

Fantástico

2) Lugar Casa Real

3) Tiempo Primavera soleada Indefinido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra & otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La ilustración es una muestra de la belleza de las flores y del adorno que proporcionan. En este caso se trata de un ramo en un jarrón improvisado, una jarra de agua lo que indica un contexto hogareño. La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

Año: 2004 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: http://servicios.laverdad.es/servicios/especiales/vecinos/pg040417/fotomurcia20.htm y portada revista en Todocolectión.net

Almudí. C-2004 (PM) (4 ej.) «1»«a»Pereñíguez, Vicente«ZZ0005915» «10»«a»Bando de la Huerta«h» [Material gráfico]«b» : Murcia, 13 de abril 2004 «c» / Vicente Pereñíguez. -- « »«a»Murcia«b» : Ayuntamiento, Concejalía de Cultura y Festejos [etc.] «c», 2004 « »«a»1 lám (cartel)«b» : col.«c» ; 68 x 49 cm « »«a»Antecede al tit.: Declarado de Interés Turístico Nacional «14»«a»Bando de la Huerta«z»-Murcia«j»-Carteles«ZZ0005917» « 4»«a»Murcia«x»-Fiestas«j»-Carteles«ZZ0004287

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 68 x 49 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Bando de la Huerta

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Murcia 13 de abril 2004

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y Festejos
MURCIA Turística
Región de Murcia Consejería de Turismo y Ordenación del Territorio Dirección de Promoción Turística
Federación Peñas Huertanas no se ve bien

5) Autor: Pereñíguez, Vicente si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADO DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL



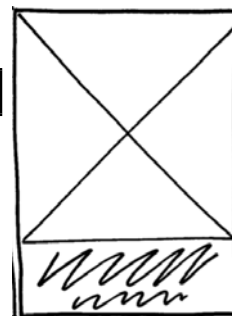
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento, Concejalía de Cultura y Festejos. Murcia Turística. Federacion de peñas Huertanas. CAM



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Grupo de Huertanos y burra

2) Lugar

3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
Murcia sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

El cartel es una estampa costumbrista que muestra a una huertana sobre una borriquilla, junto a una pareja de huertanos, en un paraje cercano a la ciudad, con la Catedral al fondo.

Convergencia denotación/connotación:

La escena muestra la huerta cercana a la ciudad y los huertanos que se adentran en ella. Las palmeras son un indicador de cercanía de la ciudad y su huerta ya que todo se salpica de estos árboles iconos de Murcia. Así mismo se pueden ver los edificios de la ciudad de lo cerca que están.

La Torre de la Catedral indica el lugar de encuentro y los trajes y objetos que rodean a los protagonistas no indican tradición, costumbres y folklore murciano.

Las caras alegres del grupo indican que la situación es alegre, relajada y divertida como lo son las fiestas.

Muestra la esencia de la fiesta que se anuncia, el Bando de la Huerta, donde se exalta, se transmite, se mantiene y se participa la cultura popular de Murcia y su huerta.

La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

El autor explicó que había intentado plasmar en su obra «la incorporación alegre y feliz de la huerta a la ciudad».

Año: 2004 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Foto del cartel del Archivo de Novograf
Desfile de las flores [Material gráfico]: 14 de abril Murcia 2004 / diseño M^a Ángeles Sánchez Alcázar. -- Murcia : Ayuntamiento de Murcia, 2004 (Novograf). -- 1 lám. (cartel) : il. ;99 x 60 cm D.L. MU 717-2004 1. Fiestas-Murcia-Carteles 398.33(460.33)(084.5) Almudi. C- 2004 «1»«a»Sánchez Alcázar, María Ángeles«ZZ0005893» «10»«a»Desfile de las flores«h» [Material gráfico]«b» : 14 de abril 19:00 h. Murcia 2004«c» / diseño, M^a Ángeles Sánchez Alcázar. -- « »«a»Murcia«b» : Ayuntamiento, Concejalía de Cultura y Festejos«c», D.L. 2004 « »«a»1 lám. (cartel)«b» : col.«c» ; 99 x59 cm D.L. « »«a»MU-717-2004 «14»«a»Fiestas de primavera«z»-Murcia«j»-Carteles«ZZ0005706» « 4»«a»Murcia«x»-Fiestas«j»-Carteles«ZZ0004287»

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 99 x60 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Desfile de las flores

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Murcia 14 de Abril 2004 19 h.

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia

5) Autor: DISEÑO: M^a ANGELES SANCHEZ ALCÁZAR si no

6) Imprenta: IMPRIME: A.G. NOVOGRAF, S.A. si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



Desfile de las Flores
14 de abril 19:00 h. Murcia 2004

3. OTROS TEXTOS

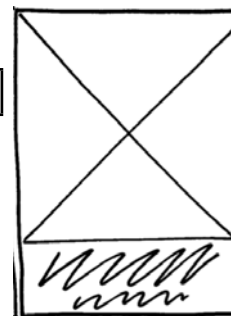
D.L.: MU-7171-2004

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL 1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Torre de la catedral, flores y limones.

2) Lugar

3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La ilustración es un canto a la primavera en Murcia.

A la Primavera murciana donde las flores son las protagonista como en el cartel. Pero no solo las flores, sino también toda la vegetación. Junto a las flores aparecen limones con hojas de limonero. Y el sol brilla radiante como expresa el fondo amarillo de la ilustración. En el cielo junto al sol hay una especie de serpentinas y brillos que indican fiesta y celebración.

La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Primavera, flores, fiesta, Murcia y arte.

Otros datos

Año: 2004 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: EN BR: DMUG 4656 Título: Entierro de la sardina 2004 [Material gráfico] : Murcia del 15 al 17 de abril / cartel Pepe Yagües. Editorial: Murcia : Ayuntamiento de Murcia [etc.], 2004 (Libecrom) Descripción física: 1 lám. (cartel) : il. ; 44 x 62 cm. Materias:

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 45 x 62 cm Y 63 x 88 cm Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Entierro de la Sardina

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
Murcia del 15 al 17 de abril 2004

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Agrupacion sardinera

5) Autor: Cartel Pepe Yagües

si no

6) Imprenta: Industrias gráficas Libecrom

si no



2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

declarado de interes tyristico nacional

3. OTROS TEXTOS

D.L.: MU-367-2004

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Agrupacion sardinera

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: personajes mitológicos, luna, caballo, sirena

2) Lugar

3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

La ilustración reproduce una obra de arte que consiste en una composición simbólica que reúne a seres mitológico como el minotauro y la sirena. Otros elementos como una persona dentro de una cabeza humana y la luna parecen hablar de la noche y los pensamientos del ser humano.

En relación al evento que anuncia encontramos los primeros elementos mencionados y la luna.

Otros datos

Año: 2004 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Foto del cartel del Archivo de Novograf
FIESTAS de primavera [Material gráfico]: Murcia 10 al 18 de abril 2004. -- Murcia : Ayuntamiento de Murcia, 2004 (Novograf). -- 1 lám. (cartel) : il. ; 69 x 49 cm
D.L. MU 330-2004
1. Fiestas-Murcia-Carteles
398.33(460.33)(084.5)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 69 x 49 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

10 al 18 de abril de 2004

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA

FIESTAS DE PRIMAVERA Murcia

5) Autor: Alfredo López

si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf, S.A.

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADAS DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL



3. OTROS TEXTOS

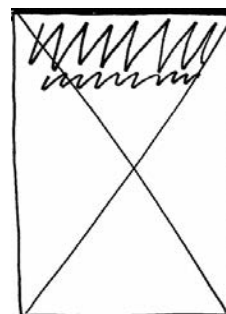
D.L.: MU-330-2004

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out A

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia. Fiestas de Primavera de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Pareja de Huertanos y Hachonero

Fantástico

2) Lugar Murcia Real

3) Tiempo Semana de Fiestas de clima primaveral Indefinido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
FP sombrerocalañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La composición presenta los dos eventos más importantes de las fiestas que se anuncian a través de los personajes que los protagonizan: el hachonero que es un icono del Entierro de la Sardina (ataviado con la túnica y capirote rayado y con la bengala en la mano) y la pareja de huertanos con el traje típico y en pleno movimiento.

La sardina que es el pez en torno al cual se organiza la fiesta del Sábado se integra en la composición en su medio, el mar.

La pareja con el traje regional de la huerta de Murcia transmite tradición popular y folklore

El cielo azul y las cenefas que flanquean el cartel con motivos vegetales hablan de la primavera, estación en la que tienen lugar las fiestas.

Otros datos

Año: 2005 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: foto http://servicios.laverdad.es/fiestas/fiestasprimavera05/cartelfoto.htm
AAlmudí (desde 2005)«1 »«a»Pereñíguez, Vicente«ZZ0005915» «10»«a»Bando de la Huerta«h» [Material gráfico]«b» : Murcia, 29 de marzo 2005 «c» / Vicente Pereñíguez. -- « »«a»Murcia«b» : Ayuntamiento, Concejalía de Cultura y Festejos [etc.] «c», 2005 « »«a»1 lám (cartel)«b» : col.«c» ; 68 x 46 cm « »«a»Precede al tit.: Declarado de Interés Turístico Nacional «14»«a»Bando de la Huerta«z»-Murcia«j»-Carteles«ZZ0005917» « 4»«a»Murcia«x»-Fiestas«j»-Carteles«ZZ0004287»

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 68 x 46 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Bando de la Huerta

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Murcia 29 de marzo 2005

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA Murcia
MURCIA Turística
Región de Murcia Consejería de Turismo y Ordenación del Territorio Dirección de Promoción Turística
AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y Festejos
Federación Peñas Huertanas

5) Autor: Pereñíguez, Vicente si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADO DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL



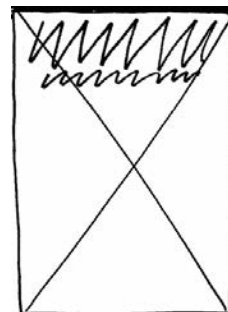
3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

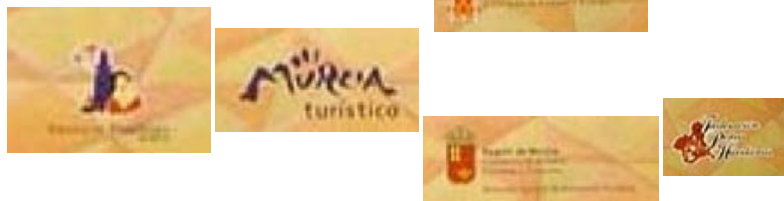
1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out A

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento, Concejalía de Cultura y Festejos.Fiestas de Primavera Murcia. Región de Murcia. Federacion de Peñas Huertanas.



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Pareja de Huertanos atando las esparteñas

Fantástico

2) Lugar Fantástico

3) Tiempo Indefinido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
Murcia sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

La obra refleja la belleza de la mujer huertana y la simpatía del huertano en el contexto de la vivienda clásica huertana. Los detalles hablan de tradición popular.
La luz y el color son los propios de la primavera en Murcia.
La catedral se ve desde la ventana, está cerca porque estamos en la huerta cercana.

Otros datos

Año: 2005 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Foto del Archivo de Novograf

En BR: Desfile de las flores [Material gráfico]: 30 de marzo, Murcia 2005 / [pintura] SÁNCHEZ PICAZO, Pedro (18631952) -- Murcia : Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Cultura y festejos , 2005 (Novograf). -- 1 lám. (cartel) : il. ; 70 x 48 cm D.L. MU 555-2005 1. Fiestas-Murcia-Carteles 398.33(460.33)(084.5)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 70 x 48 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Desfile de las flores

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

2005 30 de marzo

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y Festejos

5) Autor: Pintura Pedro Sánchez Picazo

si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf, S.A.

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

D.L. MU 555-2005

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia	<input type="checkbox"/> enaguamedia	<input type="checkbox"/> coron espina	<input type="checkbox"/> vara estante	<input type="checkbox"/> naz entero	<input type="checkbox"/> palmera	<input type="checkbox"/> bocinas	<input type="checkbox"/> clavos	<input type="checkbox"/> angel
	<input type="checkbox"/> imagen paso	<input type="checkbox"/> NtroPaJesús	<input type="checkbox"/> nazpenitente	<input type="checkbox"/> nazestante	<input type="checkbox"/> coloraos	<input type="checkbox"/> capuz	<input type="checkbox"/> flores	<input type="checkbox"/> cruz
	<input type="checkbox"/> detalle paso	<input type="checkbox"/> Virgen Dolor.	<input type="checkbox"/> mayordomo	<input type="checkbox"/> San Juan	<input type="checkbox"/> moraos	<input type="checkbox"/> burlas	<input type="checkbox"/> cirios	
	<input type="checkbox"/> detalle trono	<input type="checkbox"/> Prendimiento	<input type="checkbox"/> Crucificado	<input type="checkbox"/> Verónica	<input type="checkbox"/> manola	<input type="checkbox"/> azotes	<input type="checkbox"/> cetro	

Signos Murcia	<input type="checkbox"/> Torre Catedral	<input type="checkbox"/> Teatro Romea	<input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Imafronte	<input checked="" type="checkbox"/> Palmera	<input type="checkbox"/> Huerta	<input type="checkbox"/> Río
	<input type="checkbox"/> Puente Viejo	<input type="checkbox"/> Traje regional	<input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta	<input type="checkbox"/> Edificios	<input type="checkbox"/> Barraca	<input type="checkbox"/> Moneo	

Signos FP Murcia	<input type="checkbox"/> productos huerta	<input type="checkbox"/> aperos labranza	<input type="checkbox"/> burro/caballo	<input type="checkbox"/> huertana	<input type="checkbox"/> chaleco	<input checked="" type="checkbox"/> mueble	<input type="checkbox"/> dioses	<input checked="" type="checkbox"/> flores
	<input type="checkbox"/> sombrero calañés	<input type="checkbox"/> moño picaporte	<input type="checkbox"/> castañuelas	<input type="checkbox"/> huertano	<input type="checkbox"/> mantón	<input type="checkbox"/> bengala	<input type="checkbox"/> manta	<input type="checkbox"/> fuego
	<input type="checkbox"/> pareja huertanos	<input type="checkbox"/> niño huertano	<input type="checkbox"/> hachonero	<input type="checkbox"/> zaragüel	<input type="checkbox"/> carroza	<input type="checkbox"/> fartificia	<input type="checkbox"/> pájaro	<input type="checkbox"/> refajo
	<input type="checkbox"/> virgen fuensanta	<input type="checkbox"/> guitarra&otro	<input type="checkbox"/> esparteña	<input type="checkbox"/> montera	<input type="checkbox"/> barraca	<input type="checkbox"/> sardina	<input type="checkbox"/> gayao	<input type="checkbox"/> baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La ilustración es una muestra de la belleza de las flores e indica que es tiempo de flores puesto que se trata de un cesto donde se van poniendo las flores que se están cortando. El escenario es un jardín o patio de huerta donde abundan las flores de varias especies y donde brotan unas ramas de palmeras características de la huerta murciana.

Toda esta variedad de flores y vegetación significa que la primavera ha llegado y lo que vemos es su consecuencia: rosas, claveles, azahar, etc. La tonalidad del cuadro es sobre todo cálida (rojos, marrones, beiges, rosas, naranjas, amarillos) con unos toques de florecillas azules y el verde de las hojas y las ramas.

La luz del sol que enfoca las flores es signo de la primavera.

En el bodegón observamos dos elementos propios de los usos y costumbres de Murcia: la jarra y el cesto de mimbre. La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

Año: 2005 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: AAlmudí (desde 2005)«1 »«a»Gabarrón, Cristobal«ZZ0007249» «10»«a»Entierro de la Sardina«h» [Material gráfico]«b» : Murcia 31de marzo al 2 de abril 2005, declarado de interés turístico nacional«c» / Gabarrón. -- « »«a»Murcia«b» : Agrupación Sardinera [etc.]«c», 2005«f» (Industrias gráficas Libecrom) « »«a»1 lám. (cartel)«b» : col.«c» ; 88 x 63 cm D.L. « »«a»MU-121-2005 « »«a»1 lám. (cartel)«b» : col.«c» ; 62 x 45 cm D.L. « »«a»MU-121-2005

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 88 x 63 cm y 62 x 45 cm Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Entierro de la Sardina

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

31 DE MARZO AL 2 DE ABRIL 2005

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

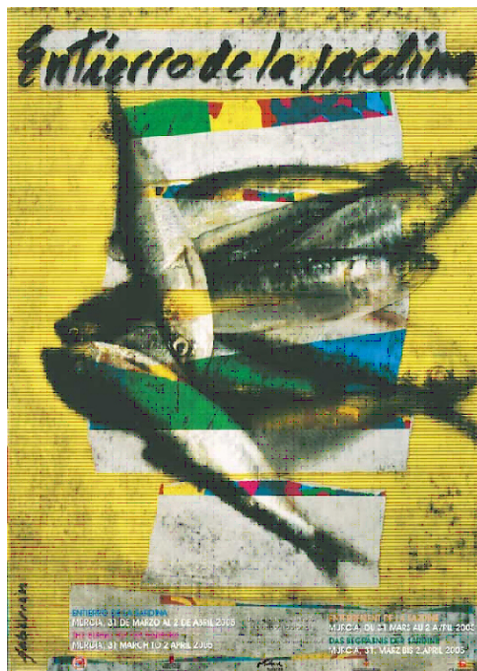
AGRUPACION SARDINERA MURCIA
Región de Murcia
MURCIA turística
AYUNTAMIENTO DE MURCIA
CAJAMURCIA

5) Autor: Gabarrón

si no

6) Imprenta: Industrias gráficas Libecrom

si no



2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

Declarado de Interés Turístico Nacional
ENTIERRO DE LA SARDINA 31 DE MARZO AL 2 DE ABRIL 2005
TRADUCIDO A TRES IDIOMAS

3. OTROS TEXTOS

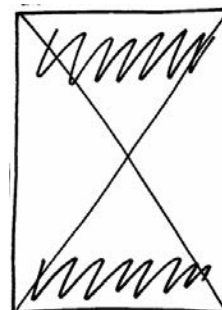
D.L.: MU-121-2005

ELEMENTOS VISUALES

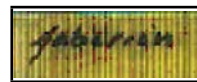
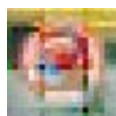
1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out D

3) Identidad Gráfica: si no

Agrupación Sardinera. Región de Murcia. Murcia Turística. Ayuntamiento de Murcia. Cajamurcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Sardinas

Fantástico

2) Lugar Fantástico

3) Tiempo Indefinido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra & otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

La sardina, icono de la fiesta que se anuncia es la protagonista de esta composición artística. El fondo amarillo alude a las luces y al fuego que protagoniza el desfile y la posterior quema de la sardina con que finalizan las Fiestas de Primavera en la ciudad.

La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

Año: 2005 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Foto yo de BR: FIESTAS primavera [Material gráfico]: 26 marzo a 3 abril, 2005. -- Murcia : Ayuntamiento de Murcia, 2005 (Novograf). -- 1 lám. (cartel) : il. ; 69 x 49 cm D.L. MU 424-2005 1. Fiestas-Murcia-Carteles 398.33(460.33)(084.5)
AAlmudí (desde 2005) C-2005 (PM) «1 »«a»Fernández, Luis J.«ZZ0002380» «10»«a»Fiestas de Primavera«h» [Material gráfico]«b» : 26 de marzo al 3 de abril de 2005«c» / Luis Fernández. -- « »«a»Murcia«b» : Ayuntamiento«c», D.L. 2005 « »«a»1 lám. (cartel)«b» : col.«c» ; 69 x 49 cm « »«a»Cartel dedicado y firmado por el autor D.L. « »«a»MU-424-2005 « 4»«a»Fiestas de primavera«z»-Murcia«j»-Carteles«ZZ0005706» « 4»«a»Murcia«x»-Fiestas«j»-Carteles«ZZ0004287»

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 69 x 49 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

fiestas de primavera

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
26 marzo 3 de abril de 2005

4) Anunciante:organiza y colabora: si no
AYUNTAMIENTO DE MURCIA
FIESTAS DE PRIMAVERA Murcia

5) Autor: Fernández, Luis J. si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

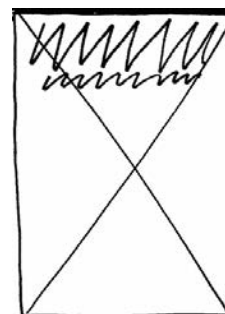
D.L. MU 424-2005

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out A

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia. Fiestas de Primavera Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: sardinas de barril y guitarra en silla huertana Fantástico

2) Lugar Casa de huerta Real

3) Tiempo Hace sol Indefinido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
FP sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La escena nos sitúa en un entorno rural. La silla característica de las casas de huerta junto con la cuba donde están las sardina de barril nos habla de tradiciones y costumbres populares en este caso gastronómicas y de enseres y mobiliario. La guitarra española adornada con las cintas suma a todo lo anterior un elemento de fiesta con música, canto y baile. Se trata de folklore popular, de bailes regionales.

Todo lo anterior alude a la jornada festiva llamada Bando de la Huerta que es una de los dos eventos más relevantes de las fiestas que se anuncian.

Al significado de las sardina como signo de los productos típicos de Murcia hay que añadir su función como signo icónico de la otra fiesta importante que es el Entierro de la Sardina con la que culminan y finalizan los festejos primaverales en la ciudad.

La luz del sol radiante que entra en la estancia da señales de la estación que se celebra, la primavera, con todos los beneficios que proporciona al pueblo murciano.

Cartel dedicado y firmado por el autor lo que imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

Año: 2006 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: A.Almudí (desde 2005) «1»«a»Cánovas, Francisco«ZZ0001275» «10»«a»Bando de la Huerta«h» [Material gráfico]«b» : 18 de abril 2006 Murcia«c» / Francisco Cánovas. -- « »«a»Murcia«b» : Ayuntamiento, Concejalía de Cultura y Festejos [etc.]«c», 2006 « »«a»1 lám (cartel)«b» : col.«c» ; 68 x 48 cm « »«a»Declarado de Interés Turístico Naciona l

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 68 x 48 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

BANDO DE LA HUERTA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

18 ABRIL 2006

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA Murcia
MURCIA Turística
Región de Murcia Consejería de no se lee
AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y Festejos
Federación Peñas Huertanas

5) Autor:Francisco Cánovas si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADO DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL
FIESTA OF SPECIAL INTEREST TO SPANISH TOURIST 18 TH APRIL 2006

3. OTROS TEXTOS

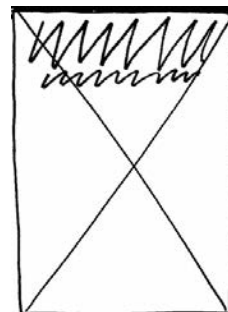


ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out A

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento, Concejalía de Cultura y Festejos.Fiestas de Primavera Murcia. Región de Murcia.
Federacion de Peñas Huertanas.



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:Figura de huertano con iris

Real

2) Lugar Ciudad de Murcia Real

3) Tiempo Día soleado de martes de fiestas de Primavera Definido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
Murcia sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

El cartel de fondo amarillo y naranja alude al sol de la primavera murciana. Otro signo de primavera es la flor que lleva prendida en la montera el huertano que en este caso es un iris morado propio de la estación pero poco habitual en este uso.

La escena ocurre en Murcia información transmitida por el icono más utilizado para su distinción: Torre de la Catedral.

El protagonista es un varón vestido de huertano como es característico de la fiesta que se anuncia.

El traje regional transmite el significado de tradición y folklore popular lo que conecta con la esencia de este evento: expresar los valores de las costumbres y tradiciones de esta localidad, la cultura popular murciana que se celebra el día del Bando de la Huerta, una fiesta de exaltación de la huerta del Segura, el mantenimiento y transmisión de esta cultura autóctona a las siguientes generaciones y la posibilidad de compartirla con todas las gentes que acudan a Murcia en este día.

La escena ocurre en Murcia información transmitida por el icono más utilizado para su distinción: Torre de la Catedral y el mafronte.

La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

Año: 2006 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Imagen encontrada en inetrnet http://www.regmurcia.com/servlet/s.SI?sit=c,371,m,1447&r=ReP-12158-DETALLE_REPORTAJESABUELO

A.Almudí (desde 2005)«1 »«a»Mir, Antonio«ZZ0001222»«10»«a»Entierro de la Sardina«h» [Material gráfico]«b» :Murcia del 20 al 22 de abril 2006, declarado de interés turístico nacional«c» / Mir. -- « »«a»Murcia«b» : Agrupación Sardinera [etc.]«c», 2006«f» (Industrias gráficas Libecrom) « »«a»1 lám. (cartel)«b» : col.«c» ; 62 x 45 cm D.L. « »«a»MU-407-2006

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 62 x 45 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

ENTIERRO DE LA SARDINA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

DEL 20 AL 22 DE ABRIL 2006

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

AGRUPACION SARDINERA MURCIA
Región de Murcia
MURCIA turística
AYUNTAMIENTO DE MURCIA
CAJAMURCIA

5) Autor: Antonio Mir no se ve

si no

6) Imprenta: Industrias gráficas Libecrom

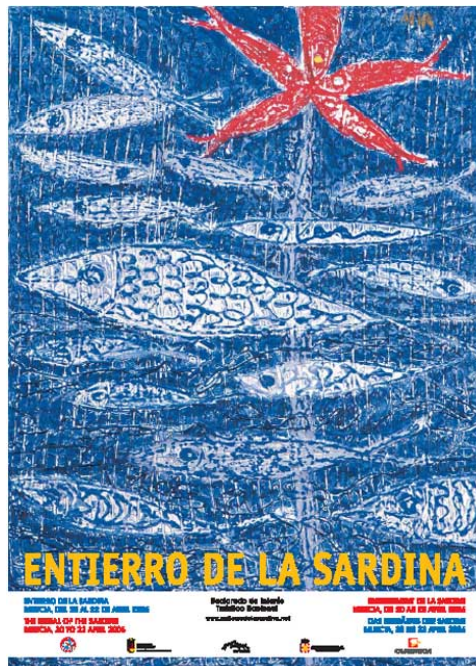
si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

Declarado de Interés Turístico Nacional
ENTIERRO DE LA SARDINA MURCIA, DEL 20 AL 22 DE ABRIL 2006
TRADUCIDO A TRES IDIOMAS inglés, francés y alemán.

3. OTROS TEXTOS



ELEMENTOS VISUALES

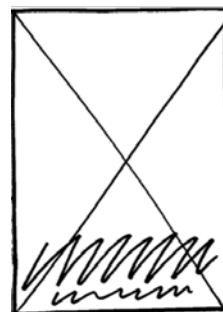
1) Tipo de ilustración Pintura de autor

2) Margen A sangre

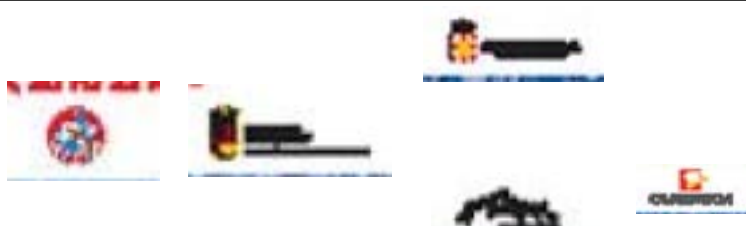
3) Tipo lay out C ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Agrupación Sardinera. Región de Murcia. Murcia Turística. Ayuntamiento de Murcia. Cajamurcia.



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Sardinas formando flor o palmera

Real

2) Lugar Mar

Real

3) Tiempo indefinido

Indefinido

Signos

SS Murcia

- | | | | | | | | |
|--|--|---------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> enaguamedia | <input type="checkbox"/> coron espina | <input type="checkbox"/> vara estante | <input type="checkbox"/> naz entero | <input type="checkbox"/> palmera | <input type="checkbox"/> bocinas | <input type="checkbox"/> clavos | <input type="checkbox"/> angel |
| <input type="checkbox"/> imagen paso | <input type="checkbox"/> NtroPaJesús | <input type="checkbox"/> nazpenitente | <input type="checkbox"/> nazestante | <input type="checkbox"/> coloraos | <input type="checkbox"/> capuz | <input type="checkbox"/> flores | <input type="checkbox"/> cruz |
| <input type="checkbox"/> detalle paso | <input type="checkbox"/> Virgen Dolor. | <input type="checkbox"/> mayordomo | <input type="checkbox"/> San Juan | <input type="checkbox"/> moraos | <input type="checkbox"/> burlas | <input type="checkbox"/> cirios | |
| <input type="checkbox"/> detalle trono | <input type="checkbox"/> Prendimiento | <input type="checkbox"/> Crucificado | <input type="checkbox"/> Verónica | <input type="checkbox"/> manola | <input type="checkbox"/> azotes | <input type="checkbox"/> cetro | |

Signos

Murcia

- | | | | | | | |
|---|---|---|------------------------------------|---|---------------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Torre Catedral | <input type="checkbox"/> Teatro Romea | <input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento | <input type="checkbox"/> Imafronte | <input checked="" type="checkbox"/> Palmera | <input type="checkbox"/> Huerta | <input type="checkbox"/> Río |
| <input type="checkbox"/> Puente Viejo | <input type="checkbox"/> Traje regional | <input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta | <input type="checkbox"/> Edificios | <input type="checkbox"/> Barraca | <input type="checkbox"/> Moneo | |

Signos

FP

Murcia

- | | | | | | | | |
|---|--|--|-----------------------------------|----------------------------------|---|---------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> productos huerta | <input type="checkbox"/> aperos labranza | <input type="checkbox"/> burro/caballo | <input type="checkbox"/> huertana | <input type="checkbox"/> chaleco | <input type="checkbox"/> mueble | <input type="checkbox"/> dioses | <input checked="" type="checkbox"/> flores |
| <input type="checkbox"/> sombrero calañés | <input type="checkbox"/> moño picaporte | <input type="checkbox"/> castañuelas | <input type="checkbox"/> huertano | <input type="checkbox"/> mantón | <input type="checkbox"/> bengala | <input type="checkbox"/> manta | <input type="checkbox"/> fuego |
| <input type="checkbox"/> pareja huertanos | <input type="checkbox"/> niño huertano | <input type="checkbox"/> hachonero | <input type="checkbox"/> zaragüel | <input type="checkbox"/> carroza | <input type="checkbox"/> artificia | <input type="checkbox"/> pájaro | <input type="checkbox"/> refajo |
| <input type="checkbox"/> virgen fuensanta | <input type="checkbox"/> guitarra&otro | <input type="checkbox"/> esparteña | <input type="checkbox"/> montera | <input type="checkbox"/> barraca | <input checked="" type="checkbox"/> sardina | <input type="checkbox"/> gayao | <input type="checkbox"/> baile |

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La imagen es un mar repleta de sardinas plateadas.

Un grupo de sardinas pintadas de rojo forman los pétalos de una flor y el tallo lo dibuja un rastro en el agua.

Esta composición tiene varios significados pues recuerda por la forma a una palmera vinculada a la imagen de la ciudad de Murcia y a los fuegos artificiales de la noche del Entierro de la Sardina con que se clausuran las Fiestas de Primavera.

El valor artístico de la obra que ilustra el cartel se transfiere a la fiesta anunciada y al propio anuncio.

Otros datos

Año: 2006 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Foto del Archivo de Novograf
BR: FIESTAS de primavera, Murcia del 15 al 23 de abril de 2006 [Material gráfico]. -- Murcia : Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Cultura y Festejos , 2006 (A.G. Novograf). -- 1 lám. (cartel) : il. ; 99 x 69 cm D.L. MU 497-2006 1. Fiestas-Murcia-Carteles 398.33 (460.33)(084.5)

A.Almudi (desde 2005«1 »«a»Terrés, Rafael«ZZ0007638» «10»«a»Fiestas de Primavera«h» [Material gráfico]«b» : Murcia, del 15 al 23 de abril de 2006«c» / Rafael Terrés. -- « »«a»Murcia«b» : Ayuntamiento, Concejalía de Cultura y Festejos «c». D.L. 2006 « »«a»1 lám. (cartel)«b» : col.«c» : 98 x 69 cm D.L. « »«a»MU-497-2006

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 98 x 69 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Fiestas de PRIMAVERA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

del 15 al 23 de abril de 2006

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

FIESTAS DE MURCIA
AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y Festejos

5) Autor:Rafael Terrés

si no

6) Imprenta:

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

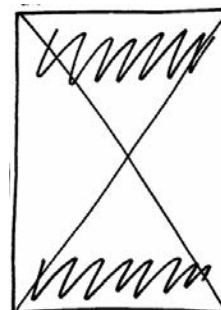
D.L.: MU-497-2006

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento, Concejalía de Cultura y Festejos. Fiestas de Primavera de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1)Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:Huertanos y hachoneros en la Plaza Belluga

2) Lugar

3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
Murcia sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

El cartel sitúa lo anunciado en Murcia mediante su icono urbano más representativo, la Torre de la Catedral junto a la plaza de Belluga, iluminado por el sol radiante.

Esta luz indica primavera y buen clima de primavera.

El ambiente festivo destaca entre otros elementos por el manojito de globos de colores que flota sobre las cabezas de la gente que llena la plaza. Son fiestas para todos pues se disfrutan en la calle al aire libre.

Que son tiempos de fiesta lo indica el atuendo de los viandantes que representan los dos eventos más relevantes de las Fiestas de Primavera: los huertanos de todas las edades con sus trajes regionales y los hachoneros que representan al Entierro de la Sardina. Y fiestas populares para todos los gustos y que se pueden disfrutar en familia.

La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

El texto de la Identidad de las Fiestas de Primavera se sustituye por FIESTAS DE MURCIA en los carteles genéricos de las Fiestas de Primavera pero continúa con el texto específico en el cartel del Bando de la Huerta.

Año: 2007 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: A.Almudí (desde 2005) «00»«a»Bando de la Huerta«h» [Material gráfico]«b» : declarado de interés turístico nacional, 10 de abril 2007 Murcia «c» / Víctor Rosique. -- « »«a»Murcia«b» : Ayuntamiento, Concejalía de Cultura y Festejos [etc.]«c», 2007 « »«a»1 lám (cartel)«b» : col.«c» ; 68 x 48 cm D.L. « »«a»MU-95-2006 (sic)«1 »«a»Rosique, Víctor«ZZ0007348»

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 68 x 48 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

BANDO DE LA HUERTA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Murcia 10 de abril 2007

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA MURCIA
MURCIA Turística
Región de Murcia Consejería de xxxx yxxxx Dirección General de Promoción Turística
AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y Festejos
Federación Peñas Huertanas

5) Autor: Rosique, Víctor si no

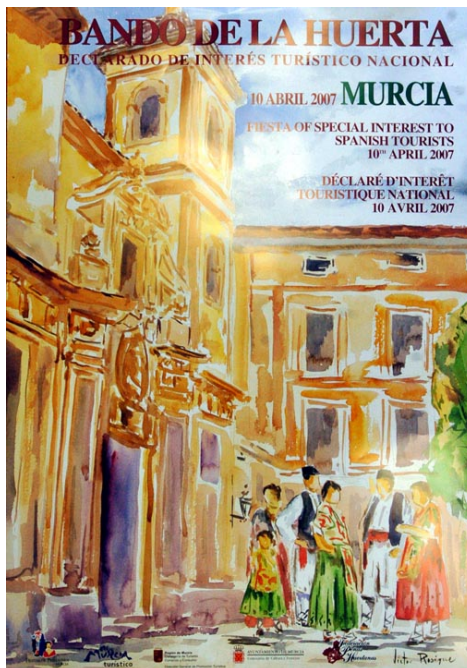
6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADO DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL traducido a inglés y francés con la fecha y el año

3. OTROS TEXTOS

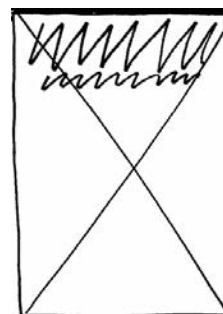
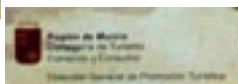
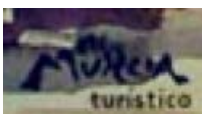


ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out A

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia, Fiestas de Primavera Murcia, Murcia turística, Región de Murcia, Federación de Peñas Huertanas.



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Huertanos en San Juan de Dios Real

2) Lugar Plaza de Murcia Real

3) Tiempo Martes primaveral de fiestas Definido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La imagen costumbrista del grupo de huertanos de todas las edades, adultos y niños, que el día del Bando se visten con el traje regional para celebrar una jornada de exultación de la cultura popular murciana con actividades folklóricas y muestra en el desfile principal de la riqueza del pueblo. Las plataformas representan escenarios donde se muestran las costumbres en el modo de cocinar, tejer, jugar, etc. en escenarios donde se muestra el mobiliario y utensilios propios de la huerta, y los grupos cantan y bailan al son de los instrumentos locales. La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

Año: 2007 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Desfile de las flores [Material gráfico]: 11 de abril , 2007. -- Murcia : Ayuntamiento de Murcia, 2007 (Novograf). -- 1 lám. (cartel) : il. ; 69 x 45 cm D.L. 766-2007 1. Fiestas-Murcia-Carteles 398.33(460.33)(084.5) A.Almudí (desde 2005) «00»«a»Desfile de las flores«h» [Material gráfico]«b» : miércoles, 11 de abril, 19 horas, Murcia 2007«c» / Ángel Pina Nortés. -- « »«a»Murcia«b» : Ayuntamiento, Concejalía de Cultura y Festejos«c», D.L. 2007«f» (A.G. Novograf) « »«a»1 lám. (cartel)«b» : col.«c» ; 70 x 45 cm « »«a»Bodegón con flores D.L. « »«a»MU-766-2007 «1 »«a»Pina Nortés, Ángel«d» (1932-)«ZZ0007806»

Estado Localizado NO imagen Tamaño si no 70 x 45 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Desfile de las flores

2) Lugar: si no

Murcia

3) Fechas: si no

miércoles, 11 de abril, 19 horas, Murcia 2007

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Ayuntamiento, Concejalía de Cultura y Festejos

5) Autor: Pina Nortés, Ángel

si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

miércoles, 19 horas

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL 1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río
Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
FP sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso:

Bodegón con flores

Convergencia denotación/connotación:

Otros datos

Año: 2007 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: A.Almudí (desde 2005)«00»«a»Entierro de la Sardina«h» [Material gráfico]«b» : Murcia del 12 al 14 de abril 2007«C» / Muher. -- « »«a»Murcia «b» : Agrupación Sardinera [etc.]«c», 2007«f» (Industrias gráficas Libecom) « »«a»1 lám. (cartel)«b» : col.«c» ; 69 x 42 cm « »«a»Fiesta de Interés Turístico Internacional

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 69 x 42 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Entierro de la Sardina

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no
Murcia del 12 al 14 de abril 2007

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Región de Murcia
MURCIA turística
AYUNTAMIENTO DE MURCIA
Entierro de la Sardina
AGRUPACION SARDINERA MURCIA
CAJAMURCIA

5) Autor: Muher si no

6) Imprenta: Industrias gráficas Libecom si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

Fiesta de Interés Turístico Internacional
ENTIERRO DE LA SARDINA MURCIA, DEL 12 AL 14 DE ABRIL 2007
TRADUCIDO A TRES IDIOMAS

3. OTROS TEXTOS

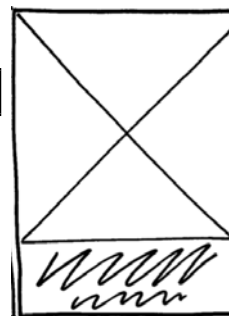
www.entierrodelasardina.es

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out F ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Entierro de la Sardina, Región de Murcia, Murcia turística, Ayuntamiento de Murcia, xxxx, CajaMurcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Hachoneros en la quema de la sardina Fantástico

2) Lugar La Glorieta de Murcia Fantástico

3) Tiempo Sábado noche de fiestas de Primavera Indefinido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
FP sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

El colorido de la obra expresa la estética de la noche de la quema de la sardina donde el azul de la oscuridad de la noche provoca que todo lo que hay alrededor del fuego brille con intensidad en los colores cálidos de las llamas: rojo , naranja y amarillo.

La explosión de color transmite los colores de la primavera, la fiesta y la alegría y diversión.

Los iconos de esta fiesta protagonizan el cartel: los hachoneros con su atuendo de rayas y capirote y el gran pez que arede para dar por finalizadas las fiestas de primavera en la ciudad.

La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

POR PRIMERA VEZ:

Fiesta de Interés Turístico Internacional

NUEVA IDENTIDAD del Entierro

y dirección web del entierro

Año: 2007 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Foto yo del ejemplar recogido en la oficina de turismo BR: FIESTAS de primavera 2007 [Material gráfico]: Murcia, del 7 al 15 de abril / [diseño] Miguel Vivo. -- Murcia : Ayuntamiento de Murcia, 2007 (Novograf). -- 1 lám. (cartel) : il. ; 96 x 50 cm D.L. MU 697-2007 1. Fiestas-Murcia-Carteles 398.33(460.33)(084.5)
A.Almudí (desde 2005) «00»«a»Fiestas de Primavera«h» [Material gráfico]«b» : Murcia, del 7 al 15 de abril de 2007«c» / Miguel Vivo. -- « » «a»Murcia«b» : Ayuntamiento, Concejalía de Cultura y Festejos «c», D.L. 2007«f» (A.G. Novograf) « »«a»1 lám. (cartel)«b» : col.«c» ; 98 x 69 cm D.L. « »«a»MU-697-2007

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 98 x 69 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Fiestas de Primavera

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Murcia 2007 del 7 al 15 de abril

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

FIESTAS DE MURCIA
AYUNTAMIENTO DE MURCIA

5) Autor: Miguel Vivo si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

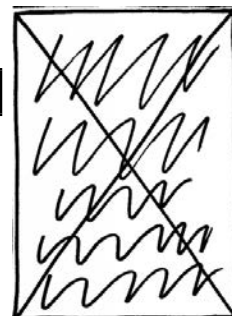
D.L.: 697-2007

ELEMENTOS VISUALES

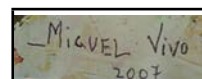
1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out E

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento, Concejalía de Cultura y Festejos. Fiestas de Primavera Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Claveles y sardina Real

2) Lugar Indeterminado Real

3) Tiempo Clima primaveral Definido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
Murcia sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

En este cartel se integran dos signos: el clavel y la sardina. Cada uno de ellos representa uno de los dos eventos más representativos de las fiestas que se anuncian que son, respectivamente, el Bando de la Huerta y el Entierro de la Sardina. Esta flor es la que normalmente se utiliza para adornar el pelo y se coloca en el escote y en la montera del traje regional huertano.

Los claveles soportan así mismo el significado de la estación que da nombre a las fiestas que es la Primavera. El cambio del invierno al verano que propicia la vida, la fecundidad de la tierra y de las especies animales que se alimentan de ella. el fondo dorado de la imagen expresa la luz y el sol de esta estación que con los colores complementarios, verde y rojo provoca el brillo transmite alegría. Ambos aspectos propios de las fiestas. La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

Año: 2008 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: A.Almudí (desde 2008) «00»«a»Bando de la Huerta«h» [Material gráfico]«b» : declarado de interés turístico nacional, 25 de marzo 2008 Murcia«c» / Hurtado Mena. -- « »«a»Murcia«b» : Ayuntamiento, Concejalía de Fiestas y Cultura Popular [etc.]«c», 2008 « »«a»1 lám (cartel)«b» : col.«c» ; 68 x 48 cm «1 »«a»Hurtado Mena, José«ZZ0004500»

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 68 x 48 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

BANDO DE LA HUERTA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

25MARZO 2008

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA MURCIA
MURCIA Turística
Región de Murcia Consejería de Turismo y Comercio Dirección General de Promoción Turística?no se lee bien
AYUNTAMIENTO DE MURCIA Concejalía de Cultura y Festejos
Federación Peñas Huertanas

5) Autor: Hurtado Mena, José" si no

6) Imprenta: A.G. Novograf si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADO DE INTERES TURISTICO NACIONAL TRADUCIDO AL INGLÉS Y FRANCÉS

3. OTROS TEXTOS



ELEMENTOS VISUALES

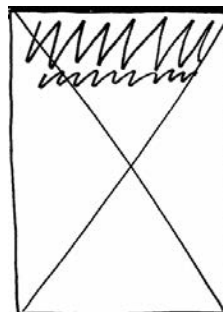
1) Tipo de ilustración Pintura de autor

2) Margen A sangre

3) Tipo lay out A ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento, Concejalía de Cultura y Festejos.Fiestas de Primavera Murcia. Región de Murcia. Federación de Peñas Huertanas.



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Huertana sirviendo agua Real

2) Lugar Huerta de Murcia cercana a la capital Real

3) Tiempo Martes primaveral de fiestas Indefinido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña monterra barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La escena muestra la huerta cercana a la ciudad y los huertanos que se adentran en ella. Las palmeras son un indicador de cercanía de la ciudad y su huerta ya que todo se salpica de estos árboles iconos de Murcia. Así mismo se pueden ver los edificios de la ciudad de lo cerca que están.

La Torre de la Catedral indica el lugar de encuentro y los trajes y objetos que rodean a los protagonistas no indican tradición, costumbres y folklore murciano.

La caras alegres del grupo indican que la situación es alegre, relajada y divertida como lo son las fiestas.

Muestra la esencia de la fiesta que se anuncia, el Bando de la Huerta, donde se exalta, se transmite, se mantiene y se participa la cultura popular de Murcia y su huerta.

La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

Entre ellas está la composición de la cabeza del Bando de la Huerta que este año contará con diecinueve plataformas costumbristas, cuatro más de las acostumbradas.

Entre las novedades del Bando de la Huerta está la plataforma del esquilador, donde se esquilarán borregos en directo, para que el público vea como se hacía.

También irá una plataforma representando un carril de bolos huertanos, recordando los juegos típicos de la huerta. Sobre un fondo que representa la Catedral y un jardín irán las bolilleras haciendo sus primorosos encajes

Año: 2008 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Foto recortada de http://www.regmurcia.com/servlet/s.Si?sit=i,1,a,0,c,458&r=NoP-19885-DETALLE_NOTICIA
Sobre un fondo que representa la Catedral y un jardín irán las bolilleras haciendo sus primorosos encajes
A.Almudí (desde 2008) «00»«a»Desfile de las flores«h» [Material gráfico]«b» miércoles, 26 de marzo, 19 h, Murcia 2008«c» / Manuel Muñoz Barberán. -- « »«a»Murcia«b» : [Ayuntamiento de Murcia]«c», D.L. 2008«f» (A.G. Novograf) « »«a»1 lám. (cartel)«b» : col.«c» ; 69 x 40 cm « »«a»Homenaje a Manuel Muñoz Barberán D.L. « »«a»MU-501-2008 «1 »«a»Muñoz Barberán, Manuel«ZZ0000679»

Estado Localizado NO imagen Tamaño si no 69 x 40 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Desfile de las FLORES

2) Lugar: si no

Murcia

3) Fechas: si no

MIÉRCOLES 26 de MARZO

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

MURCIA

5) Autor:Homenaje a Manuel Muñoz Barberán

si no

6) Imprenta: A.G. Novograf

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

19 H.

ELEMENTOS VISUALES

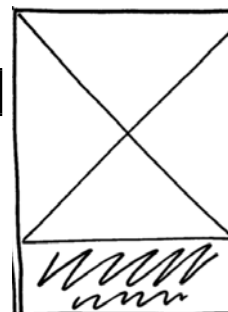
1) Tipo de ilustración pintura Molina

2) Margen Sin Marco Con Marco

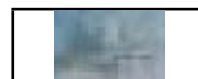
3) Tipo lay out F ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Jarrón con jazmines

Real

2) Lugar Casa Real

3) Tiempo Primavera luz

Definido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
Murcia sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La imagen expresa la belleza y elegancia del desfile de las flores con un ramo de jazmines puestos en agua en un jarrón de cristal fino. El fondo de la imagen es como el azul del cielo despejado y luminoso de la estación que se celebra, la primavera. La flor elegida para representar a todas las variedades que se cultivan en Murcia y alrededores es una flor que no se puede cortar sino en rama y muy delicada porque si se corta se marchita rápidamente, es decir, es delicada y frágil pero muy bonita. La obra del pintor traspasa los valores artísticos al evento anunciado y al cartel.

Otros datos

La concejalía de Fiestas y Cultura Popular, que dirige Rafael Gómez, ha editado 1.500 ejemplares de cada cartel.

Año: 2008 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: EM BR: DMUG 4935 Título:The burial of the sardine Murcia [Material gráfico] = Entierro de la sardina Murcia, 27 to 29 march 2008 / cartel de Carlos Callizo.Editorial:Murcia : [s.n.], 2008 (Industrias Gráficas Libecrom)Descripción física:1 lám. (cartel) : il. ; 69 x 50 cm.Materias:Fiestas-Murcia-CartelesAutores:Callizo, Carlos (1965-)Campos con etiquetas especiales A.Almudí (desde 2008) «00»«a»Entierro de la Sardina«h» [Material gráfico]«b» : Murcia del 27 al 29 de marzo 2008«c» / cartel Carlos Callizo. -- « »«a»Murcia«b» : Agrupación Sardinera [etc.]«c», 2008«f» (Industrias gráficas Libecrom) « »«a»1 lám. (cartel)«b» : col.«c» ; 69 x 50 cm « »«a»Fiesta de Interés Turístico Internacional D.L. « »«a»MU-144-2008

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 69 x 50 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

ENTIERRO DE LA SARDINA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

DEL 27 AL 29 DE MARZO 2008

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Región de Murcia CONSEJERÍA ETC, NO SE LEE BIEN
MURCIA turística
AYUNTAMIENTO DE MURCIA
Entierro de la Sardina
AGRUPACION SARDINERA MURCIA
CAJAMURCIA

5) Autor: Carlos Callizo

si no

6) Imprenta: Industrias gráficas Libecrom

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

FIESTA DE INTERÉS TURÍSTICO INTERNACIONAL
ENTIERRO DE LA SARDINA MURCIA, DEL 27 AL 29 DE MARZO 2008
TRADUCIDO A TRES IDIOMAS

3. OTROS TEXTOS

D.L.: MU-144-2008 www.entierrodelasardina.net

ELEMENTOS VISUALES

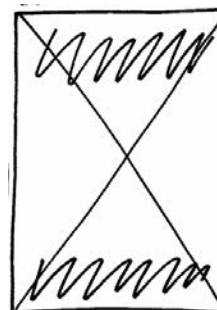
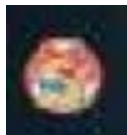
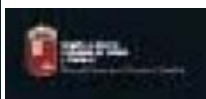
1) Tipo de ilustración Pintura de autor

2) Margen A sangre

3) Tipo lay out D ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Agrupación Sardinera. Región de Murcia. Ayuntamiento de Murcia. CajaMurcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Hachoneros con bengalas y sardina con fuego ante el público

Fantástico

2) Lugar Calles de Murcia

Real

3) Tiempo Sábado noche de fiestas de Primavera

Definido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

El cartel es una explosión de fuego y brillos, luz y calor para una noche mágica.

La fiesta se sitúa en plena calle y lo vemos en la afluencia de público que se recorta y se amontona contemplando la escena. y que indica que es una fiesta en la que se participa.

Los signos que representan a la fiestas son los reconocidos hachoneros con sus atuendos habituales, capirote pintiagudo y bengala en mano que rodean al tiempo que saltan a la protagonista de la noche: la sardina. El gran pez está rodeado por las llamas en el acto final de la noche y de las fiestas, la quema de la sardina, y aparece en dorado chispeante que alude a la fantasía de la fiesta y a las luces y fuegos artificiales que acompañan a este fin de fiestas. La noche expresada con el color negro de parte del público que se va iluminando conforme se acerca a la imagen central.

Rojo, negro y dorado es una combinación de color de fiesta nocturna.

Fiesta, diversión, calor, participación.

La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

Año: 2008 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: En BR: FIESTAS de primavera 2008, Murcia del 22 al 30 de marzo
[Material gráfico]/ pintura, Molina Sánchez. -- Murcia : [s.n.],
2008 (A.G. Novograf). -- 1 lám. (cartel) : il. ; 72 x 70 cm
D.L. MU 472-2008
1. Fiestas-Murcia-Carteles
398.33(460.33)(084.5)

A Almuñé (desde 2008) «00»«a»Fiestas de Primavera 2008«h» [Material gráfico]«h» : Murcia del 22 al 30 de marzo de 2008«c» /

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 71 x 70 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Fiestas de Primavera

2) Lugar: si no

Murcia

3) Fechas: si no

2008 DEL 22 AL 30 DE MARZO

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

FIESTAS DE MURCIA
MURCIA

5) Autor: Pintura Molina Sánchez

si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf

si no



Fiestas de Primavera 2008
Murcia DEL 22 AL 30 DE MARZO

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

D.L. MU 472-2008

ELEMENTOS VISUALES

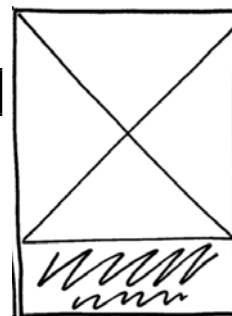
1) Tipo de ilustración

2) Margen

3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia. Fiestas de Primavera Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Jarrones huertanos con flores

2) Lugar

3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La imagen es un canto a la estación de las flores en Murcia, la primavera. Y lo muestra en tres jarrones de estilo murciano -una jarra de novia, un jarrón de cristal y un búcaro adornado- repletos de flores de todos los colores que alegran y transmiten vida movimiento y colorido. Todo ello se vive en las calles de la ciudad y de la huerta de Murcia acompañado de los aromas de las flores, es el espíritu de la primavera.

El fondo blanco expresa la luz de la primavera en Murcia que hace vibrar los colores de la naturaleza.

La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

La concejalía de Fiestas y Cultura Popular, que dirige Rafael Gómez, ha editado 1.500 ejemplares de cada cartel.

El primero de ellos, obra de Molina Sánchez, representa tres jarrones cuajados de flores, en su peculiar, inconfundible y colorista estilo. Con este cuadro de Molina Sánchez, uno de los principales representantes de la pintura regional, el Ayuntamiento quiere reflejar el espíritu de la primavera murciana, que llena de aromas y de colores las calles de la ciudad y de la huerta.

Año: 2009 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: de las flores [Material gráfico] : miércoles, 15 de abril, 18 horas, Murcia 2009 / autor, Willy Ramos. -- Murcia : Ayuntamiento de Murcia, 2009 (Novograf). -- 1 lám. (cartel) : il. ; 91 x 59 cm
D.L. MU 1348-2009
1. Folklore-Cardes
398(084.5)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 91 x 59 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

DESFILE DE LAS FLORES

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

Miercoles, 15 de abril 2009 18 horas

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Ayuntamiento de Murcia

5) Autor: Autor Willy Ramos

si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf

si no



2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

D.L. MU 1348-2009 18 horas.

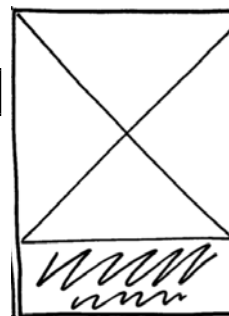
ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor

2) Margen A sangre

3) Tipo lay out F ▼

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Bodegon de flores

Real

2) Lugar Casa

Real

3) Tiempo Clima soleado y cálido, primaveral de flores

Definido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río
Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
FP sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

El cartel es una imagen cálida, por el fondo rojo, y luminosa por el contraste con el faldón blanco de los textos y el fondo del mantel y la silueta de las flores. La variedad de colores tanto de las flores como de las letras del título muestran la alegría de la primavera y la riqueza floral de Murcia. Todos estos aspectos se muestran en la cabalgata que pasea por las calles de Murcia donde las carrozas y atuendos de las comparsas están cubiertos de flores que reparten y comparten con el pueblo murciano y todos los visitantes de la ciudad en fiestas. La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

Una colorista acuarela de Willy Ramos anuncia el desfile 'Murcia en Primavera'

Publicado 07/04/2009 13:54:41 CET MURCIA, 7 Abr. (EUROPA PRESS) - El pintor colombiano Willy Ramos ha sido el encargado de crear el cartel que anuncia el desfile 'Murcia en Primavera'. Se trata de una colorista acuarela con tinta china en la que aparece un jarrón de flores sobre un fondo color rojo, según informaron fuentes del Ayuntamiento murciano en una nota de prensa. El desfile 'Murcia en Primavera', compuesto por carrozas alegóricas a las fiestas murcianas decoradas con fl ...se viene celebrando durante diez años...

Año: 2009 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Foto y medida yo del ejemplar recogido en la oficina de turismo
EN BR: DMUG 5055 Título:Entierro de la sardina [Material gráfico] = Burial of the sardine = Enterrement de la sardine = Begräbnis der Sardine : Murcia del 15 al 18 de abril 2009 / A. Martínez Mengual. Editorial: Murcia : Región de Murcia [etc.], 2009 (Libecrom)
Descripción física: 1 lám. (cartel) : il. ; 69 x 50 cm. Materias: Fiestas-Murcia-Carteles Autores: Martínez Mengual, Antonio (1948-) Campos con etiquetas especiales

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 68,5 x 50cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

ENTIERRO DE LA SARDINA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

DEL 15 AL 18 DE ABRIL 2009

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

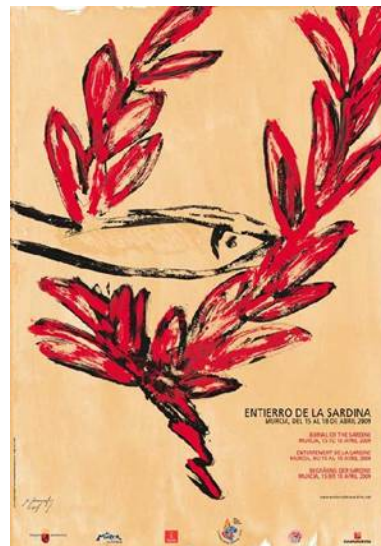
Region de Murcia
Murcia Turística
Entierro de la Sardina
MURCIA
AGRUPACION SARDINERA MURCIA
CAJAMURCIA

5) Autor: Cartel A. Martínez Mengual

si no

6) Imprenta: Industrias Gráficas Libecrom, S.A.

si no



2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

FIESTA DE INTERÉS TURÍSTICO INTERNACIONAL
BURIAL OF THE SARDINE MURCIA, 15 TO 18 APRIL 2009 TRADUCIDO A
TRES IDIOMAS en total

3. OTROS TEXTOS

www.entierrodelasardina.net D.legal MU-771-2009

ELEMENTOS VISUALES

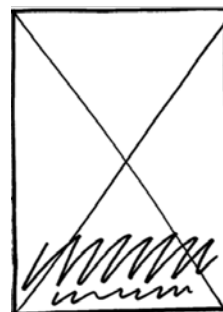
1) Tipo de ilustración Pintura de autor

2) Margen A sangre

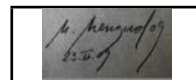
3) Tipo lay out C ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Region de Murcia. Murcia Turística. Ayuntamiento de Murcia. Agrupacion Sardinera. Cajamurcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Corona de laurel y sardina

Fantástico

2) Lugar Impreciso

Fantástico

3) Tiempo IMPRECISO

Indefinido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
Murcia sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

El fondo dorado del cartel expresa la luz y el brillo del evento principal de la fiesta anunciada.

El dibujo de la sardina, icono máximo del Entierro de la Sardina, entre llamas exalta la quema de la sardina que es el acto con que culmina el desfile y las Fiestas de Primavera. La llamas tienen además forma de corona de laurel lo que alude a la temática principal de los Grupos Sardineros que son los dioses del Olimpo y que adornan las carrozas del fastuoso desfile.

La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

Año: 2009 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: En BR: FIESTAS de Primavera, Murcia 1 al 19 abril 2009 [Material gráfico] / Pintura de A. Hernansaéz. -- Murcia : Ayuntamiento de Murcia, 2009 (A. G. Novograf). -- 1 lám. (cartel) : il. ; 98 x 59 cm D.L. MU 1189-2009
1. Fiestas-Murcia-Carteles
398.33(460.33)(084.5)
A.Almudí (desde 2008)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 98 x 59 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Murcia 11 al 19 de abril 2009

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

FIESTAS DE MURCIA
MURCIA

5) Autor: Pintura de A. Hernansaéz si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

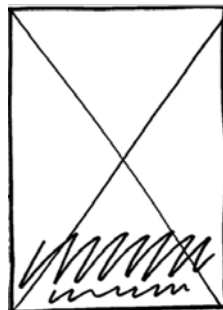
DL MU-1.189-2009

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out C

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia. Fiestas de Primavera de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Busto de huertana Real

2) Lugar Murcia Real

3) Tiempo Clima Primavera Definido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
FP sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

El busto de una mujer de perfil peinada con un moño adornado con flores es el motivo central del cartel. La mujer tiene un doble significado: por un lado, es una personificación de la primavera por la abundancia de las flores que adornan su cabeza y, por otro, está peinada y lleva puesto el corpiño del traje regional de Murcia por lo que representa el Bando de la Huerta y todas las manifestaciones tradicionales de las fiestas de la ciudad en el paso del invierno al verano. La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

Año: 2010 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: A.Almudí (desde 2008)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

BANDO DE LA HUERTA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

6 DE ABRIL DE 2010

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA MURCIA

Destino Región de Murcia

Región de Murcia

MURCIA

Federación Peñas Huertanas

5) Autor: Saura Mira

si no

6) Imprenta: Industrias gráficas Libecrom

si no



2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADO DE INTERES TURISTICO NACIONAL

Traducido al inglés, francés y alemán

3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

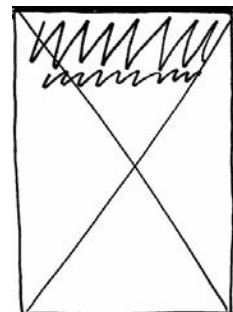
1) Tipo de ilustración Pintura de autor

2) Margen A sangre

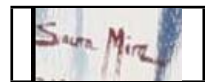
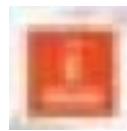
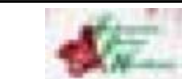
3) Tipo lay out A ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Fiestas de Murcia. Destino Región de Murcia. Region de Murcia. Ayuntamiento de Murcia. Federacion de Peñas Huertanas. MALA RESOLUCION



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Pareja de huertanos y Torre de la catedral

Real

2) Lugar Huerta de Murcia

Real

3) Tiempo Martes primaveral de fiestas

Definido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La escena muestra la huerta cercana a la ciudad y una pareja de huertanos vestidos con los trajes regionales que se dirigen a ella.

La Torre de la Catedral indica el lugar de encuentro y los trajes y objetos que llevan los protagonistas indican tradición, costumbres y folklore murciano.

La caras alegres de los protagonistas indican que la situación es alegre, relajada y divertida como lo son las fiestas. Muestran la esencia de la fiesta que se anuncia, el Bando de la Huerta, donde se exalta, se transmite, se mantiene y se participa la cultura popular de Murcia y su huerta y donde toda la población se viste de huertano.

La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

Año: 2010 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Foto yo del ejemplar recogido en la oficina de turismo
EN BRM: DMUG 5564 Título: Entierro de la sardina [Material gráfico] = Burial of the sardine = Enterrement de la sardine = Begrännis der sardine : Murcia, del 7 al 10 de abril 2010 / [ilustración] Saura Mira.
Editorial: Murcia : Región de Murcia, [et al.], D.L. 2010 (Libecrom)
Descripción física:1 lám. (cartel) : il. ; 59 x 45 cm.
Materias:Fiestas-Murcia-Carteles
Autores:Saura Mira. Fulgencio (1938-)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 59 x 45 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

ENTIERRO DE LA SARDINA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

DEL 7 AL 10 DE ABRIL 2010

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Región de Murcia
MURCIA turística
MURCIA
Entierro de la Sardina AGRUPACIÓN SARDINERA MURCIA
CAJAMURCIA

5) Autor: Cartel Saura Mira

si no

6) Imprenta: Imprime Industrias Gráficas Libecrom, S. A.

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

Fiesta Declarada de interes Turistico Internacional
Título y fechas Traducidas a inglés francés y alemán

3. OTROS TEXTOS

D. legal MU-48-2010 www.entierrodelasardina.net

ELEMENTOS VISUALES

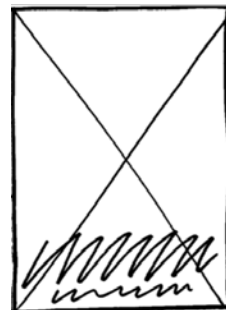
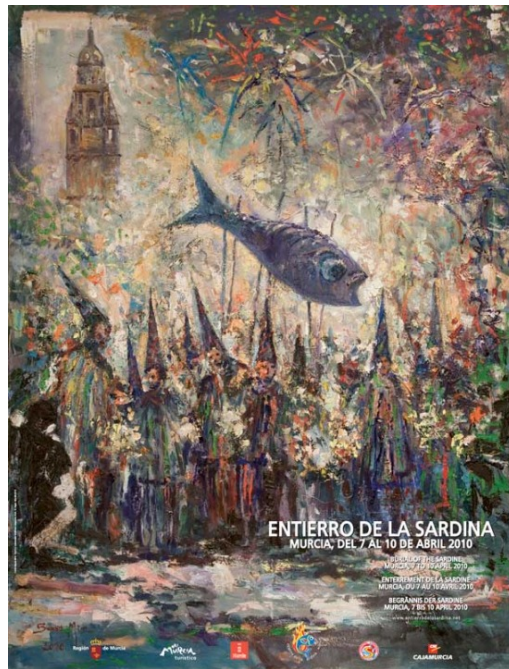
1) Tipo de ilustración Pintura de autor

2) Margen A sangre

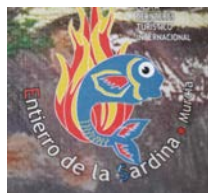
3) Tipo lay out C ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Region de Murcia. Murcia Turística. Ayuntamiento de Murcia. Agrupacion Sardinera. Cajamurcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Hachoneros en el desfile

Fantástico

2) Lugar Calles de murcia

Fantástico

3) Tiempo Sábado por la noche de las fiestas de Primavera

Indefinido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La noche es el escenario de la fiesta que se anuncia. En el cielo brillan los fuegos artificiales que cierran las fiestas de Primavera.

Los iconos de esta fiesta son los hachoneros con su atuendo y capirote de rayas y la gran sardina que es la que se quema tras el desfile.

La Torre de la Catedral preside la imagen indicando donde se celebra la fiesta.

La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

Año: 2010 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Foto yo del Archivo Novograf
En BR: FIESTAS de primavera Murcia,3 al 11 de abril 2010 [Material gráfico]. -- Murcia : [s.n.], 2010 (Novograf). -- 1 lám. (cartel) : il. ; 99 x 68 cm
D.L. MU 578-2010
1. Fiestas-Murcia-Carteles
398.33(460.33)(084.5)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 99 x 68 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Fiestas de Primavera

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Murcia 3 al 11 de abril 2010

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

AYUNTAMIENTO DE MURCIA
MURCIA 2016 CIUDAD CANDIDATA
CENTENARIO RAMÓN GAYA
FIESTAS DE MURCIA

5) Autor: Ramón Gaya

si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

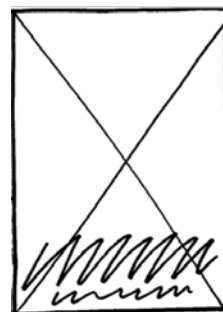
D.L.: MU-578-2010

ELEMENTOS VISUALES

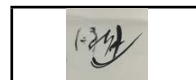
1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia. Murcia 2016 Ciudad candidata. Centenario Ramón Gaya. Fiestas de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Huertana poniéndose flores en el pelo

2) Lugar

3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
Murcia sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

La imagen de la joven arreglándose con el traje regional transmite la esencia de las fiestas de primavera en Murcia. Sobre todo el día del bando de la huerta.

Las flores que se está poniendo en la cabeza junto al moño de picaporte propio de la huertana hablan de la primavera centro de las fiestas que se celebran del paso del invierno al verano.

la luz primaveral se transmite con el blanco del fondo del cartel.

La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

Año: 2010 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Foto yo Archivo Novograf

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 69x48,5cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Murcia en Primavera

2) Lugar: si no

Murcia

3) Fechas: si no

Miércoles, 7 de abril 2010

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

MURCIA

MURCIA 2016 capital europea de la cultura ciudad candidata

CENTENARIO RAMÓN GAYA

FIESTAS DE MURCIA

5) Autor: Ramón Gaya

si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

18 horas



3. OTROS TEXTOS

D.L.: MU-577-2010

ELEMENTOS VISUALES

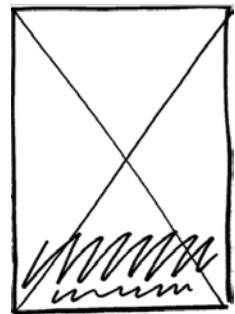
1) Tipo de ilustración Pintura de autor

2) Margen A sangre

3) Tipo lay out C ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento en Murcia, fiestas de Murcia, centenario Ramón Gaya, Murcia capital candidata



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Flores, rosas, con mariposa

Real

2) Lugar Jardín al aire libre

Real

3) Tiempo Clima primaveral

Definido

Signos

SS Murcia

- | | | | | | | | |
|--|--|---------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> enaguamedia | <input type="checkbox"/> coron espina | <input type="checkbox"/> vara estante | <input type="checkbox"/> naz entero | <input type="checkbox"/> palmera | <input type="checkbox"/> bocinas | <input type="checkbox"/> clavos | <input type="checkbox"/> angel |
| <input type="checkbox"/> imagen paso | <input type="checkbox"/> NtroPaJesús | <input type="checkbox"/> nazpenitente | <input type="checkbox"/> nazestante | <input type="checkbox"/> coloraos | <input type="checkbox"/> capuz | <input type="checkbox"/> flores | <input type="checkbox"/> cruz |
| <input type="checkbox"/> detalle paso | <input type="checkbox"/> Virgen Dolor. | <input type="checkbox"/> mayordomo | <input type="checkbox"/> San Juan | <input type="checkbox"/> moraos | <input type="checkbox"/> burlas | <input type="checkbox"/> cirios | |
| <input type="checkbox"/> detalle trono | <input type="checkbox"/> Prendimiento | <input type="checkbox"/> Crucificado | <input type="checkbox"/> Verónica | <input type="checkbox"/> manola | <input type="checkbox"/> azotes | <input type="checkbox"/> cetro | |

Signos

Murcia

- | | | | | | | |
|---|---|---|------------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Torre Catedral | <input type="checkbox"/> Teatro Romea | <input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento | <input type="checkbox"/> Imafrente | <input type="checkbox"/> Palmera | <input type="checkbox"/> Huerta | <input type="checkbox"/> Río |
| <input type="checkbox"/> Puente Viejo | <input type="checkbox"/> Traje regional | <input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta | <input type="checkbox"/> Edificios | <input type="checkbox"/> Barraca | <input type="checkbox"/> Moneo | |

Signos

FP

Murcia

- | | | | | | | | |
|---|--|--|-----------------------------------|----------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> productos huerta | <input type="checkbox"/> aperos labranza | <input type="checkbox"/> burro/caballo | <input type="checkbox"/> huertana | <input type="checkbox"/> chaleco | <input type="checkbox"/> mueble | <input type="checkbox"/> dioses | <input checked="" type="checkbox"/> flores |
| <input type="checkbox"/> sombrero calañés | <input type="checkbox"/> moño picaporte | <input type="checkbox"/> castañuelas | <input type="checkbox"/> huertano | <input type="checkbox"/> mantón | <input type="checkbox"/> bengala | <input type="checkbox"/> manta | <input type="checkbox"/> fuego |
| <input type="checkbox"/> pareja huertanos | <input type="checkbox"/> niño huertano | <input type="checkbox"/> hachonero | <input type="checkbox"/> zaragüel | <input type="checkbox"/> carroza | <input type="checkbox"/> fartificia | <input type="checkbox"/> pájaro | <input type="checkbox"/> refajo |
| <input type="checkbox"/> virgen fuensanta | <input type="checkbox"/> guitarra&otro | <input type="checkbox"/> esparteña | <input type="checkbox"/> monterra | <input type="checkbox"/> barraca | <input type="checkbox"/> sardina | <input type="checkbox"/> gayao | <input type="checkbox"/> baile |

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

Las flores son el signo de la primavera por excelencia. En este caso son rosas y están al aire libre ya que tiene una mariposa posada en ellas. Mariposa y flores son signos de los elementos que componen las carrozas y los grupos que desfilan.

La obra de arte dota de carácter artístico al cartel y la fiesta.

Otros datos

Año: 2011 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Foto yo del ejemplar recogido en la oficina de turismo

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 69x49 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Bando de la Huerta

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

26 de Abril 2011

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA MURCIA

Región de Murcia

MURCIA

Federación Peñas Huertanas

5) Autor: Balibrea

si no

6) Imprenta: Industrias Gráficas Libecrom

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADO DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL traducido a inglés, francés y alemán

3. OTROS TEXTOS

INGLES, FRANCES Y ALEMAN

ELEMENTOS VISUALES

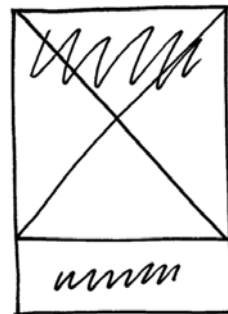
1) Tipo de ilustración Pintura de autor

2) Margen A sangre

3) Tipo lay out G ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Fiestas de Murcia. Región de Murcia. Ayuntamiento de Murcia. Federación de Peñas Huertanas.



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Grupo de huertanas y huertanos niños en los jardines de Murcia

Fantástico Real

2) Lugar Jardín del malecón de Murcia

Fantástico Indefinido

3) Tiempo Martes de fiestas de primavera

Fantástico Indefinido

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La escena costumbrista muestra a un grupo que parece una madre con dos niñas y un pequeño todos ataviados con el traje regional con cestos y frutas propios de la huerta de Murcia.

La imagen da a entender que la fiesta reproduce las costumbres y la cultura popular murciana.

Es una fiesta para disfrutar en familia en la ciudad de Murcia porque vemos los edificios y reconocemos el Puente Viejo de la ciudad.

El sol y la vegetación hacen saber que se trata de una época de luz y calor moderado que deja brotar las flores. Es la primavera.

La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

Año: 2011 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Foto yo del ejemplar recogido en la oficina de turismo

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

ENTIERRO DE LA SARDINA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

DEL 27 AL 30 DE ABRIL 2011

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

Región de Murcia

Destino Región de Murcia

MURCIA Entierro de la Sardina

AGRUPACION SARDINERA MURCIA

CAJAMURCIA

5) Autor: Cartel Carmen Molina Cantabella

si no

6) Imprenta: Imprime Industrias Gráficas Libecrom, S.A.

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

Fiesta Declarada de Interés Turístico Internacional

Título y fechas traducidas a tres idiomas

3. OTROS TEXTOS

www.entierrodelasardina.es

ELEMENTOS VISUALES

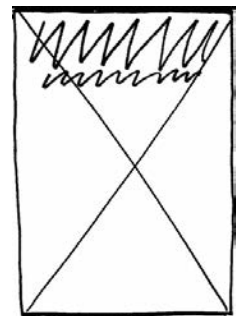
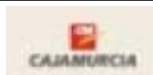
1) Tipo de ilustración Pintura de autor

2) Margen A sangre

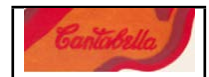
3) Tipo lay out A ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Region de Murcia. Murcia Turística. Ayuntamiento de Murcia. Agrupacion Sardinera. Cajamurcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: infanta con sardinas en el pelo

Real

2) Lugar Fantástico

Real

3) Tiempo Indefinido

Definido

Signos

SS Murcia

- | | | | | | | | |
|--|--|---------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> enaguamedia | <input type="checkbox"/> coron espina | <input type="checkbox"/> vara estante | <input type="checkbox"/> naz entero | <input type="checkbox"/> palmera | <input type="checkbox"/> bocinas | <input type="checkbox"/> clavos | <input type="checkbox"/> angel |
| <input type="checkbox"/> imagen paso | <input type="checkbox"/> NtroPaJesús | <input type="checkbox"/> nazpenitente | <input type="checkbox"/> nazestante | <input type="checkbox"/> coloraos | <input type="checkbox"/> capuz | <input type="checkbox"/> flores | <input type="checkbox"/> cruz |
| <input type="checkbox"/> detalle paso | <input type="checkbox"/> Virgen Dolor. | <input type="checkbox"/> mayordomo | <input type="checkbox"/> San Juan | <input type="checkbox"/> moraos | <input type="checkbox"/> burlas | <input type="checkbox"/> cirios | |
| <input type="checkbox"/> detalle trono | <input type="checkbox"/> Prendimiento | <input type="checkbox"/> Crucificado | <input type="checkbox"/> Verónica | <input type="checkbox"/> manola | <input type="checkbox"/> azotes | <input type="checkbox"/> cetro | |

Signos

Murcia

- | | | | | | | |
|---|---|---|------------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Torre Catedral | <input type="checkbox"/> Teatro Romea | <input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento | <input type="checkbox"/> Imafronte | <input type="checkbox"/> Palmera | <input type="checkbox"/> Huerta | <input type="checkbox"/> Río |
| <input type="checkbox"/> Puente Viejo | <input type="checkbox"/> Traje regional | <input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta | <input type="checkbox"/> Edificios | <input type="checkbox"/> Barraca | <input type="checkbox"/> Moneo | |

Signos

FP

Murcia

- | | | | | | | | |
|---|--|--|-----------------------------------|----------------------------------|---|---------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> productos huerta | <input type="checkbox"/> aperos labranza | <input type="checkbox"/> burro/caballo | <input type="checkbox"/> huertana | <input type="checkbox"/> chaleco | <input type="checkbox"/> mueble | <input type="checkbox"/> dioses | <input type="checkbox"/> flores |
| <input type="checkbox"/> sombrero calañés | <input type="checkbox"/> moño picaporte | <input type="checkbox"/> castañuelas | <input type="checkbox"/> huertano | <input type="checkbox"/> mantón | <input type="checkbox"/> bengala | <input type="checkbox"/> manta | <input checked="" type="checkbox"/> fuego |
| <input type="checkbox"/> pareja huertanos | <input type="checkbox"/> niño huertano | <input type="checkbox"/> hachonero | <input type="checkbox"/> zaragüel | <input type="checkbox"/> carroza | <input type="checkbox"/> fartificia | <input type="checkbox"/> pájaro | <input type="checkbox"/> refajo |
| <input type="checkbox"/> virgen fuensanta | <input type="checkbox"/> guitarra&otro | <input type="checkbox"/> esparteña | <input type="checkbox"/> montera | <input type="checkbox"/> barraca | <input checked="" type="checkbox"/> sardina | <input type="checkbox"/> gayao | <input type="checkbox"/> baile |



NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La composición de la artista une tres piezas clave del Entierro de la Sardina en una especie de collage: la sardina protagonista de la fiesta, el fuego que acabará con la estatua de la sardina en una gran hoguera y la mujer desnuda que aparece en la decoración de muchas de las carrozas y en algunas atracciones del desfile. La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

Nueva campaña de turismo de la región "Destino Región de Murcia"

Año: 2011 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Foto yo del ejemplar recogido en la oficina de turismo

En BR:

FIESTAS de primavera, Murcia 23 de abril al 1 de mayo 2011

[Material gráfico]. -- Murcia : Ayuntamiento de Murcia, 2011

(Novograf). -- 1 lám. (cartel) : il. ; 99 x 68 cm

D.L. MU 463-2011

1. Carteles

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 99X68cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Fiestas de Primavera VERSION AZUL

2) Lugar: si no

Murcia

3) Fechas: si no

23 de abril al 1 de mayo 2011

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

MURCIA

FIESTAS DE MURCIA

5) Autor: Ilustración: Mariano Ballester

si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

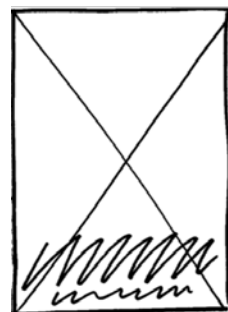
D.L.: MU-463-2011

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia. Fiestas de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Pareja de huertanos

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Una pareja de jóvenes vestidos de huertano nos hablan de Murcia y su folklore, sus tradiciones populares. La campaña incluye tres carteles con diferente color de fondo, azul, rojo y verde sobre el que destaca la línea blanca del dibujo. La convivencia de las tres versiones en plena calle busca el efecto de la intensidad de la vegetación en primavera. Las curvas del dibujo y la postura desenfadada y despreocupada de la pareja hablan de una situación de relax y diversión propia de las fiestas. El movimiento se transmite mediante ellas. La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

Año: 2011 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Foto yo del ejemplar recogido en la oficina de turismo EJEMPLAR ROJO

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 99X68cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Fiestas de Primavera VERSION ROJA

2) Lugar: si no

Murcia

3) Fechas: si no

23 de abril al 1 de mayo 2011

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

MURCIA

FIESTAS DE MURCIA

5) Autor: Ilustración: Mariano Ballester

si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

D.L.: MU-463-2011

ELEMENTOS VISUALES

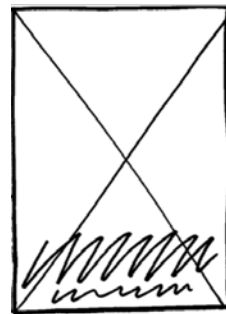
1) Tipo de ilustración Diseño gráfico

2) Margen A sangre

3) Tipo lay out C ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia. Fiestas de Murcia



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: pareja de huertanos

Real

2) Lugar Ciudad de Murcia

Real

3) Tiempo Cálido, día del Bando de la Huerta

Definido

Signos

SS Murcia

- | | | | | | | | |
|--|--|---------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> enaguamedia | <input type="checkbox"/> coron espina | <input type="checkbox"/> vara estante | <input type="checkbox"/> naz entero | <input type="checkbox"/> palmera | <input type="checkbox"/> bocinas | <input type="checkbox"/> clavos | <input type="checkbox"/> angel |
| <input type="checkbox"/> imagen paso | <input type="checkbox"/> NtroPaJesús | <input type="checkbox"/> nazpenitente | <input type="checkbox"/> nazestante | <input type="checkbox"/> coloraos | <input type="checkbox"/> capuz | <input type="checkbox"/> flores | <input type="checkbox"/> cruz |
| <input type="checkbox"/> detalle paso | <input type="checkbox"/> Virgen Dolor. | <input type="checkbox"/> mayordomo | <input type="checkbox"/> San Juan | <input type="checkbox"/> moraos | <input type="checkbox"/> burlas | <input type="checkbox"/> cirios | |
| <input type="checkbox"/> detalle trono | <input type="checkbox"/> Prendimiento | <input type="checkbox"/> Crucificado | <input type="checkbox"/> Verónica | <input type="checkbox"/> manola | <input type="checkbox"/> azotes | <input type="checkbox"/> cetro | |

Signos

Murcia

- | | | | | | | |
|---|--|---|------------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Torre Catedral | <input type="checkbox"/> Teatro Romea | <input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento | <input type="checkbox"/> Imafronte | <input type="checkbox"/> Palmera | <input type="checkbox"/> Huerta | <input type="checkbox"/> Río |
| <input type="checkbox"/> Puente Viejo | <input checked="" type="checkbox"/> Traje regional | <input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta | <input type="checkbox"/> Edificios | <input type="checkbox"/> Barraca | <input type="checkbox"/> Moneo | |

Signos

FP

Murcia

- | | | | | | | | |
|--|--|---|--|---|-------------------------------------|---|--|
| <input type="checkbox"/> productos huerta | <input type="checkbox"/> aperos labranza | <input type="checkbox"/> burro/caballo | <input checked="" type="checkbox"/> huertana | <input checked="" type="checkbox"/> chaleco | <input type="checkbox"/> mueble | <input type="checkbox"/> dioses | <input type="checkbox"/> flores |
| <input type="checkbox"/> sombrero calañés | <input checked="" type="checkbox"/> moño picaporte | <input type="checkbox"/> castañuelas | <input checked="" type="checkbox"/> huertano | <input type="checkbox"/> mantón | <input type="checkbox"/> bengala | <input checked="" type="checkbox"/> manta | <input type="checkbox"/> fuego |
| <input checked="" type="checkbox"/> pareja huertanos | <input type="checkbox"/> niño huertano | <input type="checkbox"/> hachonero | <input checked="" type="checkbox"/> zaragüel | <input type="checkbox"/> carroza | <input type="checkbox"/> fartificia | <input type="checkbox"/> pájaro | <input checked="" type="checkbox"/> refajo |
| <input type="checkbox"/> virgen fuensanta | <input type="checkbox"/> guitarra&otro | <input checked="" type="checkbox"/> esparteña | <input checked="" type="checkbox"/> montera | <input type="checkbox"/> barraca | <input type="checkbox"/> sardina | <input checked="" type="checkbox"/> gayao | <input type="checkbox"/> baile |



NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

Una pareja de jóvenes vestidos de huertano nos hablan de Murcia y su folklore, sus tradiciones populares. La campaña incluye tres carteles con diferente color de fondo, azul, rojo y verde sobre el que destaca la línea blanca del dibujo. La convivencia de las tres versiones en plena calle busca el efecto de la intensidad de la vegetación en primavera. Las curvas del dibujo y la postura desenfadada y despreocupada de la pareja hablan de una situación de relax y diversión propia de las fiestas. El movimiento se transmite mediante ellas. La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

Unos huertanos de Mariano Ballester anuncian las Fiestas de Primavera

El dibujo del artista ha sido tratado por su hijo, el pintor y diseñador Antonio Ballester

<http://www.laopiniondemurcia.es/murcia/2011/04/02/unos-huertanos-de-mariano-ballester-anuncian-las-fiestas-de-primavera/313118.html>

MARGA JIMÉNEZ-FONTES -Las Fiestas de PrimaveraLa obra elegida este año para ilustrar dicho cartel es un boceto del artista de Alcantarilla Mariano Ballester.Se trata de un dibujo que representa las figuras de un huertano y una huertana silueteados con trazos irregulares sobre un fondo de color rojo, verde y azul que ha sido tratado por el hijo del pintor, el artista y diseñador Antonio Ballester. ...presentó el cartel, del cual se han editado unas 5.000 copias que

Año: 2011 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Foto yo del ejemplar recogido en la oficina de turismo EJEMPLAR VERDE

Estado Tamaño si no 99X68cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Fiestas de Primavera VERSION VERDE

2) Lugar: si no

Murcia

3) Fechas: si no

23 de abril al 1 de mayo 2011

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

MURCIA

FIESTAS DE MURCIA

5) Autor: Ilustración: Mariano Ballester

si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

ELEMENTOS VISUALES

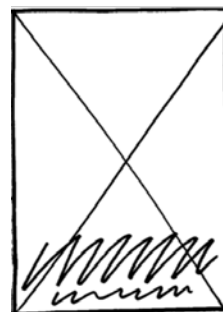
1) Tipo de ilustración

2) Margen

3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia. Fiestas de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: pareja de huertanos

2) Lugar

3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel

SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz

detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios

detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río

Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores

sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego

pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo

virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Una pareja de jóvenes vestidos de huertano nos hablan de Murcia y su folklore, sus tradiciones populares. La campaña incluye tres carteles con diferente color de fondo, azul, rojo y verde sobre el que destaca la línea blanca del dibujo. La convivencia de las tres versiones en plena calle busca el efecto de la intensidad de la vegetación en primavera. Las curvas del dibujo y la postura desenfadada y despreocupada de la pareja hablan de una situación de relax y diversión propia de las fiestas. El movimiento se transmite mediante ellas. La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

Año: 2011 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Foto yo del ejemplar recogido en la oficina de turismo
En BR: MURCIA en primavera, 27 de abril 2011 [Material gráfico] /
Severo Almansa. -- Murcia : Fiestas de Murcia, 2011 (Novograf). --
1 lám. (cartel) : il. ; 69 x 49 cm
D.L. MU 527-2011
1. Carteles
(084.5)

Estado Tamaño si no 69 x 49 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

MURCIA EN PRIMAVERA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

Miércoles 27 abril 2011

4) Anunciante: organiza y colabora: si no

MURCIA

FIESTAS DE MURCIA

5) Autor: Ilustración: Severo Almansa

si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no



3. OTROS TEXTOS

DL MU-527-2011 18 horas

ELEMENTOS VISUALES

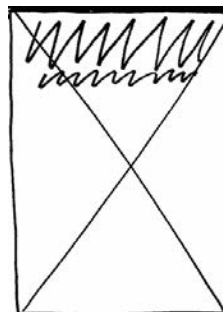
1) Tipo de ilustración

2) Margen

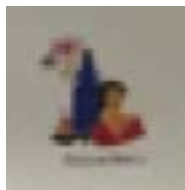
3) Tipo lay out ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia. Fiestas de Murcia



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: FloresTulipanes

2) Lugar

3) Tiempo

Signos	<input type="checkbox"/> enaguamedia	<input type="checkbox"/> coron espina	<input type="checkbox"/> vara estante	<input type="checkbox"/> naz entero	<input type="checkbox"/> palmera	<input type="checkbox"/> bocinas	<input type="checkbox"/> clavos	<input type="checkbox"/> angel
SS Murcia	<input type="checkbox"/> imagen paso	<input type="checkbox"/> NtroPaJesús	<input type="checkbox"/> nazpenitente	<input type="checkbox"/> nazestante	<input type="checkbox"/> coloraos	<input type="checkbox"/> capuz	<input type="checkbox"/> flores	<input type="checkbox"/> cruz
	<input type="checkbox"/> detalle paso	<input type="checkbox"/> Virgen Dolor.	<input type="checkbox"/> mayordomo	<input type="checkbox"/> San Juan	<input type="checkbox"/> moraos	<input type="checkbox"/> burlas	<input type="checkbox"/> cirios	
	<input type="checkbox"/> detalle trono	<input type="checkbox"/> Prendimiento	<input type="checkbox"/> Crucificado	<input type="checkbox"/> Verónica	<input type="checkbox"/> manola	<input type="checkbox"/> azotes	<input type="checkbox"/> cetro	

Signos Murcia	<input type="checkbox"/> Torre Catedral	<input type="checkbox"/> Teatro Romea	<input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Imafronte	<input type="checkbox"/> Palmera	<input type="checkbox"/> Huerta	<input type="checkbox"/> Río
	<input type="checkbox"/> Puente Viejo	<input type="checkbox"/> Traje regional	<input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta	<input type="checkbox"/> Edificios	<input type="checkbox"/> Barraca	<input type="checkbox"/> Moneo	

Signos FP Murcia	<input type="checkbox"/> productos huerta	<input type="checkbox"/> aperos labranza	<input type="checkbox"/> burro/caballo	<input type="checkbox"/> huertana	<input type="checkbox"/> chaleco	<input type="checkbox"/> mueble	<input type="checkbox"/> dioses	<input checked="" type="checkbox"/> flores
	<input type="checkbox"/> sombrero calañés	<input type="checkbox"/> moño picaporte	<input type="checkbox"/> castañuelas	<input type="checkbox"/> huertano	<input type="checkbox"/> mantón	<input type="checkbox"/> bengala	<input type="checkbox"/> manta	<input type="checkbox"/> fuego
	<input type="checkbox"/> pareja huertanos	<input type="checkbox"/> niño huertano	<input type="checkbox"/> hachonero	<input type="checkbox"/> zaragüel	<input type="checkbox"/> carroza	<input type="checkbox"/> fartificia	<input type="checkbox"/> pájaro	<input type="checkbox"/> refajo
	<input type="checkbox"/> virgen fuensanta	<input type="checkbox"/> guitarra&otro	<input type="checkbox"/> esparteña	<input type="checkbox"/> monterra	<input type="checkbox"/> barraca	<input type="checkbox"/> sardina	<input type="checkbox"/> gayao	<input type="checkbox"/> baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada:

Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

El motivo principal de la ilustración son las flores. Una muestra de las flores en su entorno natural en un planta. En este caso son tulipanes.

La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

Año: 2012 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Foto yo del ejemplar recogido en la oficina de turismo

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 85x60

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Bando de la Huerta

2) Lugar: si no

Murcia

3) Fechas: si no

10 Abril 2012

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA MURCIA

Región de Murcia

Destino Región de Murcia

MURCIA

Federación Peñas Huertanas de la Región de Murcia

5) Autor: Alfonso Perez Parra

si no

6) Imprenta: CORDISUR, S.L.

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADO DE INTERES TURÍSTICO INTERNACIONAL traducido a cuatro idiomas

3. OTROS TEXTOS

MIRAR ORIGINAL

ELEMENTOS VISUALES

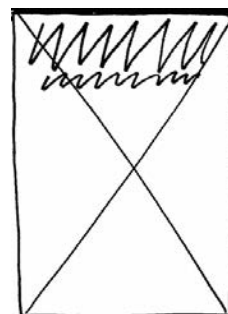
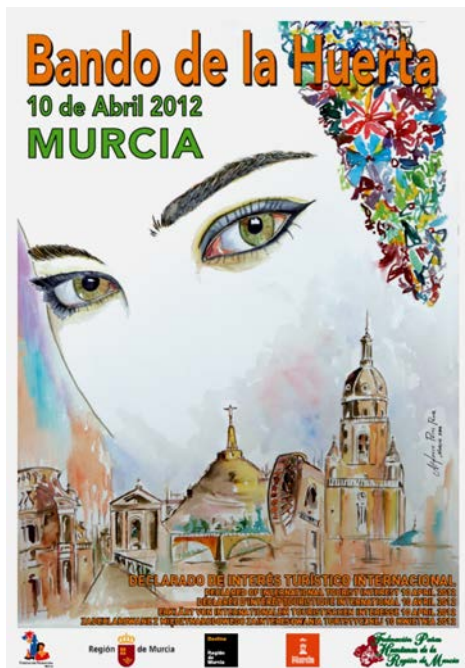
1) Tipo de ilustración Pintura de autor

2) Margen Mixto

3) Tipo lay out A

3) Identidad Gráfica: si no

Fiestas de Murcia. Región de Murcia. Destino Región de Murcia. Ayuntamiento de Murcia. Federación de Peñas Huertanas.



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: ojos de huertana sobre sitios de murcia

Fantástico

2) Lugar

Fantástico

3) Tiempo

Indefinido

Signos

SS Murcia

- enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
- imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
- detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
- detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos

Murcia

- Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafrente Palmera Huerta Río
- Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos

FP

Murcia

- productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
- sombrerocalañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
- pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
- virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La ilustración integra muchos signos de localización de la ciudad que consisten en un conjunto de partes de edificios que dejan reconocer los lugares más conocidos de la ciudad: desde el camarín de la Virgen de los Peligros y el imafrente de la ciudad hasta la rueda de la Noria y el Cristo de Monteagudo todo junto al icono de la ciudad que es la Torre de la Catedral.

Sobre estas construcciones los ojos de una joven adornada con flores que es una personificación de la primavera, estación que se celebra con esta fiesta. Por otro lado es la imagen de una joven huertana que se prepara para el día del Bando. Por tanto representa la belleza de la mujer murciana.

SobreLa obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

Cambia el texto de la Federación Peñas Huertanas *de la Región de Murcia*

Año: 2012 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Foto yo del ejemplar recogido en la oficina de turismo
EN BRM: DMUG 6061 Título:Entierro de la sardina [Material gráfico] : Murcia del 11 al 14 de abril 2012 / dibujo de Miguel Vivo.
Editorial:
Murcia : Región de Murcia, 2012 (Libecrom)
Descripción física:
1 lám. (cartel) : il. ; 68 x 48 cm.
Materias:

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 68 x 48 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

ENTIERRO DE LA SARDINA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

DEL 11 AL 14 DE ABRIL 2012 MMXII

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Región de Murcia Destino Región de Murcia

MURCIA

Turismo Murcia

AGRUPACION SARDINERA MURCIA

Estrella de Levante CAM CAJAMURCIA

5) Autor: Cartel Miguel Vivo

si no

6) Imprenta: Imprime Industrias Gráficas Libecrom, S.A.

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

Fiesta Declarada de Interés Turístico Internacional
Título y fechas traducidas a tres idiomas

3. OTROS TEXTOS

D. legal MU-0152-2012 www.entierrodelasardina.net

ELEMENTOS VISUALES

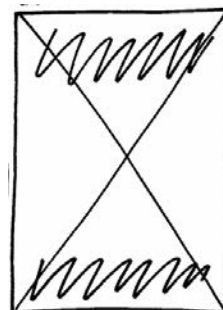
1) Tipo de ilustración Pintura de autor

2) Margen A sangre

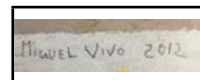
3) Tipo lay out D ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Región de Murcia. Destino Región de Murcia. Ayuntamiento de Murcia. Turismo de Murcia. Agrupación Sardinera. Estrella de Levante. CAM. Cajamurcia.



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: sardina

Fantástico

2) Lugar

Fantástico

3) Tiempo

Indefinido

Signos

SS Murcia

- | | | | | | | | |
|--|---|---------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> enaguamedia | <input type="checkbox"/> coron espina | <input type="checkbox"/> vara estante | <input type="checkbox"/> naz entero | <input type="checkbox"/> palmera | <input type="checkbox"/> bocinas | <input type="checkbox"/> clavos | <input type="checkbox"/> angel |
| <input type="checkbox"/> imagen paso | <input type="checkbox"/> NtroPaJesús | <input type="checkbox"/> nazpenitente | <input type="checkbox"/> nazestante | <input type="checkbox"/> coloraos | <input type="checkbox"/> capuz | <input type="checkbox"/> flores | <input type="checkbox"/> cruz |
| <input type="checkbox"/> detalle paso | <input checked="" type="checkbox"/> Virgen Dolor. | <input type="checkbox"/> mayordomo | <input type="checkbox"/> San Juan | <input type="checkbox"/> moraos | <input type="checkbox"/> burlas | <input type="checkbox"/> cirios | <input type="checkbox"/> refajo |
| <input type="checkbox"/> detalle trono | <input type="checkbox"/> Prendimiento | <input type="checkbox"/> Crucificado | <input type="checkbox"/> Verónica | <input type="checkbox"/> manola | <input type="checkbox"/> azotes | <input type="checkbox"/> cetro | |

Signos

Murcia

- | | | | | | | |
|---|---|---|------------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Torre Catedral | <input type="checkbox"/> Teatro Romea | <input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento | <input type="checkbox"/> Imafronte | <input type="checkbox"/> Palmera | <input type="checkbox"/> Huerta | <input type="checkbox"/> Río |
| <input type="checkbox"/> Puente Viejo | <input type="checkbox"/> Traje regional | <input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta | <input type="checkbox"/> Edificios | <input type="checkbox"/> Barraca | <input type="checkbox"/> Moneo | |

Signos

FP

Murcia

- | | | | | | | | |
|---|--|--|-----------------------------------|----------------------------------|---|---------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> productos huerta | <input type="checkbox"/> aperos labranza | <input type="checkbox"/> burro/caballo | <input type="checkbox"/> huertana | <input type="checkbox"/> chaleco | <input type="checkbox"/> mueble | <input type="checkbox"/> dioses | <input type="checkbox"/> flores |
| <input type="checkbox"/> sombrero calañés | <input type="checkbox"/> moño picaporte | <input type="checkbox"/> castañuelas | <input type="checkbox"/> huertano | <input type="checkbox"/> mantón | <input type="checkbox"/> bengala | <input type="checkbox"/> manta | <input type="checkbox"/> fuego |
| <input type="checkbox"/> pareja huertanos | <input type="checkbox"/> niño huertano | <input type="checkbox"/> hachonero | <input type="checkbox"/> zaragüel | <input type="checkbox"/> carroza | <input type="checkbox"/> fartificia | <input type="checkbox"/> pájaro | <input type="checkbox"/> refajo |
| <input type="checkbox"/> virgen fuensanta | <input type="checkbox"/> guitarra&otro | <input type="checkbox"/> esparteña | <input type="checkbox"/> montera | <input type="checkbox"/> barraca | <input checked="" type="checkbox"/> sardina | <input type="checkbox"/> gayao | <input type="checkbox"/> baile |

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La ilustración utiliza dos iconos: la sardina y la cruz. La Sardina icono de la fiesta que se anuncia y de la cuaresma. La cruz como icono que significa muerte y que se coloca en los entierros. Y ambos superpuestos forman el jeroglífico del nombre de la fiesta: entierro de la sardina del año dos mil doce que está escrito en números romanos en los cuadrantes diagonales de izquierda arriba a derecha abajo.

El pez está atravesado por una línea roja que representa la forma de su defunción que es el fuego de la hoguera con que se quema la estatua que se instala junto a la Glorieta.

Los colores son de noche, negro, y de fuego, rojo.

deLa obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

Nuevo logo de turismo de Murcia

No aparece el logo de Entierro de la Sardina Interés turístico internacional

Año: 2012 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Foto yo del ejemplar recogido en la oficina de turismo

En BR: FIESTAS de primavera, Murcia 7 al 15 de abril 2012 [Material gráfico] / pintura de Garay. -- Murcia : [s.n.], 2012 (Novograf. -- 1 lám. (cartel) : il. ; 99 x 63 cm D.L. MU 293-2012 1. Carteles (084.5)

Estado Tamaño si no 99 x 63 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

7 AL15 DE ABRIL 2012

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

MURCIA

FIESTAS DE MURCIA

5) Autor: Autor: Luis Garay (h. 1940)

si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

D.L. MU 293-2012

ELEMENTOS VISUALES

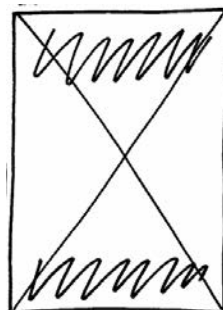
1) Tipo de ilustración

2) Margen

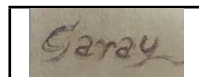
3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia. Fiestas de Murcia. Código QR



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Pareja de huertanos y palmera

2) Lugar

3) Tiempo

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La ilustración presenta a una pareja de jóvenes huertanos cosa que sabemos por los vestidos y complementos que llevan puestos: mantón, refajo, delantal, moño picaporte ella y montera, manta chaleco, faja, zaragüel, camisa blanc, medias blancas y alpargatas, él. Además ella sujeta una cesta con frutos de la huerta y el se apoya en un gayao. La pareja se encuentra en la huerta rodeada de vegetación y a la derecha se alza una palmera con dátiles. LEste árbol está muy vinculado con la identidad de la ciudad de Murcia. La sonrisa de la chica transmite un carácter festivo y lúdico a la escena que refuerza el anuncio de las fiestas de primavera. La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

Año: 2013 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Foto yo del ejemplar recogido en la oficina de turismo

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Bando de la Huerta

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

2 de Abril 2013

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA MURCIA

Región de Murcia

Destino Región de Murcia

MURCIA

Federación Peñas Huertanas de la Región de Murcia

5) Autor: Alberto Sevilla si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADO DE INTERÉS TURÍSTICO INTERNACIONAL traducido a cuatro idiomas

3. OTROS TEXTOS

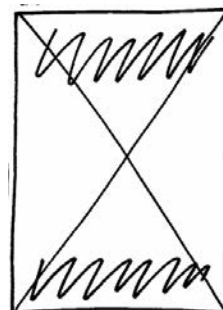
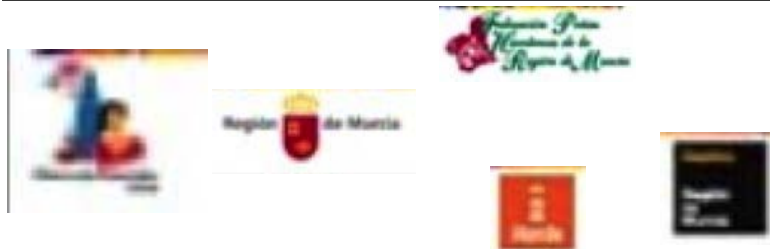


ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen Mixto 3) Tipo lay out D ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Fiestas de Murcia. Región de Murcia. Destino Región de Murcia. Ayuntamiento de Murcia. Federación de Peñas Huertanas. (MALA RESOLUCION)



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: el bando en murcia Real

2) Lugar Real

3) Tiempo Definido

Signos SS Murcia	<input type="checkbox"/> enaguamedia	<input type="checkbox"/> coron espina	<input type="checkbox"/> vara estante	<input type="checkbox"/> naz entero	<input type="checkbox"/> palmera	<input type="checkbox"/> bocinas	<input type="checkbox"/> clavos	<input type="checkbox"/> angel
	<input type="checkbox"/> imagen paso	<input type="checkbox"/> NtroPaJesús	<input type="checkbox"/> nazpenitente	<input type="checkbox"/> nazestante	<input type="checkbox"/> coloraos	<input type="checkbox"/> capuz	<input type="checkbox"/> flores	<input type="checkbox"/> cruz
	<input type="checkbox"/> detalle paso	<input type="checkbox"/> Virgen Dolor.	<input type="checkbox"/> mayordomo	<input type="checkbox"/> San Juan	<input type="checkbox"/> moraos	<input type="checkbox"/> burlas	<input type="checkbox"/> cirios	
	<input type="checkbox"/> detalle trono	<input type="checkbox"/> Prendimiento	<input type="checkbox"/> Crucificado	<input type="checkbox"/> Verónica	<input type="checkbox"/> manola	<input type="checkbox"/> azotes	<input type="checkbox"/> cetro	

Signos Murcia	<input checked="" type="checkbox"/> Torre Catedral	<input type="checkbox"/> Teatro Romea	<input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Imafronte	<input checked="" type="checkbox"/> Palmera	<input type="checkbox"/> Huerta	<input type="checkbox"/> Río
	<input type="checkbox"/> Puente Viejo	<input checked="" type="checkbox"/> Traje regional	<input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta	<input checked="" type="checkbox"/> Edificios	<input type="checkbox"/> Barraca	<input type="checkbox"/> Moneo	

Signos FP Murcia	<input checked="" type="checkbox"/> productos huerta	<input type="checkbox"/> aperos labranza	<input type="checkbox"/> burro/caballo	<input checked="" type="checkbox"/> huertana	<input checked="" type="checkbox"/> chaleco	<input type="checkbox"/> mueble	<input type="checkbox"/> dioses	<input checked="" type="checkbox"/> flores
	<input checked="" type="checkbox"/> sombrero calañés	<input checked="" type="checkbox"/> moño picaporte	<input checked="" type="checkbox"/> castañuelas	<input checked="" type="checkbox"/> huertano	<input checked="" type="checkbox"/> mantón	<input type="checkbox"/> bengala	<input checked="" type="checkbox"/> manta	<input type="checkbox"/> fuego
	<input checked="" type="checkbox"/> pareja huertanos	<input checked="" type="checkbox"/> niño huertano	<input type="checkbox"/> hachonero	<input checked="" type="checkbox"/> zaragüel	<input type="checkbox"/> carroza	<input type="checkbox"/> fartificia	<input type="checkbox"/> pájaro	<input checked="" type="checkbox"/> refajo
	<input type="checkbox"/> virgen fuensanta	<input checked="" type="checkbox"/> guitarra&otro	<input checked="" type="checkbox"/> esparteña	<input checked="" type="checkbox"/> monterra	<input type="checkbox"/> barraca	<input type="checkbox"/> sardina	<input type="checkbox"/> gayao	<input checked="" type="checkbox"/> baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La obra ha recogido la escena de la fiesta que se anuncia retratando los aspectos más representativos de la misma con un cierto estilo naif. Se trata de un desfile que se celebra en las calles de Murcia capital ya que vemos la Torre de la catedral y otros edificios a su alrededor así como las àlmeras propias del paisaje urbano y que comparte con el paisaje de la huerta de sus alrededores más inmediatos.

La escena representa como la huerta y toda la cultura popular se introduce en la ciudad a través de las manifestaciones folklóricas entre las que destaca el baile - hay parejas de huertanos bailando con la postura típica de la danza regional-, la música -vemos instrumentos musicales - y con la vestimenta típica que portan todos los personajes en los distintas modalidades según edad.

Los naranjos y los cestos con frutos muestran la riqueza de la huerta murciana.

El desfile tiene como objetivo última mostrar, transmitir y compartir lo que el pueblo de Murcia ofrece a todos los visitantes y a las nuevas generaciones que habrán de mantenerlo en el futuro. Se comparten los productos de la tierra con todos los que contemplan el paso de la cabalgata como podemos ver.

La luz anaranjada de la escena es la del sol de la primavera que cubre la ciudad y hace que todos los colores brillen y vibren. El colorido del cartel representa la alegría y divertimento propio de estas fiestas.

Hay mucho movimiento en la imagen.

La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

Año: 2013 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Foto yo del ejemplar recogido en la oficina de turismo
EN BR:DMUG 4143 Título:Entierro de la sardina [Material gráfico] : Murcia, del 4 al 6 de abril 2013 / cartel, Zacarías Cerezo.Editorial:
Murcia : Región de Murcia [etc.], 2013 (Libecrom)Descripción física:1 lám. (cartel) : il. col. ; 68 x 48 cm.Materias:
Fiestas-Murcia-Carteles Autores:Cerezo, Zacarías (1951-)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 68x48 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no
ENTIERRO DE LA SARDINA

2) Lugar: si no MURCIA
3) Fechas: si no DEL 4 AL 6 DE ABRIL 2013

4) Anunciante:organiza y colabora: si no
Región de Murcia Destino Región de Murcia
MURCIA
Turismo Murcia
AGRUPACION SARDINERA MURCIA
Estrella de Levante SABADELLCAM CAJAMURCIA

5) Autor: Zacarias Cerezo si no

6) Imprenta: Imprime Industrias Gráficas Libecrom, S.A. si no



2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

Fiesta declarada de Interés Turístico Internacional
Título y fechas traducidas a tres idiomas

3. OTROS TEXTOS

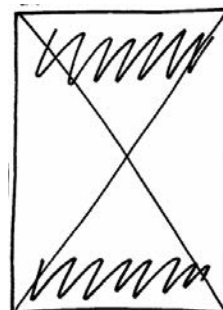
D. legal MU-152-2013

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out D

3) Identidad Gráfica: si no

Región de Murcia. Destino Región de Murcia. Ayuntamiento de Murcia. Turismo de Murcia. Agrupación Sardinera. Estrella de Levante. SabadellCAM?. Cajamurcia.



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Pareja de hachoneros sobre el desfile, luna, dragón público Real

2) Lugar Calles de Murcia Real

3) Tiempo Sábado de fiesta, primaveral y por la noche Indefinido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
 Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

Los protagonistas son una pareja de hachoneros, chico y chica, sonrientes que llevan el atuendo rayado y capirote, y la bengala en la mano. El hachonero es un icono de la fiesta que se anuncia.

La luna informa de que la fiesta es de noche.

En la imagen se reproduce una secuencia del paso del desfile principal por las calles de Murcia. Esto significa que es un festejo para todos los vecinos y visitantes. Entre el público podemos ver personas de todas las edades, jóvenes y adultos, niños y ancianos. El movimiento es inherente a la fiesta ya que se mueven las atracciones que desfilan y se mueve el público que intenta atrapar un obsequio.

El dragón de Conte es la muestra de los espectáculos que acompañan a las carrozas de los grupos sardineros.

Este elemento se ha convertido en un signo representativo del desfile desde que su creador los diseñó y construyó. El monstruo tiene connotaciones de exotismo, misterio, fantasía y fuego que comparte con la fiesta sardinera por lo que lo representa muy bien. La sardina entre las llamas está en el fondo de la escena lo que indica el final de la fiesta: la quema de la estatua del pez que cada año se construye para el evento.

La alegría de los personajes principales invita a disfrutar de los actos.

La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

Año: 2013 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Foto yo del ejemplar recogido en la oficina de turismo
En BR: FIESTAS de primavera [Material gráfico] : Murcia, 30 de marzo al 7 de abril 2013 / autor, Pedro Flores (h. 1960). -- Murcia : [s. n.], 2013 (Novograf). -- 1 lám. (cartel) : il. col. ; 99 x 69 cm
D.L. MU 262-2013
1. Fiestas-Murcia-Carteles
398.33(460.33)(084.5)

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 99x68cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

30 de marzo al 7 de abril 2013

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

MURCIA

FIESTAS DE MURCIA

5) Autor: Autor: Pedro Flores (h.1960)

si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

3. OTROS TEXTOS

D.L. MU 262-2013

ELEMENTOS VISUALES

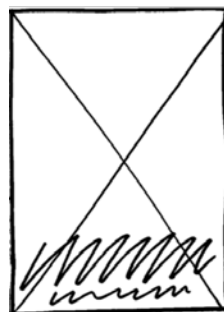
1) Tipo de ilustración Pintura de autor

2) Margen A sangre

3) Tipo lay out C ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Ayuntamiento de Murcia. Fiestas de Murcia.



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: carroza huertana tirada por bueyes

Fantástico

2) Lugar calles de murcia

Fantástico

3) Tiempo

Indefinido

Signos

SS Murcia

- | | | | | | | | |
|--|--|---------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> enaguamedia | <input type="checkbox"/> coron espina | <input type="checkbox"/> vara estante | <input type="checkbox"/> naz entero | <input type="checkbox"/> palmera | <input type="checkbox"/> bocinas | <input type="checkbox"/> clavos | <input type="checkbox"/> angel |
| <input type="checkbox"/> imagen paso | <input type="checkbox"/> NtroPaJesús | <input type="checkbox"/> nazpenitente | <input type="checkbox"/> nazestante | <input type="checkbox"/> coloraos | <input type="checkbox"/> capuz | <input type="checkbox"/> flores | <input type="checkbox"/> cruz |
| <input type="checkbox"/> detalle paso | <input type="checkbox"/> Virgen Dolor. | <input type="checkbox"/> mayordomo | <input type="checkbox"/> San Juan | <input type="checkbox"/> moraos | <input type="checkbox"/> burlas | <input type="checkbox"/> cirios | |
| <input type="checkbox"/> detalle trono | <input type="checkbox"/> Prendimiento | <input type="checkbox"/> Crucificado | <input type="checkbox"/> Verónica | <input type="checkbox"/> manola | <input type="checkbox"/> azotes | <input type="checkbox"/> cetro | |

Signos

Murcia

- | | | | | | | |
|--|--|---|---|---|---------------------------------|------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> Torre Catedral | <input type="checkbox"/> Teatro Romea | <input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento | <input type="checkbox"/> Imafronte | <input type="checkbox"/> Palmera | <input type="checkbox"/> Huerta | <input type="checkbox"/> Río |
| <input type="checkbox"/> Puente Viejo | <input checked="" type="checkbox"/> Traje regional | <input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta | <input checked="" type="checkbox"/> Edificios | <input checked="" type="checkbox"/> Barraca | <input type="checkbox"/> Moneo | |

Signos

FP

Murcia

- | | | | | | | | |
|--|---|---|--|---|-------------------------------------|---|--|
| <input type="checkbox"/> productos huerta | <input checked="" type="checkbox"/> aperos labranza | <input checked="" type="checkbox"/> burro/caballo | <input checked="" type="checkbox"/> huertana | <input checked="" type="checkbox"/> chaleco | <input type="checkbox"/> mueble | <input type="checkbox"/> dioses | <input checked="" type="checkbox"/> flores |
| <input checked="" type="checkbox"/> sombrero calañés | <input type="checkbox"/> moño picaporte | <input type="checkbox"/> castañuelas | <input checked="" type="checkbox"/> huertano | <input checked="" type="checkbox"/> mantón | <input type="checkbox"/> bengala | <input checked="" type="checkbox"/> manta | <input type="checkbox"/> fuego |
| <input checked="" type="checkbox"/> pareja huertanos | <input type="checkbox"/> niño huertano | <input type="checkbox"/> hachonero | <input checked="" type="checkbox"/> zaragüel | <input checked="" type="checkbox"/> carroza | <input type="checkbox"/> fartificia | <input type="checkbox"/> pájaro | <input checked="" type="checkbox"/> refajo |
| <input type="checkbox"/> virgen fuensanta | <input type="checkbox"/> guitarra&otro | <input checked="" type="checkbox"/> esparteña | <input type="checkbox"/> montera | <input checked="" type="checkbox"/> barraca | <input type="checkbox"/> sardina | <input checked="" type="checkbox"/> gayao | <input type="checkbox"/> baile |

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La imagen es un cuadro costumbrista de un Bando de la Huerta donde aparece una carroza tirada por bueyes sobre la que hay una barraca y un huertano recitando un Bando. Se ve la esquina de un edificio de la ciudad y público presenciando el espectáculo lo que indica que es un festejo popular que se realiza en plena calle donde todos los ciudadanos pueden asistir.

Los trajes regionales, la barraca con el patio adornado con tiestos y un banco donde van sentadas las huertanas, todo habla de las tradiciones y costumbres de los huertanos.

La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

Año: 2014 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Foto yo del ejemplar recogido en la oficina de turismo

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 68x48,5 cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Bando de la Huerta

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

22 de Abril 2014

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA MURCIA

Región de Murcia

Destino Región de Murcia

MURCIA

Federación Peñas Huertanas de la Región de Murcia

5) Autor: Falgas si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADO DE INTERÉS TURÍSTICO INTERNACIONAL traducido a cuatro idiomas

3. OTROS TEXTOS

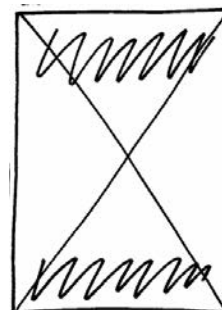


ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración FIESTAS DE PRIMAVERA 2) Margen A sangre 3) Tipo lay out D ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Fiestas de Murcia. Región de Murcia. Destino Región de Murcia. Ayuntamiento de Murcia. Federación de Peñas Huertanas.



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Huertana sentada con el santuario de la Fuensanta al fondo Real

2) Lugar Huerta de murcia Real

3) Tiempo Martes de fiesta de primavera Definido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso:

Convergencia denotación/connotación:

Una joven ataviada con el traje regional "de lujo" sentada en una silla baja de madera y anea típica de las casas de la huerta de Murcia está sentada al aire libre. La vestimenta y la silla nos hablan de costumbres y tradiciones populares de la huerta que rodea al ciudad de Murcia.

LA luz y el azul del cielo junto con las flores que sujeta la joven y las que adornan su pelo nos hablan de buen tiempo y de primavera. La mirada directa y sonriente de la protagonista invitan al viandante a disfrutar de lo anunciado.

La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

Año: 2014 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Foto yo del ejemplar recogido en la oficina de turismo

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 68x48cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

ENTIERRO DE LA SARDINA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

DEL 24 AL 26 DE ABRIL 2014

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Región de Murcia Destino Región de Murcia

MURCIA

Turismo Murcia

AGRUPACION SARDINERA MURCIA

Estrella de Levante SABADELLCAM BMN CAJAMAR

5) Autor: Espinosa

si no

6) Imprenta:

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

Fiesta declarada de Interés Turístico Internacional

Título y fechas traducidas a tres idiomas

3. OTROS TEXTOS

www.entierrodelasardina.net

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración Pintura de autor

2) Margen A sangre

3) Tipo lay out G ▼

3) Identidad Gráfica: si no

Región de Murcia. Destino Región de Murcia. Ayuntamiento de Murcia. Turismo de Murcia. Agrupación Sardinera. Estrella de Levante. SabadellCAM, BMN, Cajamar



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Hachonero, sardina y luna

Real

2) Lugar Calles de Murcia

Real

3) Tiempo Sábado noche de fiestas

Definido

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel

SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz

detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios

detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río

Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores

Murcia sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego

pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo

virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

El hachonero es el icono principal del evento anunciado. La sardina es la protagonista de la noche y pasa del mar al fuego que la quema en la noche del Entierro de la sardina. La noche indicada por la luna.

El fuego de las bengalas de colores y la llama roja, naranja y amarilla tiñen todo lo que hay a su alrededor de destellos amarillos que chispean. Se forma una bruma de magia y luces alrededor de la despedida de la cuaresma con el desfile que antaño iniciaron unos jóvenes estudiantes.

La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

Año: 2014 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Foto yo del ejemplar recogido en la oficina de turismo

Estado Tamaño si no 99x56cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

FIESTAS DE PRIMAVERA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

DEL 20 AL 27 DE ABRIL 2014

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

MURCIA

5) Autor: Diseño: Estudio Severo Almansa

si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf

si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

FIESTAS DECLARADAS INTERÉS TURÍSTICO INTERNACIONAL

DEL 20 AL 27 DE ABRIL
MURCIA FIESTAS DE PRIMAVERA 2014

3. OTROS TEXTOS

Depósito Legal MU 37-2014

ELEMENTOS VISUALES

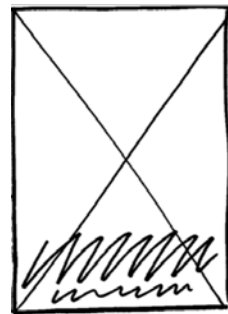
1) Tipo de ilustración

2) Margen

3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no

Ayunmtamiento de Murcia. Codigo QR



5) Firma si no

CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: figuras de terracota

2) Lugar

3) Tiempo

Signos

SS Murcia

- enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
- imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
- detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
- detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos

Murcia

- Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
- Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos

FP

Murcia

- productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
- sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
- pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza artificia pájaro refajo
- virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

El cartel de fondo blanco destaca la importancia de los elementos que como si de un jeroglífico se tratara hablan de las fiestas que se anuncian.

Los dos eventos más importantes son el Bando de la Huerta significado por la pareja de huertanos ataviados con los trajes regionales y el pimiento y el limón que representan los productos de la tierra, de la huerta murciana. Una tela tradicional estampada de flores simboliza la estación del año en que se celebran las fiestas, la primavera. El Entierro de la Sardina se simboliza con la sardina plateada, la diosa y el diablo a los que acompaña el hachonero con traje y capirote de rayas y bengala en la mano.

Todo ello presidido en la parte alta y central del cartel por la Virgen de la Fuensanta, patrona de Murcia y a la que se venera durante las fiestas con ofrenda floral del pueblo murciano

la figura la daba el traperero para hacer jarapa. La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

Año: 2015 Fiesta: Fiestas de Primavera

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente:

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Bando de la Huerta

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

MURCIA

7 de Abril de 2015

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Fiestas de Primavera Murcia. Región de Murcia. Costa Calida.Región de Murcia. Murcia. Federación Peñas Huertanas de la Región de Murcia

5) Autor: P. Belmonte si no

6) Imprenta: si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADO DE INTERÉS TURÍSTICO INTERNACIONAL (Cinco idiomas)

DECLARED OF INTERNACIONAL TOURIST INTEREST 7 APRIL 2015
DECLARÉE D'INTERET TOURISTIQUE INTERNACIONAL 7 AVRIL 2015
ERKLÄRT VON INTERNATIONALEM TOURISTISCHEN INTERESSE 7 APRIL 2015

3. OTROS TEXTOS

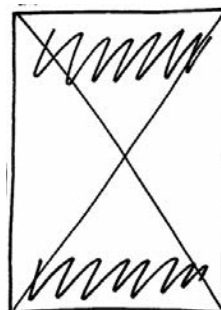


ELEMENTOS VISUALES

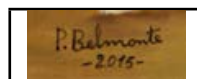
1) Tipo de ilustración Pintura de autor 2) Margen Mixto 3) Tipo lay out D

3) Identidad Gráfica: si no

Fiestas de Murcia. Región de Murcia. Costa Calida. Ayuntamiento de Murcia. Federación de Peñas Huertanas.



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: pareja de huertanos baiando entre limoneros con catedral al fondo Fantástico

2) Lugar Huerta de Murcia Fantástico

3) Tiempo Primavera en fiestas, cálido y soleado Indefinido

Signos SS Murcia enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Murcia Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos FP Murcia productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La escena nos sitúa en tiempo de fiesta y diversión. El baile de los protagonistas y la guitarra de fondo nos habla de música y danza. Por el atuendo de los protagonistas, el traje regional de Murcia, sabemos que se trata de folklore, de cultura popular, de transmisión de las tradiciones y mantenimiento de ellas a través del disfrute de los bailes regionales. El evento se rodea de los productos y el paisaje representado por los limoneros entre los que discurre la danza. Todo presidido por el potente sol murciano y la ergida Torre de la Catedral bajo la que ocurren estos eventos y que simboliza la ciudad de Murcia. La esencia del Bando de la Huerta en mostrar los aspectos murcianos tradicionales en un desfile donde se enseñan, música, danza, vestimentas, y, en las carrozas, mobiliario, técnicas de elaboración, gastronomía y todo aspecto de la cultura popular.

Primavera, tradición, folklore, diversión y primaveraLa obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

DECLARADO DE INTERÉS TURÍSTICO INTERNACIONAL (Cinco idiomas)

DECLARED OF INTERNACIONAL TOURIST INTEREST 7 APRIL 2015
DÉCLARÉE D'INTERÊT TOURISTIQUE INTERNACIONAL 7 AVRIL 2015
ERKLÄRT VON INTERNATIONALEM TOURISTISCHEN INTERESSE 7 APRIL 2015
ZADEKLAROWANE Z MIĘDZYNARODOWEGO ZAINTERESOWANIA TURYSTYCZNEJ 7 KWIEŃNIA 2015

Año: 2015 Fiesta: Feria de Septiembre de Murcia

SSFPmismocartel SSFPseparado

Fuente: Foto yo del ejemplar que me dio Jesús Nicolás de su colección particular
EL LIBRO EN LA BR Título:
Entierro de la sardina [Texto impreso] : del 8 al 11 de abril.
Editorial:
Murcia : Agrupación Sardinera de Murcia, [2015]
Descripción física:
287 p. : il. col. : 31 cm.

Estado Localizado SI imagen Tamaño si no 68x45cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

ENTIERRO DE LA SARDINA

2) Lugar: si no

MURCIA

3) Fechas: si no

DEL 8 AL 11 DE ABRIL 2015

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

Región de Murcia Costa Cálida Región de Murcia
MURCIA

Mu&cia una ciudad para compartir
AGRUPACION SARDINERA MURCIA
Estrella de Levante

5) Autor: Cartel ALBERTO SEVILLA

si no

6) Imprenta: Imprime Industrias Gráficas Libecrom, S.A.

si no



2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

Fiesta declarada de Interés Turístico Internacional
Título y fechas traducidas a tres idiomas

3. OTROS TEXTOS

D. legal: MU-219-2015 www.entierrodelasardina.net

ELEMENTOS VISUALES

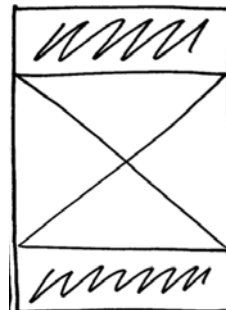
1) Tipo de ilustración Pintura de autor

2) Margen Con Marco

3) Tipo lay out H

3) Identidad Gráfica: si no

Región de Murcia, Costa Cálida, Ayuntamiento de Murcia, mu&cia, Agrupación Sardinera, Estrella de Levante.



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle: Sardinera tirando juguetes y público, balones

Real

2) Lugar Calles de Murcia

Real

3) Tiempo Noche cálida del sábado de fiestas

Definido

Signos

SS Murcia

- | | | | | | | | |
|--|--|---------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> enaguamedia | <input type="checkbox"/> coron espina | <input type="checkbox"/> vara estante | <input type="checkbox"/> naz entero | <input type="checkbox"/> palmera | <input type="checkbox"/> bocinas | <input type="checkbox"/> clavos | <input type="checkbox"/> angel |
| <input type="checkbox"/> imagen paso | <input type="checkbox"/> NtroPaJesús | <input type="checkbox"/> nazpenitente | <input type="checkbox"/> nazestante | <input type="checkbox"/> coloraos | <input type="checkbox"/> capuz | <input type="checkbox"/> flores | <input type="checkbox"/> cruz |
| <input type="checkbox"/> detalle paso | <input type="checkbox"/> Virgen Dolor. | <input type="checkbox"/> mayordomo | <input type="checkbox"/> San Juan | <input type="checkbox"/> moraos | <input type="checkbox"/> burlas | <input type="checkbox"/> cirios | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> detalle trono | <input type="checkbox"/> Prendimiento | <input type="checkbox"/> Crucificado | <input type="checkbox"/> Verónica | <input type="checkbox"/> manola | <input type="checkbox"/> azotes | <input type="checkbox"/> cetro | <input type="checkbox"/> |

Signos

Murcia

- | | | | | | | |
|---|---|---|------------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Torre Catedral | <input type="checkbox"/> Teatro Romea | <input type="checkbox"/> Fachada Ayuntamiento | <input type="checkbox"/> Imafronte | <input type="checkbox"/> Palmera | <input type="checkbox"/> Huerta | <input type="checkbox"/> Río |
| <input type="checkbox"/> Puente Viejo | <input type="checkbox"/> Traje regional | <input type="checkbox"/> Santuario Fuensanta | <input type="checkbox"/> Edificios | <input type="checkbox"/> Barraca | <input type="checkbox"/> Moneo | <input type="checkbox"/> |

Signos

FP

Murcia

- | | | | | | | | |
|---|--|--|-----------------------------------|----------------------------------|---|---------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> productos huerta | <input type="checkbox"/> aperos labranza | <input type="checkbox"/> burro/caballo | <input type="checkbox"/> huertana | <input type="checkbox"/> chaleco | <input type="checkbox"/> mueble | <input type="checkbox"/> dioses | <input type="checkbox"/> flores |
| <input type="checkbox"/> sombrero calañés | <input type="checkbox"/> moño picaporte | <input type="checkbox"/> castañuelas | <input type="checkbox"/> huertano | <input type="checkbox"/> mantón | <input type="checkbox"/> bengala | <input type="checkbox"/> manta | <input checked="" type="checkbox"/> fuego |
| <input type="checkbox"/> pareja huertanos | <input type="checkbox"/> niño huertano | <input type="checkbox"/> hachonero | <input type="checkbox"/> zaragüel | <input type="checkbox"/> carroza | <input type="checkbox"/> artificia | <input type="checkbox"/> pájaro | <input type="checkbox"/> refajo |
| <input type="checkbox"/> virgen fuensanta | <input type="checkbox"/> guitarra&otro | <input type="checkbox"/> esparteña | <input type="checkbox"/> montera | <input type="checkbox"/> barraca | <input checked="" type="checkbox"/> sardina | <input type="checkbox"/> gayao | <input type="checkbox"/> baile |

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La ilustración transmite algarabía y entusiasmo por el gran colorido de la imagen. Se expresa el agolpamiento de la gente ante el paso de las carrozas del Entierro donde los sardineros arrojan juguetes entre el público cuyas caras vemos sonrientes y tensas al tiempo mientras elevan sus brazos para alcanzar algún tesoro. Incluso uno sostiene un cucurucho para ayudarse en conseguirlo en esta lucha por el balón sardinero. Público de todas las edades como se puede comprobar que sostiene sus presas en las manos, los juguetes aquí representados por espadas, balones y sardinas de plástico.

Los capirotos de rayas de los icónicos hachoneros asoman entre la carroza y el respetable provocando una humareda blanca y una luz de fuego amarilla de las bengalas que portan que expresa el ambiente de la calle característico de esa noche.

Bullicio y diversión de esta peculiar fiesta. La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos

Nuevo logo de campaña de turismo de la Región de Murcia "Costa Cálida"

Nuevo logo campaña ciudad de Murcia "Murcia una ciudad para compartir"

Año: 2015 Fiesta: Fiestas de Primavera
 Fuente: Foto yo del ejemplar recogido en la oficina de turismo

SSFPmismocartel SSFPseparado

Estado Tamaño si no 98x59cm

Nº de tamaños 1 2

NIVEL SIGNIFICANTE

1. TEXTOS INFORMATIVOS

1) Nombre Fiesta: si no

Fiestas de Primavera

2) Lugar: si no 3) Fechas: si no

Murcia 5 al 12 de abril 2015

4) Anunciante:organiza y colabora: si no

MURCIA

5) Autor: Diseño del cartel: Antonio Martínez Mengual si no

6) Imprenta: Imprime: A.G. Novograf si no

2. TEXTOS PERSUASIVOS Slogan si no

Otros textos persuasivos: si no

DECLARADAS DE INTERÉS TURÍSTICO INTERNACIONAL



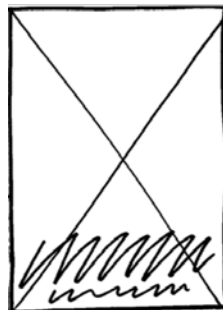
3. OTROS TEXTOS

D.L.: MU 226-2015 Dedicatoria del artista para Loreto

ELEMENTOS VISUALES

1) Tipo de ilustración 2) Margen 3) Tipo lay out

3) Identidad Gráfica: si no



5) Firma si no



CONTEXTO ARGUMENTAL

1) Personajes persona animal vegetal objeto mascota otro

Personajes detalle:

2) Lugar

3) Tiempo

Signos enaguamedia coron espina vara estante naz entero palmera bocinas clavos angel
 SS Murcia imagen paso NtroPaJesús nazpenitente nazestante coloraos capuz flores cruz
 detalle paso Virgen Dolor. mayordomo San Juan moraos burlas cirios
 detalle trono Prendimiento Crucificado Verónica manola azotes cetro

Signos Torre Catedral Teatro Romea Fachada Ayuntamiento Imafronte Palmera Huerta Río
 Murcia Puente Viejo Traje regional Santuario Fuensanta Edificios Barraca Moneo

Signos productos huerta aperos labranza burro/caballo huertana chaleco mueble dioses flores
 FP sombrero calañés moño picaporte castañuelas huertano mantón bengala manta fuego
 Murcia pareja huertanos niño huertano hachonero zaragüel carroza fartificia pájaro refajo
 virgen fuensanta guitarra&otro esparteña montera barraca sardina gayao baile

NIVEL SIGNIFICADO

Descripción cartel y escena representada: Tipo discurso: **Seductivo**

Convergencia denotación/connotación:

La imagen que protagoniza una rosa abierta se convierte en icono de la estación de las flores que en Murcia es la primavera. El contraste de colores complementarios, azul y amarillo, combinados con el blanco provoca un efecto brillante como la luz de los lugares mediterráneos en primavera. La huerta de Murcia está sembrada de rosales por lo que esta flor aunque no se ha utilizado mucho como icono de la huerta en realidad es muy común en todas las casas de la huerta de Murcia. La obra imprime de arte las fiestas que se anuncian y el cartel.

Otros datos