

CARTEL Y DISEÑO

UNA HISTORIA EN DOS PARTES Y UN INTERMEDIO

EN MURCIA

PEDRO MANZANO

CARTEL Y DISEÑO

UNA HISTORIA EN DOS PARTES Y UN INTERMEDIO

EN MURCIA

PEDRO MANZANO



Real Academia
Alfonso X El Sabio



Ayuntamiento
de Murcia



REAL ACADEMIA DE BELLAS ARTES
DE SANTA TERESA DE LA ABBADIA
DE MURCIA

AYUNTAMIENTO DE MURCIA

Alcalde-Presidente
José Ballesta Germán

Concejal de Cultura e Identidad
Diego Avilés Correas

Edita
Ayuntamiento de Murcia,
Concejalía de Cultura e Identidad

Colabora
Real Academia de Bellas Artes de Santa María de la Arrixaca
Real Academia Alfonso X El Sabio

Impresión
Pictocoop

Copyright
© del texto: Pedro Manzano
© de esta edición: Ayuntamiento de Murcia, Concejalía de Cultura e Identidad

ISBN: 978-84-09-61734-0

D.L.: MU-527-2024

ÍNDICE

PARTE PRIMERA (1800-1931) [7]



Flores y Garay se anuncian como dibujantes litógrafos. H. 1920.

- 1 PREÁMBULO. LA CIUDAD ESPECTÁCULO [9]
- 2 TODO QUIERE CARTEL [21]
- 3 ¡A LOS TOROS! [45]
- 4 GANAR ES LA META [71]
- 5 PROTESTANDO UN FALLO [91]
- 6 DISFRUTAR LOS PLACERES DE LA VIDA [109]

UN LARGO INTERMEDIO (1931-1939) [131]

Ramón Gaya.
Ilustración para el nº 1
de *Hora de España*. 1937



- 1 TIEMPOS DE COMPROMISO [133]
- 2 LOS MUROS DE LAS CIUDADES LANZAN PROYECTILES [147]

PARTE SEGUNDA (1940-2023) [161]



Molina Sánchez.
Portada del Boletín de los
Alumnos de la Escuela
Nacional de Artes Gráficas.



Antonio Ballester y Alfonso Albacete.
Nueva sede del Colegio de Arquitectos. 1978.

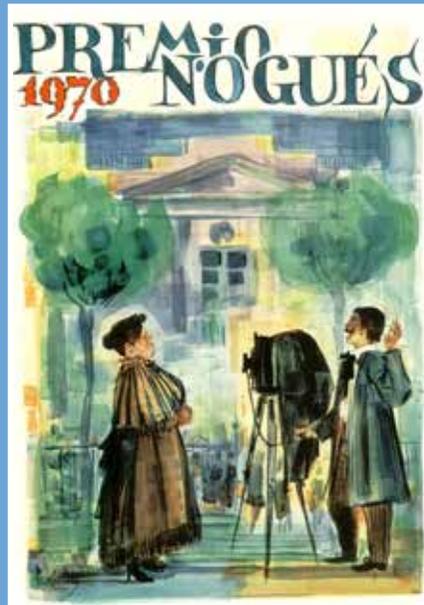
- 1 SEMANA SANTA Y GRANDES INUNDACIONES [163]
- 2 VISITE LA FERIA DE LA CONSERVA, UN HUERTO URBANIZADO [189]
- 3 LA IRRENUNCIABLE MODERNIDAD [213]
- 4 APTO PARA TODOS PÚBLICOS [243]
- 5 ¿ESTUDIAS O DISEÑAS? [305]
- 6 LA IGC ES VERDE [339]
- 7 UNA FIESTA A PUNTO DE TERMINAR [381]
- 8 PUBLICAR, EDITAR, DISEÑANDO LA VISIBILIDAD DEL ARTISTA [413]
- 9 ... Y PREMIOS PARA TODOS [455]
- 10 FINAL. L'AFFICHE EST MORT, VIVE L'AFFICHE [521]

BIBLIOGRAFÍA [559]



Luis Garay. *Hotel Reina Victoria*. H.1950.

Mechó. *Vistabella Ciudad Jardín*. 1957.



Párraga. *Fiestas de Primavera*. 1962.

Muñoz Barberán. *Premio Nogués*. 1970.

PRÓLOGO

MURCIA es una tierra con historia y corazón. Vivimos en un lugar privilegiado que rezuma historia por los cuatro costados. Murcia ha sido desde tiempos inmemoriales una encrucijada de caminos y lugar de encuentro de civilizaciones: iberos, fenicios, cartagineses, romanos, árabes, aragoneses, castellanos... han otorgado identidad y carácter a cualquier elemento de nuestra tierra; desde la gastronomía, pasando por la música, el folclore y las tradiciones o la arquitectura. Y, por supuesto, a las gentes de esta bendita tierra bañada por el sol, los fértiles ríos y el mediterráneo.

Gracias a personas como Pedro Manzano que recogen en este libro gran parte de la historia de nuestra ciudad, podemos hacer un recorrido en el tiempo a través de la cartelería que ha anunciado los eventos y acontecimientos más importantes que han ido marcando el devenir de los murcianos desde principios del siglo XIX.

Este libro nos descubre sensaciones y sentimientos que suponen una síntesis de costumbres y tradiciones que quedan plasmadas en las imágenes y diseños que se han ido confeccionando en nuestra ciudad y nuestra Región a lo largo del tiempo.

Estamos ante un magnífico ejemplo de medio de comunicación donde el poder reside en la imagen. Una imagen de ciudad y una marca que muestra con todo esplendor nuestra natural y privativa manera de ser, en definitiva, la idiosincrasia propia de los murcianos.

Estos carteles son la mejor ocasión para descubrir nuestra tierra. Nos hablan de la Murcia de ayer y sirven para conocer y comprender la Murcia del presente. Unos carteles y diseños que, no exentos de curiosidad, protagonizaron en muchos casos la actualidad en su día y quedaron grabados en las noticias del momento, permitiéndonos a nosotros ahora transportarnos a esos ambientes y lugares y haciendo un viaje a esa Murcia que se fue.

Sigamos escribiendo entre todos esta historia de Murcia a través de la cartelería. Sigamos con esa curiosidad y el amor por esta tierra que nos lleva a nobles propósitos y a rescatar esa memoria colectiva que nos pertenece a todos y de la cual somos dignos herederos.

José Ballesta Germán
Alcalde de Murcia

PARTE PRIMERA (1800-1931)



Gil de Vicario.
Ilustración para la portada
del *Levante Agrario*. 1922



Los cafés del Arenal con las paredes cubiertas de carteles.
Murcia. Principios del siglo XX.

1 PREÁMBULO. LA CIUDAD ESPECTÁCULO

El 6 de marzo de 1899 *El Herald de Murcia*, en palabras de Antonio Ambroa, uno de sus redactores, describe en su “Crónica Parisina” el entierro del sexto presidente de la Tercera República Francesa, Félix Faure, fallecido el 16 de febrero. El cortejo desfila por los anchos bulevares de París, que Haussmann ha hecho construir y que, según insinuaciones de algunos intelectuales, Zola entre ellos, se han concebido para que la tropa y la artillería puedan maniobrar con facilidad impidiendo las insurrecciones y manifestaciones de los parisinos, dificultando la colocación de las barricadas protectoras.

“Éste París cuyas ventanas ostentan hoy millares de banderas a media asta, envueltas en negras gasas, cual lazos de crespón en las espadas, éste París respetuoso y descreído, mira como por una antítesis eterna los pelados árboles de sus avenidas cubiertas por la cabellera multicolor de las serpentinas y por esas calles, aún tachonadas de confetti, desfila el imponente y fúnebre cortejo del primer magistrado de la república.

Acá y allá, en el fondo de los alegres anuncios cromolitográficos, las figurinas de Pal y de Chéret amarillas como el oro y azules como el cielo, destacan atrayentes llamando al público, indicándole el camino de la Ópera.

Y el cortejo marcha lentamente y la muchedumbre llora o admira y los carteles anuncian los bailes de máscaras.

He ahí el símbolo de nuestra vida moderna: las más rudas pruebas podrán abatirnos un efímero minuto, pero el espíritu necesita expansión, los parisenses que hoy vierten una lágrima sincera, reirán mañana locamente allá en el suntuoso Foyer de la Ópera y, como dijo el otro, no solamente el baile sino la bacanal podrá continuar.”

El texto es un reflejo perfecto de los nuevos tiempos, la pasión por la vida y el disfrute, el gusto por los espectáculos, especialmente si son multitudinarios –tanto si es una manifestación pública de dolor, la asistencia a una tarde de circo o el loco desenfreno de una noche de carnaval– y resultan asombrosos. La ciudad se ha convertido en el escenario idóneo para la transacción comercial, el ocio y las relaciones sociales, dispuesto a ser ocupado por un nuevo tipo de ciudadano, el *flâneur*, diletante espectador anónimo, observador y curioso de todo cuanto acontece a su alrededor, “*la multitud es su elemento, como el aire para los pájaros y el agua para los peces*”⁽¹⁾. Para Baudelaire gozar de la muchedumbre es un arte, vampirizarla, extraer de ella su energía, como en el cuento de Poe *El hombre de la multitud* publicado en 1840. Este será el perfil del artista moderno, que para crear necesita ser uno con la multitud y, a la vez, destacar de ella. Walter Benjamín lo refleja al referirse al poeta francés como un personaje que “*se mueve a codazos con las multitudes*”. Deambular sin rumbo, percibir la intensidad de lo pasajero y lo fugaz, camuflarse, mimetizarse con *el otro*, es ahora un símbolo de ese *tiempo nuevo*, que ha comenzado a moverse al ritmo que impone *la máquina*. Es en la calle donde están las novedades. Monet pintará, en la primavera de 1873, el Boulevard des Capucines desde el estudio de Félix Nadar, fijando la imagen del caos y el ejetreo de la ciudad moderna. El cartel invade el espacio público; los incitantes anuncios ocupan fachadas de plazas, calles y avenidas, estaciones de tren y paradas de tranvías. Los comercios muestran sus

(1) Una frase, un concepto sobre el nuevo hombre urbano, que formula Charles Baudelaire en su texto *El pintor de la vida moderna*. Cuyo original se publicó en *Le Figaro*, París, en 1863.

atractivas mercancías, apenas separadas del deseo por los frágiles y lípidos cristales que encierran los sugerentes escaparates. Proliferan establecimientos pensados para una forma de relación diferente, donde no es necesario ocultarse para el intercambio de ideas o proyectos compartidos. Cafés, cabarets y teatros, serán lugares de reunión habitual de artistas e intelectuales, ámbitos de donde saldrá una nueva concepción del mundo.

El Impresionismo, ese movimiento artístico que pretende captar la fugacidad de la luz, la huella que produce al resbalar sobre los objetos, que se opone al academicismo establecido por la Academia Francesa de Bellas Artes, surgirá en el café Guerbois cercano al estudio de Manet en el barrio de Batignolles. Sus asociados expondrán por primera vez en 1874, al margen del Salón Oficial, en el taller que el fotógrafo Félix Nadar está a punto de abandonar en el número 35 del Boulevard des Capucines. Bazille, Degás, Cézanne, Morisot, Pissarro, Renoir... son algunos de los pintores que muestran sus obras. Louis Leroy, despectivo, titula su ácida crítica en el diario satírico *Le Charivari*: "Exposición de los impresionistas", etiquetando al grupo. El título ha sido sugerido por el cuadro de Monet *Impresión sol nascente*, elegido por el pintor para el catálogo de la muestra. Así describe Claude Monet por qué lo ha escogido: "El paisaje no es otra cosa que una impresión, una impresión instantánea, de ahí el título, una impresión que me dio. He reproducido una impresión en Le Havre, desde mi ventana, sol en la niebla y unas pocas siluetas de botes destacándose en el fondo, me preguntaron por un título para el catálogo, no podía realmente ser una vista de Le Havre y dije **pongan impresión**".

Le Chat Noir, creado en 1881 por Rodolphe Salis, o Le Mirliton, abierto cinco años más tarde en los mismos locales por Aristide Bruant, cimentaron su prestigio a través de espectáculos musicales y teatrales. El teatro de sombras del *Gato Negro*, fue creado por Henri Riviere, un artista litógrafo. Las sesiones musicales de Le Mirliton se anunciaban y decoraban con los carteles de Lautrec y Steinlen. Bruant nos mira satisfecho envuelto en su capa oscura, el rojo de su característica bufanda haciendo de contrapunto al sombrero de ala ancha, en el cartel que Toulouse Lautrec le ha diseñado para los conciertos del *Ambassadeur* y que el *chansonier* ha exigido que se coloquen por todo el local. Cafés-teatro y cabarets se convertirán en los garitos de moda *fin de siècle*; lugar de encuentro de artistas: Debussy, Verlaine, Satie, Strinberg, Maupassant... Pintores, músicos y escritores los frecuentan asiduamente, incluso colaboran en muchas de sus propuestas escénicas, plásticas o musicales. Satie participará como pianista en las sesiones de Le Chat Noir y Steinlen ilustrará el periódico que edita este café, de la misma forma que Lautrec ilustrará los pliegos que imprime Le Mirliton. La fama de estos locales se extenderá pronto más allá de las fronteras de Francia haciendo de poderoso y atractivo imán.

Arte y velocidad. Impresiones de lo fugaz. Cambio de hábitos y mentalidades, de comportamientos y sensibilidades, en suma, pero también de espacios, de relaciones con el entorno. "La vida amenaza con convertirse en pública" escribirá Edmond de Goncourt en *La Maison d'un artiste*. Una nueva ciudad para un nuevo tipo de ciudadano. El urbanismo irá convirtiendo algunas ciudades de la vieja Europa, de callejuelas estrechas, sucias, insalubres y malolientes, en ciudades de nueva traza, que lejos de ser grises, austeras y monótonas, están ahora llenas de coloristas reclamos que demandan atención. Tras casi un siglo de avatares políticos y conflictos sociales, París se ha convertido en el espejo donde se miran todas las capitales europeas y el cartel en el principal icono visual que delata la modernidad.

Pero para llegar hasta aquí el cartel ha recorrido un largo camino y dado algunos pasos de gigante.

Tradicionalmente se sitúa en Inglaterra, hacia 1477, la aparición del primer anuncio impreso. Un pequeño cartel referido a las aguas termales citadas en el libro *The Pyes of Salisbury* salido del taller de William Caxton, impresor y editor formado en Colonia y creador, cerca de la Abadía de Westminster, de la primera imprenta inglesa de tipos móviles. No sería su único cartel, ya que solía realizar pasquines para anunciar y dar a conocer las publicaciones que editaba, entre las que se encuentran *La leyenda dorada* de Santiago de la Voragine, *La muerte de Arturo* de Sir Thomas Malory o *Los Cuentos de Canterbury* de Chaucer. Ediciones destinadas a las clases altas londinenses. Algunas de

estas publicaciones estaban profusamente ilustradas con hermosas xilografías; los cuentos de Chaucer incluían más de veinte grabados en madera. La protohistoria de la publicidad impresa aparecerá así, desde sus inicios, vinculada al desarrollo de los principales núcleos urbanos europeos y a la temprana difusión del libro en sociedades de dominio aristocrático con un alto índice de analfabetismo⁽²⁾; libros, cuyo argumento se sustentaba en el misterio, la sátira, la mordacidad, la ironía y el erotismo, ingredientes, todos ellos, que han conformado y conforman la esencia del cartel. Eran pequeños carteles donde primaba la tipografía, con tipos importados por Caxton de Flandes. Las costosas matrices de los tipos de letra circulaban por Europa y parece que se estibaban en los principales puertos junto a bordados, especias, vino o papel.

En España los talleres de impresión aparecerán vinculados a las ciudades universitarias, y los clientes de libros serán aristócratas, burgueses y comerciantes acomodados, letrados, clérigos y profesores universitarios. Pero Murcia, que no cuenta con universidad, habrá de esperar a los albores del siglo XVII para que en ella se establezcan librerías e impresores. Hacia 1600 Murcia es una pequeña ciudad, titular de un reino que apenas supera las 100.000 personas, y comenzará a contar ya con librerías e impresores –Diego de la Torre es el primer impresor con taller estable en Murcia, en el Convento de San Francisco; la licencia para que pueda imprimir obras se pide al Real Consejo en abril de 1600– que tienen en los temas religiosos el núcleo principal de sus impresos, ya que el clero, o personas vinculadas a las órdenes religiosas, son los principales demandantes de las obras. Sabemos que a comienzos del siglo XVII los impresores establecidos en Murcia, al amparo de la iglesia o la nobleza, acuden a Sevilla, en busca de tipos, cuando estos se estropean o desgastan –los tacos xilográficos se usan de forma reiterada, a veces en impresos distintos, o se falsean con orlas para ajustarse a los diferentes formatos del impreso–. Agustín Martínez, que regenta el taller de Diego de la Torre, aproximadamente entre 1607 y 1615, dirige un memorial al Ayuntamiento en demanda de ayuda –tal como recoge Justo García Soriano en la página 616 de sus *Anales de la imprenta en Murcia y noticia de sus impresores*, publicado en 1924–, al hacerse con el traspaso del taller, en el que expone: “*halle los aderezos y letras tan menoscauadas que me fue forzoso yr a Seuilla donde truxe letras bastantes...*” No solo letras, parece que Martínez se traería también iniciales y otros elementos decorativos.

Carteles y pasquines, de pequeño formato y tirada corta, irán apareciendo en Europa a lo largo de los años, difundiendo disposiciones reales, bandos, proclamas y, a veces, dando cuenta de infortunios colectivos. Impresos tipográficos, inicialmente ilustrados con viñetas xilografiadas⁽³⁾, acabarán sustituidos por un procedimiento más novedoso, el grabado calcográfico, realizado a partir de una plancha metálica intervenida con incisiones, de buril o punta seca, o mordida por ácidos; las reproducciones obtenidas por este procedimiento gozarán de mayor detalle y precisión, y también de mayor tamaño. Diego de la Torre, el impresor y tipógrafo valenciano establecido en Murcia, como se ha señalado, a comienzos del siglo XVII, en el Plano de San Francisco, es el primero en utilizar el grabado calcográfico para las portadas de los libros que edita. De la misma forma Berós, que imprimirá las obras de Francisco Cascales y Polo de Medina, utilizará el grabado calcográfico en las portadas de algunas de sus ediciones. Años más tarde, hacia 1688, Vicente Llofriu utiliza indistintamente tacos de madera y planchas de cobre para ilustrar sus publicaciones, incluso renueva los tipos que utiliza, y aporta nuevos modelos para las imágenes de capitulares y viñetas de los libros y pliegos que imprime.

La utilización de carteles o *afiches* debió ir haciéndose habitual, pues en el siglo XVII, en Francia, se prohibió su colocación sin permiso previo, llegando a crearse el cuerpo de *afficheurs royaux*, formado por funcionarios que sabían leer y escribir y ostentaban un distintivo que acreditaba su labor; consistía en llevar un registro de los carteles que se imprimían y enviar un ejemplar a la Cámara de Libreros e Impresores.

Pero la fisonomía del cartel, su configuración como instrumento de comunicación, comienza a perfilarse a lo largo del siglo XVIII. Ferias y mercados en Francia e Inglaterra harán uso de grandes y llamativos cartelones que, a la manera de *paneau* pintados y decorados en un lenguaje plástico, popular y sencillo, anunciarán productos en venta, pero también espectáculos asombrosos y la aparición de nuevas maravillas o inventos. Un

(2) El alemán Peter Schöffer había editado siete años antes un cartel recogiendo un catálogo de libros publicados por él mismo.

(3) A finales del siglo XV, hacia 1482, Jean Dupre imprime el que es considerado el primer cartel ilustrado; promete el perdón de los pecados a cambio de donativos a la iglesia, y lleva impresa la imagen de la virgen de *Notre Dame* de París.

aguafuerte publicado por J. Setchel, con forma de abanico, nos muestra el ambiente de la Feria de Bartholomew, cerca de Londres, al final del verano de 1721. Personajes, representando distintos estamentos sociales de la época, recorren los puestos y barracas de la feria bajo gigantescos anuncios, sujetos por andamios, que dan aviso de representaciones teatrales, acróbatas y equilibristas, magos y titiriteros. En el grabado podemos ver también, fijados a los laterales de esos mismos barracones, pequeños cartelitos, pasquines, pliegos anunciadores, realizados a base de composiciones tipográficas con mínimas ilustraciones estampadas a partir de planchas de madera. La imagen de Setchel contiene el germen de los futuros posibles modelos de cartel y de lo que habrían de ser las vallas publicitarias.

En España, y por supuesto en Murcia, existen precedentes del cartel desde el siglo XVII y aún antes. En los escritos que mantenedores de justas, torneos y juegos de sortija, colocan en sitios públicos para que al pie firmen los participantes. En series de xilografías como las editadas por Els Abadal de Moià: *La mona*, *Abre el ojo...* que recogen temas populares, refranes, consejos y máximas moralizantes. Abadal, que bien podría haber sido el tallador de la matriz de madera, conservada en la Biblioteca Nacional, que representa a Nuestra Señora del Carmen, titular de su iglesia en la ciudad de Cartagena, y las benditas ánimas. En bandos y cartelitos referidos a normas y comportamientos de índole moral o cívica: la Inquisición murciana editaría en 1689 un pequeño cartel (Fig. 1) – hoy en la oriolana Biblioteca Fernando de Loazes –, con capitular y escudo, orlado de reitera la prohibición de pintar cruces en lugares determinados, de forma indiscriminada, con el fin de preservarlos de inmundicias y suciedad. En sermones y calendarios. En las estampas religiosas, muy abundantes hasta bien entrado el siglo XIX, que expedían libreros y buhoneros en sus establecimientos, a las puertas de las iglesias y en los puestos instalados en días de feria o romería; estampas, utilizadas como imágenes de culto, colocadas en altares particulares y en paredes de los domicilios, y que en Murcia estuvieron muy en relación con la tradición de la imaginería religiosa, pues el propio Francisco Salzillo ilustró en 1738, con la imagen de Nuestra Señora del Patrocinio, el *porcón* (escrito de alegaciones procesales) que recoge el pleito de los heredados del Campillo con Don Juan Francisco Carrillo de Albornoz regidor perpetuo de la ciudad de Murcia. En manifestaciones y sátiras de tipo político. El citado Justo García Soriano, en su estudio *Anales de la imprenta en Murcia y noticia de sus impresores*, recoge las acusaciones vertidas contra el *Impresor de la Ciudad* Vicente Llofriú, hacia 1706, que le supondrían pena de cárcel durante un tiempo, por haber estampado un papel subversivo, causa de discordia y discusión, relativo a manifestarse de forma partidista en la Guerra de Sucesión. Llofriú acabaría sirviendo al cardenal Belluga –imprimiendo en 1706 *La Gaceta de Murcia* para el entonces obispo y luego cardenal–, que será firme apoyo del Rey Borbón Felipe V. En pasquines se manifiesta, en 1766, el descontento popular en algunos pueblos de la Región de Murcia, alentando al levantamiento del populacho, a causa del alza de los precios ocasionado por la liberalización del costo de los cereales, directriz impulsada por Leopoldo de Gregorio, marqués de Esquilache, ministro de Carlos III. En hojas anunciadoras, algunas de tono burlesco, vinculadas al teatro, realizadas por los propios actores –*mamarrachos*, una forma de anunciar las representaciones utilizada en el siglo XVI por Cosme de Oviedo– o, más tarde, impresas. Al parecer, los carteles de teatro comenzaron a imprimirse siguiendo instrucciones del actor cartagenero Isidoro Máiquez, que además numeró el patio de butacas y prohibió la venta de frutas en el interior de la sala. En Murcia, las prensas del taller de Francisco Benedicto editan, en 1772, un impreso que da cuenta de la presencia en la ciudad de una compañía de ópera italiana pues parece que era grande la afición de los murcianos a las representaciones teatrales, comedias y óperas bufas.

El cartel, en tanto que impreso destinado a fijarse en pared o paraje público, evolucionará en nuestro país a partir de la fiesta de los toros. El primer cartel de toros conocido data de 1737; el impreso, de formato horizontal y 42x31 cm, sirvió para anunciar las corridas que se celebraron en la localidad de Soto de Luzón cercana a Madrid; recoge la fecha del festejo –septiembre–, los participantes, los dueños de las reses, el número de corridas, hora y costo de la entrada para presenciarlas; también informa que los fondos recaudados se destinarán a beneficio de los Reales Hospitales; hay que tener en cuenta que el festejo taurino era privilegio real.



(Fig. 1) Inquisición murciana. 1689.

Estos pasquines tipográficos, muchas veces orlados, podrían tener también su origen en la impresión de los *pliegos de cordel* o *pliegos sueltos*; populares cuadernillos de pocas hojas que se divulgaban en ferias y mercados, tiendas y portales, sujetos en tenderos de cuerdas o cañas. Consistían en textos literarios que recogían historias del gusto del gran público y darían lugar a novelas por entregas –en Murcia, el citado Benedicto será el impresor de la primera colección de este tipo de texto semanal, en formato de 4ª y con 24 páginas por pliego–, a veces trataban temas escabrosos o truculentos, y podían coleccionarse dado su bajo precio. A partir de la segunda mitad del siglo XIX los *pliegos de cordel* se ilustraron con grabados coloreados.

Luis XV ordena en Francia, en 1761, que los establecimientos comerciales coloquen sus anuncios paralelamente al muro y pegados a él, para evitar accidentes y como medida de seguridad, adelantándose a la imagen futura de los grandes carteles cubriendo fachadas y paredes de calles y avenidas, y marcando la pauta de su verticalidad.

Podemos fechar hacia 1796 el primer paso de gigante, con el invento de la litografía debido al checo Alois Senefelder en un intento de buscar métodos nuevos y más baratos de reproducción de textos y, sobre todo, de partituras musicales. Un hallazgo fortuito, pues la leyenda cuenta que fue fruto de la casualidad al escribir la lista de la ropa que tenía que llevarse la lavandera con lo único que tenía a mano, una piedra pulida sobre la que escribió con un lápiz graso. La anécdota se sustenta en el hecho contrastado de la utilización en Alemania, desde finales del siglo XVIII, de piedras planas para reproducir textos sobre papel. La intención de Senefelder es imprimir, en su pequeño taller de Munich, la música de su socio Gleisner; aunque el procedimiento deja abiertas otras posibilidades; producir grabados, que gozaban de una gran popularidad y de un mercado en expansión en la Europa del XVIII, es una de ellas. En 1801 publica el primer tratado para patentar el proceso de estampación litográfica; diecisiete años más tarde, cuando aparece el segundo tratado, la litografía es ya una forma de reproducción de imágenes y textos que se difunde, sin control, rápidamente.

Algunos factores contribuyeron a esta difusión. La coincidencia temporal con la aparición y el desarrollo de la Revolución Industrial y la producción en serie de bienes de consumo que requería, a la vez, de un estímulo constante de la demanda, favoreció que se fuera sistematizando el concepto de publicidad⁽⁴⁾, ayudó a depurar las técnicas litográficas y a popularizar el cartel. La necesidad de glorificar mediante abundantes imágenes –la estampa seriada es un método perfecto para ello– el reinado de Luis Felipe, entre 1830 y 1848, en la Francia de la Restauración. La satisfacción de la demanda de la pequeña burguesía de reproducciones artísticas para decorar los salones de sus viviendas. El compromiso de grupos políticos y algunos artistas, como Daumier, con la sátira, la desmitificación de las instituciones burguesas y la propagación de ideas innovadoras y progresistas. La abundante prensa escrita existente en la época, que encontró una forma barata y rápida de incorporar ilustraciones al texto. La economía y rapidez del procedimiento: la matriz se prepara de un día para otro, las placas pueden ser reutilizadas una vez rascadas y pulidas de nuevo con piedra pómez u otros abrasivos, y las tiradas son prácticamente ilimitadas. Además, era normal que los artistas se vieran interesados en una técnica que les permitía intervenir directamente sobre las matrices, pudiendo controlar el resultado de su obra; a veces los artistas no trabajaban de forma directa sobre la piedra, preparaban el trabajo en un papel duro, poco absorbente y rugoso, luego esa imagen se pasaba por presión a la piedra litográfica, la débil imagen resultante, poco definida, era reforzada por un estampador especializado, el resultado obtenido era exacto y su posición idéntica a la que fue concebida.

La litografía es un procedimiento de estampación que debe su implantación en España a los hermanos Cardano. Sigamos de forma breve la biografía de los cartageneros trazada por Juan Carrete Parrondo. Felipe y José María Cardano y Bauzá, marinos cartageneros, nacidos en 1778 y 1782 respectivamente, ingresaron en la Real Escuela de Navegación de Cartagena llegando ambos a ser pilotines de nave y miembros de la Dirección de Hidrografía. En 1802 los hermanos marcharon pensionados a París para aprender a hendir cartas en cobre. Su maestro en la capital francesa sería Sebastien-François

(4) En 1863 William Smith publica, en Inglaterra, el primer texto teórico acerca de la publicidad: *Advertise, How? When? Where?*

Bouclet. José María volvería en 1806 a su puesto en la Dirección de Hidrografía; mientras Felipe, que había solicitado a Godoy permiso para dedicarse al estudio del grabado de paisajes, continuó en París hasta 1814, dejándosele de pagar la pensión por negarse a colaborar con la administración de José I, sería encarcelado, fugándose ese mismo año, donde pasó a España y se reintegró como grabador en la Dirección de Hidrografía. En 1815 Felipe es designado Grabador de Cámara y tres años después Académico de Mérito de la de San Fernando. En torno a 1820, año en el que su hermano José María era ya director del Establecimiento Litográfico, labra dos litografías, una del rey Fernando VII, otra titulada *Estudio de una encina*. Felipe muere en Málaga en abril de 1824.

José María, tras volver a Madrid en 1806, pasó dos años más tarde, tras negarse a servir al gobierno impuesto por Bonaparte, a Cartagena y luego a Cádiz, donde ejerció de profesor en la Academia Militar. En 1817 sugirió al ministro José Vázquez de Figueroa que enviase a un joven a Munich para que aprendiera el oficio de litógrafo y pudiese utilizar la prensa litográfica que al parecer poseía José María y aplicara sus conocimientos al servicio de la Dirección Hidrográfica. Fue él mismo el enviado, trabando amistad con Senefelder en cuyo taller parece que talló ocho estampas para un cuaderno litográfico contenedor de muestras. José María Cardano regresa en 1818 y es designado director del Establecimiento Litográfico. En 1822 pasa a París y un año después a Londres, con el fin de aprender a fabricar papel apropiado para estampar litografías, capital en la que fallece en 1824, desmantelándose el Establecimiento Litográfico y pasando prensa y materiales al control de José de Madrazo.

La puesta en marcha del Real Establecimiento Litográfico, supone en España que el procedimiento sea auspiciado por la monarquía y dependiente en gran medida del Estado. Controlado por los Madrazo, serán ellos los que permitan su acceso a artistas y artesanos. La primera litografía fechada en España, de 1819, el retrato de una vieja hilandera, realizado en el Establecimiento Litográfico del Depósito Hidrográfico de Madrid que dirige José María Cardano, se la debemos a Goya. En 1834 cesa el monopolio del Real Establecimiento y comienzan a abrirse talleres en Cataluña, Aragón, Vascongadas y Asturias.

Inicialmente las matrices litográficas eran piedras calcáreas, porosas, de la comarca alemana de Solnhofen, que se tallaban en lastras de diferentes dimensiones con un espesor entre 5 y 10 cm, acumulando un peso de decenas de kilos; una piedra de 70x100 cm alcanzaba doscientos kilogramos de peso, lo que a todas luces la hacía frágil e incómoda para su manipulación y transporte. Sobre la piedra se dibuja con tinta, lápiz o carboncillo graso. Realizado el dibujo la superficie calcárea se lava con agua, pasándole después un rodillo entintado que adhiere la tinta a la parte dibujada y es repelida por las partes no dibujadas donde queda descubierta la parte lavada, la matriz está así lista para la impresión. Todo el proceso se ha basado en la incompatibilidad entre el agua y la materia grasa. Tras una serie de operaciones con ácido nítrico, goma arábiga y betún, se refuerza y fija mejor el dibujo para permitir una mayor tirada de copias. La piedra se coloca sobre el plano de la prensa, entintada y cubierta por el pliego a imprimir protegido por otras hojas y cartones engrasados. El conjunto pasa bajo una plancha de madera que es la encargada de transmitir la presión y fijar la imagen al pliego.

A mediados del siglo XIX el papel deja de fabricarse a partir de trapos y telas viejas y pasa a producirse con pasta de pulpa de madera. Pronto una sola máquina Voith será capaz de producir más de 6.000 kg de papel al día. Smart inventa en 1846 la primera rotativa para impresión litográfica. Las rotativas mecánicas off-set –de impresión suave–, dotadas de planchas y cilindros metálicos de cinc, logran fijar directamente la imagen sin invertir y en breve serán capaces de editar miles de ejemplares a la hora. Engelmann ha perfeccionado la cromolitografía, patentándola hacia 1837, obteniendo una impresionante gama de tonalidades y colores; el procedimiento de separación de color ideado por Le Blon, un siglo antes, parece ahora pertenecer a la remota antigüedad. Gracias a los registros, dejados por los operarios a pie de imprenta, sabemos que podían llegar a utilizarse diez o doce tintas en un cartel, aunque lo normal era emplear de cuatro a siete colores.

Carteles, impresión sobre metal, cajas y envases, papeles pintados⁽⁵⁾, libros bellamente ilustrados. La litografía a color invade cualquier aspecto de la vida cotidiana fijada

(5) En la década 1840-1850 Rouchon editaba en París gigantescos carteles, utilizando sistemas de reproducción similares a los que ya había experimentado en su negocio de impresión y venta de papeles pintados.

a los más inverosímiles objetos imaginables. ¿A quién puede interesar ya esos antiguos y elitistas grabados si el mundo ha dejado de ser en blanco y negro? En 1838 había en París 280 talleres y establecimientos litográficos registrados, y podían encontrarse innumerables escritos sobre este procedimiento de reproducción de imágenes.

El segundo y definitivo paso de gigante se dará en 1868. Desde fachadas y medianeras tres personajes parecen saltar de las paredes a las calles de París, animando a los viandantes a acudir al salón de baile *Bal Valentino*. Chéret ha producido una de las primeras obras maestras del cartel. Su impactante atractivo, la eficacia de todos los elementos que lo componen, la atmósfera de sus rojos y azules que refuerzan la escena, la tipografía –creada exprofeso– que rodea a Pierrot y a las dos bellas Colombinas y se solapa a las figuras proyectándose hacia el espectador, logran provocarlo de forma consciente en una pirueta sensual y misteriosa. Por primera vez imagen y texto –lo icónico y lo literario– se han fundido en un todo inseparable.

Jules Chéret (París 1840-Niza 1932) no ha concebido *Bal Valentino* solamente como un anuncio al uso, lo ha convertido en una poderosa llamada de atención, fijando así el concepto definitivo de lo que será el cartel y ha hecho nacer una nueva forma artística: el arte publicitario. Maestro litógrafo, formado en Londres gracias a los apoyos brindados por el perfumista Rimmel, donde probablemente tuvo acceso a las primeras publicaciones de la época que hacían referencia a los beneficios de la publicidad, Chéret había abierto taller en París dos años antes. De las piedras litográficas de su establecimiento, que trabajaba directamente, llegaron a salir más de mil carteles de brillante colorido y gran formato; primero imprimía los negros –más tarde sustituidos por azul– para fijar el dibujo, luego los rojos y finalmente los colores y tonos más suaves para obtener gradaciones y matices en los fondos. Chéret se apropió del lenguaje visual, tan popular, de los carteles y programas de circo ingleses y americanos, de la ingenuidad de sus imágenes plásticas, que supo dotar de influencias cultas extraídas de la historia del arte y de la pintura, Tiépolo, Fragonard, Watteau, Turner... sensualidad y movimiento. Los personajes femeninos de sus carteles, que invariablemente representaban a la bailarina y actriz Charlotte Wiehe, y que serían conocidos con el nombre de *Chérettes*, servían para anunciar cualquier tipo de local comercial o evento: bazares, velocipedos, periódicos, óperas, ballets, sesiones teatrales... y parecían, desde los pliegos adheridos a cualquier medianera de París, acercarse hacia nosotros ¡cómo deslizándose en la pista helada del Palais de Glace! Pronto las jóvenes parisinas quisieron verse reflejadas en estas imágenes femeninas, alegres, lozanas y despreocupadas. No solo había nacido el cartel publicitario, la mujer se había convertido gracias a Jules Chéret en elemento esencial de esta nueva forma de arte.

Imitadores y emuladores de esta novedosa técnica de expresión proliferaron pronto por toda Europa. El cartel se convirtió en algo cotidiano, parte esencial de la publicidad, y en manos de artistas e impresores se vinculó, desde su nacimiento, a los futuros movimientos artísticos, para ejercer desde allí su influencia sobre la cultura y la sociedad. Un medio de comunicación impreso que auna valores artísticos y, a la vez, aporta información sobre aspectos sociales, culturales, económicos y políticos de una época. El avance económico, la necesidad de dar a conocer los novedosos productos en pleno auge de la sociedad de consumo, propició su permanente presencia y su evolución. Ferias, espectáculos, política, objetos varios –algunos de dudosa utilidad–, ningún aspecto de la vida cotidiana quedó fuera de su ámbito. Elemento imprescindible del paisaje ciudadano acabó invadiendo todos los espacios urbanos imaginables y modificando la fisonomía de las ciudades, fueran estas más o menos grandes, más o menos importantes. Carteles en fachadas y paredes –el diario *Las Provincias de Levante* informa, el 5 de mayo de 1891, del invento de una máquina en París para fijar carteles sin arrugas en muros untados de engrudo–, en medianeras, en interiores de comercios y cafés, en innovadores y extravagantes soportes ideados ex profeso, vehículos –inicialmente de tracción animal–, chirimbolos y columnas, todo es válido para acercar los mensajes impresos en sus láminas, reforzados por sus impactantes imágenes, hasta el ciudadano. En Murcia, la nueva sastrería El Siglo, que abre al público en 1888, se anuncia con carteles portados ante una banda de música; el ingenio se agudiza comenta la prensa, y se pregunta para qué ser-



(Fig. 2) Feria de Murcia de 1878. Imprime Nogués.

virán pronto los periódicos o los impresores. En 1895 el Ministerio de Fomento autoriza la patente de la creación de un velocípedo que llevará el cartel anunciador sobre un eje de sustentación algo más elevado que la cabeza del ciclista, el cartel podrá iluminarse por la noche y los ciclistas, uniformados, avisarán su presencia con un timbre; el invento, locura, disparate, es digno de reseña en el diario *Las Provincias de Levante* el 2 de mayo.

En las calles no era difícil encontrarse con hombres-anuncio portando carteles o emparedados entre paneles, deambulando atrapados entre dos paños coloristas adheridos al cartón. Así los describe, al finalizar el siglo, el economista catalán Federico Rahola: *“Nuestro siglo aquejado de ardorosa fiebre industrial, ha hecho del saberse anunciar un verdadero arte, y en su afán de no perdonar medio alguno para perfeccionarlo, ha abusado de todo lo imaginable, llegando a prescindir por completo del respeto que debemos a la personalidad humana. Todos conocen el nombre irrisorio que de la multitud han recibido esos infelices prisioneros entre dos cartones, que anuncian a la gente los prodigios de un bazar, la proximidad de un meeting o las representaciones de un teatro. Objeto de todas las sonrisas y blanco de todas las miradas, sufriendo la lluvia y resistiendo la niebla, vejados en todas sus acciones y movimientos, miserables esclavos del anuncio, se deslizan por las sucias calles de Londres, sin hablar ni sonreír, anunciando comidas, mientras denuncian el hambre con su rostro demacrado y pregonando la venta de trajes, en tanto que los suyos se rinden a su propia pesadumbre.”*

El 22 de abril de 1892 el diario *La Paz de Murcia* da noticia de la apertura de una suscripción pública a favor de Juan Baños Sabater, pues ha quedado casi totalmente privado de la vista al arder su casa, una barraca, en la pedanía del Cabezo. El tal Baños es portador habitual por las calles murcianas de los carteles anunciadores del Teatro Romea. Estos individuos, que recorrían los barrios, calles y plazas de las ciudades, debieron ser tipos conocidos y populares al menos en las pequeñas capitales de provincias, y su salario muy escaso: 1,50 pesetas era el estipendio de un hombre-anuncio en 1903. Cuando en 1922, *El Liberal* describe la vida del Golfo Gaona, muerto en el frío diciembre de la noche alicantina, nos presenta a un personaje miserable, estéril y desdichado, de existencia abandonada y desgraciada; limpiabotas, repartidor de prospectos, comparsa y chispero en cabalgatas y mascaradas, portador de carteles anunciadores, y sin embargo pintoresco y muy popular en Alicante. Una costumbre la del hombre-anuncio que podía acabar convirtiéndose en una forma de sambenito, como ocurrió en Valencia en 1941, al obligar a exhibirse a un estraperlista con un cartel en el que se leía: *“Soy un sinvergüenza. He querido estraperlar cinco mil kilos de harina y 35.000 pts. a Auxilio Social”*.

Al acabar el siglo XIX el cartel se encontraba en plena edad de oro, ¿acaso nuestra memoria hubiera sido capaz de retener, con tanta nitidez, un tiempo tan fascinante cómo la Belle Époque sin esos excelentes documentos gráficos? ¿o quizá el cartel no contribuyó, eficazmente, a difundir el Art Nouveau, esa innovadora corriente estética capaz de subyugarnos, con el atractivo de sus elegantes curvas, pronto incorporadas a cualquier manifestación artística, pintura, escultura, arquitectura...? Su atractivo y belleza, su poder evocador, hizo del cartel codiciado objeto de aficionados y coleccionistas con el mismo rango que si se tratará de pinturas o grabados. Llegaron a hacerse, merced a la demanda, tiradas especiales de carteles para ser coleccionados⁽⁶⁾, perdiendo su función anunciadora y adquiriendo la meramente decorativa. Algunos coleccionistas alcanzaron la obsesión y el paroxismo por su posesión; el diario *La Paz de Murcia* informa, el 7 de septiembre de 1890, de la muerte del coleccionista de carteles de teatro Heinrich Beer, que acaba sus días loco, su cuerpo envuelto por un gran cartel.

Como señala Raúl Eguizábal, comisario de la exposición “Memoria de la Seducción, carteles del siglo XIX en la Biblioteca Nacional” –celebrada en septiembre de 2002– en el texto del libro editado con motivo de la misma, el auge del cartel estuvo ligado a las grandes innovaciones del siglo XIX, en la maquinaria, en los transportes, en la producción industrial y, por supuesto, en la revolución producida alrededor de las tecnologías de la impresión, sobre todo la litografía, papel, tintas, moldes y tipos de imprenta...

Para otros el cartel es una fuente histórica de primer orden, y conservarlos es una forma de preservar la memoria de una época. Es el caso de Genaro Alenda y Mira, nacido en Alicante en 1816 y formado en humanidades y filosofía en el convento de San Agustín en Murcia. Comenzó a reunir a partir de 1867, desde su cargo de bibliotecario

(6) Los coleccionistas de estampas litográficas –muchas de ellas son reproducciones de cuadros de la época– y carteles, pasarán a formar una nueva categoría dentro del coleccionismo de objetos artísticos desde principios del siglo XIX. Daumier pinta hacia 1860 su *Coleccionista de Estampas*, el pequeño burgués que se afana en el Hôtel Drouot en localizar la pieza deseada.

de primera clase, la colección de carteles publicitarios de la Biblioteca Nacional de España, colección que incluyó en una sección de *Varios*, más tarde de *Ephemera*. Para Alenda el interés de los carteles está en función de los espectáculos que anuncian, sobre todo si se refieren a los primeros de la temporada o a los que presentan novedades en las imágenes y los grabados. De los anuncios que solían empapelar las esquinas destacaba él los que poseían más originalidad y atrevimiento en el dibujo y las figuras representadas, los que estaban mejor o más imaginativamente redactados, o daban a conocer inventos que hasta entonces eran desconocidos. Todo, en fin, que sirviese para mostrar el carácter, la moralidad, los gustos, las extravagancias y disparates de su tiempo. Temas taurinos, teatro, circo, viajes transoceánicos, tardes en el hipódromo, festejos y fiestas populares... serán la base de esta colección obtenida a través de la compra o de la cesión a título personal de muchos de los ejemplares. Algunos carteles, referidos a Murcia, fueron remitidos a la Biblioteca Nacional por D. Andrés Baquero Almansa entre 1879 y 1884: *Feria de Murcia de 1878* (Fig. 2); *Plaza de Toros, Murcia, Grandes Corridos 1882*; o el anunciador del *Tercer Centenario del Natalicio de D. Diego de Saavedra Fajardo 1884* (Fig. 3) –la imprenta de *El Diario* editaría cartel orlado a una tinta, menos llamativo (Fig. 4)–. Tras la jubilación de Alenda en 1892, el mismo año que finaliza la construcción de la nueva sede de la Biblioteca Nacional en el Paseo de Recoletos, sus depósitos no volverán a contar con ingresos continuados de cartelería hasta 1957 a causa de la ley de Depósito Legal. La ley de Depósito Legal tendrá un precedente en el Real Decreto de 1896 que, aprovechando la apertura al público de la Biblioteca Nacional, el 16 de marzo, dispone que sea entregado un ejemplar de todo lo que se imprimiere en España bajo multa de 200 pesetas si el impreso no es para venderlo y el doble si el impreso fuese comercializado, alcaldes o bibliotecarios que incumplan la norma serán multados con 50 pesetas; dispone igualmente el decreto que los impresos se harán llegar a la Biblioteca Nacional a través del bibliotecario provincial o local. *El Diario de Murcia* del 8 de diciembre de ese año comenta la disposición, real orden, real decreto “o lo que sea”, citando a D. José Sánchez Rubio, coleccionista aficionado de impresos y carteles, “salvo él”, dice el periódico, “sólo la Biblioteca Nacional de Madrid tiene todo lo impreso en Murcia”. Los fondos de carteles de las colecciones públicas de la Biblioteca Nacional se engrosaron en 1982, con la adquisición a un particular de una importante colección de carteles de La República y La Guerra Civil.

A lo largo del siglo no solo se han sentado las bases de un nuevo modelo de ciudad, también se ha modificado el lugar que en ella le corresponde al individuo; han quedado establecidas para el futuro las formas que tendrá que adoptar el complejo entramado devenido de la relación entre los que la habitan. Desde la alimentación al vestido, desde el ocio a la diversión sea esta pública o privada, desde la política al comportamiento social... todo, cualquier signo externo, es ahora considerado la manifestación de una forma de consumo, y el consumo una forma de afirmación personal. La ciudad ha pasado a ser el espacio idóneo para desarrollar las reglas que regirán la relación producto-consumidor. Nada hay que no sea susceptible ya de ser consumido, y el ciudadano se ha convertido en potencial consumidor. Cartel y publicidad han configurado una *diferente* mirada sobre el objeto y el entorno, sobre la sociedad, sobre el mundo y, desde luego, sobre el arte. Estamos ante el triunfo de un concepto hasta ahora desconocido, *la ciudad espectáculo*, capaz de satisfacer anhelos y deseos. Una idea experimentada en el Nueva York de la primera mitad del siglo XIX, que hará de Manhattan y, especialmente, de Coney Island un gran parque temático. Cuando Elisha Otis presenta su ascensor en 1853, en la Feria Internacional que organiza la *isla*, la nueva tecnología, que habría de cambiar la faz de las ciudades, queda eclipsada por una puesta en escena teatral, un espectáculo con recurso dramático como desenlace: los cables que sujetan la plataforma son cortados por el propio inventor, Otis se mantiene suspendido y no cae, el suspiro aliviado de los que contemplan la escena avala el nuevo artefacto, la técnica ha necesitado ser autenticada por un espectáculo de magia. Pero será Europa y, sobre todo, París, con sus nuevos desarrollos urbanos, su arquitectura y sus grandes estructuras surgidas al amparo de sucesivas Exposiciones Universales –cinco entre 1855 y 1900, dedicadas a la industria, las bellas artes, la agricultura, el progreso y la paz, o los acontecimientos históricos– el hito referencial, el perfecto modelo para las más importantes capitales del mundo, y



(Fig. 3) Tercer Centenario del Natalicio de D. Diego de Saavedra Fajardo. 1884. Imprime La Paz.



(Fig. 4) Programa de las Fiestas Tercer Centenario del Natalicio de don Diego de Saavedra Fajardo. 1884. Imprime El Diario.

también el marco idóneo para el desarrollo del cartel. Este es el París que contemplan, satisfechos y orgullosos, los asistentes al paso del cortejo fúnebre que recorre las avenidas trazadas por el varón Haussmann, el París que se ha convertido en epicentro del arte mundial en el ocaso del siglo, el ejemplo a imitar.

En España, Barcelona se hará temprano eco de las novedades que llegan de París, extendiendo su influencia modernista por el Levante, desde Cataluña hasta Andalucía, al cobijo de una cierta bonanza económica y de la estabilidad política que procura La Restauración. La Exposición Universal, que los barceloneses promoverán en 1888, los vinculará de forma inmediata al progreso industrial y a la cultura europea del momento, diferenciándolos del resto del territorio español y quedando receptivos a las novedades que habrían de llegar de más allá de los Pirineos. En provincias se tendrá puntual información de la iniciativa catalana. El corresponsal del diario *La Paz de Murcia* describe minuciosamente, en su crónica del 21 de enero, el cartel anunciador del evento, cita a su autor, a la imprenta que lo ha realizado y los beneficios para la ciudad que habrán de llegar como consecuencia de la organización de los actos, haciendo de Barcelona un importante centro comercial y fabril: *“Es necesario tener ojos y no ver, y oídos y no oír, para continuar defendiendo la idea absurda de que la Exposición Universal, puede ser causa de ruina para esta ciudad. He tenido también el gusto de ver el cartel modelo, dibujo del distinguido artista Sr. Pellicer⁽⁷⁾; son estos carteles anunciadores de la Exposición de Barcelona y aunque ligeramente, no puedo resistir la tentación de reseñarlo. Se aparta por completo este trabajo del gusto general de los de esta indole: como fondo del cuadro está la fachada de la casa de la ciudad; unidas en la parte superior por una cinta de seda, en la que se lee «Exposición Universal», figuran a cada parte del cartel una columna, dos pendones con los colores nacionales sirven de remate, de los cuales cuelgan varios carteles con letreros en los que se lee «España», «Barcelona», las fechas «Abril» y «Septiembre» y los nombres «agricultura», «ciencias», «artes» etc; terminan el cuadro por la parte inferior tres figuras que representan la pintura, las bellas artes y la industria: En uno de los lados se ve el monumento a Colón y en el otro chimeneas de fábricas y ferrocarriles. Este cartel por la perfección en el dibujo, tanto como por la acertadísima combinación de colores y lo esmeradísimo y artístico del conjunto, no solo da nueva y gallarda prueba de la inspiración de su autor, sino es que acusa a los talleres de los sucesores de Ramírez de donde ha salido”*. El corresponsal continúa alabando el taller de impresión en esta nota de prensa, en la que declara su adhesión y apoyo a esta nueva estética gráfica. Determina 1888 el comienzo del Modernismo, pero también el despegar de la industrialización catalana que superará la dimensión familiar. La situación propició el rápido desarrollo de las artes gráficas reflejado en la sustitución de antiguas prensas mecánicas de madera por nueva maquinaria, la utilización de bobinas de papel para aumentar la velocidad de impresión y abaratar costes, el empleo de la cromolitografía, la consideración artística de los ilustradores y el consecuente abandono progresivo de los métodos tradicionales de impresión.

En 1890 se había instalado en Barcelona la firma de tintas Lorilleux y la sucursal de fundición de tipos Neufville. Rey, Bosch y Cía, dedicadas también a la producción de nuevas tipografías metálicas estaban instaladas en Madrid. Desde ambas ciudades estas compañías, que tenían representación en toda España, irán extendiendo su influencia en otras zonas y talleres del país.

Los artistas catalanes sintieron pronto deseos de emular la efervescencia parisina. En 1897 Pere Romeu abre Els Quatre Gats, una ironía, pues el nombre hace referencia a los pocos parroquianos que esperaba concurrieran al garito, *cuatro gatos*. Romeu concibe el mesón, hostel, madriguera, taberna, o lo que sea que regenta, inspirándose en el local Le Chat Noir de Rodolphe Salis con el que había trabajado. Exposiciones, veladas literarias y musicales, títeres... incluso contó el local con revista propia los seis años de su breve, pero intensa vida. Por allí pasaron Rusiñol, Joaquín Mir, Utrillo, Nonell, Ramón Casas, Picasso, Sabartés... y numerosos arquitectos vinculados al Modernismo. Santiago Rusiñol escribe el anuncio de su inauguración: *“A las personas de buen gusto, a los ciudadanos de río a río, a los que además de alimento para su cuerpo necesitan alimentar su espíritu, Pere Romeu les anuncia que en la calle de Montsió estará abierto un establecimiento tan propio*

(7) Se refiere a Josep Lluís Pellicer (1842-1901), autor también de los carteles para Almacenes El Siglo y uno de los primeros en recurrir al cartel cromolitográfico en Cataluña.

del disfrute de los ojos como nutrido de buenas cosas para complacer el paladar". Picasso diseñará la carta del establecimiento y hará aquí sus primeras exposiciones, a la vez que forjará algunas de sus amistades más duraderas; con Casagemas visitará París para la exposición de 1900 donde se expone una de sus obras. Ramón Casas iniciará, con los carteles que diseña para las actividades que se desarrollan en el local, su trabajo como cartelista.

Ese año de 1897 la casa Vicente Bosch, fabricante de licores, propone un concurso, entre artistas españoles, para la realización de un cartel-anuncio que se convierta en la imagen de su marca: "Anís del Mono". El concurso, dotado de un primer premio de 1.000 pesetas y un segundo galardón de 500, es difundido por la prensa nacional. *El Diario de Murcia* publicará las bases el 28 de diciembre. Más de 160 proyectos se presentan a la convocatoria, exponiéndose en la Sala Parés de Barcelona las piezas recepcionadas. Alexandre de Riquer obtiene el Segundo Premio. Ramón Casas resulta ganador del concurso con la obra de lema «*Mona y mono*»: la muchacha pasea al dócil mono que abraza una botella de la marca, mientras nos mira con un guiño cómplice y sostiene una copa de anís, arropada por un incendiado mantón de Manila que hace destacar al conjunto sobre un intenso tono azul. Otra de las obras de Casas, la presentada con el lema «*Con una falda de percal planchá*» es seleccionada con un accésit. Serían los dos originales de Casas los que el empresario, con alguna sugerencia incluida al artista, llevaría a la imprenta Sucesores de Henrich y Cía para ser editados. Estos carteles tendrán su reflejo en la *Época Rosa* de Picasso, así es patente en el cuadro de 1905 *Familia de acróbatas con mono*, evidenciando la intensa relación arte-diseño-cartel que no se traicionaría jamás.

Un año después Manuel Raventós convoca concurso, que se celebra en Madrid, para elegir un cartel válido para publicitar su cava "Codorníu". Los premios se han incrementado sustanciosamente –lo que sugiere la importancia dada por las marcas al cartel como forma de difusión de sus productos–, otorgándose 1.500 pesetas al Primer Premio, una cantidad muy relevante para la época. El ganador es el valenciano Julio Tubilla. Ramón Casas con su trabajo «*Ámbar y espuma*», queda finalista; su composición es sofisticada y elegante: una joven, reclinada en un diván oscuro, sujeta una copa dorada servida por anónimos caballeros. El empleo de tintas planas, utilizadas de forma rotunda y enérgica, y la incorporación de la atractiva figura femenina serán las señas de identidad de la personalidad artística de Ramón Casas, el cartelista español más relevante e influyente hasta bien entrado el siglo XX.

Como es habitual la prensa murciana da cuenta de la recepción y exposición al público de los carteles ganadores de las dos marcas. El cartel de Casas, *Anís del Mono*, es colocado, para su contemplación, en el establecimiento de coloniales de Sánchez Pedreño situado en el número 79 de la calle Platería. Desde allí habría de ejercer su atracción sobre parroquianos y vecinos, y seguro que también sobre los artistas locales y talleres de impresión, algunos firmemente establecidos en el entorno más próximo. Platería, Frenería, Plano de San Francisco... son lugares donde, desde antiguo, se han asentado en Murcia librerías e impresores.

Las bases del cartel en nuestro país están asentadas, sus vías de penetración trazadas, y su historia es, también, como iremos viendo, la de una sociedad en continua transformación.



Grandes Fiestas Religiosas y Cívicas. Murcia, 1900. El cartel se expuso en un escaparate de la calle Sociedad de Murcia con motivo de la Feria Taurina de 2015.

2 TODO QUIERE CARTEL

El término cartel se irá dotando, a lo largo del transcurso del siglo XIX, de acepciones y significados que denotan su importancia y trascendencia. “Tener cartel”, “ser figura de cartel”, “permanecer en cartel”, son expresiones que indican solvencia, buen hacer, presencia pública. La sociedad murciana demanda cartel porque comienza a exigir, en determinadas actuaciones y productos, calidad y, sobre todo, una cierta identidad propia diferenciadora de otros localismos. Y esto expresado, básicamente, en términos de festejos, ferias y fiestas patronales y locales.

Un artículo, publicado en *El Diario de Murcia* el 29 de julio de 1891, referido a las próximas fiestas septembrinas, recoge la necesidad de anunciarlas con dignidad, eficacia, belleza y elegancia; dejando ver al mismo tiempo la competencia entre regiones y provincias, el reto de emularse unas a otras y, lo que es más curioso, entre zonas y ciudades próximas y pertenecientes a la misma provincia. Cartagena, ciudad militar e industrial, será la antítesis de Murcia, ciudad agrícola. Ejemplo paradigmático que no oculta la necesidad de búsqueda de identidad y prestigio local. Una reminiscencia del romanticismo tardío con tintes costumbristas.

“Por lo pronto, el heraldo de las ferias, el cartel anunciador, que parece, según el gusto y mérito que tiene, que responde a lo que ha de ser la feria que anuncia, debía hacerse entre el ayuntamiento y la empresa de toros. Un cartel solo, pero bueno, rumboso; y no, que haciendo uno el ayuntamiento para anunciar la feria, y otro la empresa para anunciar sus corridas, resultan ser dos carteles medianos, pudiendo hacerse uno de primera.

El cartel es cosa muy principal; tan principal, que constituye un nuevo ramo de la pintura decorativa mural y exige de las imprentas un capital en letras enormes.

Por esas esquinas y por esas estaciones de ferrocarril están puestos los carteles de Valencia, Santander, Jijón, San Sebastián, Cartagena y otros, todos ellos vistosos, alegres, llamativos, con las flores y la fauna del país, y con sus bellezas y tradiciones. En el cartel de San Sebastián o de Santander han puesto este año, como protagonista, a un macero del ayuntamiento, con su peluca y todo, muy majo y deslumbrador. En otros, como en el de Valencia, están sus tipos y sus torres; y en el de Cartagena sus castillos y parte de sus murallas.

El cartel llamativo que se puede y se debe hacer para las ferias de Murcia, todavía no se ha hecho; y si hubieran de costearlo entre el ayuntamiento y la empresa de toros, y hubiese todavía para ello tiempo, que no lo hay, merecía la pena de anunciar un concurso entre los pintores murcianos y premiar el mejor boceto, diseño o proyecto.

Y véase cómo se ha hecho ya tarde para una cosa y si no nos reunimos todos se hará para otras muchas.

Hoy todo quiere cartel”.

El texto contiene suficientes indicios que permiten trazar el perfil de una época. La importancia del cartel como elemento publicitario y nuevo soporte de reclamo turístico.

La consolidación del cartelismo como nueva forma de expresión artística, aunque se haya introducido tardíamente en el Levante. Las fiestas locales y los toros, principales componentes del ocio de las clases populares. La relevancia de la prensa en la toma de decisiones políticas y su capacidad de marcar las directrices del comportamiento social. El empeño de establecer una identidad regional desde la capitalidad de Murcia, que no supondría conformidad para otras ciudades de la provincia –el pique, continuado a lo largo de los años, entre Murcia y Cartagena se refleja en la reseña que el periódico cartagenero *El Mediterráneo* hace, refiriéndose a la feria murciana, el 2 de septiembre de 1892: “¿No ha de llover?, dice, si el dibujante ha puesto en el cartel que anuncia las corridas de Murcia, sobre la plaza de toros, nubarrones que no tienen más remedio que reventar.”– El auge de las industrias gráficas. La necesidad de aunar esfuerzos y definir objetivos. La popularidad de los concursos artísticos.

Arte y literatura serán las manifestaciones del *ochocientos* donde mejor se reflejen los intentos por señalar el orgullo y elogio de lo local. Sin embargo, recién comenzado el siglo XX Enrique Martí Ruiz-Funes aún se pregunta: “¿No tiene nuestra región historia, no tiene leyendas y tradiciones? ¿No tiene cantos populares? ¿No hay poesía en su cielo y en su huerta y en sus crepúsculos inmateriales y en las líneas suaves de sus montañas? ¿Por qué ha de haber una literatura catalana, una literatura gallega y no ha de formarse una literatura murciana?” Una serie de escritores han intentado responder a esa demanda en el discurrir de la centuria y en los años que marcan el cambio de siglo. Clemencín, Federico Balart, Díaz Cassou, Andrés Baquero, Vicente Medina, Frutos Baeza o más tardíamente Jara Carrillo, entre otros, pondrán las bases sobre las que construir una literatura capaz de reflejar las inquietudes y las aspiraciones de la sociedad murciana. Las Bellas Artes no irán a la zaga, numerosas sociedades, círculos y academias habrán de servir de semillero a unas generaciones de artistas que presentarán obras a convocatorias y exposiciones buscando dar cumplida respuesta a aquellas inquietudes tan certeramente formuladas por Enrique Martí.

La evolución de la provincia a lo largo del siglo XIX, hasta el triunfo final del liberalismo moderado y la definitiva instauración de la forma de vida de la burguesía, ha sido azarosa. La nueva clase burguesa ha culminado su ascenso al poder, produciéndose la feliz conjunción de la pequeña aristocracia local con las fortunas surgidas al amparo del comercio y la minería, nuevos ricos que pronto centraron sus aspiraciones en acceder al estatus de grandes propietarios, demandando a la vez influencia política y títulos nobiliarios.

Se hará necesario definir una nueva forma de identidad regional, en la estela del establecimiento de la Reforma Territorial de 1833, llevada a cabo por Javier de Burgos durante la regencia de la reina María Cristina de Borbón que, sin apenas modificar las circunscripciones señaladas en la división territorial promovida en el Trienio Liberal (1820-1823), establece la división de España en 49 provincias, atendiendo a criterios racionales: tamaño del territorio, población y coherencia geográfica, pero obviando los de carácter histórico; agrupándolas luego en 15 regiones –Murcia y Albacete quedarán integradas– con carácter meramente clasificatorio, sin competencias administrativas ni, en muchos casos, un sentimiento regional compartido.

Se producirán cambios en lo político, lo económico y lo cultural. Cambios en el trazado urbano de las principales ciudades de la provincia. Cambios en los usos y comportamientos sociales.

Acabando el siglo, hacia 1900, se han iniciado en los grandes pueblos y ciudades murcianas importantes reformas urbanas. Se han derribado antiguas murallas y conventos. Se han abierto plazas y creado ejes comerciales, la calle Gisbert en Cartagena, o la idea, ya en 1902, de trazar una Gran Vía en Murcia son ejemplos del camino por donde discurre el nuevo urbanismo. Se ha ampliado el puerto de Cartagena y edificado modernas estaciones de ferrocarril. La recuperación económica iniciada en la segunda mitad del XIX es la causa del milagro. No habrá en toda la región, pueblo o ciudad que se precie que no acabe contando con una plaza de toros, un teatro o un casino. Caravaca levantará en 1847 el que desde 1903 es Teatro Thuiller; el Teatro Guerra de Lorca se construye en 1862; Jumilla inaugura el Teatro Vico en 1883; el Teatro Romea –antes de Los Infantes– se remodela en 1900. La Unión comienza a levantar ese año un hermoso

mercado de abastos, otra tipología arquitectónica indispensable en las nuevas ciudades, el proyecto es de Víctor Beltrí y la ejecución de Pedro Cerdán, los dos arquitectos que transformarán Cartagena y Murcia, señalando el paso del clasicismo al eclecticismo –que ya tenía con Justo Millán excelente representante– y con marcada impronta modernista en la Ciudad Portuaria. No obstante, las carencias de la vida urbana son manifiestas. No existe alcantarillado, salvo excepciones –en Caravaca se han empedrado algunas calles– las calzadas carecen de pavimento y se embarran cuando llueve, no hay red de agua potable y, por supuesto, la iluminación de las calles es escasa –la electricidad, que se implanta poco a poco en las ciudades de la provincia, constituye, así aparece en los carteles, un espectáculo integrado en los programas de festejos–. La necesidad de mejoras trae aires de cambio. Las ciudades murcianas irán modificando su aspecto al tiempo que lo hagan los gustos de sus habitantes, o viceversa. Este será el escenario provinciano donde habrá de desarrollarse el cartel en Murcia. Paralelo al devenir de los sucesos históricos y el paulatino cambio en los comportamientos ciudadanos.

Comenzó el siglo XIX con una desgracia de fuerte impacto en el sentimiento colectivo. La rotura del Pantano de Puentes, el 30 de abril de 1802, arrasaría Lorca, dejando más de 600 muertos, 2.000 casas arruinadas y 900 fanegas de tierra anegada –las estampas grabadas por Juan Bautista de Láziz, según Amparo García Cuadrado y Cristina Herrero Pascual, autoras de *La herencia de papel, primeros siglos de imprenta en Murcia*, el grabador más demandado por editores e impresores: *Vista de la mayor parte de la ciudad de Lorca...*, que inspirarán un abanico alegórico; y por un grabador anónimo: *Vista de la inundación del barrio de San Cristobal...*, dejaron constancia gráfica del desastre–. Finalizó con el pesimismo generado por la pérdida de las últimas colonias de ultramar y el desastre de la Guerra de Cuba, en 1898, que la población murciana vivió con intensidad a través de la prensa. Los festejos, especialmente los taurinos, serán un bálsamo para la población; el 20 de julio de 1899 *El Heraldo de Murcia* publica el siguiente texto: “*por todas partes se ven cromos y carteles vistosos de toros, todo parece convidar al placer y hacer olvidar las grandes desdichas que sobre la patria pesan*”.

En el entreacto de ambos acontecimientos nefastos los hechos –recogidos primero en escuetos bandos tipográficos, ausentes de orlas y motivos decorativos, y más tarde en carteles litografiados– se suceden a velocidad de vértigo. Veamos algunos de estos bandos, editados en Murcia durante la Guerra de la Independencia entre 1808 y 1810, que solían exponerse en los lugares más visibles del municipio, en plazas e iglesias: El 2 de junio de 1808 la Junta Superior de Murcia publica sendos bandos, apelando a los ciudadanos, en edades comprendidas entre los 16 y los 40 años, para que acudan a alistarse; el 15 de agosto un bando de la Junta Suprema de Murcia declara pena capital para aquella conducta criminal ejercida sobre magistrados, autoridades y representantes públicos legítimos; el 25 de enero de 1809 la Junta Superior de Murcia insta, mediante la publicación de un bando, a alistarse bajo amenazas y ultimátum, tildando a los que no acudan de “...*hombres afeminados, que prefieren la vida cobarde y afrentosa a los rasgos honrosos de las armas...*” señalándolos de “...*criminales contumaces... hijos espurios de la Patria... enemigos pasivos de nuestra Religión, de nuestro Rey y de nuestra Independencia*”; en marzo, el bando anuncia que se premiará a los vecinos que se presenten en el Ayuntamiento con un fusil, castigando con 200 azotes a los que lo tengan y lo oculten; un año después, el 2 de marzo de 1810, la Junta Superior de Murcia edita un bando para exacerbar los ánimos animando a la población, “...*guerra, guerra contra los franceses porque su política no es más que un simbolismo apoyado en la traición, que anda confiada en que esta le ha de abrir todas las puertas, y las de Murcia le estarán siempre cerradas*”; en septiembre el bando, firmado por el vicepresidente de la Junta de Observación de Murcia, se refiere a los destrozos causados por los franceses de Sebastiani –que también saqueó Murcia y otras poblaciones– en Lorca; el 5 de octubre de 1810 un bando, que firma Ignacio Muñoz como presidente de la Junta, anima a publicar en Murcia un periódico que ayude a avivar el espíritu contagiando el fervor patriótico a otras provincias. En 1814 Fernando VII, que había sido proclamado en todas y cada una de las poblaciones murcianas cinco años antes, regresa a España; en carteles se anuncia su *gozosa* llegada, invitando a los murcianos a sumarse al regocijo y alegría general, tal como recoge *La Gaceta de Murcia* el 25 de junio de ese año. El 4 de mayo el Rey disuelve



(Fig. 5) Bando Cantonal. Cartagena, 1873.

las Cortes y decide abolir la Constitución. La suspensión de la casi totalidad de la prensa de la época y dos significativas disposiciones del monarca dan idea de cuál habrá de ser la dirección de los primeros años del reinado: la prohibición de las representaciones de comedias y el restablecimiento de la Inquisición. El 11 de mayo de 1820, tras numerosos tumultos en la capital y la aparición de pasquines en Cartagena difundiendo la constitución liberal, la Ciudad Portuaria, con la confraternización entre la población y los batallones de marina, proclama el *liberalismo* y solicita la libertad de prensa y la abolición de la Inquisición. El pronunciamiento de Riego ha triunfado en la región. Poco durará esta situación; la división de los liberales en dos facciones, moderados y progresistas, y las continuas disensiones entre ambos bandos traen como consecuencia que el 3 de julio de 1823 se proclame en Murcia el Régimen Absolutista. La horca y el garrote quedan fijados en la Plaza del Arenal formándose una Junta de Purificación.

Diez años duró el gobierno absolutista, hasta la muerte de Fernando VII y la entronización de Isabel II en 1833; sabemos que se editaron carteles para dar a conocer a las clases populares su designación. Nogués imprimió pliegos en 1852, que recogían el Programa de Festejos y Demostraciones Públicas con las que el Ayuntamiento de Murcia –en acuerdo con el Sr. gobernador– ha resuelto solemnizar el fausto suceso del natalicio de la princesa de Asturias Dña. Maria Isabel de Borbón y Borbón. Bando, publicado por la Junta de Gobierno, recién constituida en la Ciudad Portuaria el 19 de julio de 1854, en apoyo de Isabel II. Pliegos en Murcia, *Vivas de amor a la Reina Isabel II* el día de la entrada en la capital del Segura en 1862; y bandos en Cartagena, el 23 de octubre de ese año, para recoger la visita de SS. MM. a la ciudad y al distrito minero. A partir de esta fecha el liberalismo moderado ocupará el poder en Murcia. La burguesía, nacida del antiguo régimen, liga su destino a la monarquía isabelina y se convierte en la nueva clase hegemónica, base del incipiente capitalismo emergente. Sin embargo los conflictos militares, el desencanto popular y la radicalización de los sectores progresistas, materializados en los levantamientos de Cádiz, fuerzan el exilio de Isabel II en 1868.

El general Prim en un intento de apaciguar la situación política se inclina por el duque de Aosta, el italiano Amadeo de Saboya, para encarnar en España una monarquía constitucional de apariencia más democrática –Amadeo I es el primer Rey español elegido por un parlamento– capaz de contentar a los más amplios sectores. El 30 de diciembre de 1870 el italiano desembarca en Cartagena, no hay recibimiento oficial ni calor popular a su llegada, la Ciudad Portuaria hace honor a su fama de ser una de las más progresistas del país; el obispo se niega a que las campanas repiquen a su paso hacia Madrid. Los signos del inicio de su reinado traen funestos presagios. Los republicanos federales en su versión más radical, los cantonalistas, iniciaron con rapidez, en el levante murciano, las hostilidades contra el gobierno apoyados por partidas armadas. Antonete Gálvez es el partisano más activo hacia 1870; hostigó al ejército y contó con el apoyo de las clases más desfavorecidas al proponer la supresión de quintas; a sus filas se sumaron un buen número de desertores de las Guerras Carlistas y cubanas; llegó a entrar en Murcia, aunque al final, en 1869, tuvo que embarcarse a Orán. Gálvez regresaría a Torreagüera en 1870 merced a una amnistía. Y volverá a acaudillar una nueva revuelta entrando de nuevo en Murcia y tomando el Ayuntamiento en 1872.

El 11 de febrero de 1873, agotado el reinado de Amadeo I de Saboya, se proclama la Primera República. El discurso de Castelar es fiel reflejo del estado de hartazgo en que está sumida la nación: *“Nadie trae a la República, la traen todas las circunstancias, la trae una conjura de la sociedad, de la naturaleza y de la historia, saludémosla como el sol que se levanta por su propia fuerza en el cielo de nuestra patria”*. Antonete Gálvez es elegido diputado a cortes poniéndose al frente del movimiento federalista cantonal. El 12 de julio es proclamado el Cantón de Cartagena y tres días después el de Murcia. A pesar de intentos, muchas veces violentos, por imponer las ideas cantonales, reflejadas en la impresión de numerosos bandos y pasquines que, con austeridad tipográfica, recogían los ideales federales (Fig. 5); y la edición de cromolitografías de gran tamaño impresas para enmarcar, con textos en castellano, francés e inglés, que divulgaron la insurrección: *Combate naval delante de Cartagena*; *Sitio de Cartagena durante el Cantón*, grabada y firmada por D. Vierge; y *Huida de los insurgentes de Cartagena*; el cantonalismo no triunfó en el Levante ni en la provincia y capituló en enero de 1874 –tras ver arrasada por bombardeos la ciudad de Cartagena– con el exilio definitivo del

de Torreagüera a Mazalquivir (Orán). El alcalde de Cartagena, Jaime Bosch, editaría un bando, con la habitual ausencia total de adornos, el 14 de enero, para prohibir las monedas acuñadas por la exjunta cantonal. Por primera vez la burguesía murciana había sentido verdadero pavor, al ver cuestionadas las bases de su poder socio-económico. Antonete regresaría a su tierra en 1875. Perseguido y asediado, solamente quedaría libre de cargos en 1891, falleciendo en 1898; el obispo prohibió que fuese enterrado en suelo santo negándole los sacramentos; 50 años después sus huesos serían trasladados al cementerio de su pueblo natal.

Una década, la de los setenta, en la que las ideas revolucionarias corrieron por Europa como un reguero de pólvora. Prensa, pasquines, carteles, todo tipo de impresos sirvieron de soporte para difundir sus ideales. Pero son sobre todo carteles y pasquines –términos aquí utilizados con carácter sinónimo– los instrumentos más eficaces para exaltar a las masas analfabetas –en Murcia el analfabetismo llegaría a alcanzar en la década de 1880-1890 al 87% de la población–, se colocan en plazas y lugares públicos y pueden ser leídos y comentados en grupo, sirviendo de rápida correa de transmisión, incendiando los ánimos. La prensa, incluso aquella que se edita en pequeñas localidades, pronto se hará eco de su potencialidad. Por el diario *La Paz de Murcia* sabemos que las ideas de los revolucionarios franceses se imprimían en París en pasquines de color rojo que el gobierno francés hacía arrancar de las paredes; “pero el efecto se vio”, remarca la noticia. Un año más tarde, el 22 de abril, el mismo diario informa de la aparición de un cartel, satírico, en el que el presidente de la Tercera República Francesa, Adolphe Thiers, en efigie, atado de pies y manos, se prepara para ser arrojado a las llamas, justo pago por haber suprimido la Comuna de París. La prensa local no informaba solamente de asuntos políticos internacionales, también se hacía eco de la aparición de carteles denunciando la situación política del país y el estado de la hacienda pública: “*La República peligra*” pudieron leer los madrileños en los carteles colocados en la puerta-fachada del Teatro Español, según publica *La Paz* en junio de 1873; un mes antes el mismo periódico había notificado a sus lectores que en Granada, en la puerta de la Hacienda Pública, un cartel-pasquín anunciaba: “*No hay dinero*”. Los carteles, lo refleja la prensa, van dando cuenta de la situación de las arcas del estado, a lo largo de la exigua duración de la Primera República. La situación económica es tal que, todavía en 1876, los comerciantes murcianos usaban carteles, seguramente manuscritos, en sus establecimientos, para indicar que no se recibirían ya billetes del Banco de España.

El golpe de estado del general Martínez Campos en Sagunto, en 1874, acaba con el fallido experimento republicano facilitando la Restauración Monárquica. Un largo periodo de estabilidad política, encarnado en los reinados de Alfonso XII y Alfonso XIII, que se extenderá hasta bien entrado el siglo XX, basado en la alternancia entre conservadores y liberales. Reinados no carentes de sobresaltos y conflictos.

Alfonso XII ha resuelto el enfrentamiento Carlista y retrasado el desenlace final en Cuba que, no obstante, culminará con la pérdida de la isla veinte años después. El *Rey Pacificador* visitará Murcia en octubre de 1879 en mala hora, los desastres ocasionados nuevamente por una riada, la de Santa Teresa, son ahora de una magnitud demoledora: Más de 700 personas fallecidas, 2.200 cabezas de ganado perdidas, cerca de 9.000 viviendas destrozadas y la población de Nonduermas tragada por las aguas. La visita del Rey, el 20 de octubre, cinco días después del desastre, iniciará una campaña de concienciación nacional en demanda de ayuda que tendrá fuerte impacto fuera de las fronteras nacionales. Isabel II impulsa la causa en Francia. El periódico *Paris-Murcie* logra en diciembre, tras la edición de 300.000 ejemplares vendidos a un franco, una recaudación de cuarenta y tres millones de pesetas de la época –Doré, que ya había trazado distintas estampas de campesinos y tipos pintorescos murcianos, fruto de su viaje por España en 1862, realizará los dramáticos grabados que ilustran la desgracia murciana en la prensa parisina–. *El Periódico de Murcia*, *El Noticiero* y *La Paz*, comunican a los murcianos, el 3 de diciembre, las actividades desarrolladas en París para ayudar a los damnificados y paliar los daños originados por las inundaciones, recogidas en carteles que se fijan en gran número por diversos puntos de la capital francesa. El diseño del programa de la Fiesta de la Prensa en el Hipódromo parisino, a beneficio de los damnificados, publicado

(Fig. 6) *El buque submarino "Peral"*. 1889.
Cromolitografía. Impresión: Litografía
de D. José María Mateu.



por *L'Univers Illustré*, semejaba una ilustración o cartel de aire taurino, con toreros y picadores que parecían desfilan por el lecho del Segura ante una desolada vista del Puente Viejo y el perfil de la ciudad de Murcia. *Le Monde Illustré* recogería el dramatismo de la inundación en su número del 1 de noviembre, ilustrado con siete litografías, una de ellas a toda página, *Los desastres de Murcia. Campement d'inondés dans les ruines du barrio de San Benito*; un dibujo de M. Vierge a partir del croquis de M. Dick. En Barcelona *La Campana de Gracia* también editaría un extraordinario, el 29 de enero de 1880, con el ángel de Doré en la portada; y el mismo año la imprenta barcelonesa de José Clará editó un auca o *aleluya* –formato que, ya veremos, será recurrente en algunas tiradas de cartelería– bajo la denominación *Inundación en Murcia*.

En 1890, durante la regencia de María Cristina de Habsburgo-Lorena, se anima con carteles, a la población de Madrid, a recibir en Atocha al ingeniero cartagenero Isaac Peral inventor del submarino. Año en que se habían editado postales y carteles litográficos con la efigie de Peral rodeada de cartelas, que recogían las pruebas del submarino, botado el 8 de septiembre de 1888, en el arsenal de la Carraca (Cádiz), regalándose, por cierto, a las damas asistentes, un abanico litografiado que recoge la memoria del exitoso evento –lo que motivó la aparición de numerosas imágenes dejando constancia gráfica del asunto: la Biblioteca Nacional conserva una estampa de enero de 1889 (Fig. 6), impresa en la litografía de D. José María Mateu, que representa el momento del lanzamiento de un torpedo desde el submarino; incluso se editaron etiquetas con la denominación “Coñac Peral” producido por Gutiérrez Hermanos de Jerez de la Frontera–. Litografías, carteles, en evidente conexión con los antiguos pliegos y grabados, editados a partir de planchas de madera, más tarde metálicas y finalmente litográficas, que recogen hechos de armas y vistas de puertos y ciudades, tan abundantes a lo largo de los siglos XVIII y XIX, en clara relación con la idea de lo pintoresco, lo romántico, lo exótico y, desde luego, con la moda del *Grand Tour*. Pliegos editados sobre todo en casas francesas e inglesas, realizados por impresores y grabadores foráneos, que incluyeron en bastantes ocasiones vistas de Cartagena, merced a ser designada Departamento Marítimo y construirse en ella el Arsenal y los dos diques en seco, y de Murcia. Citaremos a modo de ejemplo cuatro obras recogidas en el excelente trabajo de investigación realizado por Juan González Castaño y Ginés J. Martín-Consuegra Blaya en torno al grabado en Murcia en los siglos XVII al XIX: La vista óptica –lámina a color realizada para ser visionada en cajas catópticas o diópticas– del *Embarque de la Infanta de España María Luisa de Borbón*, que tuvo lugar el 25 de junio de 1765; con texto en francés, que se vendía en casa Mondhar, Cádiz. La *Vue du Port de Carthagene en Espagne*, otra vista óptica del puerto editada por G. G. Winckler entre 1770 y 1780. Pierre-Michael Allix realizaría hacia 1780 otro grabado iluminado del Puerto de Cartagena, dedicado al conde de Fernán-Núñez nacido en la Ciudad Portuaria. Aun-

que quizá la *Vista de Murcia*, con el Puente Viejo o de Los Peligros, y la margen izquierda del río Segura desde el Almudí hasta el Hospital San Juan de Dios, trazada por Pérez de Castro entre 1858 y 1860 para ser regalada por la revista madrileña *El Mundo Pintoresco* a sus suscriptores, sea la más conocida, divulgada y posteriormente reproducida.

El 25 de abril de 1898 Estados Unidos declara la guerra a España, como consecuencia de la acusación del hundimiento del Maine producido la noche del 15 de febrero en la bahía de La Habana. La prensa murciana se volcó en titulares patrióticos: ¡Viva España! ¡Guerra a los yankees! ¡Viva la patria!... El 2 de mayo el diario *Las Provincias* publicaría en portada una esquila ocupando toda la primera plana en referencia a la derrota de la escuadra española en Cavite. En un ambiente ya enrarecido, el miércoles, 4 de mayo, estalló un motín en la sierra minera de La Unión, clamando contra la subida del precio del pan y el uso de los vales, medio habitual de pago a los obreros de las minas; llegando a quemarse parcialmente el ayuntamiento de La Unión; lo que ocasionó que el 5 de mayo D. Isidoro Lull, general de división y gobernador militar de la provincia de Murcia y Plaza de Cartagena, editara un bando (Fig. 7) declarando el estado de guerra y prohibiendo cualquier signo de rebelión, sedición y perturbación del orden; el día 6 la propia alcaldía publicaría edicto prometiendo atender las quejas de los sublevados, la subida de jornales y la anulación del pago con vales.

Al comenzar el nuevo siglo, en 1902, Alfonso XIII accede al trono con apenas 16 años. Las tensiones se localizan ahora en las áreas obreras y mineras de Cartagena y La Unión, y en algunas zonas rurales donde las clases trabajadoras están más comprometidas con los nuevos ideales anarquistas y socialistas, difundidos en pasquines que escapan al control del estado. La burguesía adinerada, que además posee la tierra, ha alcanzado definitivamente el poder, y el bipartidismo ha hecho posible el fortalecimiento de un sistema caciquil cuyos tentáculos se extienden a toda la provincia, y donde varias familias serán fiel reflejo del control de las estructuras sociales: La Cierva, los García-Vaso, Zapata Sáez (El Tío Lobo), Maestre Pérez...

La evolución de la provincia a lo largo del siglo XIX no ha sido fácil, dificultades y conflictos se han ido sucediendo. Los cambios políticos han dado lugar a profundos cambios económicos y sociales, modificando comportamientos y gustos en todos los estamentos de la sociedad. El ocio, el disfrute de la ociosidad, pasará a ser una nueva categoría a la que aspira cada vez mayor número de ciudadanos. Los carteles nos permitirán seguir casi puntualmente esta evolución.

El 23 de febrero de 1807, el *Diario de Cartagena* da cuenta de una noticia cuyo interés no debía trascender su carácter puramente local y temporal, se trata de informar de un espectáculo de circo, una función de volatineros que llevará a cabo, en la Ciudad Portuaria, la compañía del Sr. Frascara. La nota de prensa aclara que dicha función será anunciada con la colocación de los oportunos carteles; indica además que su impresión se llevará a cabo en un obrador situado en la calle de La Morería Baja. Documentándose así, en prensa, por primera vez, la utilización del cartel para informar de un espectáculo público, no taurino, de ocio y diversión, en la provincia. Cartel de circo que pudo haber impreso Puchol o Lucas, establecidos en Cartagena a principios del XIX. Las más antiguas imprentas de relevancia que operan en Cartagena, al pasar del XVIII al XIX: Ximénez, establecida en 1786 en los bajos del Hospital de Marina, impresor del *Semanario Literario y Curioso* de Cartagena entre 1786 y 1788; y Muñiz, con oficina en la calle Trapería de Murcia, que aparece ya en 1800 como impresor de la Real Armada; están vinculadas al Arsenal, especializadas en impresos docentes y tratados de naturaleza científica, alejadas de la impresión de nimiedades vinculadas al ocio de las clases populares.

No es casualidad que este hecho ocurra en Cartagena, ni que esté vinculado al circo. La ciudad es, en ese momento, una de las más dinámicas del país, siempre inmersa en los movimientos revolucionarios que caracterizan el siglo; en 1808 es la primera población que se constituye en Junta Soberana y proclama a Fernando VII. El general López Pinto describirá ese año la ciudad como uno de los enclaves más importantes de España: su magnífico y frecuentado puerto que es emporio comercial, sus guarniciones y arsenales, los operarios que trabajan en ella, "*Cartagena ofrecía el aspecto de una población grande y animada, donde todo era vida, riqueza y civilización*". Una población abierta y curiosa con ganas de disfrutar los momentos de ocio; y el circo es el espectáculo de moda del momento, pues trae con él asombrosas novedades⁽⁸⁾.



(Fig. 7) Bando Militar declarando el estado de guerra en la provincia de Murcia. Cartagena, 1898.

(8) El circo es el más popular de los espectáculos de la época. Claro heredero de las *troupes* de comediantes, titiriteros y magos que, de forma ambulante, llevaban sus espectáculos por las localidades más recónditas y por todos los países. El circo se anunciaba con profusión de carteles de sugerente imaginaria: fieras, acróbatas, extrañas maquinarias y personajes exóticos. El domador Félix Malleu, que actuó en Cartagena cuando menos en 1889 y 1897, editaba cuidados y hermosos carteles para anunciar sus actuaciones; incluso remitía sus cartas –tal como hizo en la enviada al Ayuntamiento de Cartagena en junio de 1893–, solicitando se preparasen los lugares de su actuación, con sobres ilustrados en los que aparecía él mismo abriendo las fauces de un león. Imposible no citar las bellas litografías que anunciaban las sesiones del Circo Price, el primer circo estable instalado en España hacia 1850, que contribuirán decisivamente a la evolución del cartel en nuestro país. Algunos pintores locales: Atalaya, Picolo... se sintieron atraídos por el tema del circo y recurrieron a él como asunto pictórico en numerosas ocasiones.

El 7 de diciembre de 1900 Jacinto Benavente publica en *La Vanguardia* un artículo, ilustrado por Xaudaró, sobre el mundo del circo, los clowns y su relación con el arte y los artistas en el que señala: "*El circo tiene fieles aficionados y grandes admiradores. Artistas y poetas modernos como D'Aureville, Richepin, Lemaitre y Le Roux han dedicado estudio y elogios a los más célebres acróbatas y ecuyéres*". Aunque es evidente la influencia del mundo del circo en las artes plásticas y en los albores de la cartelera, no lo es menos que pronto fijó su iconografía y estructura visual y narrativa, anquilosándose como tipología de cartel de forma parecida, aunque más prematura, a lo ocurrido con el cartel taurino.

Espectáculos circenses y teatrales, veladas de carnaval –la sección “Chanzonetas”, en el *Indicador Murciano* del 4 de febrero de 1837, da cuenta de la realización de cartería para anunciar los carnavales–, sesiones de magia, festejos taurinos... serán de preferido gusto por todos los estamentos sociales de la época, a lo largo del XIX y hasta bien entrado el siglo XX. Con carteles se anunciaban en el territorio murciano, tal como recoge la prensa, funciones de fantasmagoría, vuelos aerostáticos –como el realizado por Mr. Braquet en septiembre de 1858–, funciones ecuestres y sesiones pintorescas y curiosas como la llevada a cabo por Mr. Tournour consistente en la composición de cuadros vivos de asombrosas y bellas perspectivas. Los carteles servían para dar a conocer las últimas entregas de novelas y folletines⁽⁹⁾, junto a anuncios de extirpación de callos y otras especialidades médicas.

Carteles para hacer llegar la información a una población con gran índice de analfabetismo, pero siempre ansiosa de curiosidades y descubrimientos.

El cartel se vincula así a la publicidad comercial desde el primer momento, tanto como a los avatares políticos y sociales. Los carteles irán dando cuenta, en paredes de calles y plazas de las ciudades de la provincia, de fiestas y espectáculos, noticias y bandos... Incluso de los costos de los viajes en tren, a partir de la inauguración en 1862 de la línea férrea Madrid-Cartagena. Y, en ocasiones, llamando la atención sobre algún personaje, marcándolo con el estigma del escarnio público –manteniendo aquella tradición instaurada por Pietro Aretino en 1522 de colgar en el busto de una figura conocida como Il Pasquino, cercana a la romana Plaza Navona, textos satíricos y perversos, convirtiendo así a los *pasquines* en método habitual de difundir noticias no siempre verdaderas; un antecedente de las *fake news*–. El cartel es utilizado de fehaciente prueba y compromiso tácito a respetar –“El público no tiene derecho a exigir otra cosa que lo ofrecido en el cartel”–, informa, denuncia y señala.

A lo largo del ochocientos, la abundante proliferación de prensa escrita –más de 600 periódicos, muchos de ellos satíricos, se publicaban en España en 1868– y los numerosos impresos que se editaban, han devenido en un *arma*, un peligroso elemento de la vida pública que el poder político considera necesario controlar, y si no poner directamente a su servicio sí al menos silenciar. La prensa jugará durante el siglo XIX, como señala Valeriano Bozal, para la dominante clase burguesa, el papel que jugó el púlpito, en el *antiguo régimen*, para la clase aristocrática. En Murcia durante el bienio 1866-1867 existían cuatro periódicos, tres en la capital y uno en Cartagena; según refleja el “Estado de la Prensa Periódica” el 1 de Julio de 1867 en el *Anuario Estadístico de España 1866-1867*.

El periodo isabelino (1833-1868) verá ocho regulaciones referidas a la imprenta. En línea con el Decreto IX de 10 de noviembre de 1810, referido a la libertad política de imprenta, publicado por las *Córtés generales y extraordinarias*, la Constitución *progresista* de 1837 recoge en el artículo 2 la garantía sobre el derecho a la libertad de prensa: “... *imprimir y publicar sus ideas sin previa censura*”, aunque añade que se hará sujetándose al dictado de las leyes. La limitación de derechos políticos a restrictivas bases censitarias y la inclusión en la ley de aspectos como fianza económica y depósito previo, no son sino supuestos *moderados* y, al fin, una suerte de censura encubierta.

El R. D. de 2 de abril de 1852 en su artículo 117 plantea, de forma aún más clara, el pretendido control sobre cualquier tipo de impreso editado en el país: “*El gobierno, previo acuerdo del Consejo de Ministros podrá suprimir un periódico o impreso cuando lo estime peligroso a los principios fundamentales de la sociedad, la religión, la monarquía o la forma de gobierno establecida*”. Principios vagos e indeterminados que favorecen la censura y el abuso de autoridad. Este Real Decreto tendría calado posteriormente.

El 4 de marzo de 1865 González Bravo leía, en el Senado, el proyecto que el gobierno quería convertir en ley de imprenta. Solo 10 títulos y 38 artículos; suficientes para hacer de él un texto represivo. El 16 de ese mes el diario *La Paz de Murcia* recoge el proyecto que, en su artículo 2, establece ya la división de impresos en diferentes modelos y categorías bien definidas: libros, folletos, periódicos, hojas sueltas y carteles, definiendo a los últimos como impresos o manuscritos destinados a fijarse en paredes o parajes públicos. El mismo artículo indica que los impresos deben proceder de establecimientos e imprentas que se ajusten al R. D. de 2 de abril de 1852. También fija una especie de

(9) Las novelas por entregas de corte histórico y tintes dramáticos, pues siguen el espíritu romántico, son habituales en la segunda mitad del siglo XIX, la moda viene de Francia donde autores de la talla de Balzac cultivan el género. *La Canalla* de Antonio Aladill, *Cristobal Colón* de Orellana, *La Alhambra*, *Le-yendas Árabes* de Fernández González o *La Crónica Universal Ilustrada*, son algunas de esas publicaciones y folletones que se anuncian con carteles por toda la geografía nacional. Una tradición, la de publicitar con carteles novedades literarias, que perdura hasta hoy, circunscrita ahora a pequeños espacios culturales, librerías y bibliotecas.

censura previa sobre los impresos al tener que conocer el gobernador y el juez de la provincia, con anterioridad, el asunto del cual se da cuenta en ellos y el lugar de colocación –parece referencia explícita a los carteles– de los mismos.

El 19 de marzo de 1867 *La Paz* publica el Proyecto de Ley Narváez-González Bravo sobre Libertad de Imprenta de 7 de marzo. Es la última normativa de los gobiernos de Isabel II para controlar la prensa aplicando una legislación preventiva y, en numerosos casos, coactiva. El 24 de ese mes el mismo periódico, *La Paz*, comenta el título X de la ley, donde se especifica que no podrán anunciarse, exhibirse, venderse o publicarse estampaciones litográficas, fotografías, grabados, medallas, viñetas, emblemas o cualquier producto de esta índole, sin sello en el cuerpo del impreso y sin pasar dos ejemplares por el gobernador civil, juez, fiscal o la autoridad competente de la localidad. ¡Ni podrán fijarse carteles sin permiso!

Aunque será el periodo comprendido entre la Constitución de 1869 y el golpe de estado del general Pavía en 1874, un tiempo de auge e incremento de las publicaciones de todo tipo, especialmente las periódicas, favorecido por la libertad de prensa, la reducción de los derechos de timbre y los bajos precios del papel.

En 1875 la reciente restauración monárquica prohíbe la prensa republicana; prohibición que será levantada un año después. La pretensión de la monarquía es mantener la apariencia de no restringir las libertades de información y permitir la libre circulación de ideas y opiniones, sin censura previa y a través de cualquier medio impreso. En la segunda mitad de la década de 1870 eran frecuentes las discusiones y debates relativos a la clase de censura que era preferible; la censura previa, que exigía presentar las pruebas de impresión a la autoridad competente, como trámite previo para autorizar las publicaciones –sobre todo la prensa local o nacional–, o la libertad de imprenta, que permitía publicar aquello que se estimase conveniente bajo la exclusiva responsabilidad del editor o el impresor, quedando así sometidos a las sanciones que pudiera imponerle la dicha autoridad competente. Aunque, cuatro años más tarde, la ley de imprenta de 1879 definía lo que consideraba publicaciones clandestinas, retrotrayéndose a las leyes sobre el tema dictadas en 1852, en época de Isabel II.

Será en 1883 cuando Sagasta redacte la ley de imprenta más liberal de las sancionadas en España: La Ley Gullón, que permanecerá vigente parcialmente hasta 1966, aunque carecerá de efecto durante la Dictadura de Primo de Rivera y la II República. Esta ley posibilitó que se editaran numerosas cabeceras de prensa de todas las tendencias y la aparición de gran número de impresos de todo tipo. *La Paz de Murcia* la publica el 1 de agosto de 1883. Su artículo 1 consideraba como impreso la manifestación del pensamiento por medio de la imprenta, la litografía, fotografía o cualquier otro procedimiento mecánico de los empleados hasta el día o que en adelante se emplearan para reproducir palabras, signos y figuras sobre papel. El artículo es fiel reflejo de los avances que se han producido en las artes gráficas y los sistemas industriales de reproducción, y señala su capacidad y rapidez de evolución. El artículo 2 insiste en la división y clasificación de los impresos. Redefine el cartel como todo impreso destinado a fijarse en parajes públicos –obvia ya la idea de manuscrito recogida en la normativa González-Bravo– y aclara que se entienden publicados en el momento en que son fijados y expuestos al público. Puede parecer prosaico, pero delimita con exactitud la naturaleza del cartel, un simple anuncio, ahora impreso, sobre un soporte de papel de tamaño variable que aparece pegado en muros, paredes o cualquier otro soporte. ¿Acaso la palabra cartel no deriva del italiano *cartello* que a su vez proviene del término latino *charta* que significa papel?; un papel con voluntad de ser transmisor de noticias o informaciones, una carta lanzada al viento, a los ojos del viandante, a su entendimiento, desde esquinas y plazas; un posible peligro político. Carteles comerciales, de anuncios o artísticos, quedan exentos de la obligación de llevar pie de imprenta, ser depositados tres ejemplares en el Gobierno Provincial o delegación gubernativa, siendo innecesaria declaración escrita con nombre, apellidos y encontrarse en uso pleno de derechos civiles y políticos el declarante.

No quedaron, sin embargo, exentos de tasas, arbitrios o regulaciones, la publicación y fijación de cualquier tipo de cartel en ciudades y pueblos de la provincia. En 1881 el Ayuntamiento de Orihuela subasta 18 paneles para fijar carteles; las quejas, que la prensa murciana recoge, se refieren a que son insuficientes en número y pequeños; también se remarca que no se vigila que sobre unos –especialmente los que anuncian

festejos taurinos— se peguen otros. El Ayuntamiento de Murcia cobraba 50 céntimos en 1889 por cada cartel de tamaño cuádruple que se colocaba en las esquinas; esto daba lugar a quejas, ya que no había lugares específicos destinados para colocarlos ni se multaba a quienes los arrancaban. Los arbitrios municipales de Murcia, en 1891, oscilaban entre los 0,25 y 0,52 céntimos según fuera de 2 pliegos, o más, el cartel colocado en las calles de la ciudad. La cantidad disminuye a 0,10 ó 0,25 céntimos el año siguiente. Las subastas de arbitrios municipales sobre carteles eran realizadas en el Ayuntamiento de Murcia junto a las de basuras, música y espectáculos, venta de bebidas y otras. La primera década del siglo XX mantiene las tasas sobre el cartel; la prensa recoge los arbitrios fijados en los primeros años de la centuria, y da cuenta de que el monto de la recaudación municipal asciende, en 1907, a 196'46 pesetas en dos meses, por ingresos de fijación de carteles y entradas a espectáculos públicos. En 1909, en La Unión se suprime la tarifa de arbitrios referida a impuestos sobre la vía pública y fijación de carteles, cuyos ingresos se calculaban en unas 4.000 pesetas anuales; lo que da idea de la pujanza de la localidad.

Pero, ya se ha señalado anteriormente, los carteles más habituales a lo largo del siglo XIX en Murcia, lejos de referirse a asuntos políticos se referían a conmemoraciones patronales y celebraciones religiosas, festejos, espectáculos populares —especialmente los toros—, y acabando la centuria fueron ocupándose, cada vez con más fuerza, de aspectos publicitarios demandados por la comercialización de los nuevos productos requeridos por un consumo en expansión.

Desde mediado el siglo en los consistorios de algunas ciudades de la provincia, en los locales de periódicos, en cafés y comercios, en casinos, en estaciones de ferrocarril, se solían exponer al público los carteles de las festividades y ferias autóctonas y de provincias limítrofes. La prensa da cuenta de ello, agradeciendo numerosas veces que se les hayan hecho llegar y, a menudo, los describe minuciosamente elogiándolos o criticándolos. Los murcianos no solo sabían así qué actividades y eventos celebraban otras ciudades, también cuales eran los soportes publicitarios, su atractivo artístico, su capacidad de innovación. Era frecuente —a través de las páginas de la prensa— asistir a una cierta competencia entre ciudades próximas, no solamente por la calidad de los festejos, también por la belleza y la factura del propio cartel, ¿quién lo había realizado, donde había sido impreso...? Los carteles daban a conocer monumentos, ambientes, el carácter propio, las tradiciones y otros datos relevantes de los lugares que los editaban. Aspectos, en suma, claramente vinculados a una cierta idea de lo romántico. Hay que tener en cuenta además que se ha producido una mejora en las comunicaciones, especialmente por ferrocarril —el *tren botijo* es un modo popular de desplazarse entre poblaciones cercanas para eventos ocasionales—; y el turismo, fenómeno de reciente aparición, comienza a ser publicitado de forma atractiva y elegante. Así se sabía cómo era la Feria y Fiestas de Alicante, en julio, con la inauguración de la temporada de baños; las Fiestas de Cádiz en agosto, en honor de Nuestra Señora de los Ángeles; la Feria y la Semana Santa de Sevilla; las corridas taurinas con motivo de las Fiestas del Pilar de Zaragoza; los Juegos Florales de Valladolid, en septiembre; las Fiestas del Corpus en Granada; los festejos en conmemoración del Centenario de Colón en Huelva...

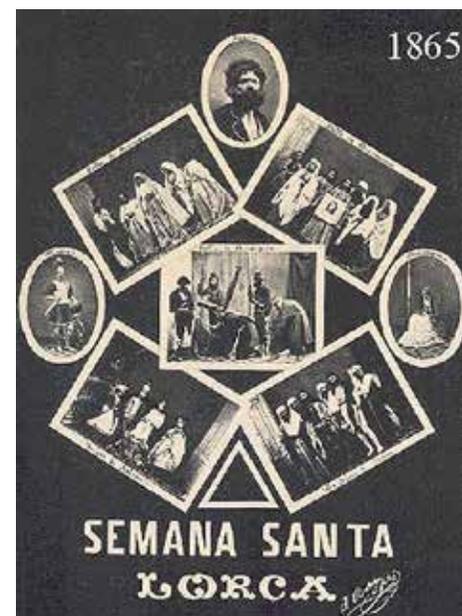
Algunos de estos carteles, como los de la Feria de Sevilla, eran muy demandados por los coleccionistas murcianos de la época. Atractivos y de fácil lectura los murcianos conocían así, gracias a los carteles, otras actividades fuera de su estricto ámbito territorial. El cartel posibilitó la inmersión de los artistas en un arte nuevo, una nueva forma de expresión plástica más directa y cercana al público.

Hasta bien entrada la década de los ochenta del siglo XIX los carteles eran realizados con tipografía; eso no significa que no perviviera en algunas localidades, por lo general referidos a temas administrativos, el cartel manuscrito; en 1876 el alcalde de Mula, D. José Molina Ladrón de Guevara, manda publicar un bando manuscrito y sellado. El tamaño creciente del soporte fue demandando el desarrollo de nuevas tipografías y familias de letras. Llegaron a editarse carteles de más de tres metros de alto realizados mediante la unión de varios pliegos —ya entrado el siglo XX, en 1920, la imprenta de Jorge Valls, situada en la Plaza de Romea, realizaría un cartel de seis por cuatro metros

y ocho pliegos para la compañía de comedias de Paco Alarcón—. Grotescas y egipcias van sustituyendo a romanas y góticas, más antiguas. Los tipos alcanzaron elevado coste y grandes dimensiones, algunos superaban los 25 cm; tallados sobre bloques de madera o fundidos en metal y plomo-antimonio para obtener más precisión y durabilidad. Cuando Serafín Alonso, en el reportaje que realiza en *Línea* el 9 de noviembre de 1967, sobre el antiguo taller de Jorge Valls, pregunta, al nieto del fundador de la imprenta, especializada en el acabado de carteles de toros, circo y teatro, sobre modos y procesos de impresión, este comenta el elevado precio, 300.000 pesetas, que podía alcanzar, a mediados del siglo XX, una colección completa de tipos. A veces la prensa local recogía quejas recibidas en la redacción a causa de la ilegibilidad de un impreso que “*fijado en las esquinas es imposible descifrar su contenido*”, pudiendo deberse el asunto a la mala calidad de los tipos empleados y a su desgaste. Tipos metálicos, ornamentos xilográficos a partir de tacos de madera, planchas calcográficas... podían pasar de una imprenta a otra utilizándose profusamente, a veces en temas de poca relación; imágenes de vírgenes y santos se repiten en advocaciones y asuntos que nada tienen que ver; se falsea el tamaño de las viñetas uniendo unas a otras o añadiéndoles orlas y cenefas; el desgaste por uso lleva a la desaparición final de algún elemento compositivo o a la rotura del taco. A la estampación de los tipos, con resultados unas veces monocromos –el negro suele ser el color más habitual–, otras en colores diferentes para cada una de las actividades que anuncian o para subrayar la relevancia dada a cada grupo tipográfico o campo informativo, se le añaden, como se ha señalado, orlas, remates, e imágenes alusivas impresas a partir de matrices de madera; cuando las tiradas son cortas se colorean a mano algunos de estos ornamentos. Las imprentas contaban con xilografías con motivos y tamaños diversos que usaban según la ocasión. Otras veces los grandes carteles tipográficos cuentan con cabeceras ilustradas, medallones o acabados inferiores cromolitografiados en distintas medidas; este proceder facilita que un cartel pueda ser realizado por una sola imprenta o que sean varias las que entren en juego para su acabado y edición, según los procedimientos, tamaños, o el costo máximo que esté en el ánimo del cliente pagar.

El 10 de noviembre de 1872 *El Chocolate* informa que Los Hermanos de la Aurora han editado un cartel con la imagen de un antiguo grabado en madera, representando a su patrona, para celebrar su fiesta solemne. La ilustración, de 1719, podría haber pertenecido a los fondos de la imprenta de Pablo Nogués hijo, que contaba con excelente catálogo de xilografías en madera de boj en tamaños y temáticas variadas: romances, religiosos, taurinos, orlas, remates y motivos florales, que imprimía a requerimiento del momento; y matrices calcográficas y litográficas. Nogués incorporó estos y otros elementos de talleres que fueron desapareciendo en Murcia: Belda, Teruel, Santamaría... Estos grabados, algunos curiosos, como el que representa al Rey Fernando VII ofreciendo, de forma simbólica, una corona a la Virgen de la Fuensanta, nombrada por la Junta Suprema de Murcia, en un bando hecho público el 2 de junio de 1808, Generala de las tropas murcianas, al comienzo de la contienda de la Guerra de Independencia, son, por su factura y diseño, anteriores a la propia fundación de la Casa Nogués. Rastreado por González Castaño y Martín-Consuegra el grabado correspondiente a la Virgen del Carmen, que aparece en el apartado religioso de la obra *Reseña Histórica de una empresa murciana*, Nogués, llegan a la conclusión de que es una entalladura que fue propiedad de la tipografía de Leandro y Vicente Riera, activa entre 1857 y 1876, y aún fue nuevamente tirada en la imprenta lorquina de Campoy. El taller de los Teruel fundado hacia 1760 –regentado primero por el lorquino Felipe Teruel; más tarde por su viuda, Antonia Ramírez, y luego por Juan Vicente Teruel– contaba con un buen número de planchas de cobre y tacos de xilografía que pasarían a manos de los Nogués a través de Pedro Belda. De tal forma que no solamente se transferían fondos y materiales de impresión también la clientela, el prestigio y el buen nombre del taller.

Durante el transcurso del siglo, iglesias, parroquias y hermandades de todas las ciudades de la provincia celebraron con frecuencia solemnidades y oficios religiosos: Flores de mayo, octavarios, novenas, cuaremas, desfiles procesionales... y editaron abundante cartelería para difundir estas celebraciones. Lorca publica en 1865 cartel (Fig. 8) para



(Fig. 8) José Rodrigo. *Semana Santa. Lorca. 1865.*



(Fig. 9) Solemnes cultos de la Ilustre Cofradía de la Preciosísima Sangre. 1856. Imprenta Pedro Belda.

difundir su Semana Santa; el cartel, impreso en negro, contiene ocho imágenes encerradas en medallones y cuarteles con representaciones fotográficas de personajes y grupos que formarán parte del desfile pasional, ataviados con las galas propias del festejo; son reproducciones de daguerrotipos realizados por José Rodrigo. Lorca es una de las primeras poblaciones murcianas en contar con estudios fotográficos y desde 1848 pueden datarse daguerrotipos en la Capital del Guadalentín. Rodrigo recogerá en sus placas, en distintos momentos de su trayectoria profesional, el misterio, la identidad diferenciadora y la carga estética de los desfiles procesionales lorquinos.

En Murcia Don Miguel Campillo ilustra el cartel que la Cofradía de la Purísima Sangre realiza para los oficios religiosos de febrero de 1884. Buen ejemplo de esta cartelería es la colección de la Ilustre Cofradía de la Preciosísima Sangre: los solemnes cultos de 1856 (Fig. 9) se anuncian con magnífico grabado representando al titular de la cofradía; cartel semejante se imprimió para los ejercicios espirituales de 1870 y los solemnes cultos de 1879. El gremio de sastres edita cartel para festejar a su patrona, Santa Lucía, en diciembre de 1884. *La Paz de Murcia* publica un comentario, el 4 de mayo de 1886, refiriéndose a la calidad del cartel que se ha impreso para celebrar a la Primera Patrona de Murcia la Virgen de la Fuensanta, y que ha sido remitido a la redacción por el señor Fuentes, “cartel hecho en forma en que hoy no se acostumbra, intentando imitar los primitivos carteles que no tenían adornos ni nada de lo que ahora embellece las impresiones”; crítica velada por tanto al cartel remitido que debía carecer de orlas e ilustraciones, a imitación de los bandos, tan habituales a lo largo del siglo, que solo excepcionalmente contaban con motivos capitulares o con escuetos remates y orlas –un buen ejemplo de este tipo de cartel: el editado por el Círculo Católico de Obreros de Murcia para festejar el 19 de marzo de 1893 al Glorioso Patriarca San José–. Cultos en La Merced. Ejercicios espirituales en Santo Domingo. Los excepcionalmente lujosos carteles para anunciar las novenas de la iglesia del Carmen. Octavarios a Jesús Sacramentado en San Juan de Dios y San Agustín. La abundancia, en las parroquias de todas las ciudades y pueblos murcianos, de esta tipología de impresos –que más de un siglo después mantiene su vigencia, y sencilla estructura a base de tipografía, orlas y pequeños motivos gráficos alegóricos– es tal, que la prensa local escribe: “Hay cosas que se pegan a uno como un cartel a la puerta de una iglesia”. En los carteles aparecían los oradores y oficiantes, en general personas vinculadas al clero.

La competencia para acceder a la realización de estos trabajos, que por su carácter periódico garantizan ingresos seguros y continuados a las pequeñas imprentas de la provincia, es feroz. En diciembre de 1886 el Gremio de Impresores expone sus quejas al administrador de contribuciones, manifestando su descontento ante la subida de la contribución al no producir Murcia demanda suficiente para sostener los once establecimientos que hay acogidos al gremio, añadiendo que hay talleres ocultos –claro ejemplo de economía sumergida de la época– que quitan a los legales. La queja ve la luz pública en el diario *La Paz de Murcia* el día 15 de ese mes, y cita dos casos concretos: un establecimiento en la Plaza de Pedro Pou que edita libros, y otro donde se ha impreso un cartel charolado, fijado a la puerta de las iglesias, para anunciar los cultos de La Merced; aclara la nota que dicha imprenta suele hacer trabajos, para hermandades, de esos que “pueden ocultarse”, y aconseja al administrador hacer las comprobaciones necesarias; el texto remata que las quejas tienen que ver con las dificultades económicas de algunos impresores, y que si hubiera más trabajo “callarían”.

Nogués es el taller murciano de prestigio para realizar este tipo de encargos. Las continuas felicitaciones por sus impresos, recogidas en prensa a lo largo de los años, lo avalan. En 1900 *Las Provincias de Levante* se hace eco del regalo de Martínez Tornell de la cartelería anunciadora de los cultos de San Joaquín en la iglesia murciana de Santo Domingo, y cita a Nogués, que los ha realizado, de imprenta “antigua y acreditada”.

Pero algo había cambiado ya al iniciarse el último decenio del siglo. En 1894 *La Paz* alaba el trabajo tipográfico de Nogués al referirse, esta vez, al cartel anunciador de las novenas de la Virgen del Rosario, y critica que siendo excelentes los impresos salidos de este taller, se encarguen fuera los trabajos más prestigiosos y caros, haciéndose aquí solamente los de batalla y ajustados al céntimo –curiosamente el bonito programa troquelado, con forma de paleta de pintor, de Feria y Fiestas de septiembre de 1894 en Murcia, será un trabajo realizado en Ortega con ilustraciones que representan la Catedral, el Ayuntamiento, la estatua de La Fama y la de Floridablanca–. Es el contrapunto a los elogios que *El Diario de Murcia* dedica a la litografía zaragozana de Portabella que ha

realizado en varias ocasiones, a lo largo del decenio, los carteles para las fiestas religiosas de la Merced: “lujosos, bonitos, vistosos y coloridos”. La Paz, en defensa del establecimiento murciano, escribe el 15 de septiembre de 1894: “...con el tiempo los impresores de Murcia tendrán que ir a pedir trabajo a la imprenta Ortega de Valencia, de Tasso de Barcelona, de Velázquez de Cartagena o de aprendices a la de Portabella de Zaragoza. De qué sirve –se pregunta– el buen hacer, los presentaba impecables, de Nogués”. Sin desmerecer a Portabella, tres días después insiste en la seriedad y lo apropiado de los carteles de Nogués para referirse a los cultos en honor a la Virgen de las Mercedes.

Fundada hacia 1820 por Pablo Nogués Clerch, catalán, nacido en Reus y establecido en Murcia en 1818, probablemente al amparo de la amplia colonia catalana que aquí residía, los trabajos salidos de su prensa, adornados con orlas y viñetas, destacaron pronto entre los demás talleres murcianos, adquiriendo rápida fama de buen impresor y tipógrafo. A mediados de siglo la imprenta Nogués estaba ya instalada en la calle Trajería de Murcia, en el viejo Palacio de Los Celldrane, “de hermosa fachada plateresca”. Tras la muerte de Nogués Clerch, en 1862, el negocio pasó a denominarse “Vda. de Nogués”, luego “Hijos de Nogués” y más tarde, tras la muerte de Pablo Nogués Santamaría en 1902 –Nogués Clerch había emparentado con la familia Santamaría propietarios de librería e imprenta–, “Sucesores de Nogués”.

La empresa, que siempre buscó dotarse de los últimos adelantos técnicos en el campo de la impresión, adquiere en 1880 una máquina “Marinoni”, de patente francesa, que permite aprovechar que el papel ya se fabrica de continuo, e imprime tamaños de 50x70 cm a razón de entre 400 y 600 hojas a la hora. En 1888 vuelve a adquirir maquinaria cara y más moderna; y después una “Minerva” de pedal y otra de mano, una “Bostón”. Ya en el siglo XX Sucesores de Nogués renueva tipos y viñetas. La Mancomunidad Sucesores de Nogués traslada, en 1908, sus instalaciones, al número 53 de la calle Platería. Abandonando el Palacio de los Celldrane y dejándolo a disposición del Círculo de Bellas Artes. Como indica Nieves Saiz en *La Verdad*, el 31 de enero de 1991, será José García Sánchez, formado en la Casa, el que asegure la continuidad de la obra de Pablo Nogués Clerch.

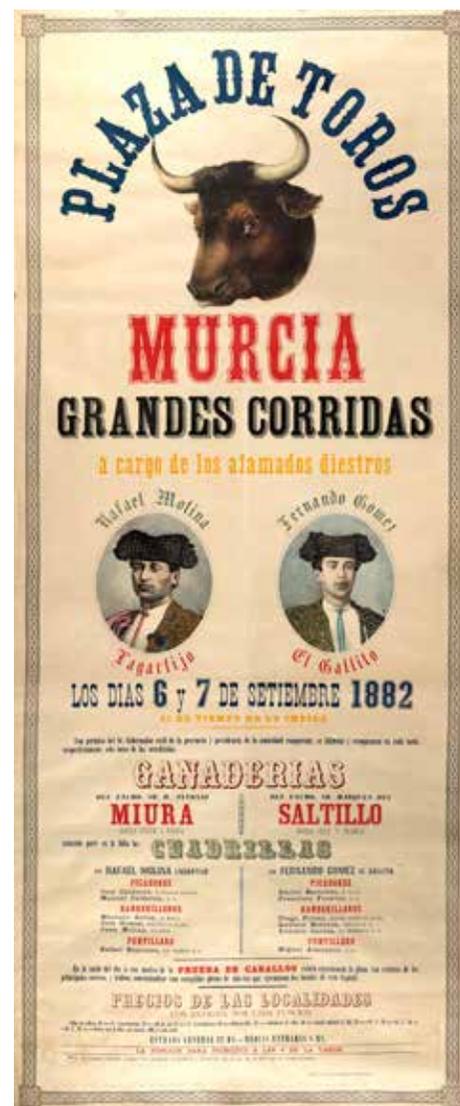
De los talleres Nogués salieron, a lo largo de casi doscientos años, gran cantidad de impresos, folletos, libros y cartelería. Más que una simple imprenta fue, hasta su desaparición definitiva en 2005, un referente de las artes gráficas y de la vida cultural murciana.

La Casa Nogués estuvo siempre cercana al poder político y económico y a la buena sociedad local, gozando de numerosos encargos institucionales. En 1854 Pablo Nogués Clerch imprime un pliego de 65x45 cm, *Relacion de las Parroquias y Partidos de Huerta y Campo*, de elegante tipografía, sobre todo en el encabezamiento, que recoge cada uno de los cinco distritos en que se halla dividido el término Municipal de la ciudad de Murcia, y la relación de los señores concejales, nombrados para el despacho de las Comisiones Permanentes del Ayuntamiento Constitucional de la misma.

En 1865 de los talleres de la Vda. e hijos de Nogués saldrá el bando que D. Salvador Marín Baldo, alcalde corregidor de Murcia, manda publicar para contribuir al recogimiento que la Semana Santa exige en su celebración en la localidad. Y la estampa-cartel anunciadora de los solemnes y religiosos cultos a Ntra. Sra. del Carmen, que celebra en Mula la hermandad y cofradía de la que es titular. Es este último un hermoso cartel orlado con bellas cenefas, concebido a partir de elegante tipografía y excelente grabado calcográfico de la Virgen recogido en un florido óvalo.

En 1878 los Hermanos Nogués realizan el cartel –262x105 cm– de la Feria de Septiembre, encargado por el Ayuntamiento *constitucional* capitalino (ver Fig. 2). Recogido el texto por una orla, con remates de flor de lis en los cuatro vértices, y profusión tipográfica, que reproduce en la cabecera el escudo municipal iluminado a mano. Feria de ganados, cucañas, iluminación de gas y toros de muerte, constituyen los festejos septembrinos. Su concepción es muy semejante a los carteles realizados en ese momento en Madrid, Valencia o Sevilla. La Paz se deshace en elogios el 25 de agosto de ese año, “un trabajo precioso, completo y tipográfico”, señala.

Los años 1881 y 1882 del taller de Nogués salen los carteles taurinos para la feria, siempre elogiados por la prensa local como trabajos elegantes, tipográficamente bien resueltos, con bellas cenefas decorativas, trabajos que pueden competir con los realizados en Madrid o Barcelona. En el cartel de 1882 (Fig. 10), expuesto en el Casino, se incluyen



(Fig. 10) Murcia Grandes Corridas. 1882. Cromolitografía. Impresión: Nogués.

las figuras de los toreros Lagartijo y El Gallito y una cabeza de toro en la parte superior, tres cromolitografías que se han realizado en otro taller, la litografía Sivilla. Era también normal, ya se ha señalado, que en los locales de algunos establecimientos se expusieran los carteles; la sastrería de Arróniz, en la calle del Carmen nº 24, que es uno de esos establecimientos, expone el taurino de 1884.

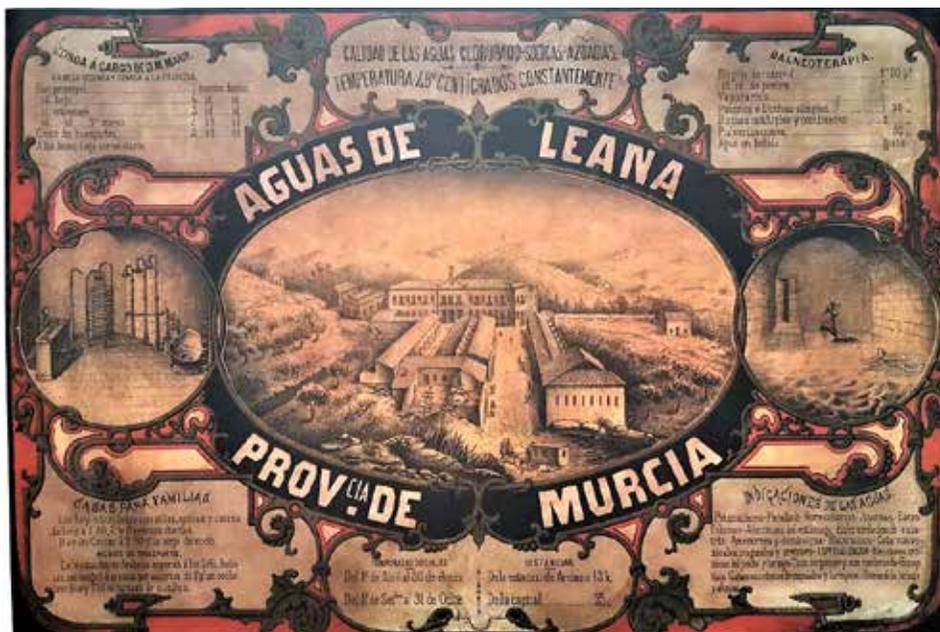
En 1882 realiza otro cartel festero, esta vez es un pequeño pasquín orlado de 52x40 cm, carente de símbolos y ornamentos. La prensa critica la ausencia de retretas, fuegos artificiales, cucañas, bailes, certámenes, premios, luces y banderas en los festejos septembrinos –“*la feria vuelve a tiempos anteriores a la restauración*”–; sin embargo en el pasquín-programa editado aparecen: iluminaciones especiales, músicas, exposiciones en el Teatro-Circo, una muestra agrícola-minera y las tradicionales corridas de toros y feria de ganados; la crítica se dirige realmente al alcalde de la ciudad de ese momento, Sobejano, “*que aparece como falso progresista y es sin embargo conservador*” cita *La Paz* el 14 de agosto. El pasquín no es considerado con suficiente presencia para difundir la Feria de Septiembre. No era la primera vez que se alegaba, por parte del consistorio, falta de tiempo o desconocimiento de datos para editar un cartel digno de las fiestas; en 1879 no se publica cartel por no saber aún en agosto cual sería el orador y la fecha de su prédica en honor de la patrona. Las críticas por desaciertos en el programa, la mala forma de trabajar de la Comisión de Fiestas, la escasez de dinero, la falta de planificación, la ausencia de publicidad y la comparación con los festejos de otras provincias o regiones –generalmente con Valencia– son continuas y recurrentes a lo largo del siglo y, como veremos, aún después. Aunque Nogués volvería a editar un pasquín orlado para difundir el programa festero de 1886.

El año 1887 Nogués realiza el cartel de los festejos septembrinos, “*fino y bien compuesto*”, que aparece en la ciudad como “*astro precursor de la feria*”. Ese año también imprime, en seda, un cartel conmemorativo de la nueva plaza de toros de Murcia que se está acabando a ritmo acelerado. El cartel es saludado por la prensa local con el titular: “VIVA EL LUJO”.

En 1888 la prensa vuelve a elogiar la tipografía y el esmero puesto por Nogués para realizar el cartel de la feria.

En la siguiente década hará sucesivamente los carteles de la feria de 1895, 1897, 1899 y 1900. También realizará el de las *Grandes Fiestas Religiosas y Cívicas de Abril en la Ciudad de Murcia* de 1900. Festejos que vienen celebrándose desde 1899 al haber trasladado el consistorio las fiestas de carnaval como apéndice de la Semana Santa, incluyendo Batalla de Flores, Bando de la Huerta y Entierro de la Sardina, para reforzar los aspectos lúdicos y turísticos de la singular Semana Santa murciana y competir dignamente con otras ciudades próximas, atrayendo a visitantes aprovechando la relativa facilidad que ofrece el tren para los desplazamientos. Este último cartel lo realizaría Nogués a resultas de un concurso, convocado por la Comisión de Festejos, entre los impresores de la capital; se acuerda que Nogués imprima 300 carteles. La hermosa tipografía recoge: Magníficas procesiones, Bando de la Huerta, corridas de toros, Entierro de la Sardina y una referencia a la exposición de Labores de la Mujer y a la magna muestra Agrícola, Minera y de Bellas Artes; el cartel, de gran formato, se cierra con la despedida a los botijeros (ver página 20). El diario *Las Provincias de Levante* realizará el programa de fiestas con la reproducción en portada de una obra de García del Bosque. Entre los acuerdos de la Comisión de ese año consta el que se repita la Batalla de Flores.

Los carteles –los citados constituyen unos pocos ejemplos– de Nogués siempre recibieron parabienes y elogios, por su buen gusto en la utilización del color y la elección de los tipos empleados, por su seriedad y elegancia; pero desde 1880 la cartelería, de forma especial la taurina, es encargada por los empresarios a talleres especializados de fuera de la provincia. Eso a pesar de que *La Luz de Caravaca* se queja del mal gusto de unos carteles impresos en Madrid “*a la antigua*” para una corrida de toros, planteando que hay imprentas en la provincia capaces de hacerlos mejor “*como está probado*”. En 1898 Nogués hace el billete de la Feria Taurina pero los carteles son encargados por el empresario Aracil a la litografía Ortega; Miguel Díaz Spottorno hace el diseño; la Junta Directiva de la Sociedad Taurina Popular Murciana acuerda regalar un ejemplar a cada socio. Cuando fallece Pablo Nogués Santamaría en 1902, a los setenta años –la prensa da la noticia y elogia su labor como impresor–, la tipografía ha sido definitivamente de-



(Fig. 11) Baños de Fortuna. 1881.
Cromolitografía. Impresión: Litografía Soler.

rrotada por la litografía; las grandes casas litográficas se han adueñado del mercado y los carteles que salen de sus talleres se han estandarizado. La derrota de Nogués, en el campo de la cartelería, es la derrota definitiva de la tipografía para la publicidad impresa. La imagen litográfica, más versátil y sugerente, entierra los carteles basados en los tipos, más informativos, quizá, pero desde luego menos atractivos.

Junto a Nogués otras imprentas operan a lo largo del siglo XIX en la región. Algunas han ido incorporando procedimientos litográficos de impresión: Leandro y Vicente Riera abren sección de litografía en 1860, Faustino Millán en 1878, ambas en Murcia; Marcial Ventura en Cartagena en 1871. Desde la segunda mitad de la centuria –se funda en 1860– el taller litográfico Soler está activo, lo ha instalado, en la calle Sociedad de la capital de la región, Antonio Soler Sebruela natural de Alcoy, que había realizado encargos varios para la imprenta de Antonio Molina desde mediada la década de 1850 en que el taller de Molina comenzó a trabajar la litografía. Un dibujo, en piedra litográfica, realizado para la fábrica de sedas de Luis López Guillén, firmado por Soler, evidencia su presencia, pero también vendía litografías de imágenes religiosas, realizaba portadas e ilustraciones de libros, estampas con la efigie de personalidades relevantes y prohombres murcianos, incluso llegó a realizar el diseño de las acciones de la Sociedad de Minas La Estrangera que editó la litografía de Molina en 1854. En 1881 Soler es el establecimiento encargado de editar el cartel publicitario de los *Baños de Fortuna* (Fig. 11); la imagen muestra una vista exterior de los mismos y el texto alaba la calidad de sus aguas sin olvidar dar cuenta del costo de los servicios, baños, fonda o casas de familia. Es probablemente el primer ejemplo de publicidad de un establecimiento turístico en la provincia. La prensa elogia los *baños* y, también, los adelantos técnicos que supone la litografía. La actividad de la litografía Soler, su buen hacer, se recoge en *El Diario de Murcia* el 6 de agosto del año siguiente, las “Noticias Locales” informan que el cartel taurino de Orihuela se ha impreso en la imprenta de *La Paz*, pero la cabecera y los retratos de los espadas, realizados por Arróniz –probablemente se refiera a Antonio Arróniz, que contaría con establecimiento tipolitográfico propio, desde 1885, en la calle Calderón de la Barca de Murcia–, han sido hechos en la litografía Soler. Otro ejemplo de la intervención de diversos talleres y procesos diferentes de impresión en los carteles de la época. La litografía Soler realizará, en 1886, el anunciador de la fábrica de papel de fumar de Martínez, Compañy y Albero de Ibi, a todo color y con tintas doradas. Y puede que sea este taller el encargado de ultimar la impresión de las bellas acciones del Banco de Cartagena, Compañía Anónima de Credito, fundada en 1900, que reproduce el cuadro de Velázquez *Mercurio y Argos*.

Garay describe el taller, instalado hacia 1900 en la calle del Trinquete cerca de la Plaza de Santa Catalina, y las dificultades de grabar textos y dibujos de forma especular

en el capítulo “El arte de imprimir” del libro *Estampas Murcianas* –premio Baquero Almansa 1955 y publicado dos años más tarde a cargo de la Diputación de Murcia–: “Soler el viejo, con la lente de grabador a modo de monóculo incrustado en un ojo, grababa sobre la piedra litográfica en una ventana de su establecimiento... Mi curiosidad, propia de mi edad infantil entonces, hacía que me detuviera al pasar para ver que hacía con un buril sobre la piedra aquel hombre huesudo, de expresión simpática, que años después, cuando yo iba ampliando mis conocimientos y cuando leí la novela «Peñas Arriba», note que se parecía al novelista don José María Pereda.

Entonces, las litografías de Murcia aún trabajaban con prensa. Uno de los primeros estampadores que aprendieron en el taller de Soler fue Cristóbal Pagán Porras...

También dibujaba Soler muy bien a lápiz sobre piedra graneada; entonces se dibujaba así, principalmente porque la cromolitografía dibujada a pluma exigía un número no inferior a seis u ocho tintas y esto resultaba costoso y lento para estampaciones en prensa.

Conozco una estampa cuyo original está en el Museo Provincial, es una composición de Nuestra Señora de la Fuensanta rodeada de ángeles, reproducida por Soler a lápiz, del dibujo que el pintor Rosales –se refiere al dibujo de la Virgen de la Fuensanta realizado por el pintor en 1872 y del que se editaron litografías teniéndolo como base– hizo en una temporada que vivió en Murcia, en la casa contigua del Santuario de nuestra Patrona, buscando una anhelante mejoría de su quebrantada salud.

Ya muerto el viejo Soler, se hizo cargo del taller su hijo Antonio, introduciendo la innovación de una máquina litográfica...pero a pesar de estas innovaciones no le dedicó atención a la cromolitografía, imprimió dibujos coloreados con mucha perfección...”

Del escrito de Garay se deduce pues, con facilidad, que las litografías murcianas a principios del siglo XX eran de pequeñas dimensiones y estructura familiar, de ahí sus limitaciones para abordar trabajos de envergadura como la edición de grandes carteles.

En la calle Trapería, donde se encuentra actualmente el estanco de la Tercena, estaba ubicado el establecimiento litográfico de Don Faustino Millán de parecidas características al antes descrito. Otras imprentas más modestas están radicadas en diferentes pueblos. Basilio Robres, imprenta muleña, suele hacer los trabajos de espectáculos teatrales y fiestas de la localidad. Un ejemplo: los carteles “bonitos” –con seguridad pasquines tipografiados– para la feria de Mula de 1889.

Periodistas y periódicos regentaron y actuaron como establecimientos tipográficos, imprimiendo carteles. La imprenta del *Diario de Murcia* imprime, en 1883, el programa-pasquín –47x32 cm– de las fiestas a celebrar en Murcia, en febrero y marzo, en honor al escultor Francisco Salcillo –así, con C– para conmemorar el centenario de su fallecimiento –Hijos de Nogués imprimirá en marzo un bando municipal firmado por el alcalde Eduardo Riquelme, orlado y con bonita capitular, para dejar constancia de la efeméride–. El *Diario de Murcia*, en julio del ochenta y tres, imprime un pasquín, que edita el Ayuntamiento de Mula, que recoge el reglamento y las disposiciones de buen orden que deben observarse en las peleas de gallos que tienen lugar en la localidad. El Ayuntamiento de Murcia encarga a *La Paz* un magnífico cartel tipográfico de 217x83,5 cm para celebrar los festejos del tercer centenario del natalicio de Saavedra Fajardo (ver Fig. 3) que, junto a exposiciones de plantas y flores, dianas y bailes populares, propone inaugurar un monumento, celebrar un cortejo fúnebre y exponer públicamente los restos del escritor y político ¡cómo si de un santo se tratara!, los días 4 al 7 de mayo de 1884 –El *Diario* imprimió un pequeño pasquín orlado con motivo del evento–. El periodista y escritor Lorenzo Linares tiene a su cargo la publicación y a la vez imprenta ciezana *La voz de Cieza*, imprimiendo en ella el cartel taurino de la feria local del año 1896, con varios colores, “bien impreso y de gusto”.

Algunos talleres estaban especializados. Albaladejo imprimía de forma habitual los carteles para las funciones del Teatro-Circo Villar –inaugurado en noviembre de 1892, el evento se difundió editando un pasquín de 48x70 cm–. Las detalladas informaciones publicadas sobre costos y gastos de las actividades teatrales en la ciudad de Murcia, permiten que sepamos que, por los costos de cartelería de una función lírico-dramática, se pagó a Albaladejo 100 pesetas de 1898. Hay que tener en cuenta que los carteles de teatro de las compañías que actuaban en la provincia no se imprimían localmente; aquí solamente se realizaban cartelitos tipográficos orlados, con pequeños motivos gráficos, o faldones de texto para los que ya llegaban impresos.

En Cartagena las de Ventura, Fajón, Velázquez y Requena son las imprentas más prestigiosas. El cartel de la feria cartagenera de 1888, con la imagen de un estandarte donde campea el escudo de armas de la ciudad, se realiza en el taller de Requena, congratulándose la prensa de que el trabajo se haya realizado en Cartagena y no fuera. La Ciudad Portuaria contó, no obstante, desde finales del decenio, con imprentas foráneas para la imagen de la feria y los festejos taurinos. La litografía Ramírez, de Barcelona, realiza el cartel de la feria del 25 de junio del año 1889 (Fig. 12); un cromó de grandes dimensiones, 160x80 cm; un marino se apoya en un ancla entre el texto *Fiestas y Feria*, a la izquierda el Real de la Feria, a la derecha una competición de remo, al pie una escena taurina con la suerte de banderillas, centrando el cartel el escudo de la ciudad orlado de banderas, cintas y motivos vegetales que soportan el resto del texto. El esquema se repetirá con ligeras variaciones el año 1892, el diario *La República* lo describe: una vista de la ciudad tomada desde el puerto, en mitad del cartel una paleta recoge las fiestas programadas y en la parte inferior el inevitable cuadro taurino. Y es que estos carteles, diseñados sin adscripción inicial a localidad portuaria alguna, recogían una iconografía idéntica válida para cualquier población costera. Portabella envía desde Zaragoza el de las corridas de 1893 y 1894. Y Ortega será la litografía encargada de la impresión de la mayor parte de los carteles de festejos cartageneros desde mediados los años noventa del siglo XIX.

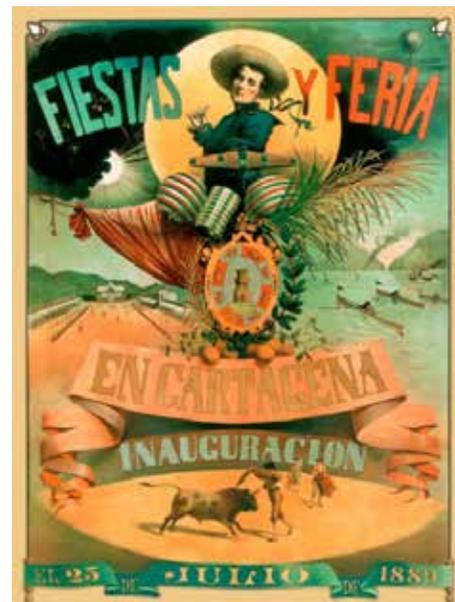
En La Unión, al amparo de la pujanza de la minería, se han establecido, hacia 1900, las imprentas La Madrileña y el establecimiento fotográfico de Ángel Martínez.

El periodista R. D'Opazo se pregunta, en las páginas del diario *Las Provincias de Levante*, el 21 de mayo de 1902, "¿Que es la imprenta?": *"La imprenta no es otra cosa que un poético desorden; por todas partes se ven ruedas, tornillos, manchados de tinta y de grasa; en este lado la rueda volante que regula el movimiento de la máquina; más allá, letras, lingotes, puntos, números, cruces, todo en sus respectivas celdas, esperando la hora del trabajo en que el cajista con asombrosa habilidad los ordena, los aprisiona, los amarra, y pobre de aquel que por temor al tamborilete ó de verse manchado de tinta se esconda, pues las afiladas piezas le harán ocupar un sitio ó dar con su cuerpo en el cementerio, (entre los cajistas, pastel).*

Unos de forma sencilla, otros lujosamente adornados, estos compondrán el anuncio de algún establecimiento, aquellos algún soneto cadencioso ó el libro bienhechor, (que es el mejor amigo del hombre)".

El auge de las artes gráficas, al comenzar el siglo XX, es patente. Está en evidente relación con el sector minero de Cartagena, Mazarrón y La Unión; pero a la vez es inseparable de la aparición de industrias vinculadas al pimentón, la seda, la conserva y los licores, buenos ejemplos son: Esteva Canet –creada en 1897– en Alcantarilla y Albert en Archena. Si bien muchas de estas empresas solían imprimir su publicidad y etiquetas fuera de la región⁽¹⁰⁾. En los primeros decenios del siglo trabajan en Murcia, entre otras, las litografías: La Artística, establecida en la calle Rambla nº 3 de Murcia, fundada en 1907 por Carmelo Bueno Moreno que es, a la vez, agente comercial y representante de la Casa Ortega; la Litografía Alemán –que acabaría absorbiendo a La Artística de Levante de Carmelo Bueno–, creada por Francisco Alemán, que ya anunciaba en 1911 que realizaba envases litografiados para pimentón y que estuvo ubicada en la calle Carril de San Agustín nº 1 de Murcia y luego, hacia 1923, en la carretera de Espinardo; y Pagán. Estas litografías citadas serán clave en la formación de los artistas murcianos, que renovarán el cartel en la región desde los concursos organizados por el Círculo de Bellas Artes.

Esto no significa que no pervivan en la Región hasta bien entrado el siglo XX fórmulas y procedimientos más tradicionales ¡y baratos! de editar un cartel, sobre todo en poblaciones modestas y de recursos más comedidos. En los fondos del archivo de Juan González Castaño hemos podido rastrear antiguos e interesantes carteles editados en la población de Mula, algunos ya citados anteriormente en el texto, y no podemos dejar de referir dos ejemplares que corroborarán lo escrito: El editado en 1914 referido a los *Cultos Consagrados al Corazón de Jesús*, un cartel orlado, creado a partir de una magnífica estampa, que ayuda a entender, tal como se ha indicado anteriormente, la forma en que la cartelería referida a cultos y manifestaciones religiosas –si exceptuamos la que se refiere a festejos patronales señalados y a la Semana Santa– acotó pronto su estructura visual y narrativa, volviéndose poco significativo en lo que a la evolución del cartel, como género



(Fig. 12) *Feria y Fiestas en Cartagena*. 1889. Cromolitografía. Impresión: Litografía Ramírez.

(10) Para anunciar su pulpa de albaricoque de clase superior Antonio Esteva Oliver editaba pequeños carteles, impresos a una tinta en la litografía Rotger y Colón de Palma de Mallorca, en ellos declaraba los numerosos premios obtenidos por sus productos, 1865 como el año de fundación de la marca, y el privilegio de ser proveedor de la Casa Real.

plástico, se refiere; y el anunciador de 1923 *Gran Feria y Fiestas de Septiembre en la Ciudad de Mula*, compuesto tipográficamente de forma elegante, a tres tintas, con orlas y pequeños emblemas y motivos ilustrativos, un cartel evidentemente poco a la moda dado el año de su impresión.

Al acabar el siglo XIX en Murcia y Cartagena han surgido, o se han consolidado, nuevos festejos identitarios, frente a los tradicionales, que subrayarán aspectos propios de la localidad y conformarán la nueva imagen iconográfica de los carteles: Entierro de la Sardina, Batalla de Flores y Bando de la Huerta en Murcia; Veladas Marítimas en Cartagena.

El Entierro de la Sardina nace en Murcia en 1851. Quiere la tradición –verbal y escrita, recogida en textos de Martínez Tornel, Sánchez Madrigal, Andrés Blanco, Frutos Baeza y otros– que sean un grupo de estudiantes y tertulianos, que se reúnen en la botica que D. Ignacio Rubio tiene en la plaza de San Antolín, los que reproduzcan aquí las mascaradas que han visto en Madrid. Es posible que, además de las mascaradas, fueran conocedores de la gran cantidad de litografías satíricas que, representando procesiones, entierros o desfiles, publicaban algunas revistas madrileñas, *El Guirigay*, *El Loro*, *La Flaca* o *La Carcajada*, para hacer burla de la situación social y política. La última noche de carnaval la cabalgata recorre los barrios de San Agustín y San Antolín. Desde 1854 llevan la *Sardina* al Casino; en el trayecto se reparten golosinas y hojas con versos. El *Entierro* es pronto un espectáculo donde hachones y bengalas iluminan el oscuro y sombrío –la luz eléctrica comienza a instalarse en la ciudad hacia 1894– recorrido. Ayuntamiento, Casino, Círculo de Bellas Artes, ferrocarril, fondas y hostales, tiendas de comestibles, tabernas y murcianos pudientes, lo financiarán por suscripción. A partir de 1900 comienzan a llegar visitantes foráneos para presenciar los desfiles. Del Entierro surgirá, inicialmente con voluntad jocosa, el Bando de la Huerta.

La Feria de Cartagena se celebra desde finales de julio a mitad de agosto en honor de la Virgen del Carmen y Santiago. Es por tanto una fiesta de verano. Desde 1899 El Real de la Feria estaba situado frente al mar. Allí Ayuntamiento y sociedades recreativas construían sus pabellones y recintos. Las Veladas Marítimas cuadraban bien con el entorno, la temporada y el carácter de la ciudad. Se retrotraen las *Veladas* al último decenio del XIX. Se trata de un desfile nocturno de barcos, decorados y engalanados de forma temática, que recorría la dársena del puerto hasta el muelle de Santa Lucía. Los cartageneros remontan la tradición del festejo a los festivales cartagineses dedicados a Isis, en los que personajes disfrazados desfilaban junto al mar; aunque no es desdeñable obviar su carácter italiano, menos aún si tenemos en cuenta la gran colonia de comerciantes genoveses que residía en la ciudad desde el siglo XVIII. Las *Veladas* repartían premios a las patachas –barcos de quilla plana– mejor engalanadas. Constituyeron la parte principal de las fiestas de Cartagena, hasta que languidecieron, perdieron originalidad desde la segunda década del siglo XX y terminaron desapareciendo.

A veces las autoridades no muestran un excesivo compromiso con el desarrollo de los festejos, y para sostenerlos se recurre a donaciones y aportaciones económicas de personalidades o entidades privadas; el Coso Blanco es mantenido en Murcia por El Congresillo del Casino. Fiestas y celebraciones regionales –especialmente las murcianas– estarán sujetas a permanente comparación con las de otras zonas españolas; es habitual la contraposición con las fiestas andaluzas –sobre todo sevillanas– y valencianas, en lo que se refiere a la imagen y al contenido de las mismas. Para poner de manifiesto la falta de compromiso con festejos como el Entierro de la Sardina se recurre a comparaciones y ejemplos de tipo económico; los carteles de la Semana Santa de Sevilla cuestan 5.000 pesetas en 1899, cantidad muy lejana a la que en Murcia se dedica a cartelería. La crítica a la Feria y Fiestas de Murcia es constante en la prensa, sobre todo cuando se contraponen estos fastos con los valencianos. De repugnante exhibición de casetas destartaladas es tildada la feria desde finales de siglo hasta la primera década del siguiente –Garay lo describe en sus escritos biográficos–, y los carteles murcianos, calificados de antiartísticos, no superan ser comparados con los de Valencia. “*La feria pierde cada vez más importancia*”. Mientras los festejos de primavera van adquiriendo una personalidad definida, sobre todo en la capital, los septembrinos irán alejándose del motivo que los hizo posibles.

Y es que las ferias fueron creciendo en la provincia desde la segunda mitad del siglo XIX, multiplicándose los ingresos municipales obtenidos a través de ellas –entre 1845 y 1889 se multiplicaron por doce los réditos en la ciudad de Murcia–, sin embargo, se van desviando de sus funciones iniciales de mercado anual, vinculado a la agricultura, la artesanía y, sobre todo, a la ganadería –feria de ganados–, lo que establecía su vinculación con el festejo taurino como perfecto complemento. Cada vez más las ferias se irán convirtiendo en momentos compartidos de ocio y esparcimiento y, excepcionalmente, en manifestaciones culturales. Cambiará la oferta de los feriantes y el carácter de la feria. Su evolución responderá a factores internos, de ahí que, curiosamente, aumenten los ingresos municipales en una época de recesión y depresión económica cómo es el periodo 1873-1888. La exposición de Barcelona de 1888 marcará el modelo a seguir, convirtiendo a las ferias del resto del Estado y de la región en una cuestión ideológica, en un catalizador social que, en Murcia, sin embargo, no cuajó por falta de empuje y compromiso institucional, a pesar de las demandas de la prensa y de la corriente favorable de opinión. El resultado fue que el peso de las fiestas se desplazó a primavera, con sus posibilidades de explotación desde el punto de vista turístico, que comienza a ser significativo económicamente hacia 1900, año en que se decide hacer una exposición “Agrícola, Industrial, Minera y de Bellas Artes” –cuyo cartel ya ha sido descrito–, en la capital de la provincia, a semejanza de otras nacionales, arropada con distintas muestras complementarias, menos ambiciosas. Una “Exposición fin de siglo” es una de ellas; la otra, “La Exposición Provincial de Labores de Señora y Trabajos de la Mujer obrera”, que organizó *Las Provincias de Levante* en los salones del periódico; Pedro García del Bosque –autor del cartel para el Torneo Nacional de Esgrima que se celebra en la ciudad esas mismas fechas– realiza el anunciador: entre mariposas y motivos vegetales, el interior de un tondo, orlado de abejas simbolizando el trabajo, nos muestra a dos personajes femeninos que se afanan en ultimar los primores y bordados de una amplia falda, al fondo una *moderna* máquina de coser; el cartel lo reproduce *Las Provincias de Levante* en el número extraordinario que publica el 14 de abril, día preciso de la inauguración de la magna exposición. El arquitecto municipal Pedro Cerdán es el encargado de dirigir las obras y levantar los pabellones en la zona del Barrio del Carmen. Séiquer y Meseguer expondrán en el pabellón dedicado a las Bellas Artes. Giménez Arróniz colaborará en la decoración de la galería de máquinas. Una exposición que los periódicos locales señalan que ha gozado de escaso compromiso por parte de las autoridades y de una irrelevante trascendencia nacional.

Por otra parte, las ferias tradicionales son una manifestación pública que se ha estandarizado, al igual que ha ocurrido con la imagen que las difunde y representa, en trance de convertirse en los festejos con menos personalidad de cuantos celebra una localidad. Eduardo de Palacio en *El Heraldo de Murcia* describe, en mayo de 1899, una feria hipotética a partir de la descripción de un cartel que vale para todas las ferias pues en él están contenidos todos los tópicos: “FERIA DE... El cartel de este año es una obra de arte.

Arriba, el escudo con las armas de la ciudad, y las de la provincia, y las de los toros, estoque, garrochas, banderillas.

Debajo los retratos de los matadores escriturados para torear con sus gentes las corridas anunciadas.

Debajo una playa y la mar salá, en un óvalo, y al fondo un acorazado saludando a la playa con veintiún cañonazos: en primer término, peces mayores que el acorazado, por mor de la perspectiva «playera».

A la derecha, en otro óvalo, un río, un viaducto, el tren de recreo. En otro cuartel, decoración de dehesa, toros, mansos, vaqueros a caballo, ciclistas, pájaros, globos aerostáticos, todos del mismo tamaño y pueblo de ambos sexos.

En otro departamento, el retrato del alcalde organizador de los festejos.

Y debajo, de modo que parece que la primera autoridad municipal está asomada a las nubes, un paseo iluminado por electricidad veneciana, según anuncia el cartel, y una vista general de la población desde otro planeta.

Carreras de caballos, de velocípedos, de ópera italiana y dramáticas y cómico-líricas.

De todo lo que pueda tener París en tiempo de Exposición Universal.

Me parece que cualquier forastero puede darse con un canto en los dientes según el alcalde, por visitar aquella capital ó lo que sea y disfrutar de tantos divertimentos.

Trenes a precios y asientos, reducidos; hospedajes también reducidos a precios libres. No se puede pedir más gollerías.

Otros números del programa de la clase de personas que acudan a la feria.

Dicho se está que si acude a los festejos algún ministro, sea del ramo de festejos ó no, ó los diputados ó senadores de la provincia, ó representación de la prensa, entonces ya no hay límites para el despilfarro municipal.

...«Han llegado aquí el diputado por el distrito, señor de Angostini, con su hermosísima esposa, sus divinas hijas y su arrolladora hermana Tisbe, que canta cosas de la estación como un ángel.

«También ha llegado el popular doctor Ernesto y el dentista universal Brikner: éste nos ha invitado a los amigos y los corresponsales de prensa madrileña á la apertura de su establecimiento sucursal en ésta.

«Nos extrajo varios raigones y muelas espléndidamente. «Por sacar algo yo me saque una putrefacta».

Y quién ve una feria... por conducto corresponsal, ve todas las ferias de todas partes, incluyendo la de Sevilla.»

Durante los años que marcan el cambio de siglo el cartel juega un papel de primer orden, convertido en un elemento tan imprescindible que no se concibe evento que no haya sido anunciado previamente por un cromó. No importa que el acontecimiento sea de carácter público o privado, social, político o cultural.

La Papelería Inglesa de López, situada en el número 55 de la calle Platería de Murcia, imprime, probablemente en sus talleres, pues ofrece servicios litográficos, para la Feria de 1895 un cartel de grandes dimensiones con el surtido de objetos de escritorio del comercio⁽¹¹⁾, cartel tachado de "torero" por la prensa.

Águilas anuncia los festejos de la temporada de baños del verano de 1895 con carteles; se han realizado en los talleres de Luis Tasso de Barcelona y llevan impresas las fotos del balneario El Niágara y una vista de la ciudad costera. Puede que las fotos las realizara José Carrillo, con estudio en la localidad, pues sabemos que José Matrán Tudela aprendió con él dibujo y técnicas de retoque fotográfico.

En 1902 Lorca anuncia su *Semana Santa* con un cartel tardo-romántico, de corte historicista y aroma medieval (Fig. 13): clavado a una pared de sillería el edicto, de tipografía construida con capitulares de pergamino, proclama la pasión, muerte y resurrección de Cristo. El cartel lo firma Tornero que es el autor de otra estampa para las procesiones de ese año; con ella quiere acercarnos al grupo del Paso Blanco de la Hija del Faraón; es un *afiche* con motivos egipcios y romanos que al fondo deja entrever los capirotos nazarenos (Fig. 14); es, con toda probabilidad, la primera imagen que refleja y profundiza en la singularidad de los desfiles lorquinos.

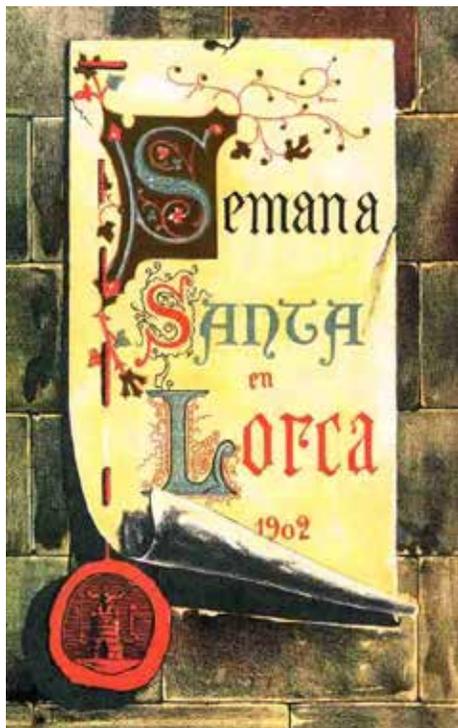
En la capital de la región el Gran Salón de Actualidades de los Hermanos García anuncia su apertura, a espaldas de la Galería de Palacio. El cinematógrafo ofrece grandes atractivos, cintas novedosas con la coronación de Alfonso XIII, vistas fijas de Murcia, un fonógrafo para oír ópera y la presentación de La Bella Galatea; pero será el cartel –complemento eficaz de sus anuncios en prensa– la forma más habitual de difundir su fama en espera de concurrencia.

El comercio de Ossorio y Bernard, de la capital, recurre al cartel como vía publicitaria.

La Semana Santa de Lorca elige fotos de grupos procesionales para realizar las litografías que habrán de difundir las celebraciones en 1903. Las fotos –muchas de ellas editadas con formato de tarjeta postal– las ha realizado, casi con total seguridad, el fotógrafo lorquino José Rodrigo, que ha vuelto a su ciudad natal en 1884. Rodrigo ya había trabajado antes en series fotográficas de los grupos pasionales y los desfiles procesionales de la Semana Santa Lorquina, publicándose algunas de estas fotos en la revista barcelonesa *Blancos y Azules*.

El mismo año La fachada del Bazar Murciano aparece llena de vistosos carteles relacionados con la "Casa Gal", que ha desarrollado un perfume especial para carnaval y regala, a quien lo compre, una careta postal.

En 1905 el marqués de Aledo llama la atención, con un escrito al *Liberal*, sobre el auge de los viajes de recreo por España y la consecuencia de una mayor concurrencia a nuestras fiestas de abril. El periódico hace entonces –el 12 de diciembre– referencia a



(Fig. 13) Tornero. *Semana Santa*. Lorca. 1902.

(11) Se habían editado antes carteles, con detallados dibujos, reflejando las existencias al completo de comercios o establecimientos especializados. En 1889 "Gualdo", fabricante de gorras al por mayor, edita cartel para representar con minuciosidad las más de 130 gorras que manufactura. En 1892 y 1893 las planas-anuncio de la fundición murciana "Francisco Peña Vaquero", de hierro y bronce, recogían con precisión sus molinos de oliva y prensas metálicas.

un artículo, publicado el 18 de agosto en *El Heraldo de Madrid*, donde se propone establecer zonas turísticas en el territorio nacional y publicitarlas con carteles –entre 1905 y 1928 será, primero la Comisión Nacional Permanente y más tarde la Comisaría Regia de Turismo, los organismos encargados de promocionar el incipiente turismo en nuestro país–, sin embargo Murcia quedará relegada, pues cuando comienzan a hacerse campañas para promocionar el turismo, a finales de los años veinte, a través del Patronato Nacional de Turismo, la región quedará englobada, con carácter genérico, dentro de la denominación *Turismo Mediterráneo* y luego –ya en la posguerra– *Playas de Levante*. Palmeras, barracas, calas azules y floridas, construirán la imagen anunciadora. Será Valencia y excepcionalmente Alicante –con carteles para difundir su clima y el turismo de invierno– quien tendrá todo el protagonismo.

Con carteles rojos se anuncia la llamada a la huelga en 1905. Los pueblos de la provincia ven sus paredes cubiertas con cartelería anunciando mítines políticos republicanos, “que pronto aparecen rotos por causas desconocidas”.

Seguros “La Estrella” edita carteles cromolitografiados alegóricos de dicha sociedad.

Para inaugurar el Teatro Máiquez –que ofrecerá al público variedades y cinematógrafo– se pegan en Cartagena carteles con los colores nacionales en 1907.

La abundancia y exceso de carteles es tal, que si por una parte la *Revue de París* escribe en un artículo – “El periodismo de 1950”– sobre el futuro de la prensa: “el cartel matará al anuncio”; por otra *El Diario de Murcia*, en plena época modernista, recoge un texto que analiza la importancia complementaria del cartel y del anuncio en la sección “Desde mi balcón” que titula “Los anuncios”: “...las muestras de las tiendas, los letreros en los balcones, los carteles en las esquinas son las galas de las grandes ciudades, como las joyas son las de las damas.

La dama más opulenta es la que tiene más joyas, la ciudad más rica y floreciente, la que ostenta más anuncios en sus calles principales.

Por medio de carteles se puede reconstruir la historia del teatro; por medio de los anuncios la del comercio.

La vida moderna sin el anuncio no se comprende, una estación de ferrocarril sin carteles anunciantes sería lo mismo que una catedral sin las magníficas vidrieras que tamizan la luz en variedad de colores.

El anuncio publica lo que trabaja la fábrica, lo que descubre el sabio, lo que el artista crea.

Es la luz de la industria, el himno del comercio, la enseña del progreso...

...El anuncio para realizar cumplidamente su misión, tiene que representarse con todos los atractivos del arte...”

Cartagena sabrá pronto asumir la nueva estética modernista⁽¹²⁾, es patente en su arquitectura, y lo reflejan los carteles de los primeros años del siglo XX. El cartel de *Feria y Fiestas* de agosto de 1900 recoge el Real de la Feria, el pabellón del Casino, la fachada del Teatro Principal, embarcaciones y carrozas, premiadas en la Velada Marítima del año anterior, y el embarcadero del muelle Alfonso XII. Elegante cartel “hecho con primor y esmero”.

Al concurso para elegir cartel anunciador de las fiestas concurren en 1902 Francisco Portela y Manuel Wssel de Guimbará, los lemas «*Asdrúbal*» y «*Mi boceto*»; el primero es de remembranza historicista, una columna corintia sostiene motivos vegetales, frisos y un busto de mujer con mantilla; el segundo representa una escena de sabor costumbrista incluyendo un rollo que se despliega dejando ver dos escenas marinas. Ambas propuestas establecen impolutos los campos para el texto. El Archivo Municipal de Cartagena custodia, entre otros, los bocetos que los dos artistas presentaron al certamen. El cartel de 1903 (Fig. 15), realizado por Díaz Spottorno, abre su cabecera con una imperativa llamada ¡*A Cartagena!* Dos elegantes damas y un caballero pasean por el puerto, al fondo engalanadas embarcaciones compiten por el premio en la nueva edición de la Velada Marítima. Los colores del cartel sugieren un luminoso atardecer y las formas en la lejanía se confunden con los kioscos de la feria construidos, en el paseo Alfonso XII, por el Casino y el Círculo Militar. Sin embargo, entre los festejos que anuncia no aparecen las Veladas Marítimas y el ¿jolgorio? se reduce a corridas de toros –al parecer se celebró solo una– y fuegos artificiales.



(Fig. 14) Tornero. Procesiones de Semana Santa. Lorca. 1902.

(12) El Modernismo es el movimiento artístico de ámbito internacional que se desarrolla en Europa y Estados Unidos entre 1890 y 1920. Recibió diferentes nombres según cada país: Art Nouveau, Jugendstil, Modern Style, Liberty, Secession... Se caracterizó por la búsqueda de la obra de arte total y la igualdad de las artes, desde la arquitectura a los objetos suntuarios y decorativos. Recogió influencias neomedievales y bizantinas trufadas de aromas fantásticos, orientales y simbólicos. Las artes gráficas y la edición en general tuvieron fuerte incidencia en la difusión y consolidación del movimiento. Las líneas sinuosas, la planitud, la ornamentación floral y vegetal, el gusto por los detalles, la idealización de la figura femenina, constituyeron los elementos visuales del modernismo, que alcanzó en la Exposición Internacional de París de 1900 su punto álgido y que perduró hasta los años treinta popularizado en forma de Art Decó.

(Fig. 15) Díaz Spottorno. ¡A Cartagena! 1903.

(Fig. 16) Díaz Spottorno. Cartagena, Feria y Fiestas. 1904.



En 1904 Miguel Díaz Spottorno, que vuelve hacer el cartel, concibe *Cartagena, Feria y Fiestas*, como una nueva llamada. El personaje femenino, con aspecto de diosa clásica, convoca entre palmas y flores al festejo con los sonos de una trompeta; en la lejanía unas barcas y las construcciones del puerto; un *trencadís* de motivos florales, inspirado en azulejos, divide los planos y establece el campo del texto. La impresión se realizará en la litografía Ortega (Fig. 16).

Miguel Díaz Spottorno es un artista que representa bien la estética modernista. Nacido en Cartagena en 1870. Discípulo de Sorolla; ejercerá como profesor de dibujo en Almería. Al igual que otros artistas e ilustradores de la época, realiza caricaturas para prensa local y diseña bocetos de embarcaciones y carrozas para los festejos cartageneros; su *Palanquín Japonés*, diseño realizado para engalanar una de las patachas de las Veladas Marítimas, será muy recordado en la Ciudad Departamental. Spottorno, alma del festejo, fallecerá en 1949.

El florido cartel de pequeño formato, de 1905 (Fig. 17), es un precioso muestrario de orlas modernistas que recogen entre sus curvas vistas de Cartagena: la fachada de la Caridad y el portalón de acceso al recinto ferial. Estas vistas constituyen las imágenes añadidas a un modelo predeterminado, impreso en Ortega y utilizado un año después en Cáceres y en Algeciras.

En Murcia, Atiénzar diseña los carteles para la *Batalla de Flores* de 1901. D. José Echegaray actúa ese año de mantenedor de los Juegos Florales que se celebran en el Romea; su discurso de apertura de los *Juegos* es un encendido elogio con el que homenajea y recuerda a sus maestros y profesores de los años pasados en Murcia: Baquero y Ángel Guirao; desde un balcón del consistorio contempla la *Batalla*. Un año después

Atiéndar es de nuevo requerido para realizar un cartel, en esta ocasión para anunciar el festival que habrá de celebrarse en el Romea con objeto de recaudar fondos para el recién constituido Círculo de Bellas Artes; 1.200 pesetas es lo obtenido con la rifa y subasta de las obras donadas por los artistas murcianos. Los carteles de la *Batalla* de ese año se imprimen en los talleres del *Correo de Levante*.

Aunque en Murcia se recurrió a imágenes de aire totalmente modernista para los festejos de primavera, las de 1904 y 1907 son buen ejemplo, pues en ambas se representa a las musas que sostienen el escudo de la ciudad entre motivos florales y ondulantes líneas, no se diseñaron por artistas locales, ni siquiera regionales, son diseños de José Mongrell i Torrent⁽¹³⁾ –el pintor valenciano que se ha especializado en estas representaciones de diosas o musas etéreas y sensuales– y fueron realizadas por imprentas foráneas; ilustraciones de *Semana Santa* y *Fiestas de Abril* impresas en Ortega, que sirvieron de cartel anunciador de festejos en Mataró, Manresa y Granollers. La *Grandiosa Batalla de Flores* y *Baile* de 2 de marzo de 1907, se recoge en un anuncio, incluido en el folleto con la programación de las fiestas primaverales, concebido a la manera de un pequeño y exquisito cartel, en él constan *Batalla de Flores* y *Baile del Color*, con excelentes tipografías y el preciosista dibujo de una carroza florida tirada por caballos, pero que carece de elementos identificativos de la ciudad de Murcia y podría haber servido para cualquier otra población con festejos semejantes –cosa muy habitual en la época–, y obviamente pudo reproducir un boceto, rematado como imagen anunciadora festera, escogido a través de catálogo. El Círculo de Bellas Artes será quien impulse la renovación del cartel en la ciudad desde el segundo decenio del siglo; aunque ya, apenas tres años después de ser constituido, en 1905, organizará el Círculo concurso de bocetos de almanaques, destinados a dar publicidad a la fábrica de envases metálicos Gasque, con dotación de 150 pesetas y bases que se acercan a la idea de cartel: dibujo a cinco tintas, con dorado y barniz.

Todo necesita ser anunciado. El cartel es la forma más llamativa de atraer la atención del público hacia cualquier acontecimiento o evento y ha definido su ámbito, marcado su territorio, como la más novedosa y definitiva forma de comunicación. Vallas y paredes de calles están llenas de carteles, no caben en las ciudades. Con el siglo recién comenzado, todo requiere cartel.



(Fig. 17) *Feria y Fiestas, Cartagena*. 1905.
Imprime: Litografía Ortega.

(13) José Mongrell (1870-1937) realizó numerosos carteles de ferias y fiestas que, desde la litografía Ortega, sirvieron para anuncios en toda España. Renovó el cartelismo valenciano y recogió de Eugène Grasset el gusto por la línea ondulante y los colores planos, vinculándose a la más pura estética modernista influida por los prerrafaelistas, el movimiento Arts and Crafts y un toque oriental y japonés.



Pañuelo conmemorativo de la inauguración de la Plaza de Toros de Murcia. 1882. Edita el comercio murciano *El Buen Tono*.

3 ¡A LOS TOROS!

El 18 de febrero de 1900 *El Diario de Murcia* publica una noticia referida al joven pintor murciano Julián Alcaraz, que aún no cuenta 24 años, pues ha nacido el 18 de julio de 1876 en uno de los callejones anejos a la murciana plaza de Santa Catalina –según información aportada por su hijo Rafael a *La Verdad* el 8 de mayo de 1969–. El periodista, que se declara amigo del artista, titula el artículo en mayúsculas con el nombre del pintor, y describe la visita a su estudio como si se le hubiese permitido acceder a un espacio privado reservado a unos pocos elegidos.

“Ayer fueron los días de este querido amigo mío; con tal motivo recibió un considerable número de regalos, obsequiando con gran esplendor a todos cuantos fueron a felicitarle.

Aprovechando el día supliqué me permitiese entrar en su estudio, cosa que me fue concedida inmediatamente.

Todo cuanto hay en aquel paraíso del artista, es de un verdadero valor y de extraordinario mérito; mentira parece que la mano del hombre trace tan hermosas realidades.

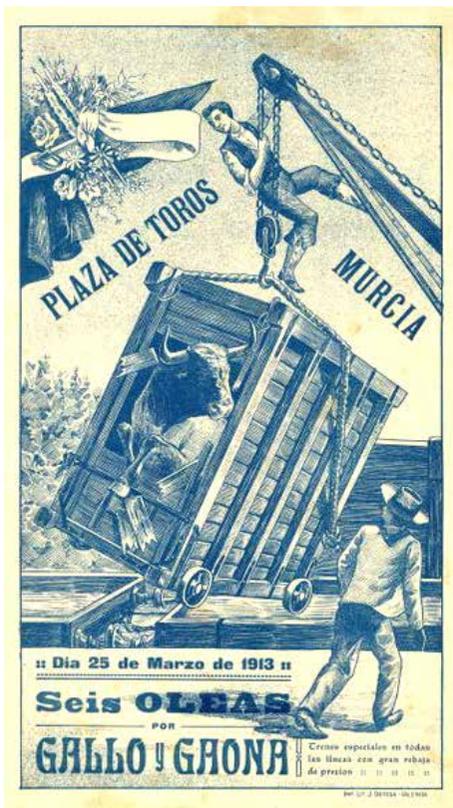
A pesar de haber estado más de tres horas admirando las obras que tiene (el que desde hoy para mí es un gran maestro), solo he podido meterme en mi pensamiento dos cuadros que representan la tiente en dos corridas de toros del Duque de la Muñoz, los cuadros están expresamente pintados para la Exposición; dos lienzos de gran tamaño; en el uno está la sardina poniéndole un par de banderillas en silla a un toro cuya cara es bien guasona, y en el otro está la misma sardina queriendo matar al toro, pero éste no le dio tiempo y le largó una cornada en el cuello; la espada y la muleta están al pie de la inocente matadora.

En otros lienzos hay una corrida de toros dedicada al diestro Reverte y diferentes trabajos que representan el cartel de las corridas de feria de este año, y que será mandado a la casa Ortega, en el momento que esté terminado.

Cuando salí de casa de mi amigo Alcaraz, recordé el popular refrán: «El artista nace, pero no se hace.» Creo que si como es de esperar no olvida el maestro sus estudios pronto su nombre será una gloria.”

Los lienzos de gran tamaño referidos en el texto son, probablemente, como escribe Antonio Pérez Crespo en *La Opinión* del 2 de abril del 2000 en “Temas para el Diálogo y el Consenso”, parte de las decoraciones que Alcaraz realizó ese año de 1900 para el catafalco del Entierro de la Sardina, representando al popular Mestre Martínez montando cabestro que huía con botijo sujeto al rabo, la sardina con montera intentando poner unas banderillas a un hermoso toro, y la sardina empitonada teniendo a sus pies naranjas, botellas y un abanico.

Alcaraz es un pintor de género, pero lejos de interesarse por el bodegón, el paisaje, el retrato o los escenarios costumbristas, tan del gusto de la época, ha preferido hacer del toro bravo el tema de sus cuadros, que han sido requeridos, en numerosas ocasiones, como motivo central de carteles taurinos desde que se inició en esta rama de las artes plásticas, a los diecisiete años, pintando el cartel de toros de la Feria de Sevilla. Nuestro



(Fig. 18) Julián Alcaraz. Plaza de Toros de Murcia. 1913.

artista es autodidacta, aunque de niño ha asistido a las clases en la Económica, recibiendo sus primeras nociones de dibujo de Federico Mauricio Ramos. Su interés por el mundo de los toros, desde una edad temprana, está relacionado, seguramente, con el ambiente de *la fiesta* que se respiraba en Murcia, en especial en el barrio de San Benito –luego del Carmen– a lo largo del siglo XIX. La Plaza de Camachos, situada al bajar el Puente Viejo o de Los Peligros, es el coso taurino de la ciudad desde 1769, construido, según los planos trazados por el maestro mayor de obras Martín Solera, sobre un descampado donde ya estaba autorizado celebrar corridas en 1742; un recinto urbano cuadrado, cerrado por edificios con balcones hacia la plaza para facilitar la cómoda visión de los festejos a las clases altas y acomodadas. Genaro Alenda describe el ambiente que se respira en la zona y sus alrededores un día de corrida de 1839, en el que dado el mal estado de la plaza la lidia ha de celebrarse en un coso provisional instalado al efecto para la feria, El Óvalo. Fondas, cafés, puestos de mercaderías y viandas... Antes de la corrida se compran y venden, junto al río, caballos y mulas. El ambiente en el barrio es bullicioso: "...Salen a sus balcones mil bellezas...". Pero no es solo el ambiente taurino carmelitano, reflejado en el texto de Alenda y Mira, lo que habría de quedar marcado en el ánimo del futuro pintor de temas taurinos, habrían de influir también los trabajos de otros grandes del género, Arcís, el mudo Daniel Perea –formado como ilustrador a través de la colaboración en diversas revistas satíricas: *Gil Blas*, *La Filoxera*, *La Viña*... o vinculadas al mundo de los toros como *La Lidia*– y Marcelino de Unceta. Trabajos que vería Alcaraz colocados en los cafés del Arenal, en el vestíbulo del Ayuntamiento, en el Casino, en algunos comercios de las calles Trapería y Platería, en las revistas especializadas de la época, o quizá en la fachada del *novísimo* coso murciano de La Condomina.

En 1901 la imagen de un toro bravo rompiendo con violencia el cajón que lo traslada a la plaza, ante la mirada asustada de dos mozos, será utilizada para anunciar *Toros en Figueras*. La Casa Ortega imprime el alargado cartel de 254x90 cm de Alcaraz –que será utilizado en marzo de 1913 (Fig. 18), a una sola tinta, para una corrida que torearán, en la plaza de toros de Murcia, Gallo y Gaona–; cuyas tonalidades, composición y, sobre todo, la figura del personaje, suspendido del gancho que sujeta el embalaje de madera, recuerdan, vivamente, el cartel que Marcelino de Unceta realiza para las corridas de Zaragoza en 1895. En aquél, el muchacho observa asustado, subido a un poste eléctrico o telegráfico, las arremetidas que un toro bravo proporciona a un rucio; en el lateral izquierdo del pliego la información de la corrida se coloca a modo de facsímil de un antiguo pasquín de 1778. La litografía de Unceta se considera el primer cartel taurino digno de esa etiqueta –la imagen de Unceta anunciaría toros en Murcia y Cehegín en 1902, un año después de inaugurarse la plaza–.

En 1902 la prensa murciana se hace eco del cartel que Alcaraz ha realizado para la Feria de Alicante. Ese mismo año la Casa Ortega edita otro hermoso cartel de Alcaraz; aquí la imagen del mayoral cruza la planicie del campo y, desde el caballo, empuja hacia nosotros a un toro que parece desbordar los límites del cartel. El motivo sería retomado en 1934 por Ruano Llopis y utilizado para anunciar las corridas del coso de Las Arenas de Barcelona. En Murcia se editará en 1902 para las corridas de septiembre un bonito cartel de Unceta.

El cuadro de Alcaraz *Toro con puya*, fechado en 1903, será el motivo que anuncie las corridas de la plaza de Logroño: un serio ejemplar se gira atraído por el paño rojo, la vara del picador partida y enhebrada al lomo da idea del poder del astado; el albero, recogido en pliegues curvos a modo de pergamino, enmarca la escena y establece los campos donde habrá de añadirse la tipografía, a la vez que remite al papel, materia soporte de la estampa. El cartel será utilizado en numerosas ocasiones; en 1910 la imagen se imprimirá a una tinta para una novillada celebrada en la plaza de toros de Valencia. Guillén realizará en 1905, para la imprenta gaditana Rodríguez de Silva, cartel similar, anunciador de los festejos taurinos de Albacete, pero la inclusión en el impreso de la suerte de varas, el retrato de una manola y el exceso decorativo hace que este cartel carezca de la tensión y la fuerza de la pieza de Alcaraz.

Cuando cinco años después de aquella primera noticia aparecida en *El Diario de Murcia*, *El Liberal* publica, el 15 de febrero de 1905, una reseña concerniente a Julián Alcaraz con el título "Un cartel de toros", el artista murciano es ya uno de los pintores de

plantilla de la Litografía Ortega, y sus diseños, difundidos por toda la geografía nacional, están contribuyendo a fijar la imagen del cartel taurino al mismo nivel que sus admirados Unceta, Perea o Arcís y otros maestros del género, estos sí, coetáneos de Alcaraz: Roberto Domingo y Ruano Llopis. *“El joven y notable pintor de asuntos taurinos Julián Alcaraz, que ya ha dado a la casa Ortega de Valencia varios carteles de toros celebradísimo en toda España, acaba de pintar un nuevo cartel que tiene toda la originalidad y excelente factura que el joven artista ha puesto en todos sus trabajos de este género.*

Este nuevo cartel ha sido pintado por encargo de la misma casa editora y ha merecido grandes elogios de todos los aficionados é inteligentes que lo han visto.

Como el cartel será editado inmediatamente podría ser una oportuna ocasión para estrenarlo en la corrida de las Fiestas de Abril en Murcia.

Sería un justo reconocimiento de la consideración debida al pintor murciano Sr. Alcaraz.

Por si hubiera posibilidad de hacer lo que decimos, exponemos la idea a la comisión organizadora de la corrida de toros.

Y a Julián Alcaraz enviamos nuestra enhorabuena”. Siguiendo, en parte, las indicaciones de la prensa –su cartel no anunció los toros de abril– Alcaraz será el autor del cartel de las corridas de la Feria de Septiembre de 1905, en agosto se reciben los carteles que llegan de Valencia. Serían habituales los bocetos de Alcaraz para el coso murciano. En 1907 realiza uno de esos bocetos; el toro capirote aparece reflejado en los tonos bronce de un cencerro, coronado por un lazo tricolor que sirve de campo para los textos que acompañan a la cabecera iniciada con *Toros: Murcia 9 de mayo, inauguración de la temporada, empresa El Cencerro* –de seguro un ensayo para el texto real– y al pie: *Flores, y Machaquito de Sevilla matarán Toros de Flores*. Un bonito boceto que no parece que se imprimiera finalmente.

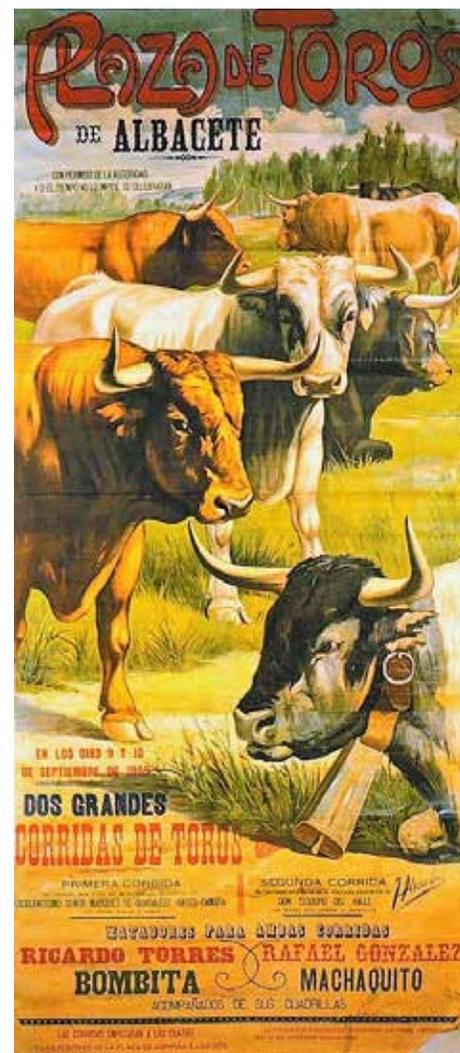
En 1908 el pintor se instala en San Sebastián. Ese mismo año vuelve hacer el cartel de la Feria Taurina de Alicante, la escena recoge una dehesa en la que un cabestro capirote, en primer plano, se muestra sumiso ante la bravura del muestrario de pintas de toros que lo acompañan: colorados, jaboneros, negros... El rotundo y bello cartel sirvió para anunciar las corridas de la Feria de Septiembre, en Albacete, un año después (Fig. 19).

Pero estos magníficos carteles de Alcaraz no se comprenden sin analizar y referenciar el camino seguido por el cartel de toros.

Quizá sea el género del cartel taurino el que permita trazar con precisión y claridad la evolución de este procedimiento artístico en España, pues se trata de la representación de un espectáculo, acontecimiento, fiesta, rito, muy codificado, cuya evolución está bien documentada y la forma de anunciarlo fue incorporando pronto, dada su trascendencia e importancia social y sus bondades económicas, las innovaciones técnicas que en torno al hecho publicitario se fueron sucediendo en cada época. Como señaló Ortega y Gasset, a través del estudio del cartel taurino es posible conocer los modos y comportamientos de la sociedad española, sus vicios y costumbres, sus condiciones de vida social, económica o política, en cada momento.

Los primeros carteles taurinos, manuscritos, acabarían supliendo los pregones que en calles y plazas anunciaban, a viva voz, el festejo, al que podemos considerar el espectáculo de masas, no religioso, más antiguo de España.

Gracias al cartel de toros conocemos los cambios que se fueron produciendo a lo largo de los años alrededor del desarrollo de la lidia: preceptos y advertencias referidos al comportamiento del público –desde la prohibición de arrojar al ruedo objetos, desperdicios, e incluso animales muertos, hasta el uso de las localidades y palcos o la participación en las suertes–, preeminencia en el protagonismo de *la fiesta* de picadores, ganaderías, toreros a pie o a caballo –en 1925 los carteles informaban al público que los rejoneadores solamente podían pedir un máximo de tres monturas–, horarios y precios. Y es que el espectáculo taurino, como privilegio real que es en su origen; la propia designación del cartel como Fernandinos –los editados en el reinado de Fernando VII– o Isabelinos –los editados durante la Regencia y el reinado de Isabel II– lo deja bien claro; estuvo sujeto a la obligación de incluir normas y disposiciones que regularan los papeles a desempeñar por cada uno de los participantes en el desarrollo violento, dramático y



(Fig. 19) Julián Alcaraz. Plaza de Toros de Albacete. 1909.

peligroso de la lidia, como indica la fórmula “Toros de muerte” que abre algunos carteles y que se utilizaría en Murcia desde la segunda mitad del siglo XIX.

En septiembre de 1840 Bellido imprime el cartel en su taller de la calle Lencería para las corridas en la capital. El pliego tiene 42x56 cm y lleva, bajo la fórmula señalada para el encabezamiento, colocada en forma curvada, semejando pórtico o arco de triunfo, un grabado que representa la suerte del picador, asistido por dos toreros a pie (Fig. 20), y el texto “En la ciudad de Murcia”; continúa con quién presidirá la lidia: el jefe superior político o el alcalde constitucional; nombra los picadores, matadores –Francisco Montes y José Parra– y banderilleros; informa de los precios de las localidades: una grada de sol y sombra en primera fila cuesta 10 reales y un palco a la sombra 160. Un bonito zócalo de aspecto neoclásico, como corresponde a los modelos artísticos de la época –y de claro parecido con otros carteles del momento: el cartel que anuncia las corridas del 4 de junio de 1834 en Aranjuez se orla con columnas y balaustrada–, esquinado en dos columnas jónicas que sostienen sendos jarrones, remata y recoge desde abajo el contenido del cartel. Un cartel casi idéntico al que anunció corridas en Orihuela en agosto de 1839 –Francisco Montes toreó ganadería de Gil de Flores–; cartel que aquí aparecía como realizado por la imprenta Molo; lo que podría significar que tanto Bellido como Molo solo añadiesen los textos a unos grabados, zócalo e imágenes taurinas, ya impresas previamente.



(Fig. 20) *Toros de muerte en la ciudad de Murcia* (detalle). 1840. Imprime Mariano Bellido.



(Fig. 21) *Toros de muerte en la ciudad Murcia* (detalle). 1870.

En 1839 se había editado pasquín para anunciar la inauguración de la primera plaza de toros de Lorca el 18 de septiembre. El pasquín, publicado en el número 32 de *Sol y Sombra* años después, el 25 de noviembre de 1897, se confeccionó en la imprenta Romero, una de las pocas existentes en la capital del Guadalentín. Recoge el cartel el nombre del matador: Francisco Montes, Paquiro; la ganadería, se lidiaron 21 toros de Veragua entre el 18 y el 20 de septiembre; y una anécdota que Salvador Pernias juzga extraña cuando da cuenta del evento en el semanario de *La Verdad* el 20 de marzo de 1988: “En el cartel ...se hace constar... «Se usarán banderillas de fuego en los casos que la autoridad lo disponga, en lugar de perros». Cosa extraña –apostilla Pernias– pues nunca las banderillas de fuego sustituyeron los perros”. Banderillas de fuego fielmente representadas en el anunciador, impreso en Ortega en 1895, de las corridas de beneficencia lidiadas por Lagartija, Mazzantini y Gavira en el coso murciano.

Hacia 1870 volverá a imprimirse un cartel, esta vez de 64x91 cm, con la fórmula *Toros de muerte en la ciudad de Murcia* (Fig. 21) para las corridas del 5 y 6 de septiembre; impresas lleva dos viñetas que pretenden constituir unidad: torero entrando a matar y toro embistiendo. Existe un cartel impreso el mismo año de 1870, en tela, con la fórmula *Toretas de muerte*, para dar noticia de la corrida celebrada en Murcia a beneficio de los afectados en Alicante por la fiebre amarilla. El enunciado *Toros de Muerte* volverá a encabezar el anunciador de la corrida celebrada en la ciudad de Murcia los días 6 y 7 de septiembre de 1875.

En 1878 Nogués recurrirá a idéntica cabecera, para la impresión del cartel de *Toros y Feria de Ganados* de la capital. Con *Toros de muerte* se abre el cartel que *El Noticiero* imprimirá ese año para las corridas del 5 y 6 de septiembre, los matadores: Frascuelo y Manuel Hermosilla; en la escena del cartel, aparece representado un momento del festejo, el espada cita al toro que es burlado con el salto, apoyado en una pértiga, realizado por otro participante de la lidia; se torearon seis ejemplares del Conde de la Patilla. Para llamar al público, muchos meses antes, a las corridas que Juan Ruiz lidiará en Moratalla, los días 14 y 15 de junio de 1876, el cartel impreso contó con la misma fórmula: *Toros de Muerte en la villa de Moratalla*. La corrida, a beneficio del Asilo de Niñas Huerfanas Pobres, que tiene lugar en la plaza de toros de Murcia el Día del Corpus, 5 de junio de 1890, se presenta como *Gran Corrida Extraordinaria de Toretas de Muerte*; en lo alto del pasquín una viñeta con la testa de un toro.

Los carteles taurinos más antiguos datan de mediado el siglo XVIII y sus encabezamientos y texto dan idea de la dependencia del festejo del monarca de turno: “El Rey nuestro señor... que Dios Guarde”, formulismo mediante el cual, el Rey o la Reina disponen el permiso para que pueda celebrarse la corrida. El 27 de junio de 1941 en la sección ESTEREOSCOPO de *La Verdad* se incluye una anécdota antigua que refleja bien lo antedicho; en un cartel muy curioso de la época de Pepe Hillo se lee lo que sigue: “*El Rey nuestro señor que dios guarde se ha servido señalar el lunes 18 del presente mes de*

junio de 1787, si el tiempo lo permite, para la quinta corrida de toros de las que se han de hacer en la plaza extramuros de la Puerta de Alcalá, que por orden de S. M. se administran por cuenta de los reales hospitales General y de la Pasión, para que sus productos se inviertan en la curación y asistencia de los pobres enfermos de ellos"; era una corrida de 18 toros estoqueados por Costillares, Pepe Hillo, Garcés, El Curro, José Jiménez y el Maligno; el cartel aún señala otras curiosidades: "En conveniencia de los que ocupen los asientos de sol permite el gobierno que durante el tiempo de permanencia en aquel asiento pueda tenerse caída un ala del sombrero a fin de conseguir con su sombra el alivio de aquella incomodidad, pero no en los demás parajes sombríos". Aunque reyes hubo que prohibieron la fiesta –Carlos IV impidió su celebración entre 1804 y 1807– y momentos históricos en los que las corridas no pudieron celebrarse, como ocurrió durante la Guerra de la Independencia. Estos primeros carteles son pliegos prolijos, pues en ellos aparecen los múltiples detalles de la lidia: El Presidente, SS. AA. RR. o la autoridad competente, el lugar, fecha y hora de las corridas, los diestros y las ganaderías participantes, advertencias sobre el comportamiento de los asistentes al festejo y precios de las localidades. Cuando en el siglo XIX, hacia 1840 y merced al triunfo de las ideas liberales, el festejo se convierte en espectáculo libre –el primer cartel que suprime el encabezamiento real es el anunciador de la corrida del 14 de septiembre de 1837, en la Plaza de la Corte, para solemnizar el pronunciamiento de la capital en favor de la Constitución– las cabeceras se abren con: "Brillantes corridas en...", "Toros...", "Gran plaza de toros de..."; pero normas, disposiciones y otros datos informativos se mantienen. Los reyes seguirán recurriendo al festejo para determinadas celebraciones hasta entrado el siglo XX. *El Liberal* informa, el 19 de mayo de 1906, que Benlliure será el artista encargado de realizar uno de los carteles de la corrida, que se celebrará en Madrid, para festejar la boda de Alfonso XIII y preservar memoria del evento.

Según José María de Cossio, en el tomo II de su enciclopedia *Los Toros*, los primitivos carteles, que eran cuadrados y rectangulares con formato horizontal, pasarán a ser verticales y alargados hacia 1843. Impresos en tipografía, sobre papeles blancos o de color, con texto abundante, que dominará sobre las ilustraciones a lo largo de casi todo el siglo XIX, y orlados con marcos, filetes y cenefas de aire neoclásico, a los que se acabarían añadiendo viñetas xilografiadas. En su composición se utilizarán diferentes tipos y caracteres –romanos, góticos, de fantasía, historiados...– de variado tamaño y de forma indiscriminada; solamente las cabeceras y los segundos niveles de información se imprimirán en versales, marcando la separación entre caracteres de ver y caracteres de leer. Rayando la mitad del siglo cambiará la disposición del formato del cartel y la fórmula del encabezamiento, y también se incorporará a los impresos un nuevo tipo de letra: la Clarendon, de la familia de las egipcias con remates más redondeados. Aunque la gran revolución tipográfica vendrá de la mano de las letras de palo seco, sin serifa, cuyo origen está, probablemente, en la búsqueda de simplicidad y eficacia por parte de los pintores rotulistas de los establecimientos comerciales.

Hacia la mitad del siglo orlas y filetes darán paso a elementos taurinos entrelazados para delimitar el campo de mancha del cartel, que pronto incorporará temas florales y más tarde alegorías, elementos arquitectónicos de sabor orientalista o medieval –como corresponde al romanticismo tardío– y escenas taurinas cuyo origen hay que buscarlo en las estampas de Carnicero, Goya, Doré⁽¹⁴⁾ o Domínguez Bécquer, o aún antes en la serie de veintiséis dibujos del suizo Emmanuel Witz –realizados en torno a 1740– que constituyen la primera *tauromaquia* de la que tenemos noticia. Estos serían, ya se ha señalado, los primitivos carteles taurinos que verían los parroquianos de pueblos y ciudades de Murcia, y algunos de sus adornos y viñetas, las ilustraciones que, a partir de matrices en madera de boj, permanecerían en las colecciones de la imprenta Nogués.

Esta tipología de cartel pervivió a lo largo de todo el siglo XIX, y logró traspasar largamente la centuria, sobre todo en pueblos y localidades modestas. En 1883 el periódico *La Luz de la Comarca* publica un anuncio, a toda página, con esta estructura de antiguo pasquín taurino para anunciar las corridas en Caravaca. Las grandes corridas de toros a celebrar el 6 y 7 de agosto de 1892 en Cartagena se anuncian con un pliego orlado con motivos geométricos, encadenados, de aire modernista, inspirados en los dibujos de las miniaturas medievales, entre ellos representaciones taurinas, en los cuatro vértices la flor

(14) En 1874 se publica *Voyage en Espagne*. El volumen recoge los artículos de Davillier y los grabados y litografías que ha realizado Doré en el periplo que ambos han realizado por nuestro país, intentando dar una visión alejada de tópicos. Curiosamente serán las composiciones taurinas que Doré realiza, agrupadas bajo la denominación *La Tauromachie de Gustave Doré*, los grabados que alcanzarán más difusión y popularidad.



(Fig. 22) Plaza de Toros de Cartagena. 1892.

de Lis y, como anécdota, el grabado de un tren a vapor anunciando trenes especiales para asistir a la corrida (Fig. 22). Cuatro años después, en Cartagena, se recurre a esta forma de composición orlada para una corrida que organiza El Círculo Militar a beneficio de los heridos de la Guerra de Cuba: una exagerada orla, decorada a *dentelle*, recorre los bordes del cartel; en el interior un armazón compuesto por tres fusiles de percusión, adornados con gorra de cuartel y trompeta, nos transporta, merced a la línea inclinada que marca una pica, a una coraza rematada con corona real y banderín; las ilustraciones taurinas son aquí sustituidas por grabados militares como corresponde al motivo por el que se celebra la corrida. El cartel de la temporada de feria de 1910 a celebrar en la plaza de toros de Murcia, a beneficio de la Casa de Misericordia –muy diferente al impreso en Rodríguez de Silva un año antes, con idéntico fin, que consistió en un hermoso cromo a color, con manola y escena taurina sobre ilustración de azulejos–, aparece orlado con dibujos, sellos y una tipografía que de nuevo recuerda las miniaturas medievales. El anunciador de las corridas de abril de 1917, que organiza la empresa de E. Villar, recurre a la impresión de dos motivos, una cabeza de toro ornamentada de flores, banderas, estoque y banderillas –semejante a los carteles que anunciaron corridas en 1912 y 1932 con cabezas de toro rodeadas de estoques y banderines que provenían de los fondos de Nogués– y un torero brindando la faena, de los fondos de matrices de Nogués, todo recogido con orlas y cenefas; cartel mimético al editado para anunciar la Gran Corrida de 2 de abril de 1899 con motivo de la inauguración de la Plaza del Teatro-Circo Villar (Fig. 23); inauguración que contó con otro cartel de similares características, aunque menos vistoso, impreso por Albaladejo. En 1930 se edita en Cartagena un bonito cartel, a la antigua, que ha producido la imprenta Carreño –la imprenta Vda. de M. Carreño, situada en el número 10 de la calle General Aznar, era la representante en Cartagena de la Litografía Ortega– a una sola tinta, negro, sobre papel crema amarillento; el cintillo modernista rodea los bordes del pliego y en la parte superior el diestro mira con desplante al toro, en la mano la montera presta por si obligara la necesidad a un autoquite; dos pesetas cuestan las localidades; como curiosidad, señoras, cabos, soldados y marinería obtienen una rebaja de cincuenta céntimos. Fotograbado, tipografía, viejas viñetas y elementos decorativos modernistas se mezclan en el cartel taurino de la Feria de Mula de 1946, realizado en la imprenta Victoria de esa localidad. Sería imposible señalar todos los ejemplos.

El uso de la cromolitografía en los carteles taurinos hace su aparición hacia 1875, con la incorporación en los grandes pliegos –a veces se imprimen en dos o más pedazos y alcanzan más de tres metros de largo por uno y medio de ancho– de medallones con la efigie de los toreros que intervendrán en la lidia. El consistorio murciano expone el cartel de las corridas de las Fiestas del Pilar de Zaragoza de 1879; contiene tres medallones con el rostro de Rafael Molina, Lagartijo; Salvador Sánchez, Frascuelo y el murciano Juan Ruiz, Lagartija.

Los medallones, cuya vinculación con el retrato fotográfico –que ha sido acogido con ardor por la clase burguesa– es más que evidente, contribuirán a la permanencia y perpetuación del mito del torero, y serán las primeras efigies a través de las cuales los ídolos, en que han devenido los matadores, conectarán con el público. El anuncio de la corrida del 4 de junio de 1911 en Cartagena, con el retrato, recogido en el interior de un círculo, de Limeño y Gallito III es perfecto ejemplo. La pervivencia de este recurso gráfico llegará hasta la actualidad; el cartel que anuncia, en 2014, las corridas de septiembre, en Cieza, está compuesto con pequeños medallones, casi camafeos, con los rostros de los toreros rodeando una poderosa testa de toro.

En 1882 el cartel de las *Grandes Corridas* de septiembre, en Murcia (ver Fig. 10), expuesto en el casino, lleva impresos los retratos de Lagartijo y El Gallito, y en la parte superior una magnífica cabeza de toro de 62x53 cm. Como impresor aparece Hijos de Nogués, pero las tres cromolitografías aparecen firmadas con las iniciales “ML” y la imprenta madrileña Lit. Sivilla que producía ilustraciones litografiadas a color para el periódico satírico *El Loro*. En su realización han intervenido dos imprentas: una litografía y una tipografía, Nogués, que lo ha rematado con la inclusión de hermosos tipos en colores, fuentes y cuerpos diferentes.

Las primitivas ilustraciones han sido sustituidas ya por bellos y coloristas cromos estampados por empresas litográficas especializadas, y el resto del cartel, datos y otras

informaciones, se han completado tipográficamente en otros talleres de impresión. Esta forma de editar el cartel permite hacer grandes tiradas con el mismo motivo, reservando en el pliego espacios donde se añadirá la información relativa a la lidia, a los participantes, al lugar y a la ocasión en que esta ha de celebrarse. Este procedimiento a la hora de producir el cartel, esta costumbre, se mantendrá hasta hoy. Los talleres litográficos confeccionarán la parte visual, que incluirá cabeceras con la fórmula habitual y ornamentos artísticos; las pequeñas imprentas locales incorporarán la tipografía que rematará y completará el cartel. Así, el mismo cartel se nos aparecerá con distintos textos y tipos de letra en función de la localidad donde se publique; creándose, desde el principio, un divorcio entre tipografía e imagen en el cartel taurino y, por tanto, una falta de unidad visual. Hay que tener en cuenta, además, que el encargado de imprimir los textos, a nivel local, es un operario que no atendía a criterios y normas en el diseño y la uniformidad del cartel, imposibilitando un producto unitario.

El 6 de septiembre de 1887 se inaugura el coso monumental de La Condomina en la ciudad de Murcia. La iniciativa de su construcción ha partido de la Sociedad Cooperativa de Empleados, surgida en 1885 de empleados y dependientes del Ayuntamiento murciano, que recogía en sus estatutos fomentar la creación de establecimientos de ocio, comerciales e industriales, así como poner en marcha una Caja de Ahorros y Monte de Piedad. Las obras, que han sido posibles gracias a la emisión de seis mil acciones de cuarenta y ocho pesetas cada una, se han ejecutado de prisa —once meses se ha tardado en levantar la plaza, aunque palcos y andanadas de sol están sin concluir— bajo la dirección del arquitecto titular de la Diócesis de Cartagena Justo Millán, que la ha proyectado desde los supuestos estéticos del eclecticismo, el estilo arquitectónico imperante en ese momento.

Rafael Molina, Lagartijo; Luis Mazzantini y Juan Ruiz, Lagartija; son los diestros que compondrán la terna encargada de abrir la plaza al público los días 6, 7 y 8 de septiembre, enfrentándose a Muruves, Miuras y astados de la ganadería del Conde de la Patilla.

El cartel tipográfico de la *Inauguración* del coso, coronado por el texto en arco —que rememora la antigua fórmula: “Toros de muerte”— y el escudo de la ciudad, ha sido editado por el comercio de las Cuatro Esquinas Los Muchachos. Sánchez y Cerdá, que regentan el establecimiento, han conseguido la exclusiva de su edición y lo ponen a la venta al precio de seis pesetas. La prensa anima a comprarlo y conservarlo dadas las características del evento.

Nogués se suma a la efeméride con la impresión de un cartel conmemorativo, editado en seda, que espera regalar a sus clientes. En la cabecera del impreso textil una recurrente testa de toro. No sería el único reclamo impreso en seda; el comercio El Buen Tono imprimiría en seda memoria del evento, un pañuelo con la representación de ocho escenas taurinas (ver imagen página 44).

A lo largo de la década de los ochenta la imagen cromolitografiada ira ganando presencia en la superficie del cartel. *El Diario de Murcia* comenta el cartel taurino de las corridas de mayo de 1888, reproduce una maja guapetona con mantilla y abanico, que en estilo directo y llamativo parece decir “¡eh!, ¡eh!, ¡a la plaza!”. El cartel taurino actúa como una llamada de atención.

El 6 de agosto de 1888, el semanario *La Lidia*, la publicación taurina más importante de la época —hasta 1897 no aparecería *Sol y Sombra*, otro semanario taurino ilustrado— elogia, en su número 19, en palabras de Don Cándido, uno de sus articulistas, el coso inaugurado en Murcia un año antes. Describe la ciudad tachándola de bella, su limpio y simétrico trazado, su exuberante huerta, el Malecón, sus honrados y francos habitantes... El perímetro de 80 lados de su recién construido coso, la sociedad cooperativa y el arquitecto que lo ha hecho posible, sus sillones de barrera con asientos de hierro, sus cuatro pisos, palcos y dependencias... De ¡grandiosa! tacha la fábrica. El semanario incluye de regalo un cartel horizontal de 55x78 cm, plegado en cuatro —a menudo los periódicos incorporan en sus páginas carteles para regalar a los lectores—, con el que la publicación obsequia al lector. Es una atractiva litografía realizada por Gimini: En el centro un huertano bajo un palmeral y una huertana recostada sobre el escudo de la ciudad circundado de flores y frutos, dos estampas con las suertes del toreo y, en los laterales



(Fig. 23) Corrida inauguración plaza del Teatro-Circo Villar. 1899.

(Fig. 24) Gimini. *La Lidia*. 1888.



del impreso, la vista del coso y de la catedral (Fig. 24). Tres mil ejemplares se han vendido de la publicación, informa *El Diario de Murcia*, que el 12 de agosto ha considerado que el cartel era merecedor de un poema en su sección "Crónica Dominguera": "El lunes por la mañana/ apareció en las esquinas/ el gran cartel de los toros/ que anuncia las tres corridas/ que han de celebrarse en Murcia,/ como el tiempo lo permita,/ en la feria de Setiembre/ del seis al ocho en los días.../ ...Pero lo que en el cartel/ produce impresión gratísima,/ es su cabeza, el dibujo/ que ha publicado «La Lidia»..." Ese año Nogués realiza "con esmero" el cartel de la Feria.

Las ilustraciones cromolitografiadas siguen ocupando cada vez más superficie en el cartel en detrimento de los textos tipográficos, que recurrirán, sobre todo en las cabece- ras, a letras muy fracturadas, con roleos, relieves y sombras, inspiradas muchas de ellas en la caligrafía gótica, en la línea de un falso historicismo tardo-romántico.

En 1889 la imagen del cartel de la feria septembrina de la capital, firmada por Giménez –un conocido dibujante de la época, colaborador habitual en diferentes pu- blicaciones gráficas, *¡Verán ustedes!* y *Gil Blas*, donde coincide con Ortego con el que comparte recursos estilísticos–, llega a ocupar un tercio del impreso, 64x120 cm de una superficie de 277x120 cm. Se ha diseñado la tipografía de la cabecera formando ahora parte de la imagen; la palabra "Toros" parece enlazar en el cromo con el motivo que representa la suerte de varas (Fig. 25). La impresión la ha realizado la litografía J. Palacios en su taller de la calle Arenal de Madrid.

A finales de los ochenta, del siglo XIX, las ilustraciones litografiadas ocuparán todo el cartel, causando el asombro del público murciano, creando una suerte de compleja lectura fragmentaria que contiene la imagen de todos los aspectos relevantes del festejo: los asistentes a la corrida, desfiles, escenas de ronda, manolas asistiendo a la lidia desde el palco; las suertes ordenadas de la lidia; detalles de la plaza y los tendidos; algún símbolo de la localidad; ornamentos y flores; herramientas de la *fiesta*; elementos decorativos y arquitectónicos; orlas y medallones que hacen de unión o acotan el espacio del cartel que constituirá un sistema narrativo propio, de carácter barroco y abigarrado, dejando muy limitados los campos para indicar el lugar, los tiempos, los toreros y ganaderías que participarán en el festejo, los costos del espectáculo y las normas que lo regulan. Una estructura compositiva que también será habitual en las ilustraciones de prensa; cuando Manuel Picolo ilustra los festejos de La Florida de Madrid en 1890, para el periódico *La Ilustración Ibérica*, lo hará como si ilustrase un cartel de toros, incluso el motivo del personaje a caballo y el nexo establecido con cintas y banderas remiten a este género de carteles.

El cartel es elemento indispensable para anunciar el espectáculo taurino, empresarios y organizadores del festejo no reparan en gastos para hacer de él un objeto visual lo más atractivo posible. El costo de 100 carteles anunciadores en 1890 ronda los 8.000 reales que incrementarán al espectador el precio de la entrada. ¡Tanto da!, los toros son el gran evento de la época a lo largo del siglo y todas las clases sociales se esfuerzan por formar parte de él, pues representa un signo visible de estatus social y, a la vez, actúa como válvula de escape a los problemas nacionales. Revistas y periódicos, tan abundantes en la época, dedican diariamente espacio a las crónicas y noticias que están relacionadas con la fiesta de los toros. La revista semanal lorquina *La Lealtad* publica, el 19 de octubre de 1884, un artículo de F. Migueles que en uno de sus párrafos dice: "...La chifladura por el nacional espectáculo sigue en crescendo, y si Dios no lo remedia, pronto España será una nación de... desocupados ó un gran manicomio. Salimos a corrida diaria desde que se inauguró la plaza de Vallecas, y en esta ha habido días con toros por la mañana y tarde. El trabajo escasea, el dinero se oculta, por todas partes reina la miseria; pero en apareciendo un cartel taurino en las esquinas, el dinero sobra, el trabajo se abandona, y en los semblantes, se retrata la plácida satisfacción de la abundancia...". Arróniz publica en *El Eco de Cartagena*, el 31 de julio de 1896, un largo poema, de más de 150 versos, titulado "La Corrida", dedicado a su amigo Antonio Oliver, para describir una tarde de toros en la ciudad, estas son algunas rimas: "...Bien venga la alegre fiesta/ a la que el sol de España sus brillos presta;/ donde lucen las hembras su bizarría/ y sus ojos son soles de mediodía;/ y en la cabeza airosa de flores llena,/ sobre la altiva frente blanca o morena,/ la graciosa mantilla baja y descien del y en sus sedas de encaje las almas prende;/ y los talles se encierran en el corpiño.../ ...siga la noble fiesta, siga el encanto/ aquí España es España, y a España canto/ que por las venas nuestras corre a raudales/ la sangre de dos razas antes rivales:/ y de cristianos hijos, ó hijos de moros,/ nuestra tierra es la tierra de Pan y Toros."

Era pues normal que en este ambiente los carteles desarrollaran el papel de catalizador entre el ciudadano y el festejo, y que los empresarios quisieran asegurar, con la llamada de atención del cartel, la asistencia a la plaza. Cuando en 1891 el diario cartagenero *El Mediterráneo* se queja de las malas corridas de la feria de agosto de ese año, añade justificándolas: "menos mal que la plaza es un hermoso circo y el cartel, impreso en Cartagena, está bien hecho y supera el simple anuncio". Es verdad que las corridas del 8 y 9 de agosto de 1891 en Cartagena, contaron con una hermosa stampa que recoge distintos momentos de la fiesta; cortinaje en la parte inferior con el escudo de la ciudad; y en la cartela superior, que ensarta un estoque, los nombres de los directores de la lidia: Espartero y Guerrita. Si el cartel se imprimió en Cartagena, sería solamente en la parte correspondiente a los textos, que era, desde luego, el proceder habitual.

Bermúdez describe, el 14 de mayo de 1892 en *El Diario de Murcia*, el cartel de las corridas del día del Corpus, destacando el buen gusto puesto en su realización: Arriba un trofeo con garrochas, banderillas y divisas, en el que destaca el escudo de Murcia. Una huertana recostada con flores y guirnaldas. A la derecha la fachada y torre de la Catedral, a la izquierda parte de la plaza y el retrato de la rejoneadora Matilde Vargas vestida a la Federica, luego, más abajo, la portuguesa en un momento del rejoneo arrancándosese al toro y los retratos de Ecijano y Gavira. El cartel está realizado a cinco colores y ha causado impresión en el empresario de San Sebastián, José Arana, que quiere contar con el artista "cueste lo que cueste".

El 29 de junio de 1892 se inaugura la plaza de toros de Lorca. El proyecto lo ha realizado el arquitecto Justo Millán –que también realizará los cosos de Cieza y Abarán– y se ha levantado en la Alameda de Sutullena. La lidia inaugural ha corrido a cargo de los diestros Lagartijo, Antonio Reverte y Guerrita, que han toreado astados del Duque de Veragua. El cartel se ha traído de Valencia, impreso por la Litografía Ortega, que también realizó los carteles de los festejos taurinos en Lorca del año siguiente pagándose por ellos 1.500 pesetas; son carteles vistosos, bien realizados y de gran tamaño en los que la Litografía se ha especializado.

De catálogo, y con el añadido del escudo de la ciudad de Murcia, es el impreso en Ortega para las corridas de septiembre de 1892 en la capital de la provincia, que reproduce un vistoso cromo representando la llegada de carruajes al coso taurino.

Ayuntamientos, cafés, locales comerciales, redacciones de prensa, instituciones de ocio y recreo darán a conocer al público, de forma habitual, los carteles de toros de



(Fig. 25) Giménez. Gran Plaza de Toros de Murcia. 1889.



(Fig. 26) Feria y Fiestas. Murcia 1895.

distintas localidades y ciudades de España. El Ayuntamiento de Murcia expone en el vestíbulo de entrada, a lo largo de 1892, los carteles de las ferias de Almería y de Albacete, de Zaragoza y Granada, los de las corridas de Lorca, Hellín, Mula y Abarán. Cuando la redacción del *Mediterráneo* expone, ese año, el cartel de toros de la Feria de Agosto en Cartagena, realizado en la litografía “famosa” de Portabella, la redacción recibe tantas visitas para verlo que parece un jubileo. Los carteles taurinos de Cartagena solían ser expuestos en Murcia en el escaparate del comercio Los Muchachos –establecimiento que solía mostrar a su clientela pinturas de artistas locales–; en 1894 exponen el que ha realizado Portela para las corridas de la Ciudad Portuaria, representa una tienda de reses y lo ha impreso Portabella en Zaragoza. En la Trapería, el café Sevilla expone a sus parroquianos el cartel que Arcís ha realizado para las corridas que habrán de celebrarse en Murcia en la Feria de Septiembre de 1894; se ha impreso en la Casa Ortega de Valencia, que presentó en mayo los bocetos, cuya temática fue adjetivada de muy murciana y llamativa; cartel de mucho gusto y, según la prensa, de los mejores que se han visto y “eso que en todas partes echan la casa por la ventana en cuestión de carteles”; aparecen unas vistas de la fachada de la catedral de Murcia, arco ojival, el escudo de la ciudad bajo un caprichoso letrero que pone “Murcia”, la plaza con la suerte de picas, una vista detallada del exterior del coso y el paseo del Malecón con cipreses. Una composición de aire costumbrista no muy alejada a la que refleja el cartel, impreso a una tinta, de las corridas septembrinas de 1893; en lo alto una vista de la ciudad de Murcia, en la parte inferior huertanos y una escena agrícola, uniendo ambas imágenes picador y torero. En 1895 se repite parecido esquema de cartel taurino para la imagen que difunde la *Feria y Fiestas de Murcia*, la pareja de huertanos toma asiento sobre el escudo de la ciudad, bajo la estatua recién inaugurada del conde de Floridablanca, la Catedral, el río, el Puente Viejo, el Romea, el exterior de la plaza de toros, la torre catedralicia y el monumento a la Fama, todo acompañado por una escena taurina; los motivos, reproducidos a una tinta, se imprimieron en Ortega (Fig. 26). El Café del Sol, en el Arenal, expondrá, en 1896, el cartel de Unceta para la feria de Bilbao.

Las grandes litografías, especialmente Ortega en Valencia y Portabella en Zaragoza, prácticamente han copado el mercado. Cuentan con un elenco de artistas especializados que saben conectar con el gusto popular de los aficionados. Los primeros cartelistas se han formado como ilustradores litográficos de estampas costumbristas y quizá esa sea la razón por la que conectan tan bien con el público receptor del cartel taurino. Empresarios taurinos e instituciones locales saben que no fracasarán poniendo en sus manos la publicidad impresa. Cada vez es menos necesario referenciar localmente el cartel, subrayar el carácter propio del público al que se destina. Esta pérdida de identidad hará que puedan hacerse grandes tiradas aprovechadas en diferentes lugares y que los atractivos motivos, que excepcionalmente se han encargado exprofeso para una plaza o una localidad, sean reutilizados, provocando, a veces, serios equívocos. Se crearon situaciones confusas, al aparecer imágenes que nada tenían que ver con el lugar al que hacían referencia los carteles, y problemas con los talleres y obradores de impresión de las localidades que, en ocasiones, no tenían siquiera oportunidad de imprimir los textos que acababan el cartel. La cuestión es motivo de comentarios en prensa y se hace insostenible, como se aprecia en el artículo que *La Paz de Murcia* publica, en septiembre de 1894, dirigido al corresponsal en Murcia del *Liberal de Madrid* Perní García: “El amigo Perní no sabe por qué ha venido a repetirse aquí lo que *El Liberal* ha criticado en un cartel de toros de un pueblo de La Mancha y vamos á manifestarle como creemos ha sucedido.

Las empresas de toros, deseosas de llamar la atención hacia sus anuncios y encontrar economías, olvidan á las imprentas de sus respectivos pueblos, y se van derechas á contratar esos trabajos á los establecimientos que se han dedicado a especialidades de esa clase, y claro está, cuando quieren pescado gordo y que pese poco, esto es cuando quieren carteles llamativos y no pagar la confección de un dibujo nuevo, como recientemente se ha hecho para los de nuestra feria, hay que hacer los carteles aprovechando los que esas casas estampan en blanco cada vez que hacen un dibujo, para aprovecharlos después en los encargos económicos que les hacen. Es regular que por ese sistema la torre y la catedral de Murcia y nuestro Malecón, se vean en algún otro pueblo cuando pueda convenir a la casa que acapara esos trabajos.

Esto se evitaría si las empresas se entendieran oportunamente con las imprentas de sus pueblos, las cuales, valiéndose del muestrario de esos dibujos que en todos los pueblos hay (en Murcia creemos lo tiene el Sr. Arróniz), pedirán el número de ejemplares de esos dibujos que más se adapten al objeto, sin que por eso resultara más caro el trabajo.

De este modo se cortarían esos inconvenientes y no se privaría de la protección que se debe dar á los impresores del país de esas empresas.

Si estamos equivocados ó si algún impresor sabe más sobre este asunto esperamos se nos rectifique, ó que se añadan los datos que hayamos olvidado, para que el amigo Perni pueda formar juicio más exacto."

Al sufrir un incendio, en 1895 –veinticuatro años después de su fundación–, la Casa Ortega no puede cumplir sus compromisos y se recurre a otras imprentas y litografías con un tipo de cartelera pasada de moda. Cartagena imprime, para las corridas de agosto de ese año, un cartel con la cara de Guerrita que "no es el proyectado"; y Lorca recurre a una imagen con los retratos de Mazzantini y Fuentes, la suerte del picador, un trofeo y la salida de cuadrillas recibiendo el saludo del público, para las corridas de septiembre del mismo año.

Cuando un año más tarde la litografía valenciana puede volver al mercado, se incorpora con fuerza y es saludada con loas y elogios. *El Diario de Murcia* escribe, en mayo de 1896, refiriéndose al cartel de las fiestas de Córdoba que "si antes Ortega los hacia bonitos ahora los hace mejor". El mismo diario, a través de unos versos de Capdevila, elogia unos días después el cartel de Benlliure, realizado en Ortega, para la feria de julio de Valencia; el artista ha propuesto además que el boceto sea rifado y el producto entregado a los pobres.

El empresario taurino Aracil, que regenta las plazas de Murcia, Cartagena y Lorca, será fiel cliente de la casa. Los carteles del Corpus y de la Feria de Murcia de ese año los realizará el taller valenciano "especialista en el género"; este último a partir de un boceto de Perea.

Imprimirá también el cartel de las corridas de agosto en Cartagena: Una cabeza de toro, guapas y risueñas mujeres vistiendo traje español, un lance de la lidia y otros adornos, "sugestiona y excita, como se dice ahora, para acudir a la plaza". La sección "Notas de actualidad" de *Las Provincias de Levante* describe el impreso: "He tenido un gran placer al ver el cartel de toros anunciando las corridas que han de darse en Cartagena. Es un cartel muy bonito, es lo que se llama un cuadro lleno de luz y colores y muy propio de la fiesta. La composición del cuadro es elegante y artística y las tres bellas mujeres que sobre el fondo destacan, resultan de primer orden, pues demuestra el dibujante gran corrección en dibujo, mucho gusto y elegancia."

Es normal que, con estas loas, la Casa Ortega se hiciera con el trozo más grande de la tarta del mercado de los carteles de ferias, fiestas y toros de España. Fijando un estilo, una manera, que reproducirá, triunfante, por casi la totalidad del territorio nacional.

El *Acontecimiento Taurino* que se celebra en mayo de 1897 en la plaza de Cartagena, con las señoritas toreras Lolita y Angelita, está anunciado con un gran cromo de 200x100 cm estampado en Ortega (Fig. 27). En primer plano una de las protagonistas, al fondo un tarjetón, con la cuadrilla, cercado por rosas y claveles que subrayan el ambiente femenino. Que el festejo taurino tuviera como protagonista a la mujer no fue un asunto extraño hasta 1908, que una Real Orden de 2 de junio, con Juan de la Cierva como ministro, prohibió el toreo de mujeres al considerar que ofendía la moral y las buenas costumbres; la prohibición duró hasta agosto de 1974, aunque al parecer la R. O. no se cumplió, en el intervalo, a rajatabla.

Ortega repite esa manera, ese modernismo exuberante, aquí con aire de arquitectura nazarita, en los carteles –impresos, era habitual en la litografía valenciana, con tintas de la casa Lorilleux– de Palau para la Feria de Murcia de 1897: arabescos, adornos, la plaza con la suerte de banderillas, cuatro hermosas mujeres en un palco, una cabeza de toro, el nombre de Murcia en un banderín y en letras carmesís, semejando pliego colgado sobre decoración de azulejos, los espadas. Cartel de gusto muy "chic". Empresario y litografía vuelven a recibir felicitaciones por parte de la prensa. El cartel de Palau para la Casa Ortega anunciaría toros, ese mismo año, en el coso valenciano. Tiene esta estampa dos incorporaciones visuales que interesa señalar: por una parte, esa recurrente



(Fig. 27) Plaza de Toros, Cartagena. 1897.

alusión al azulejo que veremos en otros carteles, como el anunciador de la gran corrida de abril de 1909, en Murcia, a beneficio de la Casa de Misericordia, diseño de Viño para Rodríguez de Silva; o el anunciador de las corridas de beneficencia en Cartagena en 1908, impreso por Miñoni en Valladolid, de autor anónimo; por otra, la incorporación de elementos gráficos, tracerías y arabescos, que habían aparecido por primera vez en un cartel editado en 1856 para publicitar un libro sobre leyendas árabes escrito por Manuel Fernández González, en la estela de Washington Irving que escribe su *Crónica de la conquista de Granada* inspirándose en la obra del murciano Ginés Pérez de Hita sobre las *Guerras civiles de Granada*.

La litografía valenciana estampará también los carteles de la feria de agosto de Cartagena de 1898 que diseña Díaz Spottorno, y los de la feria septembrina de Murcia, del mismo año, que se deben a Perea: el morlaco salta la valla protectora provocando escenas de miedo entre los toreros del callejón, en primer plano un cesto volcado de naranjas pone la nota mediterránea ¡y valenciana! de color –cartel que repetirá el coso murciano en 1913–. Sin embargo, será Nogués la casa que realice en 1899, como se ha señalado, el pequeño cartel, de 45x24 cm, *Toros en Murcia, inauguración de la Plaza del Teatro-Circo Villar*, para anunciar la corrida del 2 de abril que lidiaron Torerito, Boto y Litri (ver fig. 23); año y mes en el que el coso murciano anunció sus corridas con un cromo de Ortega representando una manada de toros conducida por mayores.

En 1900 la Litografía Ortega es premiada con una medalla de oro en la Exposición Universal de París. La presentación de cinco carteles taurinos le ha valido el galardón. Ese año ha vuelto a imprimir el cartel de las corridas de septiembre en la capital. *El Diario de Murcia* se hace eco, en agosto, de la descripción que *Las Provincias de Valencia* hace de los talleres de la firma; más pareciera que nos encontráramos en un cuarto de las maravillas: "...Los espaciosos talleres del Sr. Ortega se hallaban espléndidamente iluminados, viéndose expuestos, en el salón de máquinas, una hermosísima y variada colección de carteles de todos los tamaños tirados sobre papel y sobre seda, y entre los cuales sobresalían los que constituyen la novedad y la especialidad de la casa, los bordados en seda y decorados con cintas y madroños de todos los colores y de todos los gustos.

Los visitantes recorrieron, acompañados del amable Ortega y de sus hermanos D. Luis y D. Ramón, todas las dependencias, admirando al par que las obras que allí se realizan, la maquinaria y el material de que se dispone, así como el orden que se observa en todo, y que hace de aquellos talleres un centro industrial digno de figurar entre los primeros de España y entre los mejores del extranjero..."

La librería de Santamaría, en el número 31 de la calle Platería, contaba con un extenso catálogo ilustrado de la Casa Ortega de carteles taurinos, donde particulares –aficionados y coleccionistas– pueden elegir y solicitar la compra de ejemplares sueltos o de colecciones completas en distintos formatos: "Mural", "Salón", "Escaparate" y "De mano". Abarán, Calasparra y Cehegín –incluso Murcia y Cartagena– sobreimprimirán bonitos *afiches* de mano de aire tardoromántico con flores, banderolas y escenas taurinas para anunciar las corridas celebradas en esas localidades entre 1905 y 1910. El coleccionismo de carteles taurinos fue, y es, práctica extendida. En 1960 un coleccionista de Cieza poseía, entre otros, uno de los carteles de toros más antiguos de España; hacía referencia a una corrida celebrada extramuros de la Puerta de Alcalá, el 10 de noviembre de 1777, a beneficio de los Reales Hospitales General y de la Pasión de la Villa y Corte. José Antonio Ganga, crítico taurino de *La Verdad*, también poseía excelente colección de objetos taurinos: contratos de toreros, libros, fotografías, cabezas de toro, panderetas firmadas por ilustres pintores y carteles. Una de las impresiones del citado cartel de las señoritas toreras *Lolita y Angelita* perteneció a la colección del aficionado murciano Juan Nicolás, dueño en 1962 de un taller de encuadernación en la calle Victorio de Murcia.

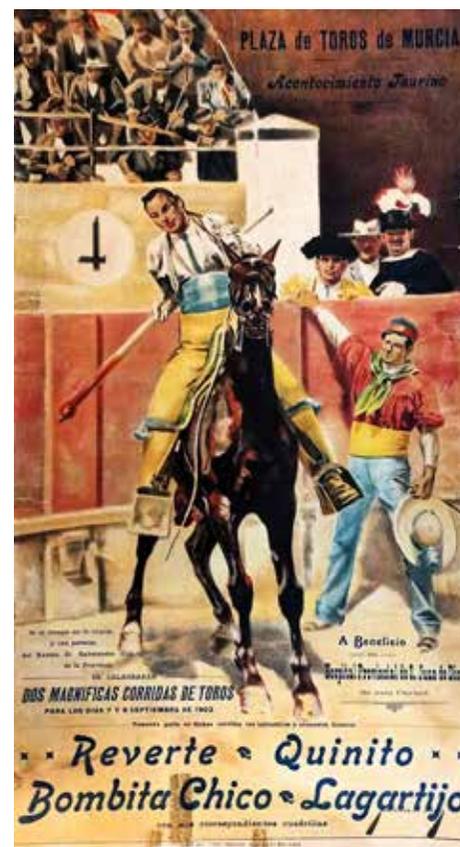
Cuando, a principios del siglo XX, Alcaraz se incorpora, como pintor de motivos taurinos, a la litografía valenciana, ésta monopoliza, casi en exclusiva, el mercado de la estampación de carteles de toros y fiestas en el territorio nacional y, más que cartelería taurina, parece que esté forjando la imagen de España, la que los españoles tienen de sí mismos y la que se proyecta al exterior; una cartelería rebotante de clichés y mitos que pervivirán largamente en el tiempo.

En la provincia, Ortega imprimirá los carteles taurinos de la primera década del siglo en Murcia y Cartagena, con ligeras variaciones en sus propuestas visuales y su estructura

compositiva. Excepcionalmente, el cartel de Unceta (Fig. 28) de las corridas de la Feria murciana de 1902 se tirará en Barcelona, en la imagen el picador entra al ruedo observado por toreros, alguacilillos y monosabios; y el de la feria de agosto del mismo año en la Ciudad Portuaria se imprimirá en Portabella y también lo realizará Unceta, gráficamente dividido en dos mitades, separadas por un abanico y un pai-pai, nos presenta el gentío que se traslada en tropel a la plaza en la mitad superior, en la inferior asistimos al desplazamiento de los toros por Cañadas Reales, conducidos por mayoresales, hacia el coso donde serán lidiados. La descripción del *Liberal* del cartel de los festejos cartageneros, de agosto de 1907, es un ejemplo del agotamiento visual y la necesidad de innovación por parte de la Casa Ortega: Un trozo de redondel, donde un Corruche se defiende en el último tercio de la lidia acosado por el espada y un peón, y dos hermosas mujeres en el antepecho de un palco, con mantón de manila y mantilla, completan el conjunto. Lo cual no significa que no sigan siendo del gusto preferido del público los carteles que realiza la empresa valenciana; cuando el *boudoir* de La Peña expone los bocetos de los carteles de la corrida de Pascua de Resurrección de 1907 en Murcia, son admirados por socios y amigos, sin saber aún cuál será el elegido, de esta especie de pseudo concurso, para llevar a los pliegos de papel. El cromo que anuncia las corridas de mayo en Cartagena en 1909, a beneficio de la Asociación de la Prensa, es un impactante cartel, diseñado por Emilio Porset e impreso en Ortega, que recoge una escena campera y preludia, en las curvas de la "T" de la palabra toros, los referentes gráficos de Ruano Llopis. El cartel de la corrida celebrada en Murcia el 8 de septiembre de 1912, a beneficio de la Tienda Asilo, se imprime en Ortega –la imprenta valenciana había impreso numerosos carteles para las corridas celebradas en la plaza de toros de Murcia a beneficio de dicha Tienda Asilo, especialmente bonito el impreso en 1901 con la guapa y el torero mirándose de soslayo frente al espejo–, aunque queda constancia que la litografía madrileña de J. Palacios imprimió cartelera para esa corrida: sobre el torero, que ejecuta un pase por alto, claveles blancos y rojos y el escudo de la ciudad. Será en 1917 cuando otra litografía, también valenciana, Mirabet, pase a diseñar e imprimir los carteles taurinos de los cosos de Madrid, Barcelona y Valencia, merced a un contrato con la empresa Echevarría que gestiona esas plazas, haciendo buena mella en el monopolio de la casa Ortega.

Con la entrada del nuevo siglo el festejo taurino se ha ido desgajando de fiestas, ferias locales y mercados de ganados, y es, numerosas veces, lo único que justifica la pervivencia de estas manifestaciones festivas, "¡Si hay toros hay fiestas!" Una red de plazas de toros salpica la geografía de la provincia dando fe de la pujanza de la fiesta: A la antigua plaza de Cartagena, inaugurada el año 1854, según proyecto de Jerónimo Ros, que apoyó su estructura sobre los restos del anfiteatro romano, se han sumado los cosos de Murcia, Lorca, Abarán, Cieza, Cehegín y Caravaca –que adquiere en 1926 su actual aspecto neo-mudéjar; un frontal en tonos ocre y rojos que iluminaría, como ilustración de gran formato, el cartel anunciador del Festival Taurino Mixto que la localidad celebró casi un siglo después, el 11 de octubre de 2014–. El festejo ha ido ganando belleza y perdiendo barbarie y atavismo. Se ha configurado definitivamente el lenguaje taurino, su terminología, sus expresiones, se han establecido las suertes que marcan el rito de la lidia, depurándose sus normas hasta hacer del toreo el rígido y sistematizado espectáculo que ha llegado a nuestros días. Los toros son ahora un acontecimiento autónomo, y su iconografía, que no tiene ya necesidad de referencias externas, se ha simplificado volviéndose más rotunda y directa. Los espectáculos taurinos se vincularon pronto a la aparición del nuevo invento del cinematógrafo y, a la vez, se hicieron indispensables para celebrar ocasiones señaladas y festivales benéficos. Para anunciar la Corrida de la Prensa, en Cartagena, en mayo de 1909, los cinematógrafos de la Ciudad Portuaria proyectaban fotografías de los toros que habrían de lidiar Bombita y Machaquito, la publicidad del evento se complementa con un artístico cartel de Alejandro Escribano. Toros y cine se presentaban en carteles de mano impresos a todo color. En 1916, a beneficio del sanatorio antituberculoso, se celebra corrida, anunciada por una *cabalgata* automovilística que reparte, a lo largo de su recorrido por la ciudad de Murcia, carteles impresos a una tinta, orlados, ilustrados con antiguos motivos taurinos con la representación de un abanico en la parte superior, y versos.

En los primeros años de la centuria desaparecen los grandes maestros que han forjado el canon del cartel taurino: Marcelino de Unceta fallece en 1905, Daniel Perea



(Fig. 28) Marcelino de Unceta. Plaza de toros de Murcia. 1902.

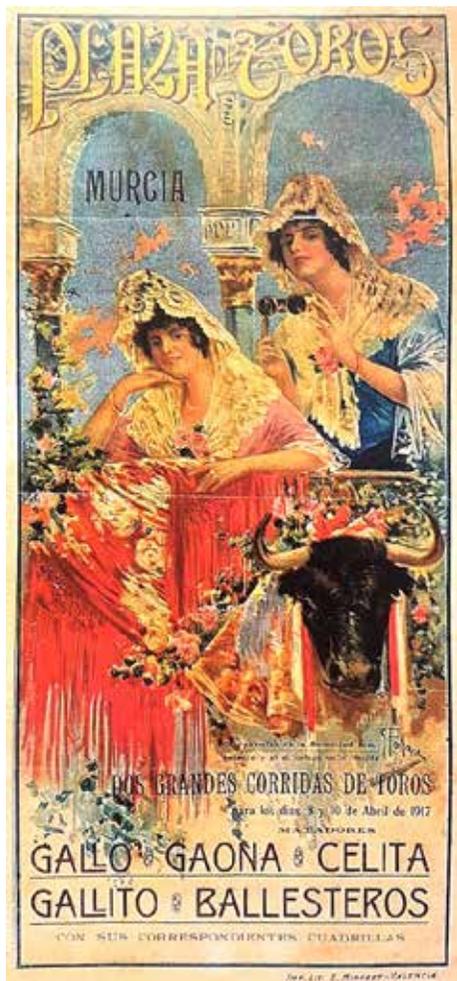
en 1909. Una nueva generación, presta a ocupar el relevo, dará una vuelta de tuerca al género y lo decorativo cederá definitivamente ante lo representativo, instaurándose “La Edad de Oro del Cartel Taurino”, un periodo que abarca desde los años veinte –inicio de la dictadura de Primo de Rivera– hasta la Guerra Civil. Julián Alcaraz, Roberto Domingo y, en especial, Ruano Llopis, fijarán la fórmula que se perpetuará para los carteles taurinos hasta bien avanzado el siglo XX, y que en cada intento de renovación se ha ido tropezando con la ciega oposición de empresarios y público.

Entre ambas generaciones es destacable la figura del valenciano Genaro Palau (1868-1933). Los carteles que realiza para el coso de La Condomina en 1909, 1914, 1916, 1917, 1918, 1921 y 1922 –y el citado de 1897–, con motivo de los festejos de septiembre y abril, se pueden considerar carteles-cuadro. Imbuidos de espíritu *decorativista* muy próximo al modernismo mediterráneo levantino.

En sus carteles bellas manolas toman asiento para contemplar la lidia desde el palco, cuyas arquitecturas, de marcado carácter orientalista y gusto árabe, casaban bien con el espíritu tardo romántico español y tenían en Andalucía las referencias orientales del Modernismo; por otra parte encajaban en la Murcia de la época, salpicada de vestigios medievales, y con el recién construido Casino, cuyo patio distribuidor de la entrada, de evocación nazarí, realiza el decorador Manuel Castaños, bajo la dirección de Pedro Cerdán. La predilección por los ambientes de estilo nazarita son recurrentes en la arquitectura española desde que Isabel II, en 1862, asiste a un *Baile de Sociedad* celebrado en la Alhambra para festejar su visita a Granada.

Para anunciar las corridas capitalinas de septiembre, en 1909, el cartel de Palau nos presenta a una *guapa* a punto de colocar la silla, bajo los arcos árabes de un palco, para asistir a la lidia. Años más tarde, así describe *El Tiempo* el cartel de la Corrida de la Prensa de las fiestas de abril de 1914: “... ¡Ole! La alegría y vivan las fiestas y quién inventó la manera de reírse arrojando perlas por los ojos de cielo de las mujeres de mi tierra y quién puso claveles en sus mejillas y sonrisas en sus labios rojos que saben a besos... ¿No han reparado en esos dos cuerpos juncales que sostienen dos caras morenas que están pregonando salero y simpatía? ... ¿Y el taburete que las sostiene? Un cuerno de la abundancia derramando claveles y rosas y frutos de nuestra huerta. ¿Y el arco de patio árabe de nuestro casino que deja ver al fondo un trozo de alegría convertido en feria?...” Se ha elegido cartel de postín en el fondo y en la forma: Posada, Cocherito, Paco Madrid y Belmonte, lidiarán Veraguas; en el cromo editado por Mirabet, bajo los arcos de mocárabes, las majas de Palau, convertidas ahora en desinhibidas féminas, que parecen preludiar los aires *decó* de los felices años veinte, asisten a una tarde de fiesta (no fue el único cartel editado para esa corrida, la plaza de toros de Murcia editó otro, con una vista de la ciudad y la torre de la Catedral en un tondo y en el borde inferior derecho una pluma sobre un sello de lacre). Los años 1916, 1917 (Fig. 29) y 1921 verán impreso idéntico cartel, con motivos árabes, para las corridas de Pascua de Resurrección, abril y septiembre respectivamente. En el de 1918 contemplan admiradas un desplante torero. Qué lástima que estos carteles no fueran realmente concebidos, en exclusiva, para el coso murciano, y respondan, más bien, a la popularización de un modernismo castizo y patrioter de aire andaluz. Los carteles descritos se utilizaron para anunciar corridas en Valencia y otros lugares del territorio español.

En 1914 la Asociación de la Prensa colabora en las corridas del 8 y 13 de septiembre que se celebran en la capital a beneficio del Hospital Provincial. El artista que realiza el cartel es el alicantino Ruano Llopis, nacido en Orba en 1878. Aunque, probablemente, es una de las primeras imágenes que crea para Ortega, contiene ya las características que harán célebres sus carteles: la palabra “Toros” abre el gran cartel de 264x122 cm, la “T” se recoge en una curva circular –un guiño modernista y un homenaje a la tipografía y los medallones de la tradición del cartel torero–; desde el círculo, maja y acompañante contemplan el ruedo, como si la escena estuviera descompuesta en dos planos simultáneos de distinto relieve. Un lance –torero y toro girando, en un ceñidísimo pase de muleta que rememora a Belmonte– centra la atrevida composición del cartel convirtiéndola en la única imagen relevante, todo lo demás –al fondo un caballo yace despanzurrado sobre la arena– es accesorio. Rafael Gómez, Gallo; Francisco Martín Vázquez; Juan Belmonte; Joselito Gó-



(Fig. 29) Genaro Palau. Plaza de Toros de Murcia. 1917.

mez, Gallito y José García, Alcalareño, que tomará la alternativa de manos del Gallo, son los cinco toreros encargados de lidiar toros del Marqués del Saltillo y Gregorio Campos.

En 1919 la estampa de Llopis impresa para las corridas murcianas de septiembre presenta a un matador saliendo al paseillo, al fondo cuadrillas y picadores. En la parte superior dos escenas taurinas se enmarcan encerradas en la geometría circular de las dos "O" de la palabra "Toros" (Fig. 30).

En el taurino de 1920 retrata a Belmonte, en traje de luces, y otros objetos alegóricos a la fiesta.

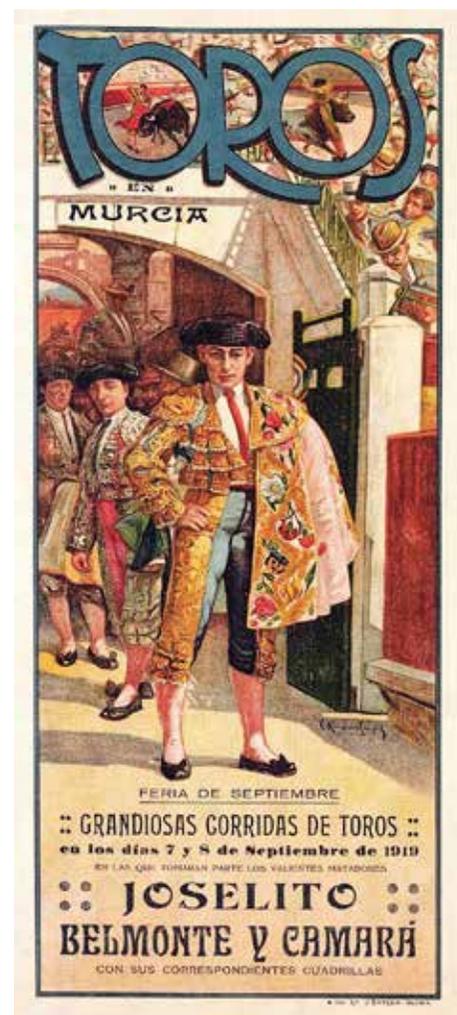
El círculo crecerá, símbolo del ruedo, en muchos carteles de Ruano Llopis. Sus majas y manolas adoptarán un aire a lo Romero de Torres y la pose de las estrellas de cine de la época, "...una mujer morena, bella y meridional, como si hubiera nacido en el clásico barrio de San Antolín o del Carmen, con una sonrisa excitante y provocadora, señala a los aficionados el elenco taurino de las dos corridas..." como ocurre en el cartel de las corridas de primavera de 1921 y en el de la feria murciana de 1923. En el de las fiestas agostañas de Cartagena de 1926 el círculo se ha transformado en gigantesca pandereta, que lleva pintado un lance de la corrida, en la que la hermosa se apoya; o en el de la feria de Caravaca de ese año, aquí la guapa descansa en la testuz del toro bravo mientras contempla la embestida al vuelo del capote rosa.

En 1929, para la Feria de Septiembre, Murcia celebra una corrida goyesca. Lalandá, Villalta, El Niño de la Palma y Félix Rodríguez torear astados de Clairac. Ruano Llopis es el autor del cartel; el personaje, con traje popular dieciochesco ayuda a la maja a descender del carruaje, al fondo una plaza de toros indeterminada hace de telón. El cartel anunció la serie de corridas goyescas que tuvieron lugar a lo largo y ancho de la geografía nacional; en San Sebastián el año anterior. El día feo y lluvioso no acompañó la lucidez de la plaza murciana bellamente engalanada; tampoco los matadores estuvieron afortunados y el ganado fue protestado pidiéndose que no se volvieran a lidiar en La Condomina toros de esa ganadería. El *Levante Agrario* el 17 de septiembre escribe, abriendo artículo: "Si Goya levantara la cabeza".

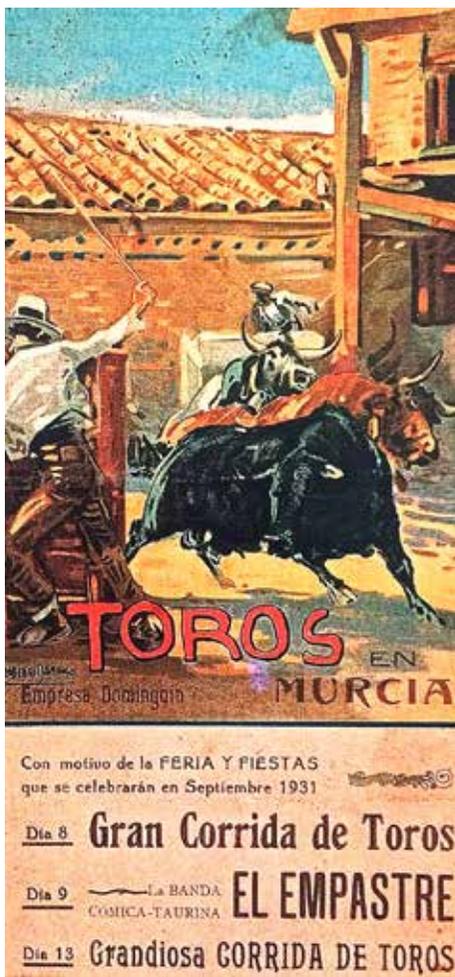
Toro y torero acabarán siendo los protagonistas absolutos de los carteles de Ruano, desprovistos de cualquier otro referente que distraiga la atención del aficionado; aunque pueda, puntualmente, volver a la representación de círculo y manola. Es el caso de los carteles de las corridas que organiza, entre 1931 y 1934, el Círculo Mercantil de Murcia. A veces los lances retratan a los toreros del momento: la media verónica de Juan Belmonte, el galleo de mariposa de Marcial Lalandá, un recorte de Vicente Barrera, una estatuaría de Manolete... Buen conocedor de la fiesta, Ruano Llopis refleja en sus carteles todas las innovaciones y los nuevos toreros que irrumpieron con fuerza en la tauromaquia de esos años. Símbolos, alegorías y estereotipos, plasmados de forma escueta y sobria, serán sus señas de identidad, y a partir de él le sobrevivirán convirtiéndose en paradigmas del cartel taurino, elementos indispensables en la representación del toreo. Su libro *Impresiones del natural*, editado por Ortega en 1931, recoge momentos de la lidia que tienen como protagonistas a los más célebres toreros de la época. Ruano diseñará la publicidad de la casa de embutidos Bernal, del Palmar: a lomos de un cerdo, el matachín hunde el cuchillo de forma certera en el cuello sangrante del animal, en la mano izquierda sujeta la bandera nacional que ondea con el nombre de la marca. Curioso anuncio –*La Verdad* lo publica en enero de 1930– que hoy sería considerado políticamente incorrecto y publicitariamente negativo.

Roberto Domingo es un pintor interesado por la luz y el movimiento, en la línea de un tardío impresionismo "a la española". Nacido en París en 1883, sus carteles reflejarán el ambiente de las plazas, los contrastes entre sol y sombra. Con pincelada ágil y expresiva, que tanto recuerda a Lautrec, y colores intensos y vibrantes, nos cuenta las tardes de corrida, el lance memorable y la salida a hombros del triunfador de la terna –tema del cartel que anuncia el festejo, para el coso de La Condomina, del 8 de septiembre de 1918–, escenas de toros y capeas, desprovistas de drama y aureoladas de una idílica elegancia.

El cartel *Toros en Murcia*, para la Feria de Septiembre de 1927, recoge la bella estampa de un picador que se aleja pausado, al ritmo que impone el trote del caballo, del espontáneo que atrae la atención del toro. Ortega, como es habitual, es la empresa encargada de imprimir el cartel y Carmelo Bueno, representante de la Casa Ortega en



(Fig. 30) Ruano Llopis. *Toros en Murcia*. 1919.



(Fig. 31) Roberto Domingo. *Toros en Murcia*. 1931.

Murcia esos años, el intermediario del encargo. Mucho tuvo que gustar este impreso a aficionados y empresario, pues se repitió, para las corridas del Corpus, en junio del año siguiente; y en abril, dos meses antes, en Cartagena.

En 1930 los festejos taurinos, que con motivo de la Feria y Fiestas se celebran en la ciudad en septiembre, tienen de cartel anunciador otra escena pintada por Roberto Domingo. Es una escena campera: los toros, secundados por un cabestro, abandonan el cercado azuzados por los mayoresales. El impreso se ha realizado en la litografía Mirabet de Valencia. De nuevo se repetiría el cartel el siguiente año (Fig. 31), para la misma ocasión y con otra disposición tipográfica.

El 23 de febrero de 1918 la prensa informa del regreso a Murcia de Julián Alcaraz. Dionisio Sierra, en un artículo que titula "De pintura y de pintores: Julián Alcaraz", dará la bienvenida al pintor desde las páginas del *Liberal*: "Nuestro amigo después de algunos años de ausencia vuelve a nosotros a deleitarnos como siempre con su amistad y con su arte".

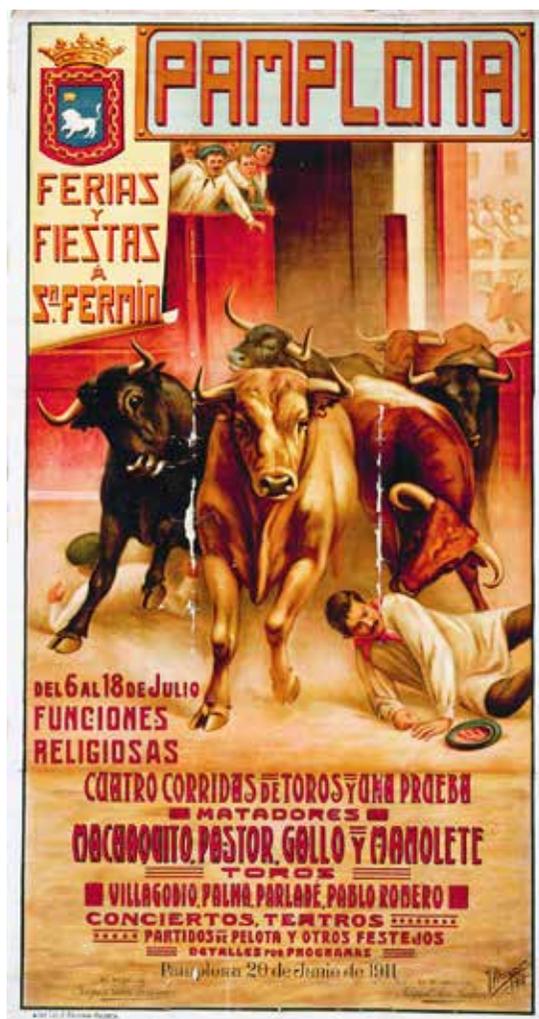
Diez años ha pasado Alcaraz en San Sebastián –la enfermedad de su esposa será la causa que impediría su vuelta a la ciudad vasca–, y en ese periodo han salido de su estudio excelentes carteles que han sido impresos en los talleres de Mateu, en Madrid, y Ortega o Mirabet, en Valencia. Desde su incorporación a la Casa Ortega, a principios de siglo, el pintor ha aportado al cartelismo taurino la representación del gran protagonista de la fiesta: el toro. Esa bella estampa del toro bravo –lleno de fuerza y poderío– en sus diferentes situaciones, en cuya realización Alcaraz es un maestro, será, a menudo e invariablemente, el motivo central de sus carteles. El conocimiento de la anatomía y el volumen del animal es tal, que Alcaraz es capaz de modelarlo con absoluta fidelidad, provocando el asombro y la admiración del propio Mariano Benlliure. Entre idas y venidas por la geografía nacional –tientas, ferias, visitas a ganaderías...– el pintor forjará gran amistad con las figuras del toreo de su tiempo: Joselito, los Bienvenida, Machaquito, Sánchez Mejías...y con intelectuales, amantes de la fiesta, José María de Cossío y el murciano Jara Carrillo de quien es íntimo amigo.

En 1909 realiza el cartel para la nueva plaza de toros de San Sebastián. La bella estampa del toro capirote blanquinegro (Fig. 32) –pinta que suele ser habitual en sus cuadros y carteles– nos mira fijamente después de haber desarmado al espada; los atributos del torero yacen tirados en la arena bajo el peso del astado. El cartel, se expone en la plaza de San Bartolomé, en el comercio de Palazón, y es merecedor de una reseña en *El Liberal de Murcia* el 28 de marzo: "Representa un magnífico toro al acabar de desarmar al espada. El asunto es atrevido y está hecho con verdadera valentía artística. Con una sola figura, al descubierto está hecho el cartel. Pero la figura del toro y especialmente la cabeza está tan admirablemente dibujada y pintada, que lo llena y lo dice todo. La sobria ornamentación del cuadro es también de buen gusto."

En 1910 realiza el cartel para las corridas de la temporada de verano de San Sebastián, la ciudad que lo acoge. Representa a un toro, a la salida del toril en el momento de clavarle la divisa. Es un tema tratado por el pintor en numerosas ocasiones; ya en 1900 había pintado un poderoso ejemplar al que acaban de señalar con una divisa rojiblanca.

Obtiene en 1911 el Primer Premio de carteles de las corridas de *San Germán* de la Feria de Pamplona. Han optado al premio 11 carteles. El motivo se refiere a los Sanfermines: Los toros entran a la plaza embistiendo a los mozos; en primer plano un toro parece desbordar los límites del cartel (Fig. 33). Ese año realizará el cartel de las corridas de agosto en Bilbao: picador y caballo, otro noble animal de referencia en los carteles de Alcaraz, son levantados del albero por la poderosa embestida del toro bravo, mientras el jinete mantiene firme la puya; el cartel volverá a ser impreso con idéntica tipografía en 1983, muchos años después de la muerte del pintor. Para los festejos taurinos de Bilbao de 17, 18, 19, 20 y 24 de agosto de 1913 se imprimirá un cartel de Alcaraz poco habitual: el toro, con mortal estocada, a punto de desplomarse sobre el caballo que yace despanzurrado en la arena del coso.

De vuelta a su ciudad natal, Alcaraz aportará imagen anunciadora en 1920 a la *Feria y Fiestas de Septiembre en Murcia*. Un baile con tres protagonistas, jinete, caballo y toro. El rejoneador arroja el sombrero, y burla al toro que queda prendado de él con fijeza. Jinete y caballo rematan el adorno con bello recorte. El cartel se imprimiría, como programa de festejos, a una sola tinta.



(Fig. 32) Julián Alcaraz. Nueva Plaza de Toros de San Sebastián. 1909.

(Fig. 33) Julián Alcaraz. Feria y Fiestas, San Fermín, Pamplona. 1911.

Era normal que los carteles, de Alcaraz y de otros autores, se imprimieran a una sola tinta para diferentes plazas de la provincia –un bonito cartel de Ruano Llopis, con la imagen de una guapa manola, anunció en tonos amarronados, y azules para el texto, las corridas de otoño en Yecla– o de fuera de ella; se trataba de abaratar costos –pues cada tinta suponía un incremento del 10%, y del 15% si era purpurina, oro o plata– en la impresión de cartelería y publicidad en pueblos, ciudades y plazas modestas o en festivales de poca trascendencia. En 1907 un cartel de Alcaraz se utiliza a una tinta en Valencia; y en color rojo se reproduce, para la plaza de Utiel en 1908, y en Valencia en 1910, *Toro con puya*; en 1913 el anunciador, en Murcia, de la corrida del 22 de mayo, con Posada y Juan Belmonte, se imprime a una tinta y contiene, como imagen protagonista, un toro capirote blanquinegro saliendo de toriles; el 22 de agosto de 1922 será otra imagen taurina de Alcaraz, impresa a una tinta, de dos toros embistiéndose, la que anuncie la corrida que mano a mano torearon, en El Puerto de Santa María, Sánchez Mejías y Maera. Normal, también, que se realizarán en dimensiones más reducidas convirtiéndose en programas de mano o en pequeños *afiches* o prospectos que imitan la publicidad de los cines.

Otro de sus carteles anunciará las corridas bilbaínas. Declarado desierto el concurso convocado en Bilbao –un premio dotado con 500 pesetas– Alcaraz, al que no le ha dado tiempo a terminar su cartel para las fechas indicadas en las bases, lo presenta fuera de concurso y se acepta. En el cartel bilbaino, de 1922, el astado arremete con fuerza y voltea al caballo en el tercio de picas.

La feria murciana de 1922 verá dos carteles taurinos. El del día 8 de septiembre se realiza a partir de un dibujo de Ruano Llopis y se imprime en la litografía Mirabet de Valencia; el del día 10 es una obra de Alcaraz impresa en la Casa Litográfica de París. En 1922 Sevilla imprime, bajo supervisión del litógrafo M. Viño, en la litografía gaditana Rodríguez de Silva, para anunciar las corridas de Pascua de Resurrección de abril, un boceto de Alcaraz de ese año: el toro rompe con fuerza las tablas protectoras del coso.

La pasión de Alcaraz por los toros es tal, que el mismo año de 1922 organiza, como empresario, una corrida para el 5 de noviembre; 6 toros de Antonio Flores, antes Braganza, que llegarán de Sevilla y serán lidiados por Facultades, La Rosa y el novillero cartagenero Gavira. Grandes expectativas. Se esperan numerosos aficionados –“*trenes abarrotados*”– desde Cartagena y Alicante y el lleno de la plaza. A causa del mal tiempo y la lluvia se suspende la corrida, retrasándola al siguiente domingo, día 12. Suspendida de nuevo por causas intempestivas, el 19 de noviembre parece que tendrá lugar, si el tiempo no lo vuelve a impedir o la autoridad competente. Los hados no parecen estar de parte del pintor y la corrida vuelve a aplazarse al día 3 de diciembre; un grupo de aficionados y amigos ofrecen su ayuda a Alcaraz contribuyendo a sufragar los gastos ocasionados por las suspensiones y modificaciones en el cartel del que se ha caído La Rosa. La prensa desea que al menos recupere algunas pesetas que bien se lo merece. Por fin tiene lugar la corrida, triste y desanimada por falta de público –apenas mil aficionados– y con una tarde ventosa y desapacible. De esta forma se cierra la experiencia que ha vivido como empresario taurino Julián Alcaraz, al que no parece que Dios le haya repartido suerte.

El Museo Taurino de la Real Maestranza de Sevilla conserva un boceto de Alcaraz realizado para ese caso en 1923: Rafael El Gallo se levanta de la silla para bordar un pase torero.

En 1924 volverá a ganar, con el lema «*Valentía Navarra*», el Primer Premio del concurso de carteles de las fiestas de San Fermín; el toro se revuelve ante un mozo que se defiende con una vara y una blusa de sus acometidas, al fondo los corredores intentan protegerse en las tablas del vallado. El mismo año envía a Sevilla otro bonito cartel que representa a un toro bravo saltando a un patio. Para celebrar sus triunfos los amigos le ofrecen ese año, en el Casino de Murcia, un almuerzo el 13 de abril, el cubierto de la comida asciende a 10 pesetas.

En julio *El Liberal* publica un articulito de Gil de Vicario en la sección “Nuestros artistas”, con el título “El pintor de la fiesta nacional”. El crítico coloca a Alcaraz integrando la terna más relevante de la pintura y el cartel de toros, junto a Ruano Llopis y Roberto Domingo, y concluye con unos hermosos párrafos de alabanza: “*Toda la amplia diversidad de motivos que ofrece a la afición la fiesta, se halla reflejada, con plausible acierto, a lo largo de la obra de Alcaraz.*

Nada desdeña. Todo para él, tiene, en su paleta, un justo eco. Así, frecuentemente, hemos ido hallando el cartel, el cuadro, las panderetas, el abanico, el dibujo nervioso a pluma o los trazos rápidos que apresan la emoción de un momento taurino, sobre el mármol de la mesa, en un café. Pero no conocíamos a Alcaraz como dibujante «moderno». Nos lo ha revelado así un abanico, de su firma, recién logrado.

Hay en él un sello de distinción y buen gusto en la fina y delicada manera de tratar la cabeza de caballo y los dos decorativos canes que ornán el «país», que definen esta pintura como una obra fácil, grácil, bien compuesta.”

El 2 de agosto *El Tiempo* informa que Alcaraz ha ganado el concurso de carteles organizado por la empresa que gestiona la plaza de Bilbao, con un cartel que lleva, por imagen, cuatro reses bravas y un manso, azuzados por un vaquero, tras el desencajonamiento. El cartel se colocará en la sombrerería de Belmar.

De igual forma varios establecimientos y sociedades murcianas colocan de forma visible el cartel que Alcaraz ha realizado para las fiestas del Pilar de Zaragoza de 1924. La prensa escribe: “*El asunto es completamente nuevo. El autor ha puesto en él gran cariño y ha hecho una cosa original. Un capitalista quiere torear a un bicho en un cercado y ante la acometida de éste salta una valla y cae al suelo*”. Para el pintor ha sido un año triunfante.

En 1926, Carnicerito, Márquez y el Niño de la Palma se presentan en la plaza de Cartagena el 3 de abril con una entrada única de 9 pesetas. En el cartel de Alcaraz, impreso en Mirabet, el morlaco juguetea con un sombrero cordobés.

Cuando en 1927 realiza el cartel *Fiestas de Abril en la ciudad de Murcia y de la Coronación Canónica de la Patrona, María Santísima de la Fuensanta*, Alcaraz lo resuelve pintando un cartel de remembranza taurina (Fig. 34). Un jinete –que guarda cierto parecido al caballero realizado por Meissonier: *Le heraut d’armes de Murcie*– a lomos de un caballo blanco, vestido a la *Federica*, a imitación de los alguaciles que abren el paseillo, recorre los caminos de la huerta, al fondo sobresale la torre catedralicia; en la mano un estandarte, con la imagen de la patrona destacando sobre el cielo azul, el color de la virgen, anuncia el acontecimiento. En noviembre participará junto a Julián Calvo, Ángel



(Fig. 34) Julián Alcaraz. *Fiestas de Abril y de la Coronación Canónica de la Patrona María Santísima de la Fuensanta*. Murcia. 1927.

Viudes, Ángel Valenciano Gayá y José Valenciano, pintando los carteles de un festival taurino que ha organizado José María Guillamón; el festival se celebrará a puerta cerrada y los asistentes que deseen acudir tendrán que recoger invitación “*al simpático acontecimiento*” –así es denominado por la prensa– en los domicilios privados de los señores que componen la comisión organizadora, el citado Guillamón, Isidoro de la Cierva, Romero Elorriaga, Eduardo Montesinos y José Gascón. Los toros, la fiesta nacional, reconvertida en escusa para contabilizar y fijar apoyos en unos años, finales de la década, en los que comienza a hacerse patente la agitación política de la época.

Según informa *Levante Agrario* el 15 de agosto de 1929, Alcaraz gana el concurso de carteles taurinos de Bilbao: el toro arremete contra un aliviador caído a la arena.

Entre 1936 y 1950 se suceden exposiciones, certámenes y homenajes. Alcaraz no es ajeno a ningún acontecimiento –artístico o no– que ocurra en la ciudad. En 1946, habiendo sufrido Murcia y la huerta una gran inundación, propusieron los artistas una exposición, con el fin de hacer llegar a los damnificados lo recaudado; Alcaraz donará obra junto a Ballester, Gómez Cano, Garay, Barberán, Viudes, Valenciano y Medina Bardón.

La litografía Mirabet imprimirá en 1943 un curioso cartel de Alcaraz. Una de las raras veces que una marca comercial aparecerá de forma preferente en el anuncio de una corrida taurina, a superior tamaño que la plaza donde se celebrará la lidia y que los diestros que han de intervenir en ella. Las corridas del 29 de agosto de la Monumental de Valencia se anuncian con la imagen del *muletilla*, derribado junto al cercado de una dehesa; el toro empuja la valla que contiene en rojo el texto “Coñac Fundador Domecq” (Fig. 35). El cartel es una reimpresión de aquel que, años antes, pintó Alcaraz para las corridas del Pilar, que ahora asume prosaico papel publicitario⁽¹⁵⁾. Habrá que esperar a los años cincuenta –y a otro innovador del cartel taurino: Manolo Prieto– para que el toro se convierta en icono de otra marca, también de licores, “Osborne”. En 1949 volverá a realizar el cartel de las corridas de agosto en Bilbao, estampado en Ortega: un toro capirote, negro y blanco, se revuelve en el albero levantando las manos delanteras.

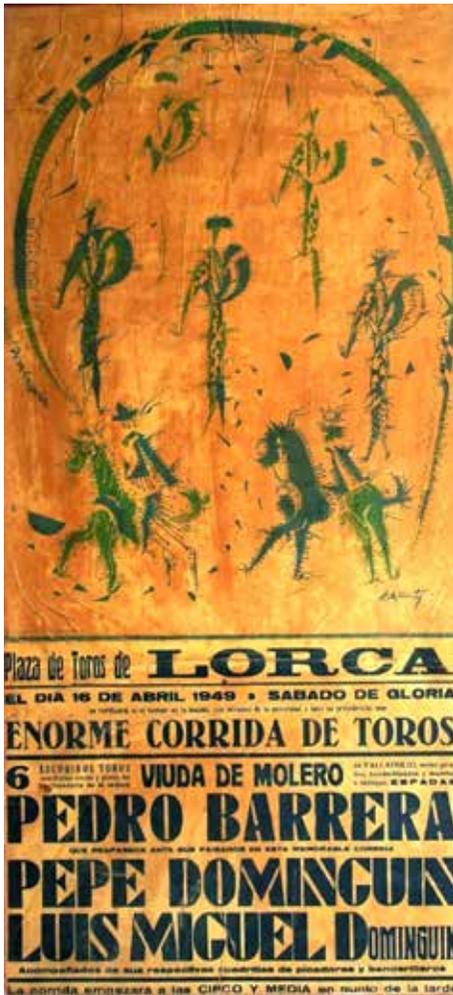
Alcaraz muere en enero de 1952 en su domicilio del Carmen. El *Diario Línea*, dos días después de su muerte, le dedica un encendido elogio en palabras de Leopoldo Ayuso con el título “Pena y dolor por la muerte del gran pintor Alcaraz”; y la *Hoja del Lunes* recoge, el 14 de enero, un escrito de José Antonio Ganga en el que se refiere al pintor como “*El artista, el hombre espléndido y el amigo*”. En la primavera de ese año la Asociación de la Prensa y el Consistorio murciano organizan una exposición homenaje a los dos artistas de reciente desaparición, Sánchez Picazo y Alcaraz. Todavía a mediados de los setenta la agencia de publicidad Ekipo utilizaba cuadros de Alcaraz para ilustrar y como portada del folleto-libro, que editaba en la feria septembrina, *El Taurino*. Y para la feria taurina valenciana de julio de 2001, se recurriría como cartel a aquel que anunció toros en Figueras un siglo antes. Tal era el prestigio del pintor.

En la década de los cincuenta no solo desaparecerá Alcaraz, Roberto Domingo fallece en 1956 y Ruano Llopis lo hará en México seis años antes. El catálogo que Ortega edita en 1959 de propaganda taurina lleva de portada una ilustración de Reus. Reus y más tarde Cros Estrems serán los diseñadores habituales de la cartelería taurina lo que resta de siglo. Son carteles de factura pictórica diseñados en la estela fijada por Ruano Llopis, aunque sin llegar a la elegancia que este supo imprimir a sus trabajos. Insisten en representar a los toreros del momento, que son ahora: Luis Miguel Dominguín, Pedrés, Girón, El Cordobés, Paco Camino...o momentos muy definidos de la lidia: lances por navarras, ceñidas verónicas, muletazos, pases por alto, desplantes... El cartel de una de las corridas del año 1966 en Cartagena es buen ejemplo de esta tipología de carteles, que servirán de primera llamada a la *fiesta* en todas las plazas de España; un pase de pecho constituye la imagen de la estampa de Cros Strems; en la mitad inferior, con tipografía simple y sin alardes, lleva impresos los nombres de los novilleros, Riverita, el pueblano Ginés de Soto y José Sáez El Otro. La rigidez en los motivos representados en los carteles de toros ha traído como consecuencia que la creatividad se estanque, limitando su capacidad de evolución, marcando un cansancio visual incapaz ya de atraer la mirada del aficionado, y que no logra calar en las masas populares destinatarias finales de la *fiesta*. Solamente en contadas ocasiones se recurriría a cartelería que podamos definir de especial y significativa, salida de las manos de algún pintor o artista que realiza una incursión puntual



(Fig. 35) Julián Alcaraz. *Coñac Fundador Domecq*. 1943.

(15) La estampa la copiará Ruano Llopis años más tarde, en 1945, para anunciar “Fino La Ina”, otra marca comercial de Pedro Domecq. Aquí el cartel no remite a corrida taurina alguna.



(Fig. 36) Rafael Alberti. Plaza de toros de Lorca. 1949.



(Fig. 37) Ramón Gaya. Corrida del Arte, Valencia. 1985.

en el género. Para anunciar las corridas del 16 de abril (Fig. 36) –Sabado de Gloria– en Lorca, en 1949, se recurrió a una interesante estampa realizada a partir de un dibujo de Rafael Alberti, toreaban los Dominguín y el caravaqueño Pedro Barrera, los hermanos lo han comprometido amenazando: “¡o torea Pedro Barrera o nosotros no toreamos!”.

Componer un cartel taurino es expresión que acabará reflejando las dificultades inherentes a escoger los toreros que participan en la lidia; y dibujar un cartel taurino una referencia a la belleza con que el diestro realiza la faena. El cartel taurino quedó relegado a la función de *souvenir*, con aroma a romanticismo rancio y un poco *demodé*, emocionalmente vinculado al boom turístico, desde los años sesenta. La corrida *daliniana*, celebrada en agosto de 1961 en Figueras, es en el fondo una gran campaña de promoción turística; los carteles, realizados por Dalí, llegaron a comprarse por 500 pesetas de la época. Sastre escribiría en las páginas de *Línea* ese mismo año: “Los carteles de toros que actualmente se editan obedecen a un patrón común. ...Se debe desterrar totalmente la costumbre adquirida de que los carteles de toros de una ciudad sean gemelos a los de otra. ...En Murcia podemos hacer un concurso de carteles taurinos que patrocinen el Ayuntamiento, el Patronato Provincial de Turismo o los clubs y «peñas» taurinas ¿¡por qué no!?”. No serán satisfechas con prontitud estas demandas. Tendrá que venir el despegue del diseño gráfico de la transición para intentar recuperar, con fuerza y arte, el género.

Recién constituida la Comunidad Autónoma, en 1983, y con objeto de apoyar el Centro de Iniciativas Turísticas, se adquirió, según indica Monerri en *La Verdad* el 29 de abril de ese año, por 250.000 pesetas, una colección de 30 carteles taurinos antiguos de principio de siglo.

La plaza de toros de Valencia se plantearía en los ochenta renovar sus carteles taurinos, aportando en su gráfica aires de modernidad acordes con los tiempos. En 1985 Ramón Gaya realiza para el coso valenciano el cartel de la Corrida del Arte de 18 de marzo, previa al día grande de las fallas. Seis toros de Manolo González que lidian Antoñete, Curro Romero, Rafael de Paula, Curro Vázquez, Pepe Luis Vázquez y Luciano Núñez. En el cartel de Gaya (Fig. 37) la guapa con peineta, convoca a la corrida, recostada en su asiento con colorido mantón de Manila, sobre una escena taurina que refleja un pase torero de capote. Un cartel limpio. Alejado de excesos visuales y barroquismos pasados de moda.

En 1987 tendrán lugar en la región varios hechos revitalizadores de la fiesta desde el punto de vista gráfico: La Peña Taurina de Yecla organizó una exposición de antiguos carteles taurinos con el patrocinio de la Caja de Ahorros de Alicante y Murcia; son ochenta carteles cedidos por el Ayuntamiento de San Sebastián de los Reyes que abarcan desde el siglo XIX hasta los años cincuenta. Y para celebrar el centenario de la plaza de toros de Murcia se edita un cartel especial y programa de mano, recogiendo las Fiestas de Septiembre, que pretenden homenajear el coso taurino y dejar memoria del evento. El empresario taurino encargó el cartel al pintor José Puente; cartel de tono antiguo, con motivos taurinos –la testuz de un toro–, un paseo con palmeras, la fachada de la Catedral, guapas murcianas y una pareja bailando la Jota, que rodean un pliego de papel que recoge los ocho acontecimientos taurinos que tuvieron lugar entre el 5 y el 15 de septiembre; y, sobre el simulado pliego, una vista frontal de la plaza. El 3 de septiembre *La Verdad* escribe junto a la reproducción del cartel: “...A petición de los empresarios, el cartel refleja momentos típicos de la Murcia de siempre, donde se unen los elementos folklóricos y taurinos de nuestra tierra, sintetizados en una bella estampa. Sin duda, un cartel que todo buen aficionado deseará conservar”. El programa festero septembrino, diseñado por Vicente Martínez Gadea y Severo Almansa, sí resulta una original, novedosa, bella y magnífica propuesta gráfica; un capote torero que se despliega en un pequeño y coqueto abanico, en su interior el librito con la programación de los actos y una foto de la plaza con la inscripción 1887-1987, *Primer Centenario de la Plaza de Toros de Murcia*; un excelente trabajo ¡sí señor! Primer Centenario de la Plaza de Toros con interesante derivada, en la exposición que por este motivo celebró el Colegio de Arquitectos de Murcia como homenaje a Justo Millán y Espinosa del 16 al 30 de septiembre, anunciada con un magnífico cartel diseñado por Ángel F. Saura, que recogía la antigua foto del volumen de una cúpula, diseño del arquitecto, en plena construcción.

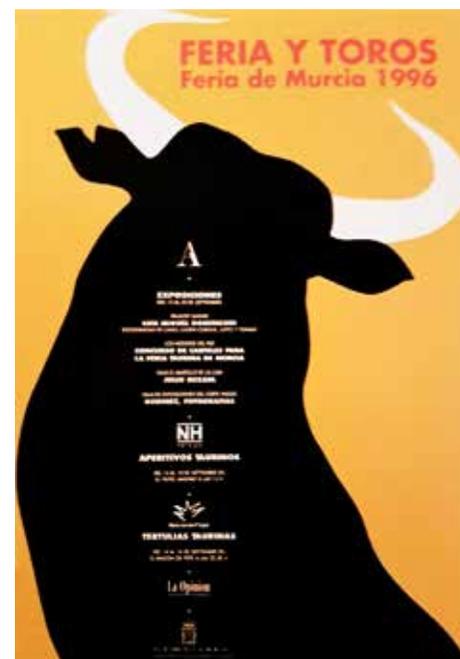
A partir de 1987 el Ayuntamiento de Murcia tendrá en su programación –sobre todo septembrina– un espacio, en el Centro de Arte Palacio Almudí, dedicado al arte de Cuchares; actividades que programa el director del centro Martín Páez Burruezo y que

contaron, en numerosas ocasiones, con la colaboración del Club Taurino de Murcia. El ciclo *Feria y Toros*, divulgado inicialmente con programas de mano cuyo diseño corrió a cargo de Severo Almansa y Vicente Martínez Gadea, y más tarde con carteles y folletos habitualmente diseñados por Julio García Abril o por Pedro Manzano –que hará entre 1996 y 2010 distintos trabajos, vinculados a la edición y al diseño gráfico, para Feria Taurina C.B., Sistedin S.L. y CajaMurcia, en Albacete, que giraron en torno al mundo taurino: el libro homenaje *Samuel Flores, la pasión por el toro*; la revista *Feria Taurina*; el volumen *La Corrida de España*; el logotipo de *AB Visión 6*, televisión local vinculada a Dámaso González; *Albacete, más de un siglo de carteles taurinos* y, en el año 2000, el cartel *Manuel Caballero, 6 Toros 6* para la plaza de toros de Albacete–. La serie de carteles de Julio García Abril referidos a *Feria y Toros* es un trabajo excelente, con esos carteles de exquisito y limpio dibujo, con un cromatismo contenido, casi austero, que no abandona jamás los rojos y los amarillos albero terrosos, y una composición construida con significativos –casi minimalistas– detalles taurinos que no caen nunca en lo vulgar; la sombra del toro en el albero en el cartel de 1994; el toro embistiendo con ímpetu la tipografía que da título al cartel en 1996 (Fig. 38); el detalle de los pies del torero, zapatillas y medias, aguantando a pie firme en la plaza en 2001; una rosa abandonada en el albero, acabada la lidia, para los carteles de 2002; el rojo intenso de las tablas en 2004; y de nuevo el rojo para simbolizar la mirilla del toril en 2006... El ciclo recogía tertulias, conferencias, premios y distinciones, y contó, a lo largo de los años, con exposiciones, en el Palacio Almudí o en la Sala Caballerizas de los Molinos del Río, cada una con su correspondiente catálogo y, a veces, con carteles anunciadores; la antológica *Julián Alcaraz (1876-1952)* en septiembre de 1988, con gráfica de Vicente Martínez Gadea y Severo Almansa será la primera muestra importante; a la que seguirían: *Tauromaquia*, *Juan López Fotógrafo (1914-1985)*; *Juan Martínez Lax, Esculturas*; *Cano, 50 años de fotografía taurina*; *Baldomero y Aguayo, fotógrafos taurinos*; *Museo Taurino de Córdoba*; *¡A los toros!*, con obras de Hernández Cano, Párraga y Ricardo Luis Zaragoza; *27 Ceramistas en la Fiesta de los Toros*; *Lucien Clergue "Picasso la Mirada y el Toro"*; *Plazas de Toros*; *El Círculo Solar*, fotos de Iñigo Bujedo; *Arte y Toros*, pinturas de López Soldevila y esculturas de Paco Bernal; *Luis Miguel Dominguín, visto a través de Cano*, Lucien Clergue, Juan López y Tomás; *Roberto Domingo (1883-1956)*; *Nicolás de Maya, Desde Dentro* –casi como complemento de la exposición, pues recurrió a un fragmento del cuadro *Cuerpo a cuerpo*, un detalle de las piernas de un torero aguantando a pie firme la embestida del astado, Nicolás de Maya realizó el cartel de las Fiestas Patronales de Cehegín de 2001, celebrando el Centenario de la plaza de toros de la localidad–; *Venancio Blanco, Temas Taurinos*; *Pedro Serna, Tauromaquias*; *Escultura y Toros*; *Manolo Prieto y los Toros*; *Juan Casado, Escenas Taurinas*; *Antonio Maya, Tauromaquia*; *Pintura y Toros*; *Manolo Belzunze, Cerámicas Taurinas*; *Lola Arcas, la Fiesta*; *Antonio Campillo, Cante y Toros*; *Muher, Feria y Toros*... lista interminable que lleva al 2013, con diseños de carteles y catálogos generalmente asumidos por Julio García Abril –que dirige y diseña *Albero*, cuidada publicación taurina, cuyo primer número aparece en septiembre de 2003, editada por Víctor M. Calzado Luna– o por Pedro Manzano.

Ramón Garza es otro pintor especialmente interesado en el cartel taurino. En 1989 realiza el cartel *Toros en el Día de la Región de Murcia*. Aunque sus piezas no se utilizarán siempre para anunciar corridas taurinas; es el caso de la serigrafía *6 Toros 6* realizada (Fig. 39) en 1993. Incluso toreros murcianos hubo que no pudieron resistirse al encanto del cartel taurino e incursionaron en el género. El torero lorquino Pepín Jiménez realizó en 1999 para la plaza de toros de Lorca, siendo él el único espada, un cartel taurino pleno de dibujos, símbolos y alegorías –esa eterna relación entre la luna y el toro–, que nos recuerdan los poemas y los dibujos surrealistas trazados por García Lorca.

Parece que la imagen de la *fiesta* y sus aspectos culturales han pasado a gozar de la precisa relevancia en el mundo del arte regional. Qué curioso que estemos en un tiempo en el que la mítica litografía valenciana Ortega, qué tanto había aportado al cartel taurino, cierre sus puertas, cosa que ocurriría en 1994; año en el que las corridas abriñas murcianas se anuncian con un cartel de José Lucas –autor de los carteles *Las Artes en la Tauromaquia* de 1994 y 1995, ciclo que patrocina CajaMurcia– que muestra un pase por alto torero.

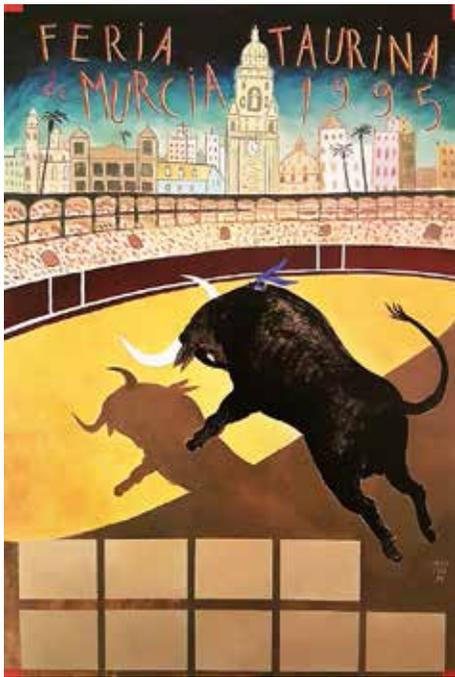
Tendrá especial importancia el periodo 1995-1998. La Concejalía de Cultura y Festejos del Ayuntamiento de Murcia, esos años bajo las directrices de Antonio González Barnés –en 1992 una pintura de su padre, González Conte, representando el tercio



(Fig. 38) Julio García Abril. *Feria y Toros*. Murcia. 1996.



(Fig. 39) Ramón Garza. *Seis toros seis*. 1993.



(Fig. 40) Jorge Fin. *Feria Taurina de Murcia*. 1995.



(Fig. 41) Mercedes Truán. *Feria Taurina de Murcia*. 2000.

de varas, había anunciado las corridas de la Feria de Septiembre–, confeso taurino, se propone dignificar los carteles con que se anunciaban las corridas de la feria taurina septembrina desde la convocatoria de un concurso en el que pueden participar artistas nacionales o extranjeros. El premio no es baladí, pues asciende inicialmente a 500.000 pesetas que se otorgarán al cartel ganador. El tamaño de los originales será de 100x70 cm, montados en soporte rígido para poder exponerlos –los carteles, tras selección de una veintena, se expusieron en las sucesivas convocatorias en la Sala Caballerizas de los Molinos del Río–; los originales contarán con espacio reservado para anunciar las corridas; el artista se compromete a dirigir la impresión de su boceto –todo un detalle hacia el autor de la obra ganadora–; el cartel premiado quedará como propiedad municipal y será donado a los fondos del Museo Taurino de Murcia. En el jurado se contó, las sucesivas ediciones, con el alcalde de Murcia; el propio concejal de Cultura y Festejos; el empresario de la plaza de toros; el presidente del Club Taurino; el director del Centro de Arte Palacio Almudí, Martín Páez, que organiza de facto la convocatoria; pintores: Avellaneda, López Soldevila, Manolo Barnuevo...; diseñadores: Julio García Abril, Pedro Manzano...; arquitectos y periodistas. Antonio González Barnés justifica, en el catálogo que recoge el primer concurso en 1995, la razón de la convocatoria: *“La Feria Taurina de Murcia, la afición de esta ciudad, la categoría de pintores murcianos que buscaron en la Fiesta el rincón de sus preferencias para mostrar su arte merecían que el Ayuntamiento impulsara que la imagen que ilustra el ciclo tuviera personalidad propia.*

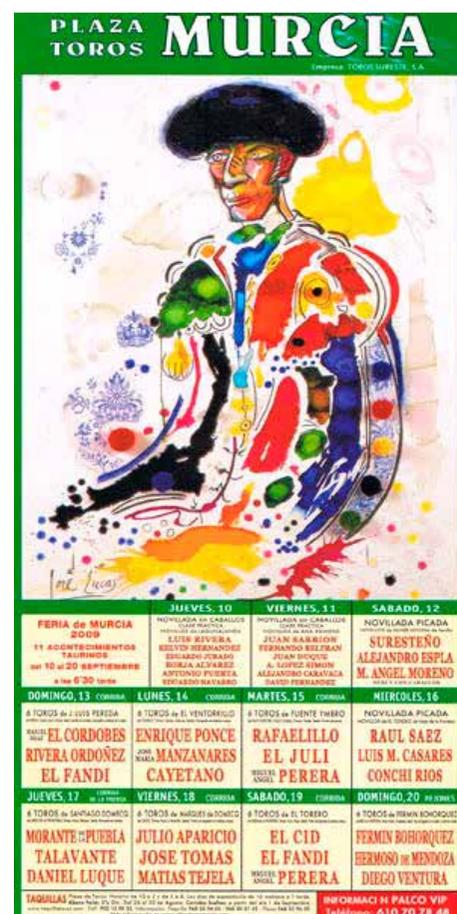
Por esta razón se ha creado el Concurso de Carteles Taurinos anunciadores de nuestras corridas septembrinas. Un concurso con el que se pretende que la imagen de Murcia esté ligada a la de los toros y que a la vez el cartel ganador pase a formar parte de la colección museística que el Club Taurino –fundado en 1887, su museo cuenta, en 1995, con unos 350 carteles, 25 de formato mural– ha cedido a esta ciudad.

*... Murcia anunciará desde este año y espero que muchos más, sus festejos taurinos con sus propias señas de identidad, al igual que lo hacen importantes ciudades y ferias (Sevilla, Madrid, Bilbao...), y la convocatoria de este concurso era oportunidad para que así fuese, a la vez que conseguía el doble objetivo de ofrecer una exposición de cartelería sin precedentes en la programación de la Feria de Murcia...”. A la convocatoria de 1995 se presentaron 40 obras –Párraga envió dos–, de las que se expusieron las 20 seleccionadas. Jorge Fin, pintor madrileño afincado en Balsicas, colaborador con Alberto García Alix en *El canto de la tripulación*, ilustrador en *Vogue*, *El Europeo* o *ABC*, resultó ganador de las 500.000 pesetas del concurso –cantidad considerada excesiva por algún crítico– con un cartel, impreso en 175x120 cm, que presenta un toro saltando al ruedo entre sol y sombra; sobre los tendidos una vista de Murcia y algunos de sus edificios emblemáticos (Fig. 40), la torre de la Catedral, las Claras, Santo Domingo. Las bases especifican la necesidad de incluir motivo de la ciudad o la plaza en los bocetos. El pintor aclara el 28 de julio a José María Galiana: *“Es la primera vez que hago un cartel de toros... Luego, al ser obligado que figurase algo característico de Murcia, incluí al fondo una serie de edificios emblemáticos. Pero lo importante está en el albero”.**

El cartel ganador en 1996 fue una pintura de Pedro Borja. En un espacio extraño, casi de arquitectura fingida, en lo alto de una escalinata, bajo las bóvedas de acceso a las gradas de la plaza de toros de Murcia, el torero entra a matar ante un falso escenario que cierra la perspectiva; un juego de volúmenes, planos y arquitecturas, sutilezas y esfumatos, que nos envían señales del interés que Borja tiene en ese momento –lo ha tenido siempre– por reflexionar sobre la obra de Velázquez. Un cartel poco usual pero no por ello menos interesante, que Borja acometió animado por Martín Páez y que puede insertarse en su serie alrededor del mundo taurino: *Toros y pan del panadero* que se extendió entre los años 1996 y 2000.

Julio García Abril obtuvo el premio en 1997 con un toro que empuja o juguetea con la torre de la catedral. En 1998 será una pintura de Mercedes Martínez Meseguer la elegida entre las veinte obras expuestas: visión curiosa de la plaza; en tono cálido, abrasador, los tendidos y el detalle del mantón de Manila, de contrastado azul, descansando en el antepecho de las desiertas gradas; cartel sugerente, casi mágico, ganador de un premio ahora de menor dotación: 250.000 pesetas.

Ya entrado el siglo XXI otros carteles se han realizado para anunciar las corridas de la feria septembrina, encargados a pintores, algunos con reconocida trayectoria. Carteles que han representado *la fiesta* con desigual fortuna. Carteles que encarga la plaza de toros de la Condomina desde el año 1999 que los realiza Martínez Gadea. En 2020, Ángel Bernal –la familia Bernal gestiona el coso murciano desde 1933– presentó un magnífico cartel taurino realizado por la pintora bilbaína Mercedes Truán, que había realizado un año antes el cartel de la Feria de Bilbao; sobre la cabeza de un toro huertano y torero, bajo palmeras, ante un paisaje con el río y la torre de la Catedral, miran de frente al espectador (Fig. 41). Al hermoso *afiche* del 2000, siguió en 2001 un cartel del pintor madrileño Bernardo Torrens; en el burladero un clavel y, colgando, el sombrero de un picador. En 2002 se imprimió un excelente cartel realizado por el pintor de Guadix Agustín Reche Mora –casado con Mercedes Truán, y que había realizado en 1997 el cartel de la Feria de Bilbao–; en un paisaje junto al río, en el que aparece el Huerto de las Bombas, la Catedral y el Puente Viejo, el torero Victoriano de la Serna se dispone a pegar un trincherazo al toro de Concha y Sierra; un bonito cartel taurino, sin duda, obtenido a partir de una fotografía del año 1939 realizada en la plaza de toros de Córdoba. A esta serie de elaborados y minuciosos carteles, basados en pinturas de atmósfera romántica y sensitiva, seguiría en 2003, una pintura de cuidado detalle fotográfico, casi hiperralista, con utillaje, trastos y otros adornos del torero: espadas, montera, capote de paseo con preciosista bordado de la Virgen de la Fuensanta, en línea con otros trabajos de Nicolás de Maya –autor en 1999 del cartel de inauguración de la plaza de toros de Abarán–. En 2004 Reche aportaría a la plástica taurina otra bella imagen: un retrato de Belmonte de pie, ante un valle murciano con *casa torre* incluida. El tercio de banderillas, con la plaza de toros de Murcia vista desde la arena, una pintura de Andrés Castellanos, Premio Nacional de Dibujo y Pintura, sirvió para anunciar las corridas del 2005. Y, luego, una serie de carteles más anodinos, con cierto sabor antiguo, pinturas que tienen sus raíces en una rancia tradición folklórica: una vista exterior de la plaza, a la que llega el público vestido de época –un gouache de 120x85 cm del peruano Humberto Parra– en 2006; toreros en el paseillo y una escena de aire huertano y catedral, realizada por Parra, que recoge, en primer plano, a Pepín Liria toreando, difundieron las tardes taurinas de la Feria de Septiembre en 2007. En 2008 se editaría un hermoso cartel, realizado a partir de un cuadro de Pedro Cano, extraído de un tríptico del blanqueño que preside un salón de la casa del torero Pepín Liria, en que aparece éste de espaldas con vestido goyesco, para celebrar la corrida del 12 de octubre, a beneficio de los niños con cáncer, con la que Liria anuncia su retirada. Un colorido torero, de trazo expresionista, salido de los pinceles de José Lucas anunció los 11 acontecimientos taurinos celebrados entre el 10 y el 20 de septiembre de 2009 (Fig. 42). Pedro Serna fue el autor del cartel de 2010; una *verónica*, lance sin toro de Morante de la Puebla, acuarela realizada en la Feria de Pentecostes en Nimes (Fig. 43); Serna siente devoción por los toros y el flamenco y ya había mostrado su *Tauromaquia* en el Almudí ocho años antes; nunca de memoria: “...Pedro Serna llega al tendido, toma asiento, saca sus útiles de dibujo y se pone a contemplar ese vértigo barroco, esa teatralización acelerada, ese remolino de oro y sangre”, así describe Felipe Benítez Reyes al pintor en la plaza. En 2011 una ilustración cómica de Alberto Sevilla sirvió de presentación a las corridas; el torero se envuelve en el capote ante la embestida del toro que, más que abandonar el toril, parece querer abandonar la plaza. Para celebrar en 2012 el 125 Aniversario de la plaza de toros de Murcia el cartel de las corridas septembrinas se encargó a Muher –en mayo, la celebración del Aniversario, conjunto con el Club Taurino, y las actividades que piensan celebrarse al paio de la efemérides, se anunciaron con un cartel de Martínez Cánovas, una pintura realista, silla con capote de paseillo y claveles–; Francisca Muñoz y Manuel Herrera recurrieron a una impactante vista frontal del coso murciano; sangre y oro; rojos, fucsias, amarillos, tostados... (Fig. 44) sirvieron para componer una arquitectura más presentida que real, envuelta en una poética y ensoñadora atmósfera no carente de dramatismo y tensión; el cuadro, un tríptico en realidad, formó parte de la exposición “Muher, Feria y toros” que desde el Almudí itineró por distintas ciudades de la geografía nacional. La pintora murciana, residente en Barcelona, María Franco Docavo, autora del cartel de la Feria del Toro de los Sanfermines 2011, volvería al tema del torero envuelto en un capote de paseo, trazos *fauvistas*, matissianos, para divulgar las corridas de 2013. Una foto de Conrado Abellán, fotógrafo aficionado, con la terna



(Fig. 42) José Lucas. Plaza de Toros Murcia. 2009.



(Fig. 43) Pedro Serna. Plaza de Toros Murcia. 2010.

ensimismada abriendo el paseillo, fue el motivo –quizá excesivamente simplista, dados algunos carteles anteriores– utilizado en 2014. La poderosa cabeza de un toro bravo, en rojos y negros, de evidente similitud con *Cabeza IV*, pintada por Nicolás de Maya en 2001 –formando parte de la colección que se expuso en el Almudí, titulada *Desde Dentro*–, fue la base del cartel anunciador de la Feria Taurina de 2015 (Fig. 45). Ese año se repartieron 10.000 abanicos troquelados en cartón para animar al comercio murciano, cuyos escaparates se engalanaron con motivos taurinos. Un torso torero verde y oro, con capote de paseo, de Alfonso del Moral, anunció en 2016 las corridas septembrinas. Un torero *naif*, sentado en alta silla andaluza, pintado por Pina Nortes –en línea con sus series taurinas de los ochenta– anunció en 2017 los festejos taurinos de septiembre del coso murciano que gestiona Toros Sureste S.A., y parece sentir predilección por encargar a pintores sus anunciadores: Esteban Bernal pintó un *picaor* en el cartel de 2018 –ese año Nicolás de Maya realizará para el coso murciano el cartel *II Congreso Internacional de la Tauromaquia*–. Salvador Romera realizó una cabeza de toro, semiabstracta, *naif*, para anunciar corridas septembrinas en 2019. En 2021, tras la pandemia, el autor del cartel –mancha que semeja testuz de un toro– será Antonio Ballester. Javier de Juan en 2022, Martínez Gadea en 2023 y Miguel Fructuoso en 2024.

Para publicitar la necesidad de solidaridad con sucesos luctuosos se editarían carteles taurinos. Ahora para anunciar el festival picado a beneficio de los damnificados del terremoto de Lorca del 11 de mayo de 2011. El fin es recaudar fondos para apoyar la reconstrucción de la ciudad. El diseño del cartel de Juan Irazo de Cultoro.com y colaboración de Decoramaquia.com, no deja lugar a dudas, un ladrillo roto, una piedra y un trozo de metal han servido para recrear un objeto cuya forma quiere semejar un toro. Una obviedad que aquí no resulta estúpida sino emocionante, dramática. El 3 de julio de 2011 se celebra en la plaza de toros de Murcia la corrida, con reses donadas por diferentes ganaderías para los diestros Ponce, Liria, Morante de la Puebla, Juli, El Fandi, José Mari Manzanares, Talavante y el novillero lorquino Miguel Ángel Moreno. Cartel atractivo en la forma y en el contenido. Tras el terremoto el coso lorquino sigue celebrando corridas; en 2016 un cartel, que realiza el pintor manchego Remy López, anunció el mano a mano celebrado en septiembre, entre Rafaelillo y Paco Ureña.

En Calasparra, para celebrar la Feria Taurina del Arroz y los encierros, se imprimirán impactantes carteles con el toro como protagonista. Muchos de ellos, como el de los Encierros de 2002 y 2016 –realizado por José López– con motivos fotográficos; y otros, como el cartel de 2011 realizado por el ceheginero Juan Corbalán, que resultó premiado ante otra veintena de carteles presentados a concurso, serían pinturas de tono costumbrista representando calles, toros y corredores. El grupo M&T compone el de 2010 con una testa de toro que parece salida de los pinceles de Nicolás de Maya. Cabeza de toro –rompiendo el marco de un cuadro, en un guiño escultórico– que sí realizó el pintor para el anunciador de los encierros calasparreños de 2012. Tema retomado por el pintor Luis Fernández –autor en 2009 del cartel anunciador de la corrida goyesca realizada para celebrar los 10 años de la plaza de toros de Abarán– en 2015 con una testa semejante. Alcázar recurrió para la Feria y Fiestas, dos años antes, a un tema taurino de factura *naif*, el torero en el paseillo con capote de paseo que lleva bordada la Virgen de la Esperanza. Elegantes carteles, con poderosos toros negros y ligeros toques amarillos –que quizá quieran representar el guiso en la paellera– sobre fondo blanco, para difundir las corridas de la XXVI Feria del Arroz en 2015. Corrida que un año antes se había publicitado con un cartel, de fuerte manipulación informática, editado por Publiscala con el rostro de un torero.

También Blanca y Moratalla –Fiestas en Honor al Santísimo Cristo del Rayo– anuncian con carteles sus tradicionales encierros.

Los Encierros de Blanca se difunden en 1993 con la edición de 2.000 carteles; y en 1994 el Encierro de Blanca se anuncia con 1.500 carteles, ilustrados con una fotografía de José María Molina Galera, que se agotaron. Un cartel especialmente atractivo fue el diseñado en 2002 para divulgar el festejo agosteano del encierro, declarado de interés turístico regional, que creó Fidel Molina. Blanqueño de adopción, Fidel Molina, nacido en Madrid en 1971, tenía amplia trayectoria en el mundo del diseño gráfico, la animación virtual, el cómic, la creación de páginas webs y los juegos de simulación, realizando trabajos para el Servicio Andaluz de Salud, Disney, Planet Hollywood, Wanadoo, Antena 3, *PlayBoy*, Ono, Telefónica, y se había responsabilizado de las simulaciones web de las películas *Fausto*



(Fig. 44) Muher. 125 Aniversario Plaza de Toros de Murcia . 2012.

5.0, *800 balas* y *No debes estar aquí*. En el cartel de Molina –que podría enmarcarse en la tendencia de la nueva figuración– la manada de toros está a punto de alcanzar a los corredores de los que solo vemos el detalle de las piernas y sus sombras. Carteles figurativos y ambiente costumbrista de evidente continuidad, así lo atestiguan los carteles de los encierros de Blanca de 2007, realizados por Antonio Yelo; los toros a la carrera en el cartel de 2012; toros en las calles de la localidad en el anunciador de 2014 realizado por Cristóbal Pérez; 2015, de nuevo un trabajo de Fidel Molina, que pintó un óleo sobre tabla titulado *Entrando a la plaza* y representa un tramo del encierro correspondiente a la calle Federico Servet, con los toros enfilando la plaza ante un público emocionado; 2016, huellas de corredores y toros en el asfalto, una pintura de Torregar; y 2017, un cartel realizado por Daniel Cutillas. Pinturas... un año tras otro, que servirán de base a los carteles.

Los carteles de Moratalla, que diseñó entre otros Pablo Portillo, no han escapado en los últimos años a alguna polémica. En 2013 el cartel jugó con fondo rojo y el texto *Moratalla* para configurar el cuerpo de un toro a la carrera, recogido por dos amenazadores cuernos en la parte superior, y el rabo, que es continuación de la "A", en la inferior; un cartel en la estela de los anunciadores de los encierros de Tudela 2006 o San Fermín 2008, que indican la creciente importancia del *lettering* como recurso gráfico. La polémica vino de la mano del cartel que anuncia los encierros de Moratalla en julio de 2014; hasta el punto de que el diseñador, Antonio Jesús Sánchez Navarro, ganador del concurso convocado al efecto, tuvo que renunciar a los 200 euros del premio, ya que se le acusó de plagiar el cartel del 13 Festival de Cine Español de Málaga de 2010, cartel que también plagiaría Podemos un año después, en 2015, para convocar a una asamblea en Mérida; algunas figuras incorporadas en los tres carteles indican la similitud entre ellos, pero habría que indicar que el primero de los carteles, el original malagueño de Barfutura, bebe de una fuente evidente y relevante en el panorama de la pintura española contemporánea y del diseño nacional: Juan Genovés; de sus personajes, de sus *multitudes* que marchan en busca de un nuevo horizonte por descubrir o, quizá, tan solo estén huyendo del vacío –tampoco es desdeñable sugerir que imágenes de folletos y carteles se compusieron con estos grupos de personajes, que parecen, vistos desde el aire, marchando o en animada charla, realizados a partir de los recursos de dibujos vectoriales proporcionados por distintos paquetes informáticos, utilizados sobre todo en la presentación de proyectos de arquitectura; excelente ejemplo es la portada del programa de festejos *Fiestas de Mayo de Alcantarilla 1992* que compuso Likomur, o aún más reciente el cartel que publicita la Fiesta de Nochevieja en la plaza de toros de Murcia en 2017–. El cartel de Sánchez Navarro no se imprimió, puesto que se sugirió, además, que los toros representados en la propuesta de cartel tenían asombroso parecido con las ilustraciones de toros de Kukuxumusu, que poco tiempo antes había presentado el cartel con el que Caravaca anunciaba la candidatura de Los Caballos del Vino a Patrimonio de la Humanidad –con la imagen de Kukuxumusu, una viñeta casi de dibujo animado, sobre fondo rojo, en la que cuatro corredores espolean al engalanado caballo, Caballos del Vino optó a Mejor Fiesta de España–. El cartel finalmente impreso para los encierros de Moratalla 2014 sería una anodina propuesta en dos tintas, negro para el toro, que parece una sombra penetrando en un círculo blanco cuajado de rayas, y rojo para algunos textos y parte del fondo. El anunciador de los encierros en 2015 mezcló dibujo de aspecto ingenuista –casi de Kukuxumusu– con una foto general de la localidad moratallense tratada con ordenador. En 2016 la Mayordomía de las fiestas del Santísimo Cristo del Rayo planteó contar con una imagen corporativa que difundiera la fiesta y las tradiciones en torno a ella; encargando a Chillypills Comunicación, una agencia publicitaria especializada en branding e imagen de marca, la campaña, realizada finalmente bajo el eslogan «Mira, Moratalla» y un logo compuesto con una "M" que semeja testuz y cornamenta de un toro, que se incorporó a los carteles.

La recuperación de un cartel de toros con nervio propio, en los festejos que celebra la región, no es solo una línea a seguir, es una propuesta plástica en la que es conveniente profundizar en aras de recuperar y dignificar uno de los géneros artísticos más antiguos y con más solera en este país: el del cartel taurino. Como anécdota y colofón del capítulo una curiosa información que da idea de la unión del festejo taurino con el arte, el coleccionismo de carteles y el propio sentido de la historia: En septiembre de 2011 los aficionados taurinos arrancan y se llevan el cartel de la última corrida de la Monumental de Barcelona del 25 del corriente; obra de Miquel Barceló; torea José Tomás, Morante de la Puebla, el Juli, José Mari Manzanares, Mora y José Marín.



(Fig. 45) Nicolás de Maya. Plaza de Toros de Murcia . 2015.



Fiestas de Abril en Murcia. 1911.

4 GANAR ES LA META

A lo largo de los primeros años del siglo XX la prensa local informaba puntualmente a sus lectores de las convocatorias artísticas o literarias, en cualquiera de las posibles modalidades, que se celebraban en España, poniendo especial énfasis en aquellas cuyo objeto es diseñar cartel anunciador de un nuevo evento o producto. Animaba a participar en ellas y daba cuenta de los ganadores. El 5 de octubre de 1901 *El Diario de Murcia*, en su "Sección de Publicaciones", reseña el último concurso del que ha tenido noticia su redacción:

"Blanco y Negro" anuncia en su interesante número de esta semana un «Concurso de Carteles Artísticos», que seguramente será como los anteriores, un nuevo triunfo para la popular revista madrileña, que cada día adquiere mayor perfección, como son prueba evidente en este número varias planas en color de Emilio Sala, García y Rodríguez, Huertas, Varela y Sáenz; una historia cómica de los juegos florales, y una intencionada nota política de Xaudaró.

La excelente información fotográfica de «Blanco y Negro» le permite dar en sus actualidades notas como los funerales de Mac-Kinley en el Capitolio, la esposa del nuevo presidente de los Estados Unidos y la exposición de Segovia. Además, para el elemento femenino tiene este número un poderoso atractivo en el suplemento de «La Mujer y la Casa» donde podrán ver las últimas novedades en «toilettes» y mobiliario de gusto modernista."

La reseña no solo deja ver que la revista recurre a los concursos para dotarse del aporte fresco de nuevos artistas que colaboren en sus páginas, también muestra su firme compromiso con la estética modernista y *decó*, ese *Estilo 1900* que constituirá una seña de identidad de la publicación y que se dilatará hasta el final de la segunda década del siglo, solapándose al empuje de las vanguardias. Del texto podemos deducir que *Blanco y Negro* constituye un tipo de semanario novedoso, una revista de variedades dotada de los últimos adelantos de impresión y usa, además, de la fotografía para llegar con premura, atractivo y exactitud, a las más amplias capas sociales. Pretende el semanario marcar un estilo de vida, dictando normas sociales y proponiendo comportamientos que lleguen a los aspectos más íntimos y domésticos de sus lectores. Estamos ante una revista con planteamientos muy *modernos*, que servirá de semillero de ilustradores gráficos y artistas. Fundada en 1891 por Torcuato Luca de Tena y Álvarez Osorio será el origen de *ABC* y *Prensa Española*. En sus páginas colaborarán prestigiosos nombres de la literatura nacional de la Generación del 98, Antonio Machado, Azorín o Emilia Pardo Bazán. Contó, para sus portadas y páginas interiores, con los mejores ilustradores del momento, algunos muy vinculados al cartel: el versátil Xaudaró, de estética orientalizante y japonésista; el italiano Chiorino, que nos permite entrever la huella de Beardsley; Apelles Mestres; el crítico Sancha; el elegante Penagos; un sofisticado Ramón Manchón; el archenero Medina Vera y, más tarde, Gil de Vicario, temporalmente murciano de asiento; y Ramón Gaya, cuyo Museo acogió en junio de 2012 las colaboraciones realizadas por el pintor para *Blanco y Negro* en 1932 y *ABC* en 1961.

A principios del siglo XX certámenes y concursos referidos a Bellas Artes y Literatura se extendían por toda la geografía nacional. La tradición de estos certámenes viene de lejos.

Las Exposiciones Nacionales se crean en 1853 por un Real Decreto, sancionado por Isabel II en 1854, iniciando sus encuentros bianuales en 1856. Su objetivo es constituirse en medio eficaz para promover los adelantos y estimular el noble entusiasmo de los artistas. Durante el Periodo Isabelino primero, y luego durante la Restauración, constituirán el evento artístico más importante de todos los que se celebraban en el país. A un nivel más cercano los Juegos Florales eran parte obligada del programa de festejos de todas las ciudades y pueblos de la provincia; anunciados por carteles, a la antigua, tipográficos y orlados. El pasquín de los *Juegos Florales* artístico-literarios –certamen impulsado en Murcia por Fuentes y Ponte hacia 1873– que celebra la capital de la provincia en mayo y septiembre de 1878 es buen ejemplo de esta tipología: una simple orla, de corte neoclásico, encierra la información tipográfica, flores naturales, medalla y batuta de plata, jazmines de oro y maravillas áureas, coronas de laurel... para los ganadores de las mejores composiciones poéticas o musicales, los mejores cuadros, artículos, esculturas o estudios históricos. Jumilla publicaba con carteles sus *Juegos Florales de Agosto*; en 1888 el diario *La Paz* informa de las distintas modalidades en las que se puede concurrir al certamen. Las vecinas ciudades de Alicante y Albacete anuncian sus certámenes literarios de primavera en los periódicos murcianos y a través del envío de carteles. Con carteles se anunciarían en 1908 los juegos florales que celebró la capital manchega para conmemorar la epopeya del *2 de Mayo*.

La efervescencia cultural, que han propiciado las instituciones a lo largo del XIX, impulsando exposiciones y concursos, salones y academias, servirá de germen para profundizar en la identidad nacional y local y, después del *desastre del 98*, para reflexionar sobre la sociedad española, impregnada de un profundo pesimismo. Las críticas al sistema político que propugna la Restauración son continuas desde los primeros años del siglo XX, creando un estado de opinión que refleja la crisis de la monarquía y de las instituciones. El regeneracionismo dibuja una España frustrada y pesimista cuya única posibilidad de solución política, económica y de orden social está en la pronta asimilación de los sistemas parlamentarios europeos y en la ruptura con un ancestral caciquismo que propiciaba el exceso de concentración de poder en manos de la oligarquía. La cultura pretende jugar un papel en la recuperación del sentimiento nacional. Estamos en una época de conflictos políticos y sociales, pero de gran dinamismo y empuje en los aspectos culturales.

Artistas e intelectuales indagarán, al cambiar el siglo, en la cultura popular y el folklore, a la búsqueda de valores que permitan revisar la situación del país, pero también construir sobre ellos una nueva identidad nacional, siendo al mismo tiempo receptivos con los novedosos movimientos artísticos del momento, especialmente con el Modernismo. El cartel no será ajeno a estas inquietudes, pues es un instrumento perfecto para divulgar los hallazgos estéticos y resaltar las identidades.

Los artistas murcianos, que fundarán en marzo de 1919 la Asociación de Escritores y Artistas, participarán de forma asidua en concursos y certámenes. El cartel es una especialidad a la que no van a renunciar. Un concurso de carteles supone prestigio y rápido reconocimiento –la prensa suele dar notoriedad y difusión a los resultados de los mismos– y, desde luego, unos ingresos nada desdeñables, pues los encargos son, por lo general, escasos.

En 1888 *La Paz* y *El Diario de Murcia* dan cuenta del dictamen emitido por la Comisión de Propaganda de la Exposición Regional de Madrid, encargada de calificar el boceto del cartel artístico anunciando la exposición, que ha determinado sea realizado por Manuel Pico y López –que se presenta con el lema «*Pizarro*»– en el establecimiento litográfico de D. José María Mateu. El pintor murciano, establecido en Madrid, asiduo colaborador en *La Ilustración Española y Americana*, obtendrá ese año el 2º Accésit en el certamen que organiza la publicación con la obra *El Sueño de Colón*, y el año siguiente el Primero con *La Patria, 1808*.

Y es que las noticias y comunicados sobre certámenes artísticos y concursos para la realización de carteles o, simplemente, de viñetas e ilustraciones para publicitar fiestas, eventos o marcas, son continuas en la prensa murciana desde finales de la década de 1880. *La Paz* informa el 22 de marzo de 1889 del concurso de viñetas para realizar el

cartel de la Fiesta de Coronación de Zorrilla en Granada. En 1895 el mismo periódico da cuenta de que se han presentado once artistas al concurso para realizar el cartel de los festejos sevillanos primaverales de la Feria de Abril. La marca "Anís del Fígaro", siguiendo la tendencia marcada por la Casa Vicente Bosch dos años antes, convoca un concurso de acuarelistas para el proyecto de composición de un cartel anunciador; el premio al ganador 500 pesetas y un accésit de 250; *El Heraldo de Murcia*, el 15 de noviembre de 1899, se encarga de difundir la convocatoria.

En mayo de 1899 la Junta de Fiestas del Ayuntamiento de Cartagena acuerda aprobar la realización de la Velada Marítima, y la presentación de bocetos y diseños de embarcaciones que deseen concurrir al evento. También acuerda la celebración de un concurso libre para elegir el cartel anuncio de la Feria de Agosto que se ha de celebrar en la ciudad y el programa de festejos. Las bases del concurso de carteles y programa se difunden a través de la prensa –*El Heraldo de Murcia* las publica el 15 de mayo– redactadas de forma precisa y clara:

1º. *Se admitirán los bocetos, presentados en la forma que más adelante se dirá, en la Secretaría del Excmo. Ayuntamiento hasta las doce del día 1º de junio de 1899, entregándose al señor secretario de los dichos bocetos, bajo recibo.*

2º. *Estos bocetos, de asunto libre, se presentarán por el procedimiento de representación gráfica que conviniese al autor, ajustándose el boceto del cartel-anuncio a las dimensiones siguientes: 0,40 metros de ancho por 0,80, como mínimo, metros de alto; y el programa, de marco 0,18 metros de ancho por 0,30 metros de alto, no autorizándose a emplear en su colorido como máximo, más que ocho tintas distintas.*

3º. *Acompañando á los bocetos, que se distinguirán con un lema, se entregará un sobre lacrado y cerrado con el mismo lema, que encerrará pliego con nombre y señas del domicilio del autor.*

4º. *Los premios que otorgará a los autores la Comisión Popular consistirán: al mejor boceto de cartel anuncio, 350 pesetas, y al que resulte premiado del cartel de mano 150 pesetas, y la forma de adjudicación será la siguiente: El día 2 de junio, a las doce de la mañana, se reunirá la Subcomisión Artística de Festejos, que inmediatamente procederá a la calificación de los trabajos estableciendo una terna para cada premio si hubiere trabajos que lo mereciesen, y aquella misma tarde se reunirá la comisión popular en pleno, quién en presencia de los trabajos calificados por la Subcomisión Artística concederá los premios a cualquiera de los señores comprendidos en las ternas, abriéndose los pliegos que contengan los nombres de los premiados y entregándose en el acto su importe si se hallasen presentes, quedando los trabajos premiados de propiedad de la Comisión y devolviéndose al siguiente día, previa presentación del recibo los no premiados.*

Los autores de los bocetos premiados se obligarán a entregar el dibujo á tamaño de ejecución a la Junta en el término de 6 días a contar del 2 de junio.

Miguel Díaz Spottorno, que será el mejor representante del diseño gráfico modernista en Cartagena, resulta ser, por mayoría, el ganador del concurso con el lema «*Batalla de Flores*». Manuel Sanz Belmás, discípulo de Wssel, recibe el 2º Premio, el lema: «*Un Aladroque*».

La fiebre por informar y participar en concursos de carteles es tal que se informa tanto de los que se convocan a nivel internacional, en capitales lejanas –*El Diario de Murcia* informa, el 15 de agosto de 1900, del que ha convocado el Cuerpo de Bomberos de Berlín para celebrar su Cincuenta Aniversario, con un premio de 1.000, 500 y 250 marcos para los ganadores–, como de aquellos más accesibles para los artistas locales, pues son convocados por ciudades y poblaciones cercanas. En 1901 la vecina ciudad de Alicante saca a concurso el cartel anunciador de los festejos de agosto, especifica que la estampa tendrá un tamaño de 270x120 cm y aclara que los bocetos se realizarán al menos a un cuarto de esas medidas y preparados para litografiar; el ganador recibirá un premio de 500 pesetas y los bocetos presentados se expondrán en los salones municipales, imprimiéndose en la litografía Muñoz el ganador. El establecimiento litográfico de D. Paulino Ventura Traveset, de Granada, anuncia el año siguiente concurso, con un premio de 2.000 reales, para elegir el cartel de las Fiestas del Corpus en esa ciudad; la prensa da cuenta del certamen, indicando los plazos de admisión y el tamaño de los bocetos que se imprimirán a 250x127 cm.

Cuando se resuelve el concurso de carteles anunciadores de las Fiestas de la Merced de Barcelona del año 1902, *El Liberal de Murcia* se hace eco del fallo el 17 de agosto, pues se ha presentado el pintor archenero Medina Vera. La noticia es relevante, al haber habido discrepancias con el fallo del jurado al determinar el ganador del concurso. Medina no ha ganado el certamen, pero, al parecer, algunos miembros del jurado hubieran preferido su propuesta como cartel de las fiestas.

Medina Vera será premiado dos años después, bajo el lema «*Felisa*», en el concurso de carteles que convoca la compañía de Seguros Anónima “El Día” para elegir la imagen de la marca. El arquitecto que está cambiando la faz de Cartagena, Víctor Beltrí, se encuentra en el jurado. El premio es de 500 pesetas. La prensa adjetiva el cartel de elegante, original y *sintético*.

El adjetivo *sintético* –referido a su capacidad de síntesis, de comunicar una idea con los elementos plásticos justos y precisos– no deja de ser curioso, pues indica claramente que los gustos estéticos han cambiado. Gómez Carrillo lo plasma en un artículo que aparece en la sección “París” del *Liberal de Murcia* de mayo de 1904: “*Si es verdad que los carteles ilustrados y los anuncios teatrales indican los gustos de las grandes ciudades modernas, tenemos que confesar que París ha dejado de ser aquella alegre Babilonia de que hablaban nuestros padres, por ninguna parte, en efecto, se ve ahora el menor rótulo alegre ni la más insignificante estampa galante, ya no es Cheret el pintor callejero de moda. Sus dionisiacas policromías que anunciaban bailes públicos y públicas fiestas galantes han desaparecido, cediendo el sitio de honor en los muros grises a otros carteles menos alegres, menos ligeros, menos variados, lo que prima en nuestros días es lo rojo y lo negro...*”. Gómez Carrillo se ha dado de bruces, en París, con los carteles de Steinlen, tan proclive a magnificar escenas domésticas y cotidianas, con colores cercados por líneas rotundas; con el hierático y bizantino Art Nouveau de Mucha, puesto al servicio de Sarah Bernhardt, el licor “Benedictine” o el papel de fumar “Job”. Aunque la vehemente cita al rojo y al negro pudiera hacer pensar que ha visto *Lucifer Girl*, el diabólico cartel de Víctor Schufinsky que anuncia un night club parisino. O que ha tenido un encuentro desagradable con el fiero can que rompe sus cadenas en el cartel que anuncia la revista *Simplicissimus* de Theodor Heine, cosa imposible por lo incoherente del tiempo y el lugar, Carrillo no está en Munich en 1897. Pero, es evidente, el Modernismo se ha impuesto y los gustos –expresionismo incluido– han cambiado.

En 1906 Medina Vera será el autor del cartel anunciador del periódico murciano *El Demócrata*, que, ¡cómo no podía ser de otra manera!, el propio diario tacha de hermoso.

Pintor, escenógrafo, decorador, ilustrador, actividades desempeñadas por la gran mayoría de artistas de la época, la trayectoria recorrida por Inocencio Medina Vera es corta –fallece en 1918 a los 42 años– pero dilatada e intensa. En 1897, mientras realiza el servicio militar, en una Cartagena que se debate entre la pujanza económica que aporta la minería, los incipientes movimientos obreros y el pesimismo que llega de ultramar a una ciudad de fuerte carácter militar, prepara la puesta en escena –figurines y decorados– de *El Rentó*, que será estrenada en el Teatro Principal de la Ciudad Portuaria; obra dramática que ha escrito su primo, el poeta Vicente Medina, con el que colaborará a lo largo de toda su vida. En 1900 participa, junto al pintor Antonio de la Torre, en la remodelación del Teatro de Romea –el incendio de 1899 ha arrasado la decoración de figuras femeninas personificando a las Musas realizada por Federico Mauricio– y en la realización de las nuevas pinturas del techo del patio de butacas, la embocadura del escenario, las escocias y el vestíbulo. En 1903 decora un café en la calle de la Marina Española en Cartagena y el Café Moderno de la Unión. En esas fechas realiza la decoración mural de una estancia del nuevo Palacio Consistorial de Cartagena; la alegoría de la ciudad –finalmente colocada en la antesala de la Alcaldía– describe la Cartagena minera y marinera. Desde 1902 el pintor colabora asiduamente, requerido por Luca de Tena, con *Blanco y Negro* y *ABC*, pero sus ilustraciones y portadas han iluminado otras revistas y publicaciones de la época, algunas de corte satírico: *La Esfera*, *Alegría*, *Madrid Cómico*...

Tanto en su pintura decorativa mural, como en muchos de sus cuadros, Medina Vera está comprometido con la estética *modernista*. La alegoría a Julián Romea, que decora el techo del patio de butacas, del teatro murciano, con el busto del actor entre las musas del teatro y la poesía, centrada por el personaje alado caracterizado de mariposa;

y las danzantes, que simbolizan la primavera, en uno de sus lienzos de 1903, pintado para decorar el Café Moderno de la Unión, así lo confirman, pues dejan entrever la relación con obras de otros artistas influidos por los mismos gustos estéticos. La *Alegoría de la Primavera* muestra su claro parentesco con el cartel de la *Primera Exposición de Artes Decorativas y Modernas de Turín*, realizado por el italiano Leonardo Bistolfi en 1902.

Pero Medina Vera no renunciará a la tradición y a las tradiciones, debatiéndose entre un espíritu clasicista –manifestado en el cuadro *Dar de beber al sediento*, que presenta en la Exposición Nacional de 1899–, el costumbrismo de la tierra murciana, rural y levantina, y el cosmopolitismo que le aporta Madrid y sus viajes por Iberoamérica –en 1912 viaja por primera vez a Argentina, a instancias de Vicente Medina y el poeta Cabestany, como director gráfico de la revista *La Semana Universal*–. En sus cuadros de ambiente costumbrista, *Un bautizo en la huerta* –que obtiene Segunda Medalla de Honor en la Nacional de 1906–, *Fuentsantica*, *Un día más*, *Cura rural*... ironiza sobre algunos hábitos y costumbres rurales, a la vez que defiende y ensalza la vida sencilla del huertano. Como señala Martín Páez, en el texto *Inocencio Medina Vera, 1879-1918, notas de su vida y obra*, publicado en el catálogo que el Centro de Arte Palacio Almuadí editó con motivo de la exposición antológica celebrada en 2001, es la mirada a lo local a través de obras de grandes aspiraciones narrativas; aunque en ellas no es menos crítico con la realidad de su tierra, menos satírico, que al diseccionar y reflejar la realidad del Madrid del momento en sus ilustraciones para prensa y revistas. Medina Vera refleja bien las inquietudes artísticas en el paso de siglo, esa aspiración revisionista de la sociedad de su tiempo y de los cambios estéticos que se produjeron.

Los ayuntamientos, de forma cada vez más asidua, promueven concursos artísticos de carteles para anunciar sus festejos. El Ayuntamiento de Murcia abre, en 1906, concurso para elegir el cartel de las fiestas de abril, sugiere imprimir un cartel grande y da opción a que las propuestas y los bocetos modelo puedan ser presentados en la alcaldía. Antonio Meseguer, primo de Alcaraz, será el artista encargado de realizar el cartel y programa con la imagen de una huertana.

Meseguer es el primer artista murciano que se preguntará a través de la prensa –lo hace en *El Liberal*, el 13 de julio de 1907– por cuál ha de ser la imagen más adecuada para un cartel, cuál su estilo y su función. Para responder a estas preguntas utiliza como excusa el cartel que ha realizado Valencia para sus festejos de ese año: *“Está siendo objeto de los mayores elogios, tanto de inteligentes como de profanos, el hermoso cartel de fiestas de Valencia que, á pesar de sus detalles pequeños, estilo moderno, son tan escogidos y con tal delicadeza aplicados que sirven de complemento al estilo severo del conjunto, sino de gran originalidad, al menos saliendo de lo vulgar de esta clase de obras.*

Representa una garrida y valiente valenciana, ricamente ataviada con el traje típico del país, llevando en una mano un racimo de doradas naranjas, apoyándose graciosamente en el escudo de dicha ciudad y reclinada muellemente sobre una morisca manta entre cuyos dobleces y caireles se inscriben las fiestas de su escogido programa; sirviendo de fondo a este sencillo y bien sentido asunto, las artísticas flores de sus jardines con un transparente celaje que deja entrever en su lejano horizonte la silueta de la gran ciudad.

Lejos de extrañarme el buen efecto que produce dicho cartel á todos los que le admiran, me explico de una manera clara y evidente su gracioso resultado; y es que cansados de ver tantos y tan malos paisajes y figuras silueteadas en negro y coloreadas de verde y amarillo, unidas al modernismo imperante, las más veces de gusto detestable, nos sorprenden con su deleite el honrado clasicismo y la verdad del natural.

El pasado año llamó igualmente mi atención el cartel de fiestas de dicha ciudad por idéntico motivo que el presente y creyéndolo casual guarde en silencio mi entusiasmo; hoy que veo repetirse la tendencia al buen gusto que siempre fue peculiar de nuestro arte español, me atrevo, dejándome llevar de noble y espontáneo impulso, prescindiendo de toda mi modestia, á felicitar públicamente á los autores del pasado y presente año, como igualmente al arte valenciano que sabe escoger lo bello y de buena calidad entre los artistas que honran su suelo.

Yo aconsejaría a los jóvenes murcianos que con tanta fe y entusiasmo se dedican al arte, vean con detención dicho cartel y seguramente observarán el espíritu regional que

lo anima, la belleza y corrección de su trazado, siempre dentro de los moldes á que se destina; teniendo la satisfacción de que les servirá de modelo en esta clase de trabajos.”

Cinco días más tarde Posesani le da la réplica en *El Demócrata*, en la sección de arte, a través de un artículo titulado “Sobre un cartel”, marcando en el texto los nuevos territorios por donde debe transitar la imagen gráfica de los carteles, declarando enterado el clasicismo costumbrista defendido por Meseguer, y tildando de antiguas algunas propuestas de este: *“He leído en un periódico de la mañana un elogio al cartel anunciador de las fiestas y ferias de Valencia, la hermosa ciudad levantina, hermana gemela de nuestra querida Murcia; y no estando conforme con el parecer de D. Antonio Meseguer, me permito exponer el mío, basado en mis apreciaciones y gustos artísticos, y en las opiniones autorizadas de notables artistas extranjeros y españoles.*

Se dice al hablar de dicho cartel que es de gran originalidad, cuando, ciertamente, nada tiene de original. Pueden verse en él la consabida posturita preconcebida y por tanto académica de la huerta y vistas de la ciudad; el contorno siempre empleado y las orlas de claveles y flores amazacotadas y pesadas; recursos todos de los que no teniendo exacto conocimiento de lo que debe ser el cartel, buscan efectos de relumbrón en el empleo de los colores abigarrados.

El cartel moderno, debe ser sintético –vuelve a utilizarse el adjetivo para definir un trabajo concebido a partir de un número limitado de tintas planas– en el color, pues debe resumir todo lo posible para que predomine el espíritu de la idea; y para ello la línea será sencilla, justa, espontánea, armonizada con una, dos ó á lo más tres tintas. Pues ¿Cuántas bellezas de color no es posible hacer con dos ó tres tintas?

Es una equivocación creer que el cartel anunciador ha de ser un cuadro y no un cartel, como dice el excelente crítico de arte D. Rafael Domenech, profesor de la escuela Especial de Pintura de Madrid.

En el extranjero los pintores cartelistas hacen verdaderas maravillas, pues tienen el concepto artístico de dichas obras, y producen carteles admirables ajustados en todo su mayor grado, y de dichas obras conozco muchas que podría citar, limitándome solo á una de las más admirables en el mundo artístico. Y me refiero al cartel de la ópera Tosca, del gran Alakenstein, obra colosal, inmensa, donde el desarrollo de la idea es viva, grandiosa. Los extranjeros van á la cabeza en la pintura cartelista, tanto los italianos como los alemanes y franceses, siendo los más notables los famosísimos Hinke, Mucha, Alakenstein, Frar, Kaf, Dudovich, etc.

Ya en España se van creando estas clases de obras, y algunos carteles que hemos tenido ocasión de ver, son de muy buen gusto, predominando en ellos el dominio del dibujo, ejemplos son los del coloso D. Ramón Casas. También merecen citarse de Julio Borrell, Riquer y Villa, entre otros.

Recordará el Sr. Meseguer que no hace mucho estuvo a punto de quedar desierto un concurso, en el que también tomé parte y estuvo a punto de quedar desierto por el solo hecho de que casi todos los carteles eran á todo color, y el jurado juzgador, decía: ¿juzgamos un cuadro ó un cartel?

Yo no me atrevería a aconsejar jamás a un compañero pintor, que siga la tendencia que se marca en el cartel anunciador de las fiestas de Valencia original de Colmenero; tendencia pasada de moda.

Hay que seguir la tendencia de la justeza; pues todo lo que es justo es sólido y todo lo sólido es duradero.

De todas veras creo que siguiendo la tendencia del cartel á que nos referimos (muy simpática) concluirían los que en ello se inspirasen por ser una de tantas medianías provinciales que se estrellan para no levantarse jamás.”

Predominio del dibujo y las tintas planas, justeza, solidez, concepto, en contraposición a exceso de color, clasicismo esteticista, vacuidad decorativa... Ideas que no están sino señalando el camino de nuevas y distintas formas de comunicación visual basadas en la eficacia, el impacto, la simplicidad formal, la eliminación de todo lo accesorio, la carga conceptual y la posibilidad de reproducción con unos costes ajustados y contenidos. Señala, así mismo, el triunfo del Modernismo y marca el camino que habría de seguir este movimiento artístico. Estamos ante la aparición del concepto de diseño y sus implicaciones en el campo de la producción y la industria. Qué gran intuición, pues Pose-

sani está a punto de definir el cartel como un medio de comunicación visual que, desde un soporte plano, significado con formas, textos y colores, y colocado a su vez sobre una superficie estática pretende, mediante la integración de imagen y texto, comunicarnos un mensaje, pues esa es su manifiesta intención: persuadirnos, instruirnos, o, como en el caso referido del cartel valenciano, informarnos de un evento institucional. El cartel es ya, claramente, un arte autónomo regido por reglas que le son propias.

Las empresas locales y nacionales considerarán también los concursos de carteles una vía apropiada para crear su imagen pública. La “Unión Alcohólica Española” promueve, en septiembre de 1907, a través de la prensa, las bases de un segundo concurso –el primero, con una dotación de 4.000 pesetas y con un jurado compuesto, entre otros, por Sorolla, Benlliure y Torcuato Luca de Tena, se declaró desierto en enero– para anunciar sus productos. Los cuatro finalistas seleccionados recibirán 500 pesetas y el ganador final 2.000 pesetas sobre las anteriores. La base tercera del concurso especifica y aclara que no se puede perder de vista que se trata de realizar un cartel y no un cuadro. Seguramente esta aclaración es consecuencia de la mala experiencia de la primera convocatoria que no llegó a buen puerto y, también, de lo evidente que se está manifestando el cambio en los gustos estéticos de gran parte de la sociedad. Se presentan 224 trabajos, que son expuestos en la Casa de ABC en diciembre de ese año.

Carlos del Río, haciendo suyas esas ideas de abaratamiento de costes, máximo provecho y eficacia en los resultados de los procedimientos de impresión escribe, al año siguiente, en *El Liberal*: “El cartel hay que pintarlo solo con tres o cuatro tintas planas –colores únicos– además del blanco del papel, si no se pinta así no puede grabarse, ni estamparse baratamente ni se verá el cartel en la calle... Esto lo saben ya los artistas nuevos, los que cultivan el arte del cartel, que alcanzará enseguida al servicio de nuestra industria –que ahora comienza a hacer publicidad– un gran desarrollo, porque aquí esta pintura llenará una moderna necesidad: la del reclamo industrial.”

Que la publicidad es elemento necesario en la divulgación y popularización de productos, eventos o personajes, es patente en la descripción que la prensa hace de la campaña puesta en marcha para publicitar, en 1908, la obra teatral *Raffles*: anuncios de todos los tamaños, carteles, octavillas, profusión de luminosos con bombillas eléctricas... Todo con el objetivo de hacernos familiar y conocido al elegante y simpático ladrón novelesco, salido de la imaginación del cuñado de Conan Doyle, Ernest William Hornung, y darnos a conocer sus andanzas.

Los espectáculos teatrales y luego los cinematográficos no dejarán nunca de recurrir al cartel como forma de anunciarse: “Su cuidado mayor era componer un cartel anunciando grandes novedades, irresistibles y nunca vistas. Según él decía, el cartel lo era todo. Sin cartel no podía haber éxito ni entradas”; el texto –que aquí hemos referido como referente del cartel impreso, pero que bien podría estar haciendo referencia a las obras representadas o a los actores escogidos– extraído del folletín *La hija maldita* de Emilio Richebourg que, en forma de faldón, publica por entregas el diario *El Liberal* lo deja bien claro. Aunque, en la época, los carteles que editan los teatros de las poblaciones murcianas son, por lo general, anuncios pobres y no superan el cartel tipográfico y orlado, con pequeñas reproducciones fotográficas e ilustraciones en el mejor de los casos; perfectos ejemplos son los carteles que edita, desde su inauguración en 1892 con una función de la compañía ecuestre, gimnástica, acrobática, cómica, mímica y musical de Gil Vicente Alegría, el Teatro-Circo Villar (Fig. 46), impresos por Nogués o Albaladejo; el que anuncia el 29 de mayo de 1900 la obra *Los dos pilletes* y en 1925 la tournée del tenor Miguel Fleta a presentar en el mismo escenario; los carteles de la función de teatro del Romea, organizada por El Congresillo del Casino, a beneficio de las víctimas del terremoto de Messina de 1909, que cuestan la *friolera* de 6 pesetas y 2 más fijarlos en calles y establecimientos de Murcia; o los impresos anunciadores de las representaciones que tuvieron lugar en el Teatro Guerra, en los años veinte, impresos en la Casa Montiel de Lorca (Fig. 47). Un tipo de cartel-anuncio, una tipología de pasquines, que pervivió hasta los años sesenta en teatros y cines de distintas poblaciones murcianas.

La sociedad anónima “El Águila”, fabricante de cervezas, convoca en 1909 un concurso de carteles, entre los artistas españoles, para anunciar su marca; 500 pesetas es el



(Fig. 46) Inauguración del Teatro-Circo Villar. Murcia. 1892.



(Fig. 47) Teatro Guerra. Lorca. 1927.

Primer Premio y 250 el Segundo; comprometiéndose a exhibir los presentados y adquirir otros originales.

La publicidad y el reclamo, en forma de múltiples soportes impresos: carteles, calendarios, abanicos, caretas..., se han ido convirtiendo en elemento imprescindible del comercio. Sus bondades se analizan en artículos de prensa, en revistas especializadas y en libros. Se discute sobre las ventajas económicas de la publicidad, sobre si encarece o no un producto, sobre su capacidad de estimular el consumo, sobre su poder para hacer recaer la atención en esta o aquella cosa. Un artículo, publicado en *El Liberal* el 14 de octubre de 1910, "Comercio moderno, el reclamo y la publicidad", es bastante significativo en lo que atañe al nuevo papel que está jugando la publicidad impresa en el siglo recién inaugurado: "Es evidente que, sin el reclamo y la publicidad, muchos productos, con ser buenos, quedarían desconocidos. Por su medio el productor da fe de vida y saca á luz el artículo en medio de la feria que hoy abarca todo el mundo. Antes tenía que llamar la atención del barrio y ahora hay que llamarla del mercado universal. Por esto el pregón moderno tiene que dar la vuelta al planeta. Tiene, por otra parte, el anuncio, una gran fuerza sugestiva. Las gentes, sin darse cuenta, se sienten atraídas por los anuncios, por los reclamos y por los carteles, en medio de la distracción de la vida moderna que exige fijar la atención de los paseantes, cada uno abstraído en su esfera propia de acción".

"Chocolates López" y "Amatller", los productos cosméticos "Gal" y "Heno de Pravia", "Té Liptón"... son ejemplos publicitarios de algunas de esas primeras marcas y productos que la población murciana veía anunciada en carteles colocados en tiendas y comercios, empezando con ellos a establecerse la estética de una época, el poder evocador de una imagen. Carteles a través de los cuales estaba empezando a ser reconocible el estilo personal de algunos artistas especialistas en el cartel publicitario. La imagen de "Chocolates Matías López" es una creación de Ortego Varela; su cartel de *Los gordos y los flacos* –litografiado por N. González h. 1875– es uno de los primeros carteles comerciales documentados que adquirieron difusión y fama en el territorio nacional. Los "Chocolates Amatller" y la "Casa Gal" tendrán en la elegante y exótica mujer de Penagos su mejor expresión publicitaria. "Heno de Pravia", una marca de jabón fabricada por "Gal", estuvo visualmente a cargo de otro magnífico representante del Art Decó, Federico Rivas⁽¹⁶⁾. Muchos productos, establecimientos y marcas comerciales no hicieron sino seguir la estela marcada por Rivas y Penagos. El "Té Liptón"; el papel de fumar "Bambú"... O, ya en territorio murciano, los primeros carteles de la "Fábrica de Licores y Jarabes de Bernal Gallego" –la Casa Bernal, de El Palmar, editó abundante cartelería para publicitar su jabón *Aromas de Murcia* (Fig. 48) y su *Anís la Murciana*–, carteles impresos h. 1925 en Barcelona por Relieves Balsa y Pagés; los anuncios de calzados "La Imperial"; las páginas impresas de *Estudios Médicos* de algunos productos sanadores y curativos: Resyl, Kelatox, Histógeno Llopis... Productos Waserman, realizadas por Vicario con la estructura de un cartel; los catálogos de grandes almacenes, como el de La Alegría de la Huerta, diseñado a su vez por Vicario hacia 1924; la cartelería de "Casa Amorós", una empresa cartagenera dedicada en los años treinta a la venta de vinos al por mayor, debida al ilustrador catalán Gaspar Camps, que reproducen una imagen –impresa en A. Sirven S.A.E. Barcelona– habitual en la publicidad de vinos y licores, con esa chica que nos mira en primer plano cargada con su cesto de uvas; de los grandes rótulos troquelados como el del Bar Olimpia, debido probablemente a Garay, pues se conserva un boceto que atestigua que intervino en el diseño de la marca; los bocetos de carteles del "Coñac Siglo XX" y el anís "Salzillo" de Garay; el gracioso anuncio diseñado para anunciarse junto a Pedro Flores como dibujantes litográficos en el estudio de Santa Gertrudis 12 –luciendo él imposible pajarita y cubierto Flores con amplio sombrero y adornado de florida corbata–; y la publicidad impresa, algo más tardía –hacia los años cincuenta– del Hotel Victoria realizada por el mismo autor... dan buena nota de la pervivencia del estilo *decó* y del sello personal y notorio de muchos creadores hasta bien avanzados los años treinta y aún después. Ayer como hoy: alimentación, bebidas, droguería, perfumería, farmacia, y más tarde maquinaria y vehículos, constituían los productos más demandados y por eso los más necesitados de ser anunciados.

Algunos establecimientos se anunciaban con carteles únicos, originales que no se imprimirían. Si atendemos a lo que nos cuenta Luis Garay en "Recuerdos murcianos imprecisos", publicado en *Línea* el 8 de septiembre de 1955, al referirse al bazar La Dalia Azul, Medina Seguí, hijo del pintor y decorador modernista Medina Noguera, es el autor de un cartel anunciador para la Cervecería Seguí, y otro para el estudio fotográfico de



(Fig. 48) Jabón *Aromas de Murcia* y *Anís La Murciana*. Casa Bernal.

(16) El dibujante y diseñador gallego Federico Ribas Montenegro (1890-1952) fue el director artístico de Perfumería Gal. Dirigió la UDE (Unión de Dibujantes Españoles) en los años veinte y trabajó al servicio de la agencia de publicidad Véritas.

Miralles –Francisco Miralles, miembro fundador del Círculo de Bellas Artes, es uno de los doce fotógrafos que pagan contribución en la Murcia de 1908; presidirá en 1909 la Asociación Eureka, que desarrolló su labor en el seno del Círculo de forma intermitente entre 1909 y 1918, impulsando certámenes y concursos–, situado en el número 5 de la calle Montijo, fundado por Sánchez Picazo y Miralles: “...era un bazar y merece una elegía ... Era un bazar de nombre romántico. Lo recordamos impreciso, y esta borrosidad que aleja detalles concretos perfuma lo narrativo... Estuvo instalado en los bajos del Hotel Patrón, con entrada por la calle de la Trapería, por el túnel de paso del hotel entre la Trapería y la calle de Algezares y no sé si también por la calle de Montijo, posiblemente. Su fisonomía interior era añeja, pero actualizaba la fachada, dentro de su época, un moderno cartel en aquel tiempo, un anuncio de la cervecería Seguí, pintado por el maestro Medina, representando su autorretrato, mirando de soslayo, sentado ante una mesa con un jarro espumoso; más otro anuncio en tintas planas de la fotografía «Luz y Arte» de Miralles, en el que representaba al popular artista revelando una placa...”

Las litografías murcianas –con 13 establecimientos cuenta la provincia entre 1900 y 1910–, que se han ido especializando en envases, sobre todo metálicos, y etiquetas para conservas de fruta, azafrán y pimentón, comienzan a anunciarse profusamente en la prensa local. El establecimiento de Pedro Martínez Benavente, situado en el Plano de San Francisco, en Murcia, comunica a sus clientes que hace, además, carteles anunciadores de todas las medidas y tamaños. En la misma línea la imprenta Melero, de Cartagena, situada en la calle Duque, número 10, anuncia sus impresiones en relieve, carteles y monogramas de arte y alta fantasía. La litografía de Francisco Alemán, que se ha dotado de un elegante logotipo modernista, difunde a través de la prensa que además de envases de madera y hojalata, también realiza estuchería de lujo e imprime carteles para anuncios. Incluso la catalana litografía de Luis Tasso se anunciará en la prensa murciana. También se anunciaban establecimientos más modestos, la imprenta Francisco de Haro y Martínez, de Caravaca, informa que realiza toda clase de trabajos relacionados con la tipografía.

La utilización de carteles se va haciendo tan habitual que con ellos se intenta incidir sobre todos los aspectos del comportamiento social, especialmente la higiene y la salud –grandes preocupaciones de la época– y resolver algunos problemas de la vida doméstica diaria.

Desde el Instituto Nacional de Previsión y sus Cajas Regionales se editaban carteles propagandísticos para explicar las modalidades del seguro de vejez.

En mayo de 1911 *El Tiempo* informa que “La liga contra la pornografía” alerta acerca de los carteles de espectáculos, colocados en kioscos, escaparates y sitios públicos, que atentan contra el decoro y constituyen una exhibición de lubricidades.

La prensa murciana llega a preguntarse en 1915: “¿Debe la universidad de Murcia –recién constituida– anunciarse con carteles?”

El Laboratorio Provincial de Higiene de Barcelona convoca en 1915 un certamen nacional de carteles, de carácter higiénico y benéfico, para hacer frente a las enfermedades y plagas que las moscas transmiten. El asunto no parece baladí pues el premio está dotado con 500 pesetas y en el jurado aparecen Casas y Miguel Utrillo. El texto al que tendrán que ajustarse los artistas participantes deberá ser: “Por higiene, por estética, por dignidad ¡Guerra a las moscas!”. Carteles alertando contra las moscas se pegarán en Murcia, esos años, en la fachada del *Liberal*.

El cartel es considerado un instrumento útil para erradicar el alcoholismo, considerado un vicio socialmente execrable. Con carteles se desarrollaron en toda Europa campañas antialcohólicas.

Un artículo del *Liberal*, de enero de 1909, titulado “Casa de Misericordia” comenta la falta de carteles ilustrativos y material escolar en ese centro educativo: “libros no tienen, ni uno siquiera completo, no hay carteles, ni material de enseñanza”. En las escuelas se fijaron carteles en 1910 para prohibir el maltrato animal, especialmente el relativo a los pájaros, costumbre tildada de bárbara y perjudicial para la agricultura. Litografías con ilustraciones, carteles y mapas fueron elementos didácticos imprescindibles a lo largo de muchos años en los procesos docentes. Al referirse a los nuevos métodos pedagógicos Antonio Zozaya escribe en un artículo titulado “No quiero ir a la escuela”, publicado en *El Liberal de Murcia* en septiembre de 1917: “...Toda la labor de Giner de los Rios, de

Cossio, de Altamira, de Alfredo Calderón, de Eugenio Bartolomé de Mingo, habrá sido estéril. Manjón y Siurot los han desbancado. El niño ya no aprenderá con libros y carteles –muy bien–; lo hará con ladrillos, montículos, juguetes y papel de colores (esto es cuanto se concede al padre Pestalozzi)...”

Ricardo Codorniu en el “V Congreso Internacional de Turismo” se refiere a la importancia del cartel para difundir la idea del “turismo protector del árbol”.

Los carteles contribuyeron a combatir la lacra de la sífilis⁽¹⁷⁾, y la tuberculosis, la enfermedad más pavorosa de la época; a través de ellos se indicaban las medidas que podían adoptarse para prevenirla. La sociedad toda, artistas incluidos, no niegan jamás su ayuda frente a esta dolencia. Con carteles se anuncia la función benéfica, organizada en junio de 1920, a beneficio del Sanatorio Antituberculoso de Murcia; el fin es recaudar fondos para la institución.

Y es que los carteles asumieron pronto un valor didáctico y divulgativo, sobre todo en lo referente al mundo de la educación y la sanidad.

Las revistas médicas tuvieron amplia difusión en Murcia, a partir del segundo decenio del siglo XX. En la región se publican 14 revistas de tema médico entre 1919 y 1938. La *Gaceta Médica* comienza a publicarse en 1907 y se transformará en *Polytechnicum* en 1916 con continuidad hasta 1922. Fundada por Pérez Mateos es una revista ilustrada con fotograbados y dibujos a color, de excelente y cuidada composición tipográfica; sus secciones abarcan, además de temas médicos, temas culturales y bibliográficos. En *Polytechnicum* colaboran: Andrés Sobejano, Planes, Pedro Flores y Antonio Ródenas, entre otros; Juan Guerrero y Dionisio Sierra –director artístico de la publicación– que en el número 135 ha hecho una remembranza del escultor Julio-Antonio y citado alguno de los carteles que este ha realizado, en su corta estancia en Murcia, para algunas veladas artísticas como la celebrada en honor de Beethoven, forman parte del comité de redacción. La revista, considerada posteriormente germen de *Verso y Prosa*, defiende la importancia del cartel como elemento pedagógico, didáctico e instructivo, si se coloca oportunamente en fábricas, escuelas y talleres. *Estudios Médicos*, creada por Sánchez Pozuelos –casi continuidad de *Murcia Médica*, fundada por Guillamón Conesa, editada entre 1915 y 1918, y en la que colaboraba Vicario como autor de las caricaturas de redactores y colaboradores– aparece en 1920, y en 1924 reaparecerá con *Suplemento de Estudios Médicos* la 2ª época de la publicación.

El número 59 de la revista de *Fisiología y Especialidades Médicas*, que se editaba en Murcia, proponía alertar contra las enfermedades venéreas con carteles, y convocar para su diseño un concurso entre los artistas de la región.

La Revista Mundial de Estudios Médicos –con artículos de medicina, cirugía y otras especialidades– convoca, en febrero de 1920, concurso de carteles, entre artistas españoles, para anunciar la publicación. El concurso aparecerá reseñado en *El año artístico 1920*. Continúa así la moda, de anunciarse con carteles, de otras publicaciones nacionales y señala la voluntad de la revista de convertirse en un vehículo de difusión médica, cuando menos de referencia nacional, como marca pretenciosamente la palabra *Mundial* contenida en el título. Puede que Vicario, autor de la cabecera, rotulación y tipografía, y colaborador en temas de arte de *Estudios Médicos* –en el número 3, de junio, aparece como redactor artístico–, alentara o propusiera la iniciativa y la estrategia publicitaria para difundirla y darla a conocer. El premio es sustancioso, 5.000 pesetas. Los trabajos pueden presentarse, bajo seudónimo o lema, en la calle del Puente nº 2 de Murcia, lugar donde está la sede de la administración de *Estudios Médicos*. Los bocetos deberán ser a todo color para imprimir en seis tintas planas. Aunque el jurado no aparece en las bases, cuando se reúne, formado por Séiquer, Atiénzar, Sánchez Moratinos, Eliseo Mateo, Sánchez Pozuelos, Guillamón Conesa y Hernández Ros Codorniu –algunos de ellos vinculados al Círculo de Bellas Artes– lo declaran desierto. Ante las disconformidades manifestadas por la Asociación de Dibujantes Españoles y algunos concursantes –Bartolozzi, Penagos y Ribas están entre los artistas que presentan obra–, el jurado reconsidera el veredicto y el 3 de abril hace pública el acta de la 2ª reunión en *el Boletín de Estudios Médicos*. Se ha otorgado un voto al boceto presentado bajo el lema «Corazón»; otro voto al lema «Hipócrates» y cuatro al presentado por Luis Gil Vicario –domiciliado en El Palmar– bajo el lema «Eureka», que resulta ganador y es expuesto en un escaparate comercial de la calle Platería, verdadera galería de arte de la época. Es posible que Vicario eligiera el lema para subrayar que había sido miembro

(17) Ramón Casas compone en 1900 el cartel *Sífilis* para el sanatorio barcelonés que trata a los que padecen esta enfermedad. Aquí la figura femenina, envuelta en un manto semejante al que adorna a la protagonista de la imagen de *Anís del Mono*, presenta en la mano izquierda el virginal símbolo de un lirio mientras esconde en la derecha una culebra, o víbora, en clara referencia a la enfermedad y la muerte.

de la Asociación Eureka. La noticia la publica *Renovación* el 23 de mayo, junto a una autocaricatura del ganador. Vicario colabora en *Renovación* como crítico de arte y autor de caricaturas, técnica artística en la que era un especialista; un año antes, en enero de 1919, Vicario había colgado, con éxito, una muestra de retratos y caricaturas en los locales del Casino de Murcia, entre los personajes retratados de ambos sexos el cirujano Dr. Ramón Sánchez-Parra, socios del Casino e ilustres miembros de la sociedad murciana.

Meses antes del reseñado concurso, en octubre de 1919, en algunos escaparates de comercios murcianos estaban expuestos los siete trabajos presentados al concurso de carteles, que había sido convocado por el escritor murciano y director del *Liberal* Pedro Jara Carrillo, para anunciar su novela regional, de ambiente costumbrista, *Las Caracolas*. Garay ha presentado dos bocetos que no han sido premiados. El ganador del concurso es Julián García Calvo. El dibujo representa el momento en el que un huertano hace sonar su caracola, mientras ilumina la noche con una antorcha, para prevenir contra la amenazadora avalancha de las aguas; al fondo la humilde barraca (Fig. 49). La idea del autor del texto es convocar un segundo concurso para elegir ilustraciones interiores. El folletín narra los incestuosos amores de María y Antonio –ignorantes de su parentesco– que tienen lugar en el marco de los sucesos dramáticos de la riada de Santa Teresa. En marzo de 1920 comenzó a distribuirse la novela, en forma de cuadernillos de aparición semanal, al precio de 25 céntimos.

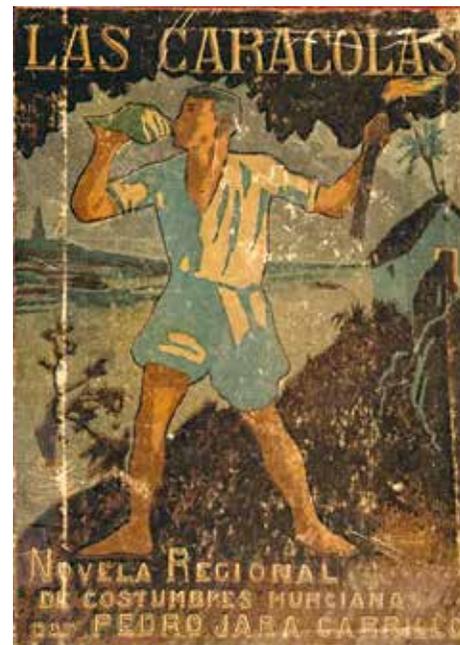
El Liberal hace pública, en julio de 1921, la convocatoria de la Compañía Hamburguesa Suramericana. Ofrece un premio de 2.500 pesetas y un accésit de 500 al mejor cartel original en tricromía, de 100x75 cm, realizado en óleo, acuarela o pastel. El motivo es anunciar el buque “España”, con el texto de la compañía y “Primer viaje del nuevo vapor España” que saldrá el 2 de enero del año siguiente para Vigo y Hamburgo. La tradición de esta tipología de carteles de grandes transportes se remonta a finales del siglo XIX y alcanzará su esplendor en Francia, en los años veinte y treinta del XX, gracias al diseñador Cassandre⁽¹⁸⁾, con esos carteles hiperrealistas, basados en las gradaciones del aerógrafo y la línea, que les confiere un aspecto metálico y futurista: *Étoile du Nord*, *L’Atlantique*, *Normandie*, son algunos ejemplos.

El mismo año la Caja Postal celebra el II Certamen Nacional del Ahorro; otorgando un premio de 1.500 pesetas al cartel que mejor represente las excelencias del ahorro; el tamaño del boceto, indicado en las bases del concurso deberá realizarse a 125x75 cm. Como vemos, los formatos se van ajustando, cada vez de forma más precisa, a un pliego estándar de 100x70 cm. Será al comenzar los años veinte cuando numerosas entidades bancarias comiencen a instalarse en la región, al socaire del viento favorable que parece comenzar a soplar empujado por el auge de las industrias conserveras y el repuntar económico de las exportaciones (pimentón, hilo de seda, cítricos, vino...), consecuencia de la neutralidad observada durante la Primera Guerra Mundial.

Concursos, concursos, concursos... carteles, carteles, carteles... cuyo eco llega con nitidez a lo largo de esos años, gracias a la prensa, a cualquier rincón del país.

El navarro Lorenzo Aguirre obtiene, en 1910, las 500 pesetas del concurso organizado por la Junta de Festejos alicantina para anunciar las fiestas de invierno. En Alicante se plantearán en 1912 promocionar formalmente el turismo de invierno –pues cuenta con un clima privilegiado– con actividades y festejos, y una campaña de propaganda con edición cuantiosa de carteles alegóricos; Barcelona ya se había publicitado como *Ciudad de invierno*, un año antes, con un cartel realizado por el cartelista británico John Hassall. Aguirre, etiquetado ya de consagrado cartelista, volverá a ganar en 1916 el concurso de carteles de las fiestas de invierno en Alicante y, esta vez, en la modalidad de propaganda del clima: en una playa, bajo un sol de estío, un campesino levantino muestra un termómetro. La iniciativa alicantina tendrá repercusión, y será tenida como referente años más tarde en Cartagena, cuando la Ciudad Portuaria se plantee divulgar, con fines turísticos, su Semana Santa en 1924.

En 1913 la Federación de Gremios de Murcia organiza “El Día de la Rosa”, una venta de flores con fines humanitarios. Los carteles anunciadores son repartidos y colocados en los comercios.



(Fig. 49) Julián García Calvo. Portada de *Las Caracolas*. 1919.

(18) El diseñador francés, aunque nacido en Ucrania, Cassandre (1901-1968), formulará de forma precisa y tajante la separación entre pintor y diseñador: “La pintura es un fin en sí misma. El cartel es solo un medio para un fin, un medio de comunicación entre el comerciante y el público, algo así como un telégrafo. El diseñador de carteles tiene el mismo papel que el funcionario de telégrafos: él no inicia la noticia simplemente la transmite. Nadie le pregunta su opinión, solo se le pide que proporcione un enlace claro, bueno y exacto”. Con Colin, Carlu y Loupot formó el grupo, denominado en Francia, Los Cuatro Mosqueteros; contribuyendo a afianzar la publicidad y el diseño profesional. De Adolphe Mouron Cassandre diría el poeta Blaise Cendrars, en uno de los cuadernos que le dedicó, que es “el primer director escénico de las calles de París” ya que sus carteles convirtieron la capital francesa en “uno de los espectáculos más prodigiosos que se pueda imaginar”.

Carteles de teatro en todas las poblaciones murcianas. Carteles en las esquinas, en las vallas, en paredes de calles y plazas para anunciar *films*, cintas y películas; representaciones, carteleras cinematográficas que reproducen la escena culminante, la más trágica o misteriosa; carteles que avisan, a veces, al público sensible, del pánico o el miedo que puede producir una escena.

Concurso de carteles para anunciar el carnaval de Barcelona del año 1917, el premio son 500 pesetas y los bocetos a tres tintas se ajustarán, ahora sí, a una medida de 100x70 cm.

Se editan los primeros carteles de *foot-ball* en Murcia, para anunciar en 1918 el partido entre el Hispania F.C. de Orihuela y el Murcia Foot-Ball-Club, y en 1920 entre el Levante F.C. y el Club Deportivo Albaterense que disputan el Campeonato Regional.

La obra de D'Annunzio *La hija de Yorio*, puesta en escena por la compañía de Margarita Xirgú, y estrenada en el Romea en febrero de 1921, es anunciada con carteles, y retirada del teatro, tras la segunda representación, por pesada y aburrida. Se recibe ese año, en las sedes de los periódicos murcianos, el cartel de la *II Feria Oficial de Muestras de la Ciudad Condal* que se celebrará en abril. Con el objetivo de recaudar fondos para el "Regimiento de España" que se encuentra en Melilla, se celebra una función en el Teatro Guerra de Lorca el 15 de octubre de 1921, se trata de representar un cuadro plástico que dé vida al cartel que Romero de Torres ha realizado para la Gran Corrida Patriótica de Madrid celebrada el 26 de septiembre⁽¹⁹⁾. La novela de José Garrigós *Heroísmos* se anuncia, en la vecina Orihuela, con carteles.

Se fijan en Murcia 500 carteles y se mandan a todos los pueblos y diócesis de la provincia 40.000 hojas de propaganda con el título *La gran cruzada moderna* para celebrar, en 1922, la Jornada de la Prensa Católica. Hermenegildo Cano, matemático y dibujante, realiza ese año el cartel del Círculo Mercantil de La Unión para los bailes de máscaras de esa sociedad. Sevilla convoca concurso, entre los pintores españoles, para anunciar la Feria de Abril.

Con carteles se anuncia la Exposición de Arte Murciano en Madrid, en el Salón de Arte Moderno, que se celebra entre el 15 de octubre y el 15 de noviembre de 1922. El ganador del concurso de cartel anunciador de la exposición –con notables ausencias del moderno arte murciano: Planes, Garay, Flores o Joaquín–, convocado por el Círculo de Bellas Artes, es Gil de Vicario, con un diseño realizado a cuatro tintas planas de 55x75 cm; «*Light*» obtiene el premio único de 150 pesetas otorgado por un jurado que componen: Sánchez Picazo, Luis Luna y Antonio Nicolás. Vicario realizaría también la portada del catálogo, un año antes, para la Exposición Regional de Pintura y Escultura, celebrada en septiembre de 1921, y organizada por el Círculo de Bellas Artes de Murcia; Gil de Vicario había creado, con apenas dos tintas, la hermosa portada decó del catálogo representando la pintura y la escultura (Fig. 50); la obra más cara de la muestra era *El pueblo perdido* de Pedro Flores y ascendía a 15.000 pesetas.

Con tiempo suficiente –*La Verdad* publica las bases el 20 de mayo de 1923– se convoca el concurso de carteles anunciadores de la Exposición Iberoamericana que habrá de celebrarse en Sevilla en 1927; 5.000, 4.000 y 3.000 pesetas son los premios a obtener por el artista que mejor refleje el carácter de la exposición; los trabajos pueden presentarse hasta el 31 de octubre del año siguiente a la convocatoria.

Algunos años antes, en marzo de 1917, Vicente Medina había hecho, desde el número 15 de su revista *Letras*, en un texto de título "De Preceptiva Literaria", un alegato contra los excesos de la publicidad y los concursos. Se queja de que los grandes diarios y revistas se ocupan poco de lo literario y artístico, y en cambio una marca de cigarrillos llena páginas enteras con tono literario valiéndose de Quevedo, Calderón o Lope, igual que si se tratara de pobres gentes que portan carteles por las calles. Se refiere también a algunas marcas y productos cuya publicidad ha desbancado portadas y carátulas en las revistas. "¿A qué, literatura? Bastante tienen con la página literaria de los cigarrillos. ¿Y a qué planas artísticas? Bastante tienen con las del jabón Heno de Pravia realizadas por los mejores pintores y dibujantes, que si no pintando buenos cuadros pueden ganarse un mendrugo pintando carteles y páginas de anuncios a todo color". Cuando escribe sobre los concursos artísticos o literarios no duda en mantener un cierto distanciamiento al alertar sobre la situación –muchas veces de necesidad– por la que pasan los jóvenes artistas participantes: "Y en estas circunstancias, claro, el fabricante de un aperitivo vene-



(Fig. 50) Gil de Vicario. Portada del catálogo de la Exposición Regional de Pintura y Escultura. Círculo de Bellas Artes. 1921.

(19) En el cartel de Julio Romero de Torres –que no renuncia a la influencia modernista– el personaje femenino, una enfermera de hermosos rasgos cordobeses, socorre al soldado y lo protege cubriéndolo bajo la bandera nacional. No será la única vez que este cartel de Romero de Torres inspire una vívida escena; en la película *Blancanieves*, rodada por Pablo Berger en 2012, Maribel Verdú remite, en varias de sus apariciones, a las evocaciones que este cartel provoca en el realizador cinematográfico, confeso admirador de la obra del pintor.



(Fig. 51) Murcia Semana Santa y Fiestas de Abril, 1909.

(Fig. 52) Feria y Fiestas en Murcia, 1909.

noso, ó de un cinturón erótico, ó de un braguero, abre un concurso artístico de carteles, y allá van á la carnada los pobres pintores hambrientos”.

Las corporaciones municipales de la provincia son las instituciones que vienen repartiendo, aunque de forma interrumpida, pues es habitual encargarlos a reconocidas litografías que trabajan a nivel nacional, parte de esa carnaza a los jóvenes artistas locales.

Murcia publica en 1909 dos sugestivos y hermosos carteles anunciadores: El de las fiestas de abril, lo ha impreso la litografía gaditana Rodríguez de Silva ; ante un paisaje ferial, desmayadamente prendido a un jarrón de rosas, un mantón de manila carmesí que –la prensa dice– “está pidiendo a gritos que lo luzca una murciana”; al pie los símbolos de las artes: lira, pandereta, libro, castañuelas y paleta de pintor. En el de septiembre aparece una bella dama con báculo florido. Carteles que, es evidente, se han elegido del catálogo de la casa gaditana, y cuyos elementos gráficos bien podían servir para anunciar festejos en cualquier localidad alejándose de la búsqueda de referentes propios y autóctonos. Carteles (Figs. 51 y 52) usados como portada de los folletos de mano, de 11x20 cm, que difunden las fiestas abrileñas y septembrinas.

Ese año, en mayo, la Junta de Festejos del Ayuntamiento de Cartagena saca a concurso el cartel de la feria, 500 pesetas es el premio por un boceto de 80x32 cm, y propone los festejos que habrán de celebrarse: juegos florales, velada marítima, exposición de labores, toros, regatas y juegos acuáticos, concursos de bandas musicales, tiro y escapartes, y ¡qué curiosidad! la inauguración de un barrio obrero. La construcción de barriadas obreras es una idea importada de Francia e Inglaterra, donde confluyen sentimientos filantrópicos con otros de índole más prosaica, como es habituar al obrero al ahorro ofreciéndole el estímulo de la propiedad, abocándolo al consumo y los empréstitos, para desvincularlo de los emergentes movimientos socialistas y anarquistas. Los Rothschild, que tan cercanos están al negocio minero en Cartagena, fomentarán en 1905 la construcción, en la periferia de París, de un grupo de casas destinadas a la clase obrera: reducidas, salubres y económicas, un negocio en su doble vertiente económica y también socio-política.

El cartel de las Fiestas de Verano de Águilas anuncia exposiciones, regatas, teatro, zarzuela, cucañas de mar y tierra, veladas marítimas, bailes, carreras de bicicletas y caballos.

Sin embargo, la prensa, refiriéndose a la Feria de Septiembre de la capital, recuerda que el tiempo se echa encima, que julio y agosto son meses de desbandada y, si no se soluciona, llegará septiembre con una ridícula feria de dos castillos y quince paseos por la Glorieta oyendo mazurcas, *¡ni los carteles están acabados!* Hasta Lorca –que anunciaba el Salón de Actualidades de los Señores Martínez con carteles– dice la prensa que tiene la feria de septiembre preparada. Como casi siempre se recurrirá a una imagen de catálogo, volverá a enviarla la litografía gaditana: la belleza femenina se sitúa frente al real de una feria cualquiera sosteniendo, de nuevo, un báculo florido, al pie los consabidos símbolos de las artes y las letras. Una iconografía de sabor entre taurino y castizo, de vinculada estética modernista, que se extendió y popularizó en la cartelería española apoyándose en los poderes taumatúrgicos de la cultura y su simbología para detener el pesimismo social existente. Una imagen idéntica a la que recurrirá Albacete para su Feria y Fiestas de 1910.

La *Semana Santa y Fiestas de Primavera* de 1910, en Murcia, contará con una imagen de José Mongrell, impresa a una tinta en la litografía Ortega –en numerosas ocasiones junto a los carteles, o ante la ausencia de estos, se editaban solamente programas festeros y pequeños carteles de mano impresos a una o dos tintas para abaratar costos–. No es un diseño concebido en exclusiva para la Capital del Segura, pues idéntica imagen, ahora a todo color, fue utilizada como cartel para las fiestas de Toledo en 1908 y como anunciador de la Semana Deportiva de Palma de Mallorca en 1909. En el cartel el jinete, vestido a la manera renacentista –en la espalda, en un guiño a los iniciados, aludiendo al comercio, lleva estampado el caduceo de Mercurio–, vuelve grupas, componiendo colorista estampa de cadenciosas líneas *modernistas* con clara inspiración en el cromatismo de la estampa japonesa; en la mano, un estandarte establecerá el campo sobre el que se colocará el texto con el nombre de la población festera.

El cartel *Fiestas de abril en Murcia 1911* ([ver imagen página 70](#)), es una bonita estampa de gran formato –supera los dos metros de altura–, de catálogo, con ornamentos de flores y pájaros que permite sobreimprimir el escudo municipal y la efeméride, que semeja marca de agua; los festejos: miserere, visita a los sagrarios, exposición de Salcillo –otra vez así, con C–, procesiones y corridas de toros, bailes, Bando de la Huerta, Coso Blanco, Batalla de Flores y Entierro de la Sardina, eso sin olvidar la despedida al expreso botijil; un bello cartel que parece inspirarse en los adornos del capote torero. Aunque la imagen de portada del programa con la que se presentan las *Fiestas Religiosas y Cívicas* de primavera en la capital, salida de los talleres de Rodríguez de Silva, abunda en coloridas orlas y medallones, flores y palmeras, lo que le confiere un aspecto de estampa pasada de moda. En 1911 no dejan de ensalzarse, en Murcia, las fiestas de Valencia, en lo que se refiere a las actividades y a los carteles editados para publicitarlas. Cuando Díaz Rey, colaborador habitual del semanario *Murcia*, que se editó entre 1904 y 1917, y autor de la marca de la litografía de Carmelo Bueno “La Artística”, compone imagen para la *Feria y Fiestas de Murcia*, de 1911, incorpora la silueta de la torre catedralicia observada por un varonil desnudo pagano; alrededor revolotea un nuevo elemento iconográfico: un aeroplano. Es posible que Díaz Rey viera los carteles que, en julio de ese año, anuncian el raid Valencia-Alicante-Valencia efectuado con biplanos. La iconografía del avión sustituiría a los globos aerostáticos en muchos de los carteles que se distribuyen por la geografía nacional, incorporándose como signo de modernidad al mismo nivel que el tren o el automóvil.

En 1912 el Ayuntamiento de Murcia aduce falta de presupuesto para abordar las fiestas de primavera. El programa de fiestas da idea de la precaria situación económica municipal; dos tintas para reproducir el escudo de la ciudad encerrado en una vulgar orla; lo imprime la tipografía de J. A. Jiménez. Se programan vuelos en aeroplano como complemento festero y un reparto de regalos, en el Romea, a los niños de las escuelas públicas, que consiste en una estampita y un bizcocho, y eso después de someterlos a un examen que la prensa tacha de molesto y asfixiante. En la capital murciana se insiste en elogiar los carteles valencianos que ha realizado Romero Orozco y en criticar ferozmente la cartelería local de primavera y septiembre. “*Si señor –publica El Tiempo el 27 de agosto– un microbio más feo y más insignificante que el cartel de feria que aparece estos días pegado a las esquinas*”, para referirse en tono jocoso a la uncinariasis, el microbio,

recién descubierto, que al parecer provoca la pereza; de peligroso, tacha al parásito que “se desarrolla en aguas impuras de esta región perezosa e indolente”. Quizá el periodista ha visto, anticipadamente, el insecto que revolotea por el tallo florido de la portada del programa de los festejos de septiembre en Murcia.

Sin embargo, se etiqueta de obra completa y colorista el cartel que ha realizado Julián García Calvo para los *Juegos Florales* de la feria. Aparece un trozo del Jardín de Floridablanca, la estatua del Conde, un ángel, flores y la imagen de la Virgen del Carmen.

En Cartagena el arquitecto municipal Francisco de Paula Oliver presenta a la Comisión de Festejos bocetos para cartel anunciador de la feria cartagenera. Todos merecedores de elogios y aplausos.

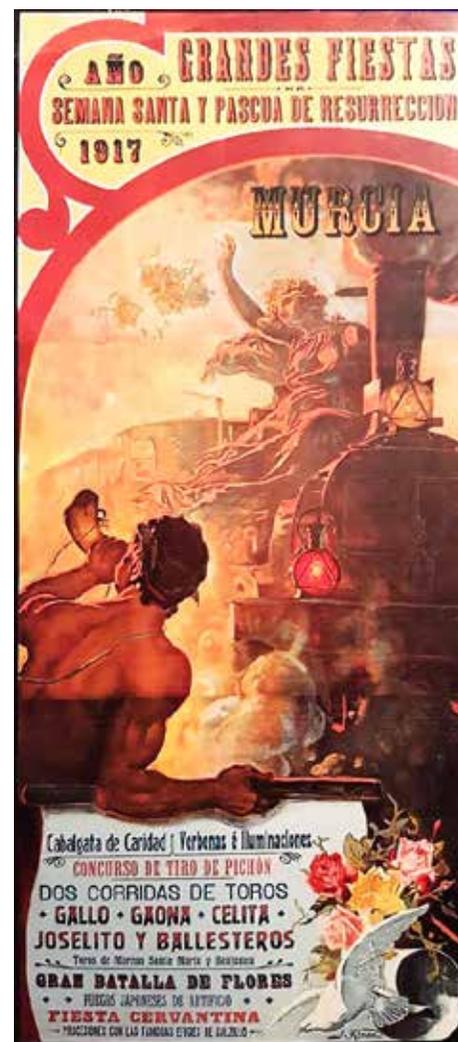
Los festejos de primavera de 1913 carecen de novedades, el Círculo organiza las fiestas literarias, el resto es considerado un completo aburrimiento: “*Los que han venido de fuera se han ido sin ganas de volver*”. Las fiestas no son modestas sino pobres y vulgares. La suciedad acumulada en la ciudad es una vergüenza: “*¿Es que no mira V.S. al suelo cuando anda por las calles –se le pregunta desde la prensa al alcalde de Murcia–, ni siquiera estos días que estamos de fiesta según aseguran los ridículos carteles que se han fijado en las esquinas?*” En septiembre el programa de festejos lo imprime J. A. Jiménez; en la portada, de estética modernista, se ha añadido Murcia y 1913, sin vinculación alguna con la florida ilustración.

Los carteles de primavera de 1914 –la torre de la Catedral y la plaza de toros para simbolizar las fiestas, y la cabeza de un toro Veragua para publicitar las corridas– se exponen en Madrid, en la Central de Ferrocarriles, en la calle de Alcalá y en un escaparate de Pidoux, un establecimiento de la Carrera de San Jerónimo. Periodistas murcianos que han viajado a Madrid escriben en *El Liberal* que las Fiestas de Primavera parece que cogen impulso y en las estaciones los billetes a Murcia y Sevilla, para disfrutar de festejos primaverales, son los más demandados. El programa de fiestas lo imprime la tipografía de J. A. Jiménez, y repite en portada escudo y cenefas.

Unos años, en fin, que no gozaron, en general, de excelencia en la imagen de los festejos abribeños hasta 1917.

Los gastos detallados por la publicidad impresa para difundir las Fiestas de Primavera en Murcia, en 1917, permiten conocer con exactitud la cantidad destinada a cartelería por el consistorio, una cantidad modesta si pensamos en las 8.000 pesetas de 1899 que dedicó Sevilla a los carteles de su feria. Por la confección e impresión del cartel –evidentemente de catálogo– se le paga a la casa Ortega 466,65 pesetas; por 8.000 carteles de mano y 50.000 sellos de propaganda, más los dibujos, se paga a la litografía Gaya y Pagán 322 pesetas; por colocar los carteles se abonan 5 pesetas; por portes y acarreo de carteles 2.090 pesetas; por elaborar los programas de mano –que imprime Gaya y Pagán, ha dibujado Ródenas y edita Anunciadora Murciana– se paga a Ricardo Quesada 435 pesetas; la colocación y distribución del material impreso en pueblos y pedanías cuesta 50 pesetas. El cartel, *Grandes Fiestas de Semana Santa y Pascua y Resurrección*, de 273x130 cm, lo ha realizado el artista valenciano Josep Renau Montoro⁽²⁰⁾, es una imagen envuelta en una aureola clasicista y heroica; en primer término, un personaje de atlético aspecto llama a la fiesta, y tras él, a lomos de la potente máquina del tren, una musa parece abalanzarse sobre nosotros (Fig. 53). Tema llamativo tratado iconográfica y plásticamente de forma un tanto ecléctica. Cartel utilizado también de anunciador de la feria de Albacete tres años antes, y que subraya la vinculación entre festejos locales y ferrocarril, transporte idóneo y casi único, en la época, para asistir a eventos y celebraciones.

En agosto, tras numerosas críticas a la Feria, el alcalde, señor Palazón, escoge el cartel septembrino del catálogo de la litografía Rodríguez de Silva. Dos majas presentan la Feria; en los huecos de la imagen, reservados para ello, se ha añadido la programación, el escudo de la ciudad y vistas de Murcia, pues el fotograbado permite incluir en el cartel elementos propios de cada localidad en la fase de reimpresión de datos y fechas. La Catedral volvió a ser obligado icono. La Feria recurre de nuevo al escudo capitalino como portada del programa festero que imprime la Litografía Moderna de Alicante. También los carteles se reprodujeron, como portada de programa de los festejos septembrinos, a



(Fig. 53) Josep Renau Montoro. *Fiestas de Primavera*. Murcia. 1917.

(20) Se refiere al padre del reconocido cartelista, autor de fotomontajes y teórico, Josep Renau Berenguer.

29x11,5 cm. Era habitual editar distintos programas de fiestas tanto en primavera como en septiembre. La Artística editaría en septiembre de 1917 un folleto con portada de aire clasicista, que nos presenta un desnudo y la figura de Cupido.

No hemos localizado imagen alguna anunciadora de los festejos abribeños, pero sabemos que la Comisión de Festejos del Ayuntamiento de Murcia abre concurso entre todas las litografías españolas, a finales de mayo de 1918, para elegir el cartel y el programa de las corridas de toros y la feria de septiembre. Se adjudicará al que ofrezca mejores bocetos y condiciones de impresión; antes del 15 de junio se enviarán las propuestas al presidente de la comisión. El programa de festejos cuenta con *batalla* en el Parque de Ruiz Hidalgo y *baile de las flores* en el casino. Quizá por eso la imagen elegida, como folleto festero, que vuelve a imprimir la Litografía Moderna de Alicante, representa dos bellas huertanas tejiendo guirnaldas de flores sobre un fondo con la torre de la Catedral y la vista exterior de la Capilla de los Vélez.

En marzo de 1919 el alcalde de Murcia requiere a los presidentes de los distintos festejos y a los representantes de las casas litográficas para ver los catálogos y elegir los carteles anunciadores de las fiestas. Las huelgas en Valencia dejan sin operarios a las grandes litografías e impiden a Ortega mandar los carteles taurinos y a Mirabet enviar los de las fiestas de abril. El empeño puesto, a pesar de todo, por corresponsales y periodistas en describir, ensalzar y aureolar las fiestas de primavera en la capital de la región es manifiesto; un artículo de César Carrera publicado en *El Liberal* el 8 de abril de 1919, con el título "Lo del día" es buen ejemplo: "*Llueve... A pesar de su ambiente otoñal, en todo se esboza y se dibuja el hermoso marco de primavera en cuyo lienzo de aromas y de sol, se ha de pintar el típico cuadro de nuestras fiestas de Abril.*"

En todas las esquinas por bajo del indispensable "se prohíbe fijar carteles" multitud de policromos anuncios de espectáculos y atracciones demuestran cuan poco respeta órdenes y leyes nuestro inquieto y desaprensivo Juan Español. Que aquí prohibiciones y advertencias parece que los inventamos y les damos fuerza de ley con el sólo propósito de darnos el placer de no obedecerlas.

Miura, Camará, Dominguín... Y por encima de un cartel de «La canción del olvido» que ya es hora que vayamos olvidando, un anuncio del Teatro Romea nos habla para Sábado de Gloria de la compañía Guerrero-Mendoza que es una solemnidad; siquiera constituye este acontecimiento, un festejo no al alcance de todas las fortunas.

...Estrujan su magín los confiteros para componer las poesías que han de servir de cubierta a los caramelos. Bajan de Elche carros enormes que distribuyen... las palmas ondulantes que en la mañana de Ramos pondrán en el fondo de las procesiones la nota de oro viejo de sus líneas profusas y verticales...

Se discute entre artistas y timoratos la conveniencia de montar a las diosas en sus carrozas respectivas y de sacar a las hijas del Rhin envueltas en una sencilla y tenue mosquitera, o presentar a Venus Afrodita cubierta con un gabán estilo sastre...

Por sí o por no, los escultores no levantan mano en su febril tarea de construir chapinas gigantescas, para meter en ellas oportunamente a la nereida respectiva, y en las conversaciones de café, de pintores, escultores y decoradores, no se habla más que de ondinas, sirenas, tanagras, musas y dioses, que han de decorar las fantásticas alegorías de las carrozas, con la «pureza» valga la palabra de sus líneas de estatua.

En el aire vibran las campanas..., y uno de la huerta, atraviesa la Platería con un bulto de ropa en el que se adivina la vestimenta morada de un nazareno.

*Todos los locales albergan alguna carroza en construcción. Gil Vicario entre el montón de barro que maneja en el santo suelo un escultor, y el agetreo de unos decoradores que pegan sobre unas rocas de cartón, enormes parches de papel de estraza, dibuja con el chic y el buen gusto que son su característica, la torturada y retorcida figura de Prometeo—No es la citada la única carroza que Vicario diseñó para los festejos de abril, pues hay documentación fotográfica, en la que aparece el pintor y un grupo de amigos, junto a otra, diseñada por él en 1921 para el Entierro, representando la figura de La Noche. Además, la implicación de Vicario con el Entierro en 1919 tendrá otras derivadas; el 23 de abril, Vicario ilustraría el artículo de portada del *Liberal*: "El Entierro de la Sardina, éxito del gran festejo murciano", con un dibujo cómico, el Gran Pez, el señor-sireno Llovera, observando el divertido desfile—.*



(Fig. 54) Gil de Vicario. Portada del programa de la Feria y Fiestas de Murcia. 1922.

Planes, en la vieja Plaza de Toros, envuelto en una blusa salpicada de greda, da vida y esbeltez a la gigantesca efigie de su Apolo, en el mismo sitio que un día lucieran su arte y sus arrestos aquel Frascuelo y aquel Cara-ancha cuyo recuerdo no han logrado borrar los molinetes y pinturerías de los saltimbanquis del toreo.

Reservan los jardines macizos de rosas y claveles para la fastuosa Batalla de Flores...

Consultan las señoritas los periódicos de modas eligiendo trajes y sombreros que den realce a su belleza levantina... la lucida comisión que busca entre comerciantes e industriales el dinero que ha de resolverle el magno y suntuoso problema de las fiestas, y Murcia que en los días será un derroche de flores, de sol, de bullicio y de alegría, será en la noche carnavalesca envuelta en el humo de los hachones y las luces azules y rojas de las bengalas, como un trasunto de aquellas orgías y aquellas bacanales que soñara la ardiente imaginación de los dioses y las mujeres de la Grecia pagana,..." Artistas y artesanos se afanan en preparar los festejos abribeños, incluso parece que los carteles anunciadores abundaran en las paredes de las calles murcianas, pero la realidad es que ante la falta de carteles que anuncien las Fiestas de Primavera, ese año se acuerda imprimir con profusión programas de mano en la litografía Pagán. La portada recuerda el folleto impreso en septiembre de 1918. Maja y huertana encierran el escudo de la ciudad en una corona de laurel; al fondo la omnipresente torre de la Catedral.

De 1920 no conocemos imagen para cartel de las fiestas de abril. Por otra parte, el Ayuntamiento capitalino no ha editado aún carteles de feria el 27 de agosto, y salvo los carteles taurinos –y el programa de la Feria y Fiestas, que recoge las corridas septembrinas en la plaza de toros de Murcia, que realiza Alcaraz–, nada indica la proximidad de las celebraciones. *El Liberal* escribe: "...Si no fuera por los carteles de toros que ostentan las esquinas, en nada se conocería que dentro de muy pocos días estamos en plenas fiestas, unas fiestas de las que dejarán nombre sin duda.

Pero no es preciso que veamos el programa: los festejos se adivinan de un año para otro. Podríamos decir que las históricas casetas que ya se alzan «gallardas» en la orilla del río, representan dignamente el programa de Feria, mejor dicho, representan nuestra Feria misma; mejor aún, reflejan como un espejo el estado de Murcia, con su caja municipal y todo.

Y cualquiera le dice a un forastero, ante ese programa de tablas carcomidas, que nuestro ayuntamiento disfruta un presupuesto de pesetas 2.042.282,58.

...Aquí somos muy modestos apaleamos los millones y nos vestimos de andrajos...

...Nuestro alcalde ha demostrado con esto cierto recato: quiere hacer las fiestas en secreto por lo visto, para que los forasteros no acudan a contemplar el popular bancalico del Crédito Público, tan famoso ya en toda España...

¡Ah! No faltarán esta vez figuras grotescas que subirán por los aires para regocijo de los chicos: nuestra autoridad local tiene en este festejo un especial interés, porque en él ha tenido repetidos éxitos.

¿Y qué más...? ¿Qué más?

No podemos adelantar más al público porque somos prudentes y no queremos quebrantar el secreto de los festejos de feria que tan herméticamente tapa nuestro divertido alcalde.

Lo que sea sonará."

En 1921 Rigoberto Soler firma la hermosa lámina impresa en Ortega, que hará el anuncio de la *Feria de Septiembre* en Murcia –desconocemos la cartelería primaveral–. *La Verdad* describe el cartel: "Alegoría a todo color, en el centro, estampado, el escudo de nuestra Murcia anuncia los espectáculos"; que no son otros que certámenes de bandas musicales, cuatro corridas de toros, bailes y verbenas, las criticadas fiestas escolares y de caridad, y ¿cómo novedad? fiestas de aviación. En un alarde de autocomplacencia la prensa dice que el festejo es, ese año, digno de Barcelona, Sevilla o Valencia, con perfecto alumbrado y dejando atrás la suciedad y la vergüenza que provocaban esas casetas, tan desvinciadas y carcomidas que parecía el recinto un arrabal.

En 1922 y 1923 Gil de Vicario realizará las imágenes (Figs. 54 y 55) del programa de las fiestas septembrinas, una huertana –motivo gráfico usado por Vicario como portada del *Levante Agrario* en 1923– tocando la guitarra en la noche iluminada de farolillos



(Fig. 55) Gil de Vicario. Portada del programa de la Feria y Fiestas de Murcia. 1923.

y niña con globos ante la torre de la Catedral. Y la Alegría de la Huerta reproducirá el cuadro *Fuensantica*, de Medina Vera, en la portada del folleto que ha editado con la programación de las Fiestas de Primavera de 1923.

La pobreza generalizada de los festejos murcianos del periodo 1900-1923 está ligada a los conflictos y crisis que salpicaron los dos decenios, afectando a la situación socioeconómica de la provincia y la nación; agravado todo por el conflicto bélico mundial, generalizado a partir de la guerra iniciada en los Balcanes, y el impacto que causó la Revolución Rusa y el desalojo de los zares del poder. El hundimiento de la minería y las fundiciones de plomo en la Sierra de Cartagena-La Unión al finalizar la primera década del siglo, la crisis de las exportaciones de cítricos durante los años del conflicto bélico, los continuos problemas entre arrendatarios y propietarios en las huertas a causa de la nueva ley de arrendamientos rústicos; además, la inflación galopante entre 1915 y 1923, deterioraba las condiciones de vida y favorecía la aparición de fuerzas políticas y sindicales emergentes. El descontento de la población frente a la oligarquía caciquil que dominaba Murcia no supo pararse, no se pudo parar, ni desde el recurrente *pan y circo*. Años difíciles. Así describe Mariano Ruiz-Funes, director del Círculo de Bellas Artes entre 1921 y 1924, la situación del Campo de Cartagena y las zonas mineras en 1916: *“En el campo de Cartagena hay miseria y tierras secas y jornales irrisorios, cultivos de escasa producción y separación de agua de la tierra. (...) La Unión y Mazarrón ofrecen en la provincia la cara trágica de la explotación humana. Pueblos miserios, dolorosa, insostenible, inhumana, de rudo trabajo, que lanza en corto plazo a la miseria fisiológica, a la enfermedad incurable, a la muerte; la industria minera, si en Mazarrón está organizada en gran escala por importantes compañías, en la Unión vive de un modo sórdido”*. No son mejores las consideraciones de los ingenieros que tienen a su cargo las explotaciones mineras, *“...Brillan por su ausencia en muchas minas las medidas de higiene y seguridad. En ciertas labores de profundidad se trabaja a elevadas temperaturas y con agua hasta cerca de la cintura...”*.

El siglo tuvo un mal comienzo que solo se sosegó los últimos años del primer cuarto de la centuria. Huelga General en Barcelona, que hace que en 1902 se declare el estado de guerra. Atentado anarquista en la boda de Alfonso XIII en 1906; Garay lo cuenta al describir su primera juventud en el Puerto de la Cadena: *“Los carreteros que venían de Murcia y la pareja de la Guardia Civil trajeron la noticia: «han tirado una bomba en la boda del rey»”*. Semana Trágica de Barcelona, cuyo origen está en los embarques de tropas a África y los desastres del ejército en Marruecos. Conflictos en la cuenca minera de la Unión. Huelgas generalizadas en España y aparición del sindicato anarquista CNT en 1911. Asesinato de Canalejas en 1912. División nacional ante el conflicto europeo, entre anglófilos y germanófilos, desde la proclamación de la neutralidad en 1914. Despoblación continuada de la provincia y desplome de la minería por falta de exportaciones. Aumento de la carestía de la vida y crisis agraria. Mortandad causada por la gripe y la tuberculosis que se cebaron en una población con extrema pobreza y pésimas condiciones de vida. Analfabetismo endémico que impide acceder a mejores condiciones de vida. Huelgas generales entre 1916 y 1918. Aumento de la conflictividad y atentados. Asesinato de Dato en 1921. Desastre de Annual. Llegada al poder de Primo de Rivera en 1923.

Los ciudadanos de Murcia supieron por la prensa del papel jugado por el cartel en la situación política y social de cada momento, incluso de su utilización, en el desarrollo de la Primera Guerra Mundial, como eficaz medio de información o desinformación para falsear la realidad y crear desasosiego en el enemigo. Ganar es la meta, y el cartel un instrumento eficaz para conseguirla.

Por *El Liberal* sabemos que en 1910 se utilizaban carteles en Alicante para llamar a mítines electorales. Con carteles se advierte a los compostelanos que no acudan a un mitin en favor de la escuela laica pues se pretende engañarlos. Denuncian al fiscal a los individuos que han colocado carteles en Barcelona llamando a la sedición y colocado carteles de la Juventud Socialista. En Bilbao se arrancan carteles, de contenido violento, por mandato del gobernador. *El Liberal* y *El Tiempo* informan en 1911 de la conflictividad de los últimos meses del año en Madrid. Con carteles rojos se llama a un mitin contra la guerra en Melilla, a favor de que las fuerzas españolas regresen a sus posiciones y no debiliten la acción. Los radicales colocan en la capital grandes carteles que dicen *“no votéis a los Conjurados”*

que difaman a España ante el extranjero”, los Conjunctionistas ponían otros que decían “republicanos recordad el negocio del yeso y del cemento de los lerrouxistas.”

En 1912 las estaciones de ferrocarril se cubrieron de carteles llamando a la huelga ferroviaria en Barcelona, “viva la huelga” pone en unos, en otros se llama a la “prudencia”. En el Teatro-Circo Villar se anuncia con carteles una obra de Ramón Blanco planteándose si será retirada, al tratar de la vida de un obrero bajo el yugo burgués y exponer ideas de libertad, justicia y progreso; efectivamente el gobernador multó y detuvo al director de la compañía y retiró los carteles anunciadores. Con carteles reivindicativos se manifiestan los obreros huelguistas de la fábrica de productos químicos de Cartagena en las corridas taurinas, arrojándoles el público monedas ante el cartel de socorro. Con carteles se caricaturiza a Romanones por los conflictos en Cataluña. Y en 1913 se prohíben los carteles que hagan apología de la huelga.

El Liberal informa, el 9 de marzo de 1914, que en Barcelona han aparecido en gran abundancia carteles electorales con los retratos de los candidatos, las Ramblas están llenas de carteles. En Madrid aparecen carteles con la cara de Maura y se distribuyen pasquines con el discurso de Lerroux. En Viena, el 1 de agosto, se pegan, en sitios públicos, carteles llamando a la movilización general en nombre del emperador. Quince días después se da la falsa información, a través de carteles, en las poblaciones alemanas, de que Poincaré y el zar de Rusia han sido ahorcados y sus cadáveres arrastrados por el pueblo en las calles de París y San Petersburgo; los periódicos alemanes esparcen estas noticias falsas con sucesos imaginarios. Para contener a la población de los territorios ocupados se editan carteles. En Berlín aparecen carteles que representan ardiendo la ciudad de Reims y la catedral, el texto dice “así es como los franceses incendian sus propias ciudades y destruyen sus monumentos”. Los ingleses, según informa *El Tiempo* en la sección “Cosas” el 17 de diciembre, “originales para todo”, anuncian el reclutamiento con un gran cartel que proclama desde las esquinas: “gran excursión a Berlín, gastos de hotel y viajes pagados, se admite a todo sportmen de 19 a 30 años, es un millón el número de plazas, los que vengan en la excursión no pagarán nada y cobrarán buenas sumas”.

En 1915 se recibe con carteles, que se muestran a favor de la neutralidad, la llegada de Blasco Ibáñez a Barcelona. Otros carteles piden romper la neutralidad. En Alemania los carteles proclamaban éxitos de guerra. Las autoridades alemanas multan al Ayuntamiento de Amberes porque han aparecido rasgados los carteles que anunciaban la victoria alemana de Angustow.

El cartel iría reflejando la neutralidad española. Según refleja *El Liberal* el 21 de abril de 1918, en el Trentino los austriacos fijaron carteles vanagloriándose, en un lenguaje abyecto, de los ultrajes ocasionados a las mujeres italianas de las regiones invadidas. En octubre se anuncia con carteles el armisticio. Un año después aparecen carteles en Berlín contra las tendencias separatistas y las pretensiones polacas sobre Dantzig y el despedazamiento de Alemania.

Los huelguistas y alborotadores portan en las manifestaciones de Madrid de 1920 carteles con el lema “tenemos hambre”. El 3 de febrero de 1921, *El Tiempo* informa que, tras el júbilo confirmando la proclamación de los diputados ciervistas y romanonistas por Cartagena, ha aparecido un cartel con alegorías y titulares donde se leía “viva Cierva, Maestre y el partido conservador”. Frente a la casa de Eduardo Dato aparecen carteles sediciosos para anunciar la muerte de los políticos cuyos nombres aparecen escritos.

El Tiempo publica, en marzo de 1923, que se han arrancado los carteles del Liceo de Barcelona porque los espectáculos estaban redactados en catalán. *La Verdad* da cuenta, un mes más tarde, que en la fachada de los ministerios de Estado y Gobernación han colocado carteles denunciando la moralidad de algunos candidatos ministeriales y se ordena quitarlos. Con pasquines anarquistas se ensalza la candidatura comunista.

El cartel no es ya solo un instrumento para ganar un concurso que proclame la fama de su autor, un soporte válido para difundir un festejo, un evento cultural o un producto de consumo, una herramienta educativa o una advertencia a proteger la salud. El cartel es, ahora, un medio idóneo para facilitar la obtención de un triunfo militar o político – que la Primera Gran Guerra ha puesto a prueba y adquirirá toda su potencialidad en la Guerra Civil Española–, capaz de reconducir opiniones y tendencias en amplios sectores de la población y de incidir en la transformación de un país entero, como quedará demostrado en la Rusia surgida tras la revolución de 1917.



Joaquín. *Círculo de Bellas Artes Baile de Máscaras*. 1925.

5 PROTESTANDO UN FALLO

Cuando en 1920 Luis Garay y Pedro Flores expongan a dúo en el Círculo de Bellas Artes, será el joven Gil de Vicario el que haga, el 26 de diciembre, la reseña de la exposición en *El Liberal*. El artículo, publicado en la sección DE ARTE MURCIANO se titula "Exposición Garay-Flores". En él Vicario irá detallando uno a uno los cuadros expuestos y finalizará el escrito señalando, especialmente, los carteles, de los dos artistas, que anuncian la muestra. Estos son algunos fragmentos del texto:

"Un grito de libertad es la exposición que Pedro Flores y Luis Garay han decidido abrir en el saloncito del Círculo de Bellas Artes. Esta exhibición demuestra dos cosas: que Murcia no ha logrado sustraerse al progreso del verdadero arte, del arte de «avant guerre», cuyos únicos hijos aquí son estos dos artistas; y que, pese a la abrumadora tarea de dibujantes que tienen que vivir de su trabajo, –labor en que se diluyen para ellos casi todas las horas del día– aún les queda tiempo para atestar de obras una sala, mostrando al público murciano la exposición más interesante y numerosa de cuantas aquí se celebraron.

Pedro Flores es un impresionista. Muchos van a decir que su arte es puro convencionalismo, a lo que contestaremos «ser impresionista no es llevar lo convencional más allá de lo que la realidad permite»...

Luis Garay es el hombre de los planos, de los cubos y de las distancias: es un «científico» de la pintura, es un revolucionario académico del colorido, es un exégeta que ajusta el color a números, y que se ha hecho una máquina de fabricar armonías...

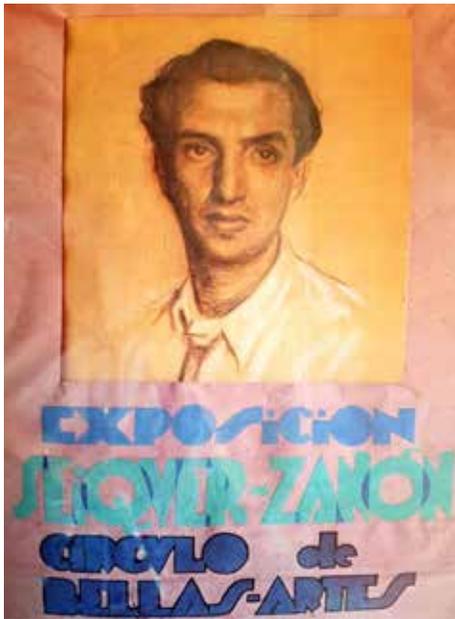
Y para concluir, diremos algo de los carteles anunciadores de esta exposición, que son muchos. Entre ellos sobresale por su nota humorística el debido a Garay, un verdadero «afiche» –en que se retrata con Pedro Flores– que detiene al público frente al Círculo de Bellas Artes. Este último artista enseña en otro cartel, su autorretrato, concebido de una manera espartana, semifauvista, semiplanista, a lo «rompecabezas», donde quiere mostrar la trágica «emoción» de su figura, pues que la vemos desmembrada en un «puzle» un tanto bolcheviki..."

Vicario nos presenta la modernidad, encarnada en los dos jóvenes pintores que han compartido estudio e inquietudes en la calle Riquelme primero, junto a Planes y Joaquín; y en la calle Santa Gertrudis, en unas dependencias de la vivienda del litógrafo Salvador Gaya –donde el niño Ramón Gaya comenzará su formación, de la mano de su padre y los dos amigos– después. Flores y Garay están aprendiendo, con Salvador Gaya, el oficio de dibujantes publicitarios en las litografías Alemán y Pagán.

Nos señala Vicario en el artículo, el conocimiento que comienza a tenerse, por parte de los artistas murcianos, del cubismo, la pintura abstracta y los últimos *ismos*.

Finalmente, Vicario nos está dando a entender, con ese adjetivo *bolcheviki*⁽²¹⁾, que él mismo es conocedor del trabajo que están realizando las vanguardias rusas y algunos artistas constructivistas en lo que atañe al cartel: El Lissitzky había utilizado, un año antes, formas geométricas y colores puros para realizar el suprematista *Golpead a los blancos* con

(21) En un juego irónico Vicario habría podido introducir la adjetivación como un guiño a la cultura popular –en 1920 se publicaba semanalmente, bajo la dirección de Antequera Azpiri, un cartelista madrileño que participaba en los concursos del Círculo de Bellas Artes de Madrid y alcanzó notoriedad en 1924 por diseñar el cartel del *Jabón Lagarto*, la colección infantil *Las Aventuras de Kiriki el niño bolcheviki*–. O como un eco del polémico texto *La Poesía Nueva* de Gerardo Diego publicado en 1919; donde el poeta defiende la libertad que procura la simultaneidad de la aparición de nuevas tendencias estéticas y ensalza el futurismo que, con la exaltación de la imagen, procura un arte que él denomina *bolchevique*, en clara referencia a un arte rompedor y revolucionario. Es también una referencia a la adopción de innovaciones artísticas en los procesos de comunicación: formas abstractas; uso psicológico del color; introducción de nuevas tipografías y utilización de formas cubistas, *collage* y fotomontajes.



(Fig. 56) Séiquer Zanón. *Exposición Círculo de Bellas Artes. Murcia. 1929.*

la *cuña roja*; y la NEP, Nueva Política Económica, propició el desarrollo de las artes gráficas en la Unión Soviética de Lenin durante la década de los veinte; Maiakovsky y Rodchenko –poeta y diseñador–, “Reklam-Konstruktor”, serán fieles suministradores de imágenes y mensajes a un estado que se ha convertido en un gran cliente publicitario. En Alemania se están replanteando los procesos de producción artística y su vinculación con el artesanado y la industria; las artes gráficas no escapan a estas reflexiones; la Werkbund, antecesora de la Bauhaus, ya había intentado resolver las tensiones entre arte e industria, sus estatutos redactados en 1907 proclaman: “*El objeto del Bund es el ennoblecimiento del trabajo profesional con una acción combinada del arte, la industria y la artesanía lograda por medio de la educación, la propaganda y un criterio de unidad con respecto a las cuestiones de este ámbito*”. Los parecidos y similitudes entre el Werkbund y el movimiento Arts and Crafts propiciado por el inglés William Morris –que anhelaba un arte para todos y en todas partes– son manifiestos. Arte e industria, un maridaje que, en manos de los artistas de las primeras décadas del siglo XX, sobre todo en Alemania, desde la Bauhaus, y Rusia, donde los constructivistas, desde la nueva escuela de arte Vkhutemas, se plantearon las relaciones entre función, forma, estructura y materia, hará posible la expansión y consideración de las artes decorativas y del nuevo y relevante papel de la comunicación.

El Círculo de Bellas Artes murciano promoverá, a lo largo de los años, las exposiciones de jóvenes artistas que colgarán obra, por primera vez, en sus salas. Planes en 1913 y 1915. Vicario y Joaquín en 1918. Vicario expondría caricaturas y dibujos. De la exposición de Joaquín, José Ballester escribe sobre la muestra: “*Joaquín es un hombre de los que pueden llegar, si la pereza característica suya no lo vence*”, un gran elogio y una certera premonición. En 1919 Almela Costa instala su primera individual en el saloncito del Círculo. Torrentbó expone sus dibujos en 1928 con apenas 14 años. José Séiquer Zanón mostrará las esculturas que componen su primera individual en las salas del Círculo en septiembre de 1929; un cartel original (Fig. 56) –no se imprime ni se difunde masivamente– con el retrato del artista y atrevida tipografía de coloridas letras de palo grueso, sirvió para anunciar la exposición desde los propios locales de la institución. Buen ejemplo, de lo que serían los primeros carteles creados para anunciar muestras artísticas en Murcia, ejemplares únicos realizados con artesanal cariño por los artistas.

El Círculo de Bellas Artes no pretenderá vincularse a las vanguardias europeas del momento. Desde su fundación en 1902⁽²²⁾ el objetivo del Círculo de Bellas Artes de Murcia es convertirse en un referente para los artistas murcianos. Pronto, el Círculo, siguiendo el reglamento de la institución, impreso un año después en los talleres de la Vda. de Perelló, será parte activa en el fomento de las actividades culturales y artísticas que se desarrollan en la ciudad. Organizará veladas y certámenes artísticos y literarios; y participará en los festejos ciudadanos formando parte de la comisión de fiestas municipales y celebrando Juegos Florales –tras el éxito obtenido en la organización de los *Juegos* celebrados en la primavera de 1908, Martínez Tornel emplazará al Círculo a continuar la tradición–. En sus salones se impartirán cursos y talleres –clases gratuitas a las que pueden asistir mujeres– y conferencias, complementando la actividad que realizan otras instituciones: La Real Sociedad Económica de Amigos del País o el Círculo Católico de Obreros. Durante los primeros años veinte, periodo en que Mariano Ruiz-Funes –que llegará a ser ministro de Agricultura y Justicia en 1936– dirige el Círculo, sus actividades –merecedoras de elogios en la prensa nacional, como el que le dedica Roberto Valdés en *La Libertad de Madrid* el 6 de enero de 1925, bajo el título; “Desde Murcia. Así se hace patria”– estarán marcadas por el compromiso con un cierto republicanismo liberal⁽²³⁾; las conferencias que promueve, con intelectuales de la talla de Fernando de los Ríos, Jiménez de Asúa o García Morente, dan buena nota de ello. También es palpable este compromiso en otras actividades; *El Liberal*, el 21 de mayo de 1922, recoge la participación del Círculo en la recaudación de fondos para ayudar a una Rusia devastada por la Guerra Civil.

Moderadamente aspiró a emular las actividades que se realizaban en instituciones semejantes, más cercanas, dispersas por la geografía nacional, especialmente las que organizaban los Círculos de Madrid y Barcelona que solían tener amplia repercusión en los periódicos nacionales. Los concursos de carteles para publicitar los bailes de carnaval son una de esas actividades. La prensa murciana informa, en enero de 1908, de la exposición en el Palacio de Exposiciones del Retiro de los más de 70 carteles presentados al

(22) El Círculo de Bellas Artes de Murcia se constituye en los locales de la Real Sociedad Económica de Amigos del País en abril de 1902. Las tres secciones que lo forman son: literatura, música y pintura bajo la dirección de Sánchez Madrigal, Antonio Puig y Alejandro Séiquer respectivamente. Séiquer será nombrado ese mismo año presidente del Círculo. El primer local estable de la entidad se localiza en la Plaza de Cetina en un inmueble propiedad de D. Ricardo Starico; más tarde sus instalaciones se encuentran en unos locales de la Calle Licenciado Cascales; y desde 1907 en el Palacio de los Celdranes, situado en el número 18 de la Calle Trapería, al abandonar este local la Mancomunidad Sucesores de Nogués que se trasladó en 1908 al número 53 de dicha calle.

(23) Así se recoge en el trabajo de Beatriz García Arce: “Mariano Ruiz-Funes: lo cultural abre los poros de lo político”, hecho público en 2007 en el marco del I Encuentro de Jóvenes Investigadores en Historia Contemporánea de AHC, celebrado en Zaragoza.

concurso para anunciar el baile de máscaras del Círculo de Bellas Artes de Madrid. Los premios que otorgaba el Círculo de Madrid al cartel anunciador del baile de carnaval eran sustanciosos; en 1911 eran 1.000 pesetas al ganador y 250 a los dos accésits. El renombre que podía alcanzar el artista era también un incentivo importante. Eulogio Varela, Rafael de Penagos, Bartolozzi o Federico Ribas, cimentarán su fama y su prestigio desde su participación, y triunfo, en estos concursos.

Los concursos de carteles para anunciar el carnaval de Barcelona cuentan con premios menos suculentos, 500 pesetas en las bases publicadas por *El Liberal* en noviembre de 1916, para anunciar el carnaval del año siguiente. Aunque otras especificaciones si son más indicativas de que se ha asumido claramente el concepto de lo que es un cartel, ya que indican que los bocetos se ejecutarán a tres tintas y a un tamaño de 100x70 cm preparado para litografiar, con poco texto –*Barcelona, carnaval de 1917*– y legible.

En reunión mantenida en el Círculo el 13 de febrero de 1910 se acuerda qué para anunciar el baile de máscaras de la sociedad artística, que se celebrará en el Teatro Romea, en febrero, el pintor Julián García Calvo realice el cartel; entre otros acuerdos se decide continuar la tradición de preparar la organización de los Juegos Florales de las Fiestas de Primavera. Los bailes de máscaras serán una actividad irrenunciable para el Círculo de Bellas Artes pues suponen una importante fuente de ingresos económicos a la entidad, que comenzó a organizarlos en la sede de la Plaza de Cetina en 1903, apenas unos meses después de constituirse la sociedad, pagando con esos ingresos y los obtenidos en los Juegos Florales al profesorado que imparte las clases. Tengamos en cuenta además que, tras constituirse la sociedad, en abril de 1902, Atienzar Sala diseña el cartel anunciador de un festival para recaudar fondos con la rifa y subasta de las obras que aportan los propios artistas murcianos; subasta y rifa que recaudó 1.200 pesetas.

Cuando años más tarde, el 4 de enero de 1917, *El Liberal* publica las bases del concurso de carteles anunciadores del Gran Baile del segundo día de carnaval, el certamen está restringido a socios de la entidad. Los originales se presentarán a color y con procedimiento de ejecución libre, eso sí, sobre lienzo y a un tamaño de 1,40 m de lado, quedando a elección del artista la otra medida del bastidor que conformará el cuadrilátero. El premio es de 100 pesetas para el ganador, habrá un segundo galardón de consolación de 60 pesetas. Los autores galardonados firmarán la obra tras el fallo del jurado y esta quedará como propiedad del Círculo.

Solo seis trabajos se presentan al certamen. Vicente Ferrer los describe en el diario *El Tiempo* el 4 de febrero: "...*El que lleva por lema «Fulgores» ...figura una mujer en primer término y unos pierrots danzando al fondo. Su factura es muy acabada, de un dibujo detalladísimo y con admirable dominio del color*"; para Ferrer este cartel está bajo la influencia de Penagos⁽²⁴⁾. "*El presentado con el lema «X» representa dos mujeres y un arlequín tañendo la cítara*", de no muy buena factura y falto de dibujo, señala. Para el autor de la crítica el que más cumple los fines del concurso es el presentado con el lema "*The times is Money*": "...*las dos figuras carnavalinas obligadas; Pierrot y Colombina; solo que a Colombina la ha vestido poco menos que a la moda*"; el cartel, pintado a tintas planas y con dominio del color, adolece de un dibujo muy detallado y algo caricaturesco. "*«Imberal» es otro de los carteles presentados y cuyo asunto es bastante vulgar*"; poca gracia le tuvo que hacer a Ferrer, pues es lo que refleja el texto, la desproporción del personaje o la situación descrita en este cartel en el que una joven retira la cortina de un salón donde danzan las máscaras –Juan Francés ya había utilizado en 1902 el mismo argumento: la guapa se descubre, en la mano lleva el antifaz, y comparte con el espectador la confidencia de la fiesta abriendo, levemente, el cortinaje para que, al fondo, podamos contemplar el baile de carnaval que el Círculo de Bellas Artes de Madrid celebra en el Teatro Real–. "*El titulado «Ariadna» es un lienzo pintado a todo color y que no tiene trazas de cartel... representa una cabeza de sátiro sobre la que se apoya una mujer en actitud dolorosa*". Luego describe el último, "*«La Danza» ...un sátiro con los atributos de la fiesta de Momo, una máscara y una danzarina*", que tacha de imperfecto dibujo.

El jurado, formado por José María Sanz, Sánchez Picazo, y Antonio Nicolás, otorga el premio al presentado con el lema «X» cuyo autor es Antonio Ródenas, nacido en 1884 en el barrio de Santa Eulalia. Pintor y decorador, Ródenas realizará ese año la portada

(24) El dibujante madrileño Rafael de Penagos (1889-1954) es uno de los cartelistas publicitarios más influyentes de su época. Creó un prototipo de mujer estilizada y elegante, moderna, sensual y atrevida, acaso muy alejada del estereotipo de la mujer española de ese momento. Ganó numerosas veces el concurso de carteles del baile de carnaval del Círculo de Bellas Artes de Madrid. En 1913 se convierte en el realizador de los carteles publicitarios de Chocolates Amatller. Trabajó para la Casa Gal y era colaborador asiduo en numerosas revistas: *Blanco y Negro, La Esfera, Mundo Gráfico*... Es el creador del cartel de la *Exposición Internacional de Sevilla y Barcelona 1928-1929*.

del folleto de las Fiestas de Primavera impreso en "Gaya y Pagán". El 2º galardón al realizado por Gil de Vicario bajo el lema «*The Times is Money*», que también ha ganado el concurso de diseño de sellos promovido ese año por el Círculo. Vicario es uno de los primeros artistas que, en Murcia, asumiría rápidamente que un cartel no es un cuadro, que sus colores han de resultar llamativos, quedando supeditados a la superioridad del dibujo y tender a la simplificación.

Atiénzar expone, en los salones del Círculo, el cartel donado cuando la sociedad fue constituida.

Los carteles del Círculo, anunciadores del baile de carnaval, son ejemplares únicos, pues curiosamente no se imprimen. Se suelen utilizar, aunque no siempre, como portadas y contraportadas –primeros y segundos premios– del carnet de baile de la mascarada del Teatro Romea. Parece que, al fin, son solo una excusa para hacer una exposición complementaria de las actividades con las que el Círculo de Bellas Artes celebra el carnaval.

En 1918 y 1919 no se celebró concurso de carteles anunciadores del baile de carnaval, seguramente debido al cese de la actividad de la Asociación Eureka que era la impulsora de muchos de los certámenes organizados por el Círculo.

En 1920 el concurso se hace extensivo a los artistas murcianos sin más especificaciones y se aumenta el premio a 150 pesetas, los dos accésits recibirán 25 pesetas. El tema se realizará con procedimiento libre a un tamaño de 100x70 cm, la leyenda del cartel será *Círculo de Bellas Artes, Baile de máscaras de 1920*. *El Liberal* publica las bases el 6 de enero. Garay ha obtenido los cinco duros con «*Viva el carnaval*» y Joaquín ha ganado el concurso. Un fallo que genera cierta polémica en la prensa murciana. Gil de Vicario etiqueta en *El Liberal*, el 4 de febrero, la obra de Joaquín de gris, tosca y pastosa; una copia, dice, en parte, de un cartel suyo que ganó el segundo premio en 1917; se refiere a «*The Times is Money*». Vicario continúa enérgico su crítica, pues apostilla: "*Sabíamos de antemano que Joaquín obtendría los treinta duros, toda vez que aseguró una noche ante otros amigos que así se presentara Federico Ribas o Dios, el premio era para él*". Sin embargo, ha tachado a Garay de originalísimo cartelista conocedor de todos los recursos y técnicas del arte decorativo. Ese mismo mes las cuestiones planteadas por Vicario parecen resolverse, lo que no significa que el premio otorgado se haya sometido a todas las garantías que un jurado imparcial hubiera mantenido. *El Liberal*, en un articulito titulado "Alrededor de un concurso", deja entrever que se ha pagado con el favor del premio a Joaquín al haber sido antes agraviado por el destrozo de un friso suyo que fue borrado de la sala de recreo del Círculo. En la conversación figurada de los personajes ficticios del artículo queda bien claro: "*Dígame V. ¿Qué bellezas tiene ese cartel premiado? Porque o yo no entiendo de estas cuestiones, o eso no es pintura; y sobre todo que eso está sin hacer; unas pinceladas, saca desdibujos, ese color de greda tan antipático... ¿Es eso un cartel?*

–El jurado lo ha dicho...

–No se fie usted querido amigo del fallo de los jurados... Los jurados, premian, sí; pero no constituyen los premios ninguna sanción definitiva. Este concurso, este fallo, injustificado y parcial en grado sumo, para que tuviera la sanción del público, hacía falta un acto donde el jurado explicara el porqué de ese premio; qué cosas hay en ese cartel que no ve nadie; ni el autor". Es la primera, desagradable y punzante polémica que provocará el certamen de carteles del Círculo de Bellas Artes; no será la última.

Cuando el Círculo de Bellas Artes convoca un año después, el 14 de enero de 1921, el concurso de carteles para el baile de carnaval del Romea, que organiza la entidad, con idéntica indicación de medidas, técnica y ligero cambio en los galardones, pues al Primer Premio de 150 pesetas se suma un segundo con 75 y un tercero con 25, está lejos de intuirse la polémica que se avecina.

El Tiempo, en su primera página del 4 de febrero, alaba el certamen y, antes de comentar las obras presentadas a concurso, dedica encendidos elogios al cartel que Gil de Vicario ha colgado en el Círculo y no participa en la competición: "*...es una maravilla de dibujo, colorido y técnica: Todo en él guarda la debida relación y, en cuanto al asunto, es originalísimo: Cupido, con traje de arlequín, medita, pesaroso, al ver la aljaba vacía de flechas... En el suelo, sobre una rarísima y japonesa alfombra está caído el arco. La roja*

figura de Amor se destaca de un fondo negro, aterciopelado, especie de alas de cortina con dibujos de plumas de pavo real, cuyo remate son cabezas de Minerva. Es la obra que en esta exposición huele a Madrid y da la nota de verdadero cartel, hasta en la cuidada y simple rotulación". Gil de Vicario aparece ya como un artista consagrado, pues su trabajo está fuera de consideraciones y valoraciones externas, hay que tener en cuenta que ha ganado premios nacionales como autor de carteles –el otorgado por la revista de *Estudios Médicos* es uno de ellos–, frente a ya afamados autores.

Luego C. Imperio continúa describiendo las ocho obras presentadas a concurso, según él "todas aciertos". Para el articulista la presentada con el lema «Yo» es la más acertada; "...Momo asoma la cabeza por entre un tapiz de rayas blancas y azules, que valora la composición". Adjetiva al titulado «¡Ya le han cogido...!» de verdadero cartel, realizado en tintas planas, bien dibujado y apropiado para anunciar el baile; "...representa un viejo con dos chulas cogidas de sus brazos, una de las cuales intenta atrapar con dos deditos el enorme brillante que luce en la corbata del vejete". «Juventud» le parece una obra bien resuelta, un prodigio de línea y color; "...tres máscaras femeninas danzan sonando las panderetas". Los planos y la rotulación del presentado con el título «Luz» componen una obra tachada de "muy cartel", en ella "un galán ayuda a su dama a bajar del automóvil, mientras otra espera a su lado". La obra «Plata» "es todo un sentimiento, una caricia a la Amada en la noche bruja y primorosa de la felicidad". Considera que «S. M. El agonizante» no anuncia lo suficiente el baile, aunque sea un tema carnavalesco; "un payaso haciendo equilibrios con un paraguas". De inapropiado y tétrico tacha el cartel «¡Ole, el jurado...viva!». Señala que un cartel se presenta sin lema.

Vicario, en *El Liberal* del día 6, profundiza en la descripción de cada uno de los carteles presentados, juzga que las obras son mejores que las del año anterior y da a conocer a los autores de las mismas. «¡Ya le han cogido...!» es la presentada por Almela Costa, "constituye un trabajo considerable, bien resuelto, completamente a tintas planas y de pálidos colores que traen recuerdos de Bartolozzi y Ribas", para Vicario el cartel anuncia claramente un baile de máscaras, elogia su limpia rotulación e ironiza sobre los personajes representados, la rubia que endulza las mieles de la vejez de Don Hilarión y la morena que pretende robar el brillante que luce el boticario, un personaje de ficción creado por el dramaturgo Ricardo de la Vega para el sainete lírico que Tomás Bretón convertirá en la zarzuela *La verbena de la Paloma*. El cartel de Almela casi podría entenderse como un homenaje póstumo al músico salmantino, fallecido un año antes, y tan relacionado con Murcia. De «Juventud», presentado por Garay, Vicario valora la sinfonía de azules resuelta con apenas tres planos. Elogia las dos obras de Pedro Flores «Plata» y «Luz», la primera es valorada como elegante, aunque dice que remite a añoranzas de otro tiempo, de la segunda destaca la figura amarilla y las tonalidades verdosas, azules y moradas. La obra de Joaquín «Yo», salvadas ciertas prestidigitaciones y negligencias en el dibujo, de inseguridades en la rotulación, es capaz de quedarse con el jurado y los espectadores, de la otra obra presentada por Joaquín «¡Olé el jurado... viva!» la valoración es demoledora, pues según Vicario "no sirve ni para anuncio de una carnavalada". De «S. M. El agonizante» señala que, aunque tiene trazos sentidos y es un cartel "el autor ha debido confundir el tema con un anuncio de payasadas". El presentado sin lema es considerado bonito, con florituras, y ha debido ser realizado "por un litógrafo acostumbrado a exhibir bocetos a industriales".

Joaquín obtendrá el Primer Premio por «Yo» y el Segundo por la obra «¡Olé el jurado...viva!»; Pedro Flores es galardonado por «Plata» con el Tercer Premio.

Dos días después de hacerse público el fallo, el 9 de febrero, Almela envía una carta abierta de queja sobre el concurso de carteles a la prensa local que publican *El Tiempo* y *La Verdad*:

"Sr. Presidente del Círculo de Bellas Artes
Murcia

Muy señor mío: como expositor del concurso de carteles anunciadores del Baile de Máscaras organizado por esa culta sociedad de su digna Presidencia, y en vista del fallo emitido en él, me permito dirigirme a usted, rogándole se sirva manifestar públicamente, cumpliendo una de las bases de la convocatoria –habitualmente una de las bases contemplaba que el jurado se daría a conocer oportunamente en el tablón de anuncios de dicha sociedad– dada a la luz en la prensa, los nombres de los señores que han

constituido el Jurado de dicho concurso para dirigir a ellos mi más enérgica protesta por la absoluta parcialidad y supino desconocimiento de los más elementales principios del Arte y del buen gusto, de que han dado prueba inequívoca al emitir el referido fallo, en contra del buen parecer y del general sentir del público y de los verdaderos Artistas. No dudo ser atendido por usted en mi justa petición, siquiera por el decoro y prestigio de esa Sociedad y en beneficio del Arte que parece servir y representa.

Gracias anticipadas y quedo de usted affmo. y S.S.

q.e.s.m.

José María Almela Costa. Murcia, 8 de febrero de 1921"

Los días 10 y 11 aparecen en la prensa las aclaraciones del Círculo –aunque ya habían circulado rumores y justificaciones– que manifiesta, a través de sus socios que, siguiendo las bases, los nombres del jurado constituido para el concurso estuvieron expuestos en el tablón de anuncios de la entidad a su debido tiempo y los socios tenían conocimiento de quienes eran; tal vez, apunta la nota de prensa, Almela no había leído la composición del jurado en el tablón por no ser socio de la entidad. Simultáneamente sale a la luz una nueva carta abierta de Almela, el día 11, titulada "Protestando un fallo": "Con gran sorpresa he leído en *El Tiempo y Levante Agrario* del día 10 del corriente, las manifestaciones que varios socios del Círculo de Bellas Artes hacen, refiriéndose a mi carta abierta dirigida al señor Presidente, diciendo haber estado expuesto en la tablilla del Círculo los nombres de los señores que han compuesto el jurado del concurso de carteles. Pues bien; yo tengo que afirmar aquí que, aunque el señor Almela no es socio de ese círculo, por no tener su residencia en Murcia, donde permanece accidentalmente, ni un solo día, durante la exposición de carteles, he dejado de mirar la tablilla, y he podido comprobar que esos señores socios que ocultan sus nombres, faltan a la verdad, influidos por no se quién, para desviar y hacer salir por la tangente al Jurado, procurando llevarme al terreno de la disputa inútil ajena a mis convicciones y dignidad.

*Aunque el Sr. Presidente parece escudarse en las aclaraciones de esos varios socios, y no ha tenido a bien contestar a mi carta publicando los nombres de los señores que constituyen el Jurado que monopoliza en Murcia y, sobre todo en ese Círculo, cuanto a pintura se refiere. El fallo emitido en el concurso que nos ocupa, es evidente demostración de una de estas cosas: Parcialidad absoluta; obcecado desconocimiento senil de lo más rudimentario en Arte y, en particular, de las condiciones del cartel; o ambas cosas reunidas. Además, el Jurado consumó su hazaña con **nocturnidad, oscuridad y alevosía**. Y no hizo públicos los nombres de los individuos que lo formaron, a fin de evitar una inminente protesta.*

Hay veces en que una injusticia puede «colar»; estas veces hay entre dos o tres obras poca diferencia de valores. Pero no, se dio el caso de otorgar, y precisamente á las peores obras, las dos primeras recompensas, y que las obras premiadas sean «precisamente» de un mismo autor...

*Aquí la palabra «injusticia» se orna de aditamentos más sucios; aditamentos que manchan el honor de toda entidad seria. Mirando el respeto que se debe al Círculo de Bellas Artes y á una tan digna presidencia como en la actualidad lo honra, debió ser elegido con más tiento el Jurado. Pues los **eternos** jueces ya sabemos cómo eternamente obran.*

Con esto doy por terminada mi protesta, pues asuntos profesionales me obligan a partir en breve de esta mi querida Murcia, llevándome el triste convencimiento de que esta tierra, madre fecunda de artistas, no sabe retenerlos a su lado.

José María Almela Costa"

La polémica se extendió varios meses, y tuvo que hacerse sentir en el ambiente artístico de la ciudad y en el ánimo de los artistas. El 21 de junio una comisión formada por el presidente del Círculo, el bibliotecario de la entidad y los miembros del jurado calificador del concurso de carteles, Pedro Sánchez Picazo y Cándido Banet, visitan *La Verdad* para exponer su malestar al director por una caricatura realizada por Pedro Flores y publicada días antes por ese medio. El director del periódico quita hierro al asunto apelando a que solo se pretendía dar nota cómica de un incidente de interés público, sin ánimo alguno de ofender, y ofrece, a los visitantes, oportunas satisfacciones.

El Círculo continuará, no obstante, con sus actividades habituales. El 7 de septiembre, un día después de inaugurarse la Exposición Regional de Pintura y Escultura



organizada por el Círculo, Vicario –que como se ha indicado en capítulo anterior había realizado la bella portada del catálogo de la muestra– ofrece en sus salones una conferencia sobre “Arte Moderno”.

Cuando el 28 de enero de 1922 El Círculo de Bellas Artes vuelve a convocar concurso de carteles para el tradicional baile de máscaras las bases son ahora más precisas. La polémica ha tenido consecuencias. Los bocetos de 120x90 cm se presentarán a cuatro tintas, rigurosamente planas, sobre papel pegado a la tela, pues se pretende editar los trabajos ganadores. Los premios se han incrementado, se concederán dos, de 200 y 100 pesetas. Y los miembros del jurado se dan a conocer desde el primer momento, un jurado de más equilibrio entre tradición y modernidad: Pedro Sánchez Picazo, Cándido Banet, José Atiénzar, Luis Gil de Vicario y Luis Luna. Se ha intentado nivelar tendencias, limar asperezas y contentar a los participantes. El 16 de febrero se inaugura la exposición con las piezas presentadas, tres días después el Círculo ofrece un concierto, dedicado a Grieg, a cargo del sexteto que dirigen Salas y Martí.

Gil de Vicario da cuenta en *El Liberal*, con un artículo titulado “Nuestros artistas, la exposición de carteles carnavalescos”, del cambio producido en el arte del cartel desde 1900, de cómo se ha depurado y aristocratizado volviéndose elegante y sofisticado. Señala a los autores que han hecho posible este cambio, cita a Penagos, Ribas, Bartolozzi, Ochoa y Larraya. Del concurso comenta los premios del certamen y el nivel de calidad alcanzado por este. Doce son las obras expuestas tras rechazar las de poco mérito o que no se ajustaban a las bases. Garay –que presentará ese año al Salón de Otoño de Madrid el cuadro *La tienda de Juana* y recibirá premio de la revista *Buen Humor* por una tira cómica– resulta ganador, por unanimidad, con la obra presentada bajo el lema «*Guiñol*» (Fig. 57); Pedro Flores obtiene el Segundo Premio por «*Plata*» (Fig. 58); y se considera

(Fig. 57) Luis Garay. *Guiñol*. Baile de Máscaras Círculo de Bellas Artes. 1922.

(Fig. 58) Pedro Flores. *Plata*. Baile de Máscaras Círculo de Bellas Artes. 1922.

merecedor de un accésit al joven Ramón Gaya por la obra «*Capricho*», que el jurado recomienda sea comprada por el Círculo.

Garay y Flores, apoyarán como mentores al joven Gaya, que se mantendrá unido a los dos amigos cuando a partir de 1924 trasladen el estudio a la casa de Garay en la calle de la Gloria.

Vicario describe las piezas expuestas. *“La obra «Guiñol», ganadora del concurso posee todas las buenas cualidades que debe reunir un cartel. Son dos muñecos caricaturescos de trapo, danzando entre serpentinas. El equilibrio de las masas está logrado en la obra... la expresión de los rostros de gamuza es de una gracia inmensa, y el ritmo total elegante y sobrio.*

Uno de los aciertos de Garay es la Minerva del Círculo –que aparece enmascarada como un ladronzuelo– por la simplificación lineal de la caricatura de esta diosa... Todo en este cartel es buen gusto, distinción... hasta la leyenda fue sabiamente calculada”⁽²⁵⁾. Para Vicario, Garay conoce bien la necesidad de simplificación, no exenta de humor, para ejecutar un cartel.

“El asunto no es nuevo –dice Vicario del cartel de Pedro Flores, que representa una pareja que se dirige al baile cogidos del brazo, él con monóculo y chistera, con mantón y disfraz ella– más tratado del modo que lo hizo Flores es distinguido. Las figuras, de vigorosa y cálida entonación, fueron sólidamente dibujadas y destacadas de un fondo blanco. La obra cumple bien su misión anunciadora.”

“«Capricho»...de Ramoncito Gaya, un artista de doce años, –ha nacido en Murcia, en el Huerto del Conde en 1910– es agradable en conjunto, aunque un poquitín descuidado en la rotulación y en la concordancia de los trajes de las figuras. A pesar de que en carnaval todo pasa. Hay en esta obra un concepto decorativo muy orientado y de un gran valor por la sencillez y amplitud de las masas. Hemos de augurar al pequeño autor, si continua por ese camino, muy justos éxitos.”

Vicario continúa desgranando su parecer sobre las obras que no han obtenido galardón y ¿no imagina?, al valorar el cartel presentado por Ramos Esbry, que será el causante de otra agria polémica. *“Joy –gozo– se ha convertido en «joyicas» y muestra tonos de «carnaval agonizante», La pareja de danzarines –al son de la música de un gramófono– se apellidan Riera y Ribas, –¡cuánta erre! – y es muy «chic». El rótulo está bien, solo que en lugar de BAILE DE MÁSCARAS dice DISCOS ODEON... y lo que hay que anunciar es otra cosa.”*

Ramos Esbry se queja al director del *Liberal* en una carta donde expone que su cartel «*Joy*» es una obra completamente original, y la semejanza en la actitud de las figuras representadas y las del anuncio de los discos Odeón, de Riera, no puede ser causa para calificarlo de copia. Simultáneamente acusa, el 25 de febrero en *El Liberal*, a Gil de Vicario de haber fusilado un cartel de Kessler publicado en *La Gaceta de Munich*, anunciando artículos de música, citando el número, la página y la fecha –correspondiente al 22 de diciembre de 1921– de su publicación. La nota remata con *“obras son amores”*.

Vicario responde en *El Liberal* a Esbry: *“El cartel en cuestión, a pesar de que don Félix Ramos crea que es completamente original suyo, no deja de ser un plagio del dibujo de Riera, anunciando los discos Odeón, y un «fusilamiento» –la cabeza de la dama, las siluetas del fondo y los floreros– de Federico Ribas. Esto no soy yo solo quien lo ve; son todos los artistas. Además, por si ese defecto fuese poco «Joy» es una estampa falta de las cualidades precisas para ser un «afiche»: el procedimiento está equivocado, hay desdibujo, antipatías de color, y en cuanto al asunto –la eterna pareja de bailarines– no puede ser más vulgar.*

Todas estas cosas las digo al señor Ramos, porque no crea que su obra fue digna en el mencionado concurso de premiarse.”

Vicario exige después a Ramos Esbry que pruebe la acusación de haber fusilado el cartel presentado fuera de concurso y acaba la contestación con *“Y no va más”*.

El 26 de febrero, Vicario retomará en *El Liberal* el tema de la copia o fusilamiento del cartel de Kessler. *“Don Félix Ramos Esbry, maestro nacional, dice que mi cartel expuesto en el Círculo de Bellas Artes y dedicado al presidente de este centro «es una grotesca desfiguración» de un dibujo de Kessler... he de decirle: 1º que el violinista de mi cartel estuvo expuesto en Madrid un mes antes de aparecer el citado número de La Gaceta de Munich en el salón de exposiciones del Círculo de Bellas Artes de la Corte, y que lo hice*

(25) El cartel de Garay no está muy alejado del realizado por Bartolozzi para el Baile de Máscaras del Teatro Real que organizó el Círculo de Bellas Artes de Madrid en 1919, que supuso un cierto escándalo y movió a polémica, pues alejándose de elegantes propuestas Bartolozzi recurrió a la imagen de una harapienta comparsa, “La Destrozona”, colgando del varapalo de su escoba el símbolo del Círculo. La relación con *Guiñol*, y el sentido de lo popular en ambos carteles es evidente.

para anunciar los «Conciertos Populares», como dicho violinista es mío lo aplique luego a un cartel de carnaval...” Vicario, señala que en cualquier caso es Kessler el que lo habrá copiado a él, aclarando después que el jurado entendió que el cartel presentado, este sí, por Esbry era una evidente copia. Como miembro del jurado y autor de la crítica de prensa Vicario ha actuado a la vez de juez y parte.

A pesar de las duras polémicas el Círculo hace público, en febrero de 1922, la labor desarrollada el año anterior. Las cifras son apabullantes si tenemos en cuenta que nos referimos a una entidad privada: veinte conferencias, doce conciertos de música, nueve exposiciones, varios concursos y otros actos, y concesión de pensiones a tres alumnos del conservatorio y a un pintor, Joaquín, por un año y dotada con 3.000 pesetas; beca escasa pues no cubre las necesidades mínimas del artista, que se traslada a Madrid –donde nacerá su primogénito– con su familia.

El 13 de enero de 1923 el Círculo convoca de nuevo concurso de carteles para el baile de máscaras. Los premios son de 300 y 100 pesetas, en el jurado repiten Sánchez Picazo, Cándido Banet, José Atiénzar, Gil de Vicario y Luis Luna. Se presentan ocho carteles. Joaquín gana el Primer y el Segundo Premio con los carteles presentados bajo los lemas «Caballero» y «Dos iguales», *El Liberal* bajo la firma H. S. escribirá “Únicamente Joaquín con su arte exquisito, con la delicadeza de su espíritu, altamente artista, es capaz de esas dos acertadísimas concepciones pictóricas”. Se felicita a Joaquín y al jurado por su imparcialidad. Pero en el mismo comentario, del 8 de febrero, se han criticado los dos carteles presentados bajo los lemas «Uno» y «Dos», tachando al primero de muy visto y al segundo de imitar los dibujos de Bagaria: “El lema «Dos»... ha descuidado tanto dibujo como la factura... El lema «Uno» muy visto, el autor nos quiere acostumbrar a que veamos bien los dibujos de Bagaria vistos a través de otro espíritu, pero no lo consigue. A Bagaria se le tolera –sólo se le tolera– porque fue él quien, en este género, nos trajo las gallinas”. Ambos carteles son de Garay que al día siguiente contesta en el mismo periódico: “Yo no he pretendido nunca hacer ver los dibujos de Bagaria a través de mi espíritu. Bagaria está demasiado visto ya, y no precisamente por usted. Bagaria es reconocido en el mundo, no ya como uno de los pocos grandes artistas que tenemos, no ya como un humorista formidable, más todavía, como un artista genial, aunque usted, señor H. S. lo tolere... piadosamente...” En la contestación Garay señala: “Al leer los juicios tan caprichosos que el señor H. S. (o lo que sea) emite sobre las obras presentadas no puedo desechar la tentación de contestar”, y tras aclarar que la similitud entre dos artistas no solo es posible, sino incluso un valor y no pequeño, manifiesta: “Velázquez, nuestro gran maestro español, tiene mucho de la pintura del Greco. De Rosales se ha dicho que empezó a pintar donde acabó Velázquez... y Bagaria, ese artista a quién tolera, su arte tiene mucho bastante del arte japonés que usted, señor H. S., no conoce”. Acaba Garay recriminado al plumilla que, si escribió su artículo desde la imparcialidad, no debió esconder su nombre tras unas iniciales.

La obra de Garay está muy alejada de sofisticaciones *noucentistas*, responde a una sabiduría aprendida en el desarrollo de su trabajo como litógrafo, a sus colaboraciones en prensa realizando caricaturas y dibujos cómicos y satíricos, al gusto por los personajes y los ambientes populares de los barrios de la ciudad; y está teñida de un cierto candor melancólico. Otros bocetos y temperas ejecutados por Garay para las convocatorias del Círculo se desarrollan en escenas con los mismos principios. En *Baile de máscaras* (Fig. 59), un boceto carnavalesco, en evidente relación, como antecedente o consecuente, de la obra *Baile murciano* presentada por Garay al IX Salón de Humoristas –también presentarían obra Flores y Gaya: “... tres artistas murcianos muy modernos y bien orientados...” según palabras de José Francés– y que reprodujo *La Esfera* el 7 de julio de 1923, huertano y huertana danzan bajo el anonimato que les procura el antifaz, en primer plano chumberas y piteras ponen el marco costumbrista. En otro boceto la máscara se retira acabado el jolgorio, exhausta arrastra en la *bota* los restos de vino, sin fuerzas, apenas puede desenredarse de las serpentinas que se agarran a sus pies y sostener el paraguas con que se cubre, realidad y tristeza retornan una vez concluida la fiesta (Fig. 60).

Tampoco faltará la polémica en torno a las actividades del Círculo vinculadas al carnaval; esta vez trasciende el concurso de carteles y se centra en el asunto de la cesión del palco del Romea para entregar los regalos a las señoritas asistentes al baile. Hasta el



(Fig. 59) Luis Garay. *Baile de máscaras*. H. 1923.



(Fig. 60) Luis Garay. *Regreso a casa tras el baile de carnaval*. H. 1923.

alcalde, Sr. Maza, tiene que enviar carta a la prensa explicando porque no se ha cedido el palco a la organización del Círculo; responde la cuestión a un acuerdo alcanzado tras entrevista con el presidente accidental de la entidad, José María Sanz Fargas, en la que se convino que los regalos se colocaran para su entrega en la contaduría del teatro, quedando el palco a disposición del Ayuntamiento.

Cuando se publica convocatoria para el tradicional concurso de carteles del baile de máscaras en 1924, el Círculo de Bellas Artes ha dejado el galardón reducido a un premio único de 250 pesetas. Las medidas serán de 100x70 cm y la técnica de libre procedimiento y a cuatro tintas. Aunque inicialmente no se hace público el jurado en las bases, cuando es designado lo componen: Antonio Nicolás, Dionisio Sierra, Gil de Vicario, Jara Carrillo y Juan Guerrero, todos prohombres de las artes y las letras.

El maestro de los *Bellos Oficios* –es decorador, pintor, escultor, diseñador de joyas y carteles– Tomás Gutiérrez Larraya, que había expuesto en los salones del Círculo, y ha sido galardonado con el Premio Nacional de Pintura Aplicada por un bello friso, resulta ganador de la convocatoria con la obra de lema «*Pierrot Vert*». La prensa asegura que el trabajo presentado es un verdadero alarde de color, buen gusto y genialidad. Es fácil suponer que sería Vicario, admirador de las propuestas decorativas de Larraya, y con un estilo y una trayectoria artística muy semejante a la del barcelonés, el que lo animaría a presentarse al concurso. En noviembre Larraya visita Murcia, justo en el momento en el que el Círculo celebra una exposición de “Dibujantes Españoles”, y ofrece una conferencia sobre “Modos y modas en el arte”. *El Liberal* lo describirá el 4 de ese mes como “*admirable comentarista moderno del alma de los hombres y las cosas*”. Incluso Garay es partícipe de ese espíritu y acercamiento a lo decorativo, pues recibe el mismo año un premio de 1.000 pesetas por el proyecto de un friso, en papel pintado, otorgado por la Sección Nacional de Arte Decorativo y Pintura Aplicada.

El 27 de enero de 1925 el Círculo de Bellas Artes vuelve a convocar el esperado concurso de carteles, con único premio idéntico al del año anterior y unas bases con ligerísimas modificaciones, las cuatro tintas máximas del cartel se fijarán sobre un bastidor con una superficie pintada de 100x60 cm. El jurado de nuevo permanece incógnito.

Gil de Vicario en *El Liberal* del día 17 de febrero, en la sección “Nuestros artistas” expone su percepción de “La Exposición de Carteles” y comenta los que a su juicio merecen el premio. Comienza señalando que: “*En Murcia, para los artistas locales, el Carnaval es un ente educativo*”, alaba el esfuerzo de los pintores por mantenerse dentro de las normas que marca el *afiche*, indica que, por fin, se han convencido los artistas de las teorías y los procedimientos que exige el cartel, y acaba el breve artículo con la descripción de los que según él resultan más meritorios: “*El cartel lema «¡Míralo... ya viene!» no sólo es simplemente un cartel, sino una obra maestra del género. Hay preocupación de ritmo, belleza compositiva, lógico consorcio entre la leyenda y el asunto desarrollado, equilibrio movable y «bailable» en la rotulación, y una alegría franca, un sano optimismo y un dibujo «macho».*

El cartel «Carnavalesca» es de un criterio opuesto al anterior. Aquel responde a una idea general de movimiento y de vida sana; éste a un concepto señorial, equilibrado y mundano. Se preocupa el autor del emplazamiento de las figuras, del fino dibujo y de la orquestación vibrante. Rotula la obra con noble acierto y consigue, en fin, una nota discreta.

¿Cuál de los carteles es mejor?

¿Quién tiene todas las condiciones del concurso?

Tal vez los dos. Quizá ninguno. Es cuestión de criterio o de punto de vista. Cualquiera de los dos vale más de 250 pesetas.”

Del texto deducimos que Vicario no ha estado en el jurado, que intenta fomentar y avivar sutilmente la polémica, que desprecia la cantidad dedicada al cartel ganador y una falta de generosidad evidente pues no comunica a sus lectores que Pedro Flores ha ganado el certamen.

Joaquín había presentado cartel, «*El Arlequín*» (ver imagen página 90), una obra realizada a dos tintas, en tempera sobre papel encolado a lienzo. El personaje napolitano llena el espacio del papel, solitario, los brazos sujetos con cordones indican que serán otros los que dirijan sus movimientos. Vicario no hace la más mínima referencia a este cartel en su articulito.

La convocatoria de 1926 está sujeta a las mismas bases del año anterior, el jurado sigue sin darse a conocer cuando se publica en los medios locales el concurso.

Joaquín resulta ganador con un cartel presentado bajo el lema «*Anda con Dios*». La polémica vuelve a servirla Gil de Vicario desde las páginas del *Liberal*, el 14 de febrero, con un artículo titulado “Concurso de carteles, el fallo”. Vicario pone en cuestión la labor del jurado. “*El cartel –escribe– no se ajusta a las bases de la convocatoria, porque se ha realizado ¡a cinco tintas!*”, azul pálido, pardo, amarillo, rojo y azul oscuro, en vez de las cuatro que fijaban las bases; tampoco el texto que debe aparecer rotulado, “*la obra que han premiado lleva visible este letrero «Baile de Máscaras, Murcia 1926»*” y, ciertamente, la base tercera especificaba: *Círculo de Bellas Artes, Baile de Máscaras de 1926. “El cartel pues no se ajustaba a las bases y no debe ser premiado”*. Intenta justificar al jurado, “*esto no quiere decir que, al juzgar, se haya concedido la recompensa obedeciendo a determinadas presiones*”, pero plantea que hubo un alargamiento “*misterioso*” del plazo de admisión de obras, a pesar del “*rotundo «improrrogable» que reza la base quinta*”. Demoledor, apunta y sugiere Vicario: “*suponemos que los concursantes postergados no pasarán por el aro de aceptar, sin la debida protesta, una arbitrariedad –hija sin duda de un olvido ajeno– que les perjudica*”. Describe luego alguno de los doce carteles presentados, los que a su juicio reúnen las mejores condiciones para haberse alzado con el premio; se detiene especialmente en «*Pierrot*», al que tilda de “*verdadero grito en la pared*” –curioso, si tenemos en cuenta que los carteles del *Círculo* no se editan ni se distribuyen por los sitios acostumbrados de la ciudad, son originales que el público contempla en el espacio inadecuado, para un cartel, de una exposición; una frase, por otra parte, atribuida tradicionalmente a Josep Renau, que la pronuncia al ver los carteles pegados en la valenciana calle del Carmen en el periodo en que cursa estudios de Bellas Artes en San Carlos a principios de los años veinte; aunque, como hemos visto, la expresión *grito* referida al cartel es habitual en Murcia desde el comienzo del siglo–. Vicario rubrica, finalmente, esta llamada a la protesta con su firma, bajo la cual hace constar que pertenece a la Unión de Dibujantes Españoles (UDE).

Seis días más tarde *El Liberal* hace pública la carta que Pedro Flores ha enviado al director, Pedro Jara Carrillo, rogándole difusión. En la extensa carta titulada “Contribución a esclarecer más dudas” arremete con el procedimiento seguido y con el autor y el cartel que ha conseguido el premio: “*Todo en este año ha sido, en la realización del concurso de carteles para anunciar el baile del *Círculo de Bellas Artes*, extraño y sin sentido.*”

En las bases del concurso se dice clara y terminantemente, que se premiará el mejor cartel. Que tiene que estar hecho a cuatro tintas planas.

Pues bien; el cartel premiado (lema «Anda con Dios») tiene cinco tintas, una más de lo que exigen las bases, cosa que le sitúa fuera de concurso.

Pero hay algo más. Estas tintas están ejecutadas de una manera poco noble. Su autor ha empleado trucos de mal gusto, desvaneciéndolas unas con otras, procedimiento también ilegal. Por si esto fuera poco el dicho cartel no anuncia el asunto que solicitan las bases, y falta además a la más elemental forma estética del arte del cartel.

¿Por qué se ha premiado?... A cualquiera de los señores que votaron este premio les lanzo esta pregunta retadora; y si tienen condiciones para ello, les desafío a que me contesten. Así podrán dar una prueba de moralidad artística para ellos muy conveniente.

De los cinco señores convocados para este asunto, únicamente actuaron cuatro. ¡Y bien singularmente!... Uno solamente votó en contra. Este señor dio prueba de saber atenerse a las bases, demostrando, además, comprensión.

*A todo el mundo extrañó la prórroga arbitraria de dos días para la admisión de carteles, cuando dicen las bases que no se podrá prorrogar la fecha de admisión. Pero hay otra cosa que se anunciaba también, y es que oportunamente se publicarían los nombres de los jurados. ¿Por qué no se ha hecho?... ¿Por qué, ya que se tomaron, no se sabe quienes la libertad de prorrogar dos días, no lo notificaron en los periódicos?... El señor Sierra no actuó de jurado como según creo tenían designado. ¿Por qué no se le aviso el día y hora para el fallo?... Estas preguntas las dirijo al secretario del *Círculo* quién supongo ha influido de una manera inconsciente, así como otros señores de la junta el favorecer la labor del autor premiado en quién es proverbial la facilidad y dominio de la técnica cartelera.*

Pero hay algo más desagradable. Esta mañana un señor, uno de los jurados, declaraba ante unos señores que lo conminaban a que explicase, como había votado un cartel de cinco tintas y otras cosas más que las solicitadas; y dijo, que él, votaba de cualquier manera, e incondicionalmente, a Joaquín siempre que se presentara la ocasión.

Por otra parte, hay una desventaja para los que presentaron los carteles a su tiempo; pues todo el mundo puede ver si quiere (no sé por qué) los carteles antes de su instalación y esto se presta a interpretaciones. Así un señor de la junta censuraba públicamente un cartel de los presentados antes de la instalación. Este cartel es seguramente de los más notables del Concurso.

De la extraña junta celebrada para la prórroga del plazo, no tenían noticia bastantes señores de la junta; y se excusan, con cierto embarazo, de las anomalías cometidas.

Para estos señores va mi consideración, pero deben recabar de sus otros compañeros de junta la anulación de este fallo arbitrario para bien del Arte y estímulo de los concursantes que este año ha sido mayor que nunca.

Si el Círculo de Bellas Artes mandase a Madrid todos los carteles a la Asociación de Dibujantes Españoles y allí calificara un jurado compuesto, a ser posible, de los mejores cartelistas, cosa que creo factible (¿verdad Vicario?) el Círculo daría una prueba digna de imparcialidad y desinterés, sería una prueba para ver si los señores que utiliza el Círculo para juzgar estos asuntos saben cumplir su cometido o no, borrando así esta latente duda, de todos los años, y por otra parte puede que contribuyese a que cesara el apartamiento de valiosísimos valores pictóricos que por casos parecidos al que me preocupa, están retraídos.

Doce carteles se han presentado, ¿No es esto admirable para doscientas cincuenta pesetas de premio?... Y si a esto se une tres o cuatro carteles más que podría aportar los antedichos elementos mucho mejor.

A todo ésto hay que prestarle más interés que el dado a este año; donde ni siquiera han tenido la idea de abrir la puerta de la calle que siempre se dejó libre al público, precisamente el año de mayor afluencia de carteles.

Y no digo más, ahora que me conteste el que lo crea conveniente."

Hay tres aspectos que quedan claramente reflejados en la carta de Pedro Flores: De una parte, su encono personal con Joaquín, que viene de lejos, de cuando compartían estudio en la calle Riquelme, motivado por su diferencia de caracteres y por la pelea que mantuvieron por unas maledicencias sobre Cora Gordon que Joaquín, molesto por una crítica del marido de ésta, ha hecho correr, acudiendo Flores en defensa de la dama. De otra la influencia de Vicario –estrechamente relacionado con los círculos artísticos madrileños, hay que tener en cuenta, además, que en abril participará en la Exposición de Venecia formando parte del Pabellón Español, en el que también estará representado el murciano José Planes–, que ha calado, claramente, en la propuesta de Pedro Flores de remitir los carteles presentados a la Unión de Dibujantes Españoles para someterlos allí a juicio. Finalmente la carta refleja con dureza la opinión que los jurados del Círculo le merecen a su remitente, ya que son tachados poco menos que de ineptos e inoperantes, cuando no de sometidos a ninguneos y pequeñas presiones y corruptelas locales.

En 1927 el Círculo de Bellas Artes no convoca concurso de carteles para el baile de carnaval, hastiado, seguramente, por la sucesión de sinsabores y asperezas que han ido viendo la luz. Gil de Vicario cáustico escribirá en la sección "Vida Artística Murciana" del *Boletín* número 4 que edita el Patronato del Museo de Bellas Artes: "Los concursos de carteles carecen de finalidad" –asiduo colaborador del *Boletín*, Vicario vertirá a sus páginas su visión del estado del arte en Murcia y, por tanto, de las manifestaciones artísticas que el Círculo promueve–; y refiriéndose al Sr. Fernández de Velasco que es quien ha decidido suprimir el concurso apostilla "enhorabuena". Si se editaron folletos con distintas portadas preimpresas a las que se añadió el sello del Círculo y el texto "Carnaval 1927", que recogían los poemas premiados en el concurso de poesía celebrado con motivo del carnaval; uno de los poemas galardonados, obra de Martínez Corbalán, de título *Cartelón*, está dedicado a los carteles realizados años anteriores para anunciar el evento. Hay que tener en cuenta que la vinculación de Vicario a la UDE –en mayo la Unión de Dibujantes Españoles envía a Nueva York 60 trabajos de 24 artistas asociados

entre ellos de Vicario, que si actuó ese año como jurado en el X Salón de Humoristas de Madrid– le impide participar en concurso alguno según acuerdo de la asociación. El 27 de septiembre de 1927, Vicario es nombrado profesor auxiliar interino en el Instituto de Osuna –Sevilla queda muy alejada de Murcia– y su interés por lo que pueda ocurrir en la Capital del Segura se irá diluyendo en unos pocos años.

Cada vez más el concurso de carteles del Círculo para el baile de máscaras parece perder interés, y dotación. En 1928, en las bases, apenas hay variación en cuanto a formato, técnicas o procedimiento de ejecución de la obra, pero sí en cuanto al premio, que queda reducido a un único galardón de 50 pesetas. El jurado lo componen viejas glorias de la pintura murciana: José Atiénzar, Sánchez Picazo –que fue sustituido al concursar un familiar–, Cándido Banet, Antonio Nicolás –que excusó su participación por motivos de salud– y José Viudes Guirao; se incorporaron Planes y Martínez Ramón. De los once carteles presentados resulta ganador, el 13 de febrero tras reunión del jurado, el que lleva por lema «¡Arriba joven!», *El Liberal* escribe el 15 de febrero: “Otra vez ha vencido Joaquín, que presentó dos carteles: uno vigoroso y recio, lleno de potencia y energía, como de afirmación y de alarde. Otro delicado, agradable, con la sugestión de la espiritualidad. Los dos carteles son obras maestras.”

El *Levante Agrario* ironiza sobre los concursos y sobre el cartel –que ha sido tachado de *bombonera* por Agustín Iniesta en *El Liberal* el 21 de febrero– en un artículo titulado “Los carteles de Bellas Artes” el 22 de febrero: “Ocho o diez carteles colgados en una de las salas del Círculo y el rotulito del premio bajo el consabido cartel que suele tener de todo menos los artísticos componentes necesarios que anuncien el baile de máscaras. Mamarrachos astrosos, escobas y disfraces de adefesios pringosos y en fin, toda la fauna que puede forjar la fantasía más extraviada. Esta bromita representa en los comentarios que por gracia a la amistad se suelen dedicar al autor. Sirva de ejemplo de cuanto decimos el cartel premiado este año y las impresiones que del mismo ha logrado obtener nuestro excelente compañero en la prensa Agustín Iniesta, haciendo con la fantasía operaciones de álgebra y de cubismo.

Nosotros no hemos logrado encontrar en el ambiente del cartel que este año ha elegido Bellas Artes como anuncio de su baile, todo eso de las maniguas y de la jungla que a punta de hierro nos cuenta el humorista que ya empieza llamando «bombonera» a lo que no pasa de ser una caja disparatada.

Vayan esos incienso de «espuma marina» y «desnudez inmaculada» y el recuerdo de las alas de «las mariposas» a que el lector siga creyendo que el cartel de Bellas Artes tenía lo que la imaginación del poeta pretendió poner en él, porque saldrá ganando en ilusión lo que perdería contemplando las realidades irónicas de la pintura.

No hay tales carneros, ni tales siembras ni cosechas de trigo. Lo que hay es una tomadura de pelo muy propia de Carnestolendas”.

No ha habido polémica, pero parte de la prensa ha sido muy crítica, otra vez, con el fallo del jurado. Lo que resulta evidente es que, de una u otra forma, los jurados convocados por el Círculo a fallar su tradicional concurso de carteles no parece que hayan estado acertados, unas veces por no atenerse a las propias bases que especificaba el certamen, otras por dejadez y menosprecio a las técnicas que el cartel exige.

El mismo año el Club Taurino celebra bailes de carnaval. Fernández Fuentes, Muñoz y Torralba realizan los carteles anunciadores que se exponen en los comercios de Platería.

Pero, críticas aparte, fuera de toda duda queda Joaquín, ganador incuestionable en numerosas convocatorias del evento. Nacido en 1892 en el barrio de San Antolín, la formación de Joaquín García Fernández comienza a forjarse en el Círculo Católico de Obreros con José María Sobejano como maestro. En 1918 expondrá por primera vez en el Círculo de Bellas Artes. Su personalidad se irá conformando a lo largo de los años veinte. Compartirá el estudio de la calle Riquelme y participará en todas las manifestaciones artísticas que se celebren en la ciudad. Su pintura, su persona, es en estos años elocuente, vehemente, incluso exultante. Curiosamente su obra –los carteles no escapan a esta forma suya de entender el arte– está teñida de melancolía, con colores densos y terrosos y unas texturas que hoy serían adjetivadas de sucias; lo que habría entrado en colisión con esos carteles que preconizan los *decó*, cuyo representante en



(Fig. 61) Luis Garay. *Círculo de Bellas Artes Baile de Máscaras*. Murcia. 1930.

Murcia es Gil de Vicario, basados en la línea decorativa y el impacto de los colores planos y llamativos.

Joaquín está muy interesado por los personajes de La Comedia del Arte, titiriteros, pierrots –tan representados por Joaquín en cuadros, dibujos, incluso en panderetas que el Círculo utilizaba para premiar y regalar en los concursos celebrados en las noches de baile de carnaval–, arlequines, que ya han sido tema tratado por Cezanne y por Picasso. Son personajes solitarios, rotos, abandonados a su suerte, traspasados por una atmósfera inquietante y misteriosa, que transitan vapuleados por los vaivenes de la vida. Sus carteles para el baile del Círculo están circunscritos a la emoción que le provocan estos arquetipos, alejados de fastos y glorias, que le acompañarán a lo largo de toda su vida de pintor. Ya Vicario, en la crítica que le dedica a su primera exposición del Círculo, había señalado cuanto hay del alma de Joaquín en los pierrots que gusta de pintar. En «¡Arriba joven!» nos vuelve a presentar al napolitano, vencido, observado en la soledad de una caja, los planos del fondo construidos para que las líneas actúen de cordones vivificadores.

El año 1929 es un joven Francisco Fuentes López –ha nacido en Murcia en 1910– el que gana el concurso del Círculo de Bellas Artes, con ausencia de críticas o polémicas reseñables; el lema: «*Juventud*». Joaquín, quedará en segundo lugar con el lema «*Addio*». La Federación de Dependientes del Comercio y la Banca, emulando al Círculo de Bellas Artes, celebra el 1º y 3º de carnaval baile en el Romea, con concurso de carteles incluido, actuación del sexteto Cortés-Abarca y regalos y obsequios; Juan Martínez, residente en Madrid, envía el cartel ganador.

En 1930 el Círculo convoca concursos de carteles para un baile infantil y el ya tradicional; ambos para celebrar el carnaval. Garay realizaría cartel para presentar a la convocatoria (Fig. 61); dos máscaras en tonos grises, rosas y amarillo, realizadas en tintas planas y con un dibujo sintético apenas insinuado, casi iconos o símbolos cómicos que tienen cierto aire *decó*. Fuentes volverá a ganar el certamen con el lema «*Color*». Joaquín, que ha ganado el concurso de carteles del baile infantil del Círculo, queda en segundo lugar. José Baró Botella escribe en *El Liberal*, el 2 de marzo, en “Notas de Arte” un largo comentario titulado “Los carteles de Joaquín, sus dos últimos triunfos” que comienza “...su indolencia, rayana en pereza, era una exteriorización de su dominio”. Joaquín, ese año, ha obtenido con «*Cajín y Albar*» el Primer Premio, 250 pesetas, de la convocatoria realizada por la Casa Regional de Murcia en Madrid para diseñar un cartel que anuncie su baile de máscaras; en el jurado se encontraban artistas murcianos residentes en Madrid: Planes, Almela Costa, Séiquer, Antonio Ros y Ródenas.

El concurso de carteles del baile de máscaras de 1931 vuelve a otorgar un premio de 250 pesetas al ganador, las obras se presentan al tamaño de 100x70 cm y cuatro tintas. En el jurado –hecho público en la convocatoria– Salvador Martínez-Moya, Andrés Sobejano, Cándido Banet, Sánchez Picazo, José Atiénzar, Joaquín Dicenta y Antonio Nicolás. El ganador, Luis Abadía Samper, pasará a formar parte del jurado del concurso de comparsas del baile. Un año en el que el Círculo cambia de local social, un nuevo espacio inaugurado con exposición de Garay.

Cuando el Círculo convoca el concurso de carteles del baile de máscaras el año 1932 las bases especifican que se pueden presentar artistas murcianos, sin limitación de tintas y procedimiento libre, el boceto llevará la Minerva y el texto “Baile de máscaras 1932”. El jurado lo componen: Atiénzar, Sánchez Picazo, Cándido Banet, José Nicolás, Sobejano, Dicenta y Ortiz de Villajos. No hay dotación para el premio, solo un diploma y una nominación para el accésit. Se presentan 10 carteles. El jurado decide que sean los propios autores de los carteles presentados quienes otorguen el premio, que recae en la obra de Gómez Cano presentada con el lema «*Heraldo*» y se imprimirá en la portada del carnet de baile, recibiendo honores el resto de los concursantes.

Se presentan 18 carteles al concurso del Círculo del año 1933. La dotación volverá a ser de 250 pesetas y cuatro las tintas de ejecución. Los carteles deberán ajustarse estrictamente a las bases que señala la convocatoria. El lema ganador «*Tango bien*»

ha sido propuesto por Fernández Avilés, a la sazón director del Museo Arqueológico de la capital. El periódico *La Región*, el 27 de febrero, tilda de *ideica* la propuesta de cartel triunfador en una columna titulada “Un fallo absurdo” referida al concurso de carteles del Círculo. Las críticas se extienden a algunos miembros del jurado, el citado Avilés y Massotti, que no son expertos y a otros que se supone conocedores de las distintas técnicas artísticas, Sánchez Picazo y Cándido Banet, este último director del Museo de Pintura y Catedrático de Dibujo. La columna exonera de responsabilidades a Atiénzar, Garay y Arques que votaron los carteles que según el texto publicado eran merecedores de premio. Metedura de pata, pifia, error garrafal, son adjetivos que están presentes o se deducen al leer la columna, que concluye: “*Lo lamentamos por el nombre del Círculo de Bellas Artes, y por las consecuencias que en años sucesivos pueden derivarse*”.

El Tiempo, sin embargo, había adjetivado, el 26 de febrero, de inspiradísimo cartel al ganador, realizado por Trinidad Jara Navarro. Y de competente al jurado que lo ha otorgado.

El 5 de marzo el diario satírico *Don Crispín* tacha de *galopinada* el fallo del jurado, al haberle negado a Joaquín –“*pintor del ala derecha del partido radical*”– el premio, a pesar de haber realizado un cartel superior al ganador. Ese año Joaquín había presentado el titulado con el lema «X», una sátira de contenido social: El personaje central, con aburguesado sombrero de copa, sonríe amenazador, en la mano dos infelices títeres, compuestos por planos y líneas quebradas, se mueven a su albur; para hacernos más inquietante la escena Joaquín ha dispuesto el texto con una tipografía rota, de lectura inaccesible y fracturada.

El jurado de 1934, “*cuya solvencia artística es de todos conocida*”, lo componen: Atiénzar, Planes, Cándido Banet, Sánchez Picazo, Garay, Joaquín, Nicolás Martínez y, como es tradición, el secretario del Círculo. La tarea que se les presenta para dirimir el cartel del baile de carnaval es difícil, pues se presentan gran número de obras y de *mérito*. El ganador es Gómez Cano, Maciá y Fuentes reciben mención honorífica. Se reconoce que el jurado ha fallado en justicia.

Ortiz de Villajos –colaborador en la prensa murciana, buen dibujante, y propietario de un establecimiento que estaba especializado en materiales de pintura y dibujo, situado en la calle Jabonerías– y Luis Garay han realizado al alimón el cartel de carnaval que anuncia el baile de la Asociación de la Prensa. Un cartel que merecerá una reseña el 7 de febrero en *El Liberal*, realizada por Joaquín, con el título “De Arte: una obra de Garay-Ortiz de Villajos”: “*La comisión organizadora del baile de la Asociación de la Prensa ha expuesto un cartel anunciador lleno de maravillosa simplicidad además de un contenido esencialmente elegante y moderno. Un arlequín de mirada redonda. En el sombrero, unidad casi perfecta de periodista y pintor –se encarna sobre cuadritos blancos y negros– que son como ventanas abiertas o cerradas para asomarse en un gesto de Mickey asombrado, ante una posible estupefacción*”. Un día después Pedro Boluda, en el *Levante Agrario*, criticará el texto de Joaquín referido al cartel de Garay-Ortiz de Villajos: “*...eso que se expone en la fachada del domicilio social de la Asociación de la Prensa será un cartel porque lo dice Joaquín, pero hablando en serio es la mayor birria que han visto los siglos. Solamente como una broma de Carnaval puede pasar*”.

En 1935 el baile de máscaras del Círculo de Bellas Artes se celebra en las dependencias de la propia institución, bajo la dirección ahora de Enrique de la Cierva y Malo de Molina. El Círculo no renuncia al tradicional concurso de carteles de carnaval; el 5 de febrero publica las bases y el 23 se acaba el plazo, con un premio al ganador de 200 pesetas. Los carteles se ejecutarán a tres tintas. Aunque se presentan numerosas obras –veinte carteles– la prensa tacha los recepcionados de pobres, mediocres y faltos de gracia y destreza; se echa en falta un tiempo donde concursaban los grandes artistas murcianos y no discípulos aventajados de academias. Eloy Moreno gana el concurso con la obra presentada de lema «*Adoración*». Es indiscutible que, aunque el certamen mantiene buen nivel en cuanto al número de participantes, ha perdido interés y relevancia en el mundillo artístico y cultural de la ciudad. La Federación de Dependientes de Comercio y Banca Instructiva para sus bailes de carnestolendas, y a imitación del Círculo, vuelve a

convocar un concurso de carteles: el ganador es Eloy Moreno por «*Conjuro*» y el accésit es para Antonio Gómez Cano por «*Hermes*».

También la Asociación de la Prensa convocó concurso de carteles para el carnaval, con una dotación de 100 pesetas, que ganó Joaquín con la obra «*Silvia*» por unanimidad del jurado.

Veintitrés carteles se cuelgan en el saloncillo de exposiciones del Círculo de Bellas Artes de los veintiocho que se han presentado al concurso para anunciar el baile de máscaras, del Romea, en 1936. De 200 pesetas es la dotación del Primer Premio, y se añaden dos Accésits de 50. El concurso se hace público el 22 de enero y el plazo de recepción de obras finaliza el 14 de febrero, apenas 23 días para ejecutar los bocetos; cada vez los plazos se han ido ajustando más y más, pero como el concurso es esperado por los artistas murcianos da tiempo para preparar las obras que han de presentarse. El jurado, que no se ha hecho público en la convocatoria, está compuesto por Atiénzar, Antonio Nicolás, Sánchez Picazo, Nicolás Martínez y Cándido Banet. El Primer Premio es para el cartel presentado con el lema «*Orión*» realizado por Luis Martínez Saavedra. Los dos accésits han recaído en los trabajos presentados bajo los lemas «*Leyra*» y «*Serpentinas*» de Francisco Fuentes y Gómez Cano respectivamente; han recibido mención «*Timidez*» y «*Kay*» de Pascual Asunción y Eloy Moreno.

El concurso de ese año de la Federación de Comerciantes lo gana José Laorden por «*Corramos que es tarde*». El accésit es para Eloy Moreno por «*Line*».

Año tras año el esperado concurso ha devenido en polémica, trifulcas y peleas, se ha debatido sobre los principios que deben regir la naturaleza del cartel, se han sembrado dudas sobre la calidad y la idoneidad de los premiados, sobre el propio Círculo de Bellas Artes y sus gestores, sobre el jurado encargado de determinar los premios, sobre algunos artistas murcianos que se han visto envueltos en agrios debates. Vicario ha alimentado o provocado muchas de las dudas y polémicas; el beneficio obtenido por el grafista es evidente, independientemente de su valía como artista, pues a lo largo de la década de los veinte se ha convertido en la referencia obligada e incuestionable de los círculos artísticos de la ciudad y en garante de la adecuación a la *modernidad* de todo impreso, cartel, portada, publicación, que aquí se realice; máximo representante de un estilo, el modernismo decorativista, que aún se resiste a desaparecer cuando está a punto de expirar el tercer decenio, pues responde al gusto de las clases altas, burguesas, sofisticadas, cultas y elegantes. Estos planteamientos estéticos de Vicario quedan perfectamente explicitados en la sátira publicada en el *Almanaque del Liberal* el 1 de diciembre de 1926 con el título de "Fomento de las Artes" y que hace referencia a uno de los meses del año saliente, octubre; los artistas a modo de cazadores disparan sus tubos de pintura para abatir bandadas de pájaros que no son más que un trasunto, como aparece inscrito en sus alas, de Picasso, Lagar, Cezanne, Gauguin o Sisley. Vicario escribe acompañando a la viñeta del *Almanaque*: "...vaya como muestra de la bondad del texto su regla "para hacer un cuadro cubista". 1º- Tómese un papel o lienzo. No es preciso saber dibujar o pintar... El futuro cubista debe reproducir con trazos gruesos –como Dios le de a entender– el modelo elegido; ya obtenidos los contornos y dintornos llenará de color «entero» –sin mezclar con la paleta– lo que los esmaltistas llaman "campos" (en pintura decimos superficies y planos de color) Estas operaciones nos dan, en síntesis, una pintura más o menos desemejante, respecto del modelo. 2º- Tómese un par de plantillas, una de curvas, otra de rectas o triángulos. Divídase la pintura obtenida, del modo más arbitrario posible, empleando estas pautas y un lápiz, los trozos geométricos que resulten se recortan para hacer un "rompecabezas"... Sus trozos recortados se barajan sobre una superficie horizontal. Se coloca sobre ellos una hoja de papel transparente y se calca el «puzzle». Se transporta a un lienzo o cartón, dispuesto «ad oc» y, por último, se copia lo que resulte sobre la susodicha horizontal... ¡y hete aquí, pues, un cuadro cubista! Y a esperar octubre para llevarlo al Salón, seguros de que la crítica hallará en él la verdadera «representación integral de la pintura», «la fusión de objetos, con una libertad indefinida», que constituyen el «quid» del cubismo, según la enciclopedia *Espasa*. ...La *Vanguardia*; este diario catalán en su número del 20 de noviembre de 1925, página 15, afirma que las obras cubistas y el cubismo son arbitrariedades que a nada conducen,

fueron una humorada de Picasso, para engaño de badulaques, y que ya nadie que se precie en algo toma en serio. Ya ni siquiera en París está de moda... Por lo demás, el cubismo no es nuevo: el reciente hallazgo de Predmost (Moravia) demuestra que hace 30.000 años que se conocía. El texto de la «tribu» es la «clave», lectores". Sí, Vicario era ácido y aplicaba con rigor los principios en los que basaba su arte, tratando con desdén cuanto consideraba ajeno a sus intereses y su *manera*.

Las polémicas se fueron alejando de las convocatorias anuales del Círculo en la medida en que Vicario se fue desvinculando de Murcia lo que ocurrió finalmente hacia 1930.

Joaquín ha sido el más premiado, el triunfador en los sucesivos certámenes, con sus carteles atrevidos, innovadores y un tanto *oscuros*. Garay ha salido indemne de las trifulcas y ha ido consolidando su prestigio y su compromiso con el arte murciano.

Pero no todo es tildado de negativo, los concursos de carteles del Círculo de Bellas Artes han contribuido a inyectar aire fresco en los ambientes artísticos regionales, han potenciado que la prensa se acerque curiosa y expectante a las manifestaciones del arte. Han renovado conceptos, facilitado el acceso de jóvenes artistas con nuevos intereses –el decorador Luis Abadía Samper obtendría entre 1931 y 1932 alguno de los múltiples galardones que las diferentes instituciones ofertan con motivo de los concursos de carteles de carnaval–, dando a conocer una generación que es la que ha escrito una de las páginas más hermosas del arte regional, y descubriendo a otros que pronto serán los protagonistas.

Desde el tema que nos ocupa los concursos para elaborar los carteles anunciadores del baile de carnaval, que el Círculo de Bellas Artes celebra anualmente en el Romea, han servido de ejemplo a otras instituciones, contribuyendo a popularizar y difundir el cartel como un procedimiento artístico con supuestos teóricos y regulaciones autónomas. Estos certámenes han jugado el papel, hasta su desaparición en 1937, de señalar los cambios que se han ido produciendo en los gustos y estilos artísticos, desde el costumbrismo local a la atracción de las vanguardias pasando por el modernismo y el espíritu *decó*.

Es curioso, sin embargo, que no podamos contemplar los carteles que fueron elegidos ganadores año tras año. Solo algunos fueron reproducidos en la prensa del momento, reproducciones por otra parte de muy baja calidad. Otros se nos han mostrado, aunque a un tamaño que nada tiene que ver con la idea de cartel, pues son impresiones litográficas de reducidas dimensiones que ilustran el carnet de baile de la mascarada y permanecen en archivos públicos o en manos privadas. La edición de algún libro incluyó imágenes de estos carteles; la primera edición de *Luis Garay, una época de Murcia*, realizada por la Academia Alfonso X el Sabio en 1977, reproducía la cabeza de un arlequín, fragmento de un cartel presentado por Garay a los certámenes de carnaval, de claro parecido al descrito por Joaquín, en *El Liberal*, en 1934. Los pocos originales que se conservan están en posesión de coleccionistas, herederos o amigos de los artistas participantes en los certámenes, y fueron regalados por estos a aquellos. Joaquín regaló el que presentó en 1925 a José García Bañón con una cariñosa dedicatoria: "*A mi buen amigo Pepe*", y a Mariano Ruiz-Funes el realizado para concursar en 1933. O han llegado a nosotros de forma poco usual; el cartel que presenta Garay en 1930 reforzó, adosado en la parte trasera de la pintura, el retrato que el pintor realizó en el verano de 1933, en la Torre de la Horadada, del escultor Sánchez Lozano, retrato que el escultor vendió en octubre de 1964 –tal como consta en escrito firmado por Sánchez Lozano– a Antonio García Berrio, quien al encargar años después labores de limpieza del cuadro descubrió el cartel (ver Fig. 61) adosado en la trasera del lienzo.



Luis Garay. *Feria y Fiestas*. Murcia. 1926.

6 DISFRUTAR LOS PLACERES DE LA VIDA

Cartel y publicidad son asuntos capaces de suscitar enconados debates públicos en la prensa y en los círculos artísticos de los años veinte. Pintores, dibujantes, intelectuales y periodistas, se preguntarán por el papel que en la sociedad le corresponde a la publicidad y al anuncio –y por tanto al cartel– como motor del comercio y la economía local. El 5 de agosto de 1928, desde las páginas de Flores y Naranjos⁽²⁶⁾, Jara reflexionará sobre la cuestión en una media página que lleva por título “Los carteles anunciadores”. Para Jara Navarro, aunque numerosos y buenos, entre los artistas españoles hay pocos autores de carteles de renombre:

“Muchos son los buenos artistas que hay en España, pero pocos son los buenos cartelistas.

La producción de un cartel, para un artista, requiere dos artes: la idea artística y la idea anunciadora; es decir, que en su espíritu debe reunir en un solo aspecto, el colorido, la línea, la expresión, el contraste y el anuncio.

Su misión no es la de pintar un cuadro, un paisaje, la figura de una bella mujer, para poner al pié, o en lugar adecuado, una marca, u otra cualquier cosa. No, es algo más.

Generalmente ésta es la idea de los artistas, pero no tienen ellos la culpa, sino los comerciantes que quieren anunciar sus productos.

Estos últimos dicen: Hágame usted un buen cartel para anunciar el producto «tal», pero una cosa de esas «suyas», que le caracterizan a usted. Y si el artista es especialista en pintar «majas» o «toreros», lo mismo pinta un cartel con una manola o un torero para anunciar un específico para la tos, que para anunciar bombones.

También tienen la culpa los jurados en que no veamos buenos carteles...

Yo entiendo, que juntamente con los artistas debería formar parte del jurado el propio comerciante, o una persona entendida en la materia del anuncio, para que, sin dejar de apreciarse la calidad artística de cada original, escogiera indudablemente, el que mayores condiciones de visualidad, contraste y sugestión reuniera...”

Seguramente Jara conoce de primera mano las polémicas a las que el arte del cartel ha dado lugar. Un procedimiento artístico de comunicación convertido ya, en estos años, en elemento esencial de la estrategia comercial que pretende establecer el mercado para responder al problema planteado por la venta de bienes de consumo, pero también por la demanda de cultura y otras manifestaciones públicas de ocio. El cartel actuará de mediador entre lo que se ofrece y anuncia y los segmentos de población –aún escasos, pero crecientes, en Murcia– interesados en su goce, posesión y acceso. El cartel es un objeto sugestivo y sugerente, dotado de poderosa intencionalidad y una carga cultural y estética plena en aspectos connotativos que se mueven entre lo explícito y lo difuso, pues al tiempo que ofrece información pretende persuadir y seducir haciendo partícipe al espectador, con una retórica propia, vinculándolo con lo representado.

El articulito de Jara plantea algo más que la relación cartel-anuncio, en él hay contenida una cuestión añadida ¿Es el cartel un producto artístico o solamente es una parte

(26) Flores y Naranjos es una revista gráfica que se editó en Murcia entre 1928 y 1932. Sus páginas recogían temas literarios, toros, deportes, actualidad, secciones infantiles y para la mujer, ecos de sociedad y variedades. Entre los ilustradores de la publicación estaban Vicario, Ferrándiz, Fuentes y el propio Trinidad Jara Navarro. En sus páginas colaboraron Leopoldo Ayuso, Sobejano, Raimundo de los Reyes, José Ballester y Federico García Izquierdo.

del proceso publicitario, comercial o propagandístico? ¿Debe el artista renunciar a su identidad cuando trabaja por encargo y se enfrenta a la tarea de realizar un cartel al servicio de un cliente?

Juan Casero ya lo había escrito, cuatro años antes que Jara, en *Cartagena Nueva*: “El comerciante que pretenda la conquista de un mercado, realizará científicamente⁽²⁷⁾ una campaña de publicidad, disponiendo el empleo adecuado de las armas comerciales para la propaganda: circulares, folletos, catálogos, carteles, anuncios luminosos, prospectos, telones, vallas, anuncios en diarios y revistas... –toda la batería al completo de los elementos que debe contener una gran campaña publicitaria de la época– ...El comerciante que publica un vistoso y sugestivo anuncio lleva mucha ventaja... El anuncio es hoy una especialidad artística.”

Los artistas *decó*, en la España de los años veinte, han fijado las normas que deben intervenir en la creación de un cartel, estableciendo la separación entre cartel y pintura, procedimientos complementarios pero indudablemente diferenciados, considerando al primero como una imagen preparada para reproducir sobre un soporte plano, generalmente papel –aunque se utilizarían profusamente otros soportes: tela y metal serán los más recurrentes– pues permite así su colocación en paredes para facilitar su visión y sorprender al transeúnte. Una imagen, con líneas bien definidas y colores puros y llamativos, cargada de sugerencias y vínculos, cuyo cometido es reforzar con su atractivo la debilidad del texto y cuya eficacia está basada en la repetición de un pequeño estímulo. Esto permitió que pervivieran, en forma de composiciones de líneas sinuosas, gráciles y elegantes, elementos de origen *modernista*. El gusto por lo exótico, lo oriental, lo novedoso y mundano, está dentro de esta categoría que percibe la estética *decó* como clara deudora del Modernismo. Pronto se fueron incorporando elementos gráficos y tipográficos –Helvéticas y Futuras– llegados de otros ámbitos: el Cubismo, la Bauhaus, el Constructivismo o el Futurismo, favoreciendo la experimentación, y la incorporación en el cartel de representaciones que aludían a la máquina, la velocidad, lo urbano, *lo funcional*; con estudiada tipografía y sobriedad, un elegante equilibrio basado en la geometría y la línea recta que, lejos de la pasividad de la simetría, somete al cartel a las tensiones dinámicas de las diagonales, a sutiles desplazamientos y repeticiones.

Es evidente que el cartel es un soporte plástico de primer orden que facilitará que los artistas puedan bucear en sus posibilidades expresivas, recorrer caminos desconocidos y abandonar, siquiera puntualmente, territorios ya explorados reinventando nuevos recursos. Vicario y Garay serán los artistas que, desde Murcia, mejor dispuestos estén a recorrer, con sus carteles, esas inexploradas veredas.

Será en las páginas del *Liberal* donde se narre el encuentro de las dos personalidades más influyentes en el cartelismo murciano entre 1920 y los años que preceden a la Guerra Civil. Descrito así, el 31 de mayo de 1923, por Luis Garay, una de las partes: “... *Aquella noche estaba la sala deslumbrante.*

...Iba a representarse «El Conde de Luxemburgo».

En una platea, un joven con lentes circulares de gruesos arcos de concha de color miel, «flirteaba» con unas chicas. Una de ellas acariciaba entre sus manos finas y aterciopeladas un pendetif de Larraya. De vez en cuando dirigía una sonrisa al joven de los lentes de conchas y sus ojos glaucos se quedaban ensimismados e iban a perderse en la lejanía, en un más allá del telón.

...Después en el saloncillo del teatro fui presentado por un amigo; el joven de los lentes de concha era Gil de Vicario. Alargó su mano y yo estreché un guante de gamuza, amarillo y suave que discretamente se doblaba hacia abajo, como si quisiera evitar el roce con el puño blanco y almidonado de la camisa.

Aquella noche, Vicario estrenaba el último perfume que había recibido de la casa Arrays de París; un perfume de clavillo, tan penetrante, que yo no vacilaría en usarlo como un calmante para el dolor de muelas.

Charlamos de arte, sobre todo de arte extranjero. En una charla amenísima y discreta, Vicario me iba ilustrando en lo que encierra la técnica de las Artes Decorativas aplicadas, de la decoración del mueble, de las cerámicas japonesas, de todo lo que el gran decorador Larraya ha denominado con acierto Bellos Oficios, me explicó el esmaltado de

(27) En 1917 Pedro Prat Gaballí (1885-1962) –considerado el padre de la publicidad en España, creador en 1922, en Barcelona, de la Asociación de Profesionales de la Publicidad, y director desde 1928 de la agencia Véritas–, que trabajó para la casa Gal, Codorniu y Firestone, ya había publicado *Una nueva técnica. La publicidad científica*, primer tratado sobre publicidad editado en España. Texto que Casero debía conocer al referirse a realizar *científicamente* una campaña publicitaria para conquistar un mercado.

las porcelanas por medio de los barnices calientes al «stamps bring». El vidriado en seco por la aplicación de las lacas «Hawe», las diferencias entre una laca de «Zimmer» y otra de «Konaca». La cromaticidad por la decoloración en las alfombras del Turquestán, y el estampado de las mismas por la vaporización de las sustancias vegetales.

Luego hablamos del Arte del Libro del que Vicario es un mágico conocedor. Sabe los últimos procedimientos de impresión, alemanes, ingleses y holandeses. Me explicó detalladamente el procedimiento de la roto calco-esterotipo, combinada con la fotocromo, procedimiento de última hora aplicado en Munchen... Y es que Vicario ha consagrado varios años al estudio profundo de las artes del libro, hasta conseguir un completo dominio del «metier».

El timbre sonó tres veces y nos despedimos. Otra vez estreché el guante amarillo que Vicario me presentaba; después ocupaba otra vez la platea al lado de la chica de los ojos verdes.

...Y en la semioscuridad de la sala, en aquella platea, Vicario, con su negro smoking (se me olvidó antes que Vicario aquella noche llevaba smoking) y sus lentes de concha, recogido y en silencio sacaba los ojos fuera de sus gafas. Aquella noche observe que Vicario tiene aire de mochuelo."

El texto, muchas veces reseñado fragmentariamente, tiene larga continuidad, pues ocupa una plana casi completa del *Liberal*. Garay, que estructura la descripción de Vicario en tres partes, la anteriormente citada corresponde a la entradilla titulada "Presentación", nos desgana la personalidad del burgalés con cierta desconfianza, fina ironía y popular gracejo. Luego, y con el recurso de hacer mención a un artículo de Cánovas Albarracín referido a la doble personalidad o al doble yo, anteriormente publicado en el diario, Garay irá desgana la extraña "Doble personalidad" de Vicario en las dos partes sucesivas: "...Aquella noche que vi por primera vez a Vicario en la platea del teatro de Palar, me pareció a primera vista que tenía cierto aire de mochuelo misterioso.

Después lo he tratado con intimidad, y he visto que tiene también bastante de diablejo; pero no de color de rosa.

Es un diablejo verde, o un mochuelo-diablo que en las tinieblas de la noche despliega sus alas (tan cuidadosamente recogidas a la luz del día) y vuela sobre su fantasía a regiones que no son de este planeta.

A veces lo encontramos en su yo natural sentado a la puerta del Casino quieto y recogido (las alas más recogidas que nunca) con su sombrero de piel de topo y su corbata al «batik». ¡Oh...esas corbatas de Vicario! ¡Por Dios, no quitárselas nunca... porque perdería mucho de su personalidad!

Allí lo vemos abstraído en sus pensamientos interiores, indiferente hasta para con la copa de ajeno que acaba de servirle el camarero.

Algunas veces nos hemos acercado y hasta hemos paseado juntos... pero, nada más que hasta la hora del crepúsculo; en esta hora Vicario desaparece (nunca hemos podido seguirle).

Primero la sombra de sus gafas se circunda de una aureola fosforescente y extraña. Luego su figura se hace más gris hasta ponerse azulada (en esta hora, Vicario está endiablado, tiene olor de infierno). Después se hace más borrosa y se esfuma hasta desaparecer por completo, hasta convertirse en el otro yo.

¿Dónde va Vicario?

Alguien le ha visto. Vicario en la hora gris del crepúsculo, desaparece envuelto por una nube de humo de gasolina en un automóvil (también gris) Hispano, de cuarenta caballos, ¡automóvil potente! Que ha tenido la previsión de que su dueño sea médico para que pueda auxiliar a los heridos; que se traga con rapidez kilómetros y kilómetros de carretera hasta llegar a la pinada de Villamir, donde Vicario celebra con algunos amigos esas juergas, paganas y malditas, que tan bien nos ha contado Vicario muchas veces.

¡Juergas fantásticas donde mujeres vestidas con ligeras túnicas, semidesnudas, danzan a la luz de la luna en un ritmo apasionado y erótico!

...Entonces es cuando Vicario es más mochuelo que nunca. Sus pupilas se agrandan más y más hasta salirse fuera de las gafas. Entonces es cuando extiende sus alas e intenta estrechar a la ilusión que danza ante él...

Para referirse a las cualidades de Vicario como pintor, Garay continuará el escrito bajo el titular "Sigue la doble personalidad": "...José Francés ha dicho «Que Vicario es

el pintor costumbrista de Castilla». Los años vividos en esta tierra Levantina no le han influido nada en su recio temperamento de pintor castellano.

Vicario no siente la ingenuidad graciosa mezcla de recato y socarronería que es el alma de nuestra huerta; no ha visto todo lo que tiene de carácter el pueblo trágico y pasional de nuestros barrios de San Juan y San Antolín...

...Y es que Vicario no ha querido traicionar su amada Castilla; nació en Burgos y la visión de su amada ciudad se plasmó para siempre en el cristal de sus gafas.

¡Cómo pinta Vicario a su amada Castilla! Su cuadro «En la fiesta del pueblo» que figuró en la última Exposición Nacional puede hablar de él mejor que yo.”

Garay definirá en los siguientes párrafos la pintura de Gil de Vicario como exquisita y pulcra, ecléctica, musical y armoniosa; lo que en el lenguaje de Garay quiere decir, probablemente, falta de alma, emoción e interés; plana, en definitiva. Hace también referencia a los premios ganados por Vicario –en 1918 había recibido la única recompensa otorgada en la Exposición Nacional de Pintura por su obra *Caput Castellae*, y en noviembre de 1922 el jurado del III Salón de Otoño acordó proponerlo como socio en la Sección de Pintura–, a las importantes revistas que han publicado sus dibujos, españolas y extranjeras, y con soterrada mofa cuenta el murciano el último premio ganado por el burgalés y el discurrir de sus veranos en tierras castellanas: “...Pero el premio que le ha dado más fama es el que ganó en Madrid en el Palace Hotel.

Estaban allí reunidos en una cena elegante, los dibujantes más notables de España; allí estaba también Vicario –que será habitual en todos los eventos y homenajes, que tengan lugar en la capital, para agasajar a distintos artistas: a Manolo Tovar en 1925, al dibujante francés Herman Paul en 1926, al caricaturista Bon en 1927, a Baldrich en 1928, a Viladrich en 1934...–. Después de cenar estuvieron pintando mariposas y tatuajes en las espaldas de las bellas mujeres que los acompañaban, y a uno de ellos se le ocurrió celebrar un concurso de dibujos entre los dibujantes que allí había con la condición de que el autor premiado pagaría unas botellas de Champaña. Se hizo el concurso y ¡oh sorpresa! Por mayoría de votos resultó premiado Vicario.

...Pasa los veranos en Burgos. Allí junta sus cuadros, esos bellos cuadros en que aparece la ciudad fundida en una gran penumbra gris violeta y las torres góticas de la catedral se destacan iluminadas por una luz dorada y amarilla que es el beso que el sol pone en ellas antes de partir.

Algunas tardes sale por el arco de San Gil; allí le aguardan sus amigos preparados para la cacería. Vicario, recogiendo el capote, monta sobre el caballo que ya le tienen preparado y se aleja de Burgos por varias semanas, mientras dura la cacería de jabalíes en las montañas de Asturias, esas terribles cacerías que Vicario nos ha contado tan maravillosamente.

La personalidad artística de Vicario es tan varia, tan interesante que no se puede describir en un solo artículo.

La gran fé que tengo en él me ha guiado a escribir estas líneas; no sé si habré acertado con la expresión justa; me temo que no.

Pero esto tendréis que perdonármelo, porque en todo este artículo (o lo que sea) he procurado decir nada más que la verdad.

Sin embargo, he de insistir otra vez sobre Vicario, pero esto lo dejo para otro día que hablaremos de él como crítico y como Poeta⁽²⁸⁾.

...Sí, yo debo hablar otra vez de él, porque Vicario es quizá el artista que más se lo merece.”

Deja entrever el largo artículo los gustos de esos años. La asistencia a representaciones teatrales como una de las principales formas de entretener el ocio. El placer de la literatura, especialmente la poesía, y la música. El ansia de conocimientos. El gusto por el baile y las fiestas mundanas. La predilección por las bebidas de resonancias francesas. La atracción de la velocidad y la irrupción del automóvil como vehículo de una burguesía osada, *chic* y acomodada. El nuevo papel de la mujer, presta a conquistar su acceso al voto.

En la Murcia de 1923, como en otras ciudades de la provincia, existían numerosos círculos, ateneos y sociedades instructivas y culturales. El teatro constituye una de las grandes aficiones y cuenta con numerosas compañías de aficionados; en la Sociedad Camino del Arte, fundada por los dependientes de comercio y decorada por Garay, se representaba zarzuela y teatro; en el Centro Obrero y el Ferroviario, dos de los lugares de

(28) En 1921 la *Editorial Levantina* había publicado la novelita corta, de apenas 16 páginas, de Gil de Vicario, *Bajo las frondas del oro*.

encuentro predilectos del mundillo del teatro, era frecuente la puesta en escena de obras clásicas. En Murcia el café Oriental, en la Trapería, se convertirá en espacio de tertulias y debates de artistas –un poco a imitación del Pombo en Madrid–, Planes, Clemente, Joaquín, el *Miceno*, Salvador Gaya, Flores y Garay (que será quien describa el ambiente), leen a Nietzsche, hablan de política, escuchan tangos y boleros y disfrutan con el sexteto de Roberto Cortés-Martínez Abarca que dirige el pianista Antonio Puig Ruiz-Funes, creyéndose conspiradores románticos y libertarios. Comercios y trastiendas serán también habituales lugares de encuentro de artistas y entusiastas del arte; la sombrerería de Carlos Ruiz-Funes es uno de esos puntos de reunión en la capital.

En paralelo a estas actividades de círculos urbanos y burgueses surgieron movimientos más propios de trabajadores, obreros y campesinos. La Agrupación Socialista Obrera de Yecla, “La Invencible”, fundada en 1915, llegó a contar con 1.800 afiliados; ejemplo de modelo alternativo de promoción cultural entre los campesinos del Altiplano, el Valle del Vinalopó y el Sureste de Albacete; contaba con afamado grupo de teatro que representaba obras de Dicenta, Galdós y Blasco Ibáñez, tenía club de lectura, banda de música, club de fútbol y escuela nocturna para trabajadoras; las conferencias que organizaba, donde se podía oír la palabra de Pablo Iglesias o de Eugenio Noel, llenaba los teatros Vico y Concha Segura; la agrupación socialista utilizaría carteles desde 1918 para difundir sus actividades y sus ideales políticos.

Con carteles se anunciaban los bailes de las 24 horas, que tenían lugar en los salones de variedades; en la capital en el Salón Ortiz. La expectación, el gentío que acudía a participar y mirar, el cansancio entre los danzantes, llevaba a que se produjeran situaciones lamentables, incluso indisposiciones entre las señoritas participantes. La prensa pedía insistente que se suspendieran estos concursos por razones humanitarias y desaparecieron de los carteles anunciadores que editaban estas salas⁽²⁹⁾.

La radio. Y el cine, en barracones, luego en salas y coliseos especialmente acondicionados. Algunos intelectuales se sentirán especialmente atraídos por el medio; en 1926 se rueda *La Jaca Lucera*, basada en un poema de Jara Carrillo que aparece en los créditos como director artístico, Dionisio Sierra quedaría a cargo de la dirección escénica y el realizador sería Luis Baleriola; anunciada con carteles, el 12 de noviembre se estrena en el Teatro-Circo, parece que con interés y expectativa por parte del público. Joaquín realizará en 1928 crítica de cine en *El Liberal* con gracioso título “Notas de cine: Reflexiones desde la fila 13 por un espectador ingenuo”. Pedro Flores hará sus pinitos en el cine en 1930, actuando como extra en el rodaje de *La Edad de Oro* de Luis Buñuel.

Los años veinte y los primeros treinta supondrán un tiempo de euforia feliz y libérrima para la cultura murciana, apertura a nuevos estímulos y novedades artísticas, recibimiento de noticias de las vanguardias europeas, edición de libros, revistas y suplementos literarios: *Polytechnicum*, *Oróspeda*, *Editorial Levante*, *Página Literaria de La Verdad*, *Murcia Gráfica*, suplementos en *El Liberal* y *La Verdad*, aparición de *Verso* y *Prosa*, *Sudeste...* y la coincidencia magnífica en la provincia de una serie de personalidades, autóctonos unos, foráneos otros, que hicieron posible que Murcia viviera una época marcada por signos inequívocos de renovación y cambio.

Pero volvamos al texto de Garay, que destila, sutil, la diferencia entre un snob, sofisticadamente impostado, y un tipo sencillo formado a sí mismo con esfuerzo y una voluntad de hierro.

Como ha quedado señalado Vicario y Garay serán los artífices más influyentes en el mundo de las artes gráficas en Murcia. Aunque el primero esté anclado en un *decorativismo* que se percibirá pronto en franco retroceso y el segundo respire con ansia el aire de las vanguardias.

Vicario aparece como desdibujado, una sombra corpórea, pero una sombra al fin. Una influyente sombra, en cualquier caso, en los círculos artísticos de la ciudad.

Para los estudiosos de la Generación del 27, en Murcia, Vicario es un mito; incluso las fechas de su nacimiento y muerte se han movido en la indefinición y la ambigüedad. El burgalés, nacido el 28 de octubre de 1898⁽³⁰⁾, que ha llegado a Murcia con 17 años, es ya en 1923, tiene 25 años, un personaje de referencia en la vida cultural de la Capital del Segura.

Comenzará su trayectoria como dibujante, grafista y pintor en 1917 –aunque su formación inicial puede que provenga de haber recibido clases de dibujo en la Academia Provincial de Dibujo, Escuela del Real Consulado del Mar en Burgos–, realizando, ya se ha

(29) *Danzad, danzad, malditos* es el título que recibió en España la versión fílmica, rodada por Sydney Pollack, de la novela de Horace MacCoy: *They shoot horses, don't they?* (¿Acaso no matan a los caballos?). Una terrible descripción de la sociedad norteamericana tras la Gran Depresión, que tiene como marco este tipo inhumano de concursos de baile de resistencia.

(30) María Gracia Ruiz Llamas fija en el apartado 6, “Dibujantes y Colaboradores”, de su libro *La Ilustración Gráfica en Periódicos y Revistas de Murcia (1920-1950)* publicado en 1991, los años de nacimiento y muerte de Gil de Vicario en 1898-1978, idéntica a la ofrecida, como nacimiento de Vicario, por la académica y escritora María Jesús Jabato –que ha recuperado un texto de la burgalesa María Teresa León, *San Amaro El peregrino*, ilustrado en los años veinte por Vicario y publicado en las páginas de la revista *Por esos mundos*–. Aunque podría parecer como más fiable la ofrecida posteriormente en el estudio *Luis Gil de Vicario y su contribución artística a la prensa médica murciana del primer tercio del siglo XX*, realizado por José Miguel Sáez Gómez, Pedro Maset Campos y José López González, que la establecen en 1900-1959, ya que los datos que manejan subrayan que están recogidos en 2008 directamente de su hija María Teresa Gil Ameijeiras. Sin embargo, JAE (Junta para la Ampliación de Estudios e Investigaciones Científicas) Educa, en el diccionario *on line* elaborado para recoger las biografías de los profesores de instituto pensionados por la JAE entre 1907 y 1936, da el 20 de octubre de 1898 como fecha de nacimiento de Vicario en Burgos y el 8 de julio de 1959 como fecha de su muerte en Barcelona. Pero nos parece más exacto –el equipo de investigación de JAE, para profundizar en estos actores de la educación entre 1907 y 1936, se constituyó en 2012, muchos años después de la muerte de Vicario– recurrir como fuente, para datar su nacimiento, a las actas de toma de posesión en los distintos institutos por los que pasó, en Osuna y en Vigo, que fijan el nacimiento el 28 de octubre de 1898, dato obtenido como parece lógico del propio Gil de Vicario; y la fecha de la muerte que si se corresponde al 8 de julio de 1959 tal como aparece en el artículo-laudatorio publicado en *La Vanguardia Española* el 24 de octubre de ese año. Además, la familia: su mujer Ester Ameijeiras y sus hijos Heber-Luis, María Teresa y Tomás, publicaron en la prensa, todos los 8 de julio, un recordatorio de su fallecimiento hasta 1994 que se cumplía el 35 aniversario. Sabemos, corrigiendo datos y apreciaciones anteriores, pues así lo manifestó la familia de Vicario establecida en Murcia, el 11 de abril de 2019, tras la asistencia a la conferencia que sobre Gil de Vicario se impartió en el Museo de la Ciudad de Murcia, que la madre se llamaba Concepción Vicario Díaz y falleció en Burgos teniendo Vicario la edad de 9 años; su padre, Florencio Gil Díez, director de la Escuela de Sordomudos de Burgos, viudo, viene como Oficial Mayor a la Universidad Literaria de Murcia casando en segundas nupcias con una murciana de profesión maestra, madrastra de Vicario. El burgalés llegará a Murcia con 17 años domiciliándose en El Palmar.



(Fig. 62) Gil de Vicario. *Retazos*. Editorial Levante.

señalado, en las revistas médicas murcianas, y especialmente en *Murcia Médica* una serie de caricaturas. Vicario mantendrá viva su vinculación con las publicaciones médicas de la provincia a través de las revistas fundadas por Sánchez Pozuelos. Su colaboración con las publicaciones de Sánchez Pozuelos se prolongó en la segunda época de la revista, después de 1924, diseñando las páginas de publicidad del suplemento de *Estudios Médicos*, creando anuncios excepcionales para preparados farmacéuticos –“Resyl”, “Histógeno y Piperacina Llopis”, “Kelatox”...–, con la apariencia y la estructura de pequeños carteles en los que prima un elegante dibujo.

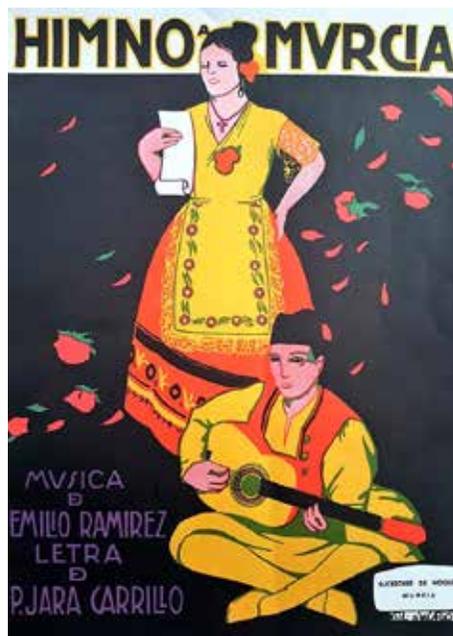
Fue colaborador habitual, como ilustrador y redactor literario, en las páginas de muchas de las publicaciones, periódicos y revistas que se editaban en Murcia; entre otras: *Levante*, *Balompíe*, *El Consultor de la Familia*, *Levante Agrario*, *El Bazar Murciano* –para la que creó en 1924 la cabecera del número 31 y con la que mantendría las colaboraciones en sucesivos años hasta 1929–, *El Liberal* –donde además escribe crítica de arte–, la *Página Literaria* y el *Suplemento Literario* de *La Verdad*. Realizó portadas y planas para revistas madrileñas y nacionales: *Blanco y Negro*, *Nuevo Mundo*, la *Gaceta de Bellas Artes*, *La Esfera*, *La Novela de Hoy* editada por la *Editorial Atlántida*... viéndose obligado a moverse entre Murcia y Madrid, lo que facilitará su relación con otros creadores que, como él, pertenecen a la Unión de Dibujantes Españoles: Larraya, Federico Ribas, Roberto Martínez Baldrich... que colaborarán con diarios y revistas murcianas, probablemente a requerimiento de Vicario; así lo avalan cartas –existentes en el Archivo Regional de Murcia– fechadas el 4 y el 12 de octubre de 1926, y el 12 de marzo de 1927, enviadas por Vicario, desde Madrid, a Pedro Jara Carrillo, en las que manifiesta su mediación entre prestigiosos ilustradores nacionales y el director del *Liberal*. Ribas y Baldrich ilustrarán el *Extra de Invierno* del *Liberal* en 1927 –6 planas a todo color y 200 grabados–, junto a Manchón, Vicente Ros y el propio Vicario que realizó la portada, cobrando por ella 2.000 pesetas, del *Almanaque Noel 1927*, tal como había hecho el año anterior ilustrando la portada del *Extra* con una invernada, y extraña para Murcia, escena nevada. Desde 1928 el burgalés colaboraría con *El Faro de Vigo* y editoriales de la ciudad gallega como la *Editorial Atlántica*.

Formado en Filosofía y Letras por la Universidad Literaria de Murcia, ejerció pronto la docencia y dictó buen número de conferencias sobre temas artísticos: la pintura decorativa, el impresionismo, arte moderno, la enseñanza y el valor didáctico del dibujo... en el Círculo de Bellas Artes y en la propia Universidad Literaria.

Entre 1922 y 1925 lo encontramos como profesor en el Colegio La Purísima de La Unión. Seguramente no es casual esta vinculación al pueblo de La Unión, pues desde 1920 se encarga de la dirección artística de la *Editorial Levante* –dirigida por Andrés Cegarra Salcedo, su fundador, hasta el fallecimiento de este en 1928– que tenía sede en la localidad. Vicario diseña el logotipo; un contrastado dibujo de la Dama de Elche, que puede ser reproducido frontal o girado, en negativo o en positivo y que de alguna forma relaciona *Levante* con *Oróspeda* –la revista de ciencias, artes y literatura que dirige, desde diciembre de 1916, García Soriano y se imprime en los talleres de la litografía de Cristóbal Pagán con la colaboración de Salvador Gaya–, que lleva, en la portada diseñada por Planes, cuya propuesta fue escogida como resultado de un concurso organizado por Eureka, al que también concurren Vicario y Pedro Flores, la *Dama de Elche* junto a la *Victoria de Samotracia* para subrayar el carácter mediterráneo de la publicación. Realiza las cubiertas y las ilustraciones interiores de los fondos editados por *Levante* y por otras colecciones vinculadas a la editorial: “*La Editorial Levantina*”, “*La Novela Cinematográfica*”, “*Atalanta*”. Las portadas son un alarde gráfico y un muestrario de tendencias estéticas que tienen su origen en el Modernismo. La portada para *Las Violetas del Huerto* de Martínez Corbalán, con la figura femenina que danza semidesnuda dibujada como marca de *Atalanta* o *Retazos* (Fig. 62), son creaciones en la más pura ortodoxia modernista; *Las Primeras Estrellas* de Andrés Bolarín editada por *La Novela Levantina*, *El Beso de Judas* de Mazateorroy perteneciente a la colección *Lecturas de Moda* de *Novela Cinematográfica* –así como las portadas de la revista gráfica *Levante* que dirige Marciano Zurita, en las que una bañista anima a leer la revista, una regata de velas marinas navega el Mar Mediterráneo bajo esbeltas palmeras, o una belleza morena nos invita a abrir la publicación, de la que fue director artístico– son absolutamente *decó*; el poemario *Campo*, de Raimundo de los Reyes, se presenta con un dibujo de fuerte y dramática tensión futurista. Gil de Vicario maneja todos los registros, hasta es capaz de hacer un guiño a la secesión vienesa y al simbolismo en las portadas del *Extraordinario de La Verdad* de 1923



(Fig. 63) Luis Gil de Vicario. *Bésame*.



(Fig. 64) Luis Gil de Vicario. *Himno a Murcia*. Murcia. 1923.

y 1924, y en la ilustración de *Palomas y Azucenas* que realiza para el *Extraordinario del Liberal* de Navidad en 1927.

Vicario se revela dotado para recoger, con su depurada técnica y un dibujo magnífico, un amplio espectro formal. A cambio se echa en falta en sus trabajos un estilo, una impronta, con nervio y carácter propio.

Pero dejemos que sean las palabras de Darío Salazar, hechas públicas el 11 de enero de 1925 en *El Liberal*, refiriéndose a la clausurada exposición de Vicario en el Círculo de Bellas Artes, las que nos hablen de su trabajo: *“En el aspecto decorativo, Gil de Vicario ha recorrido toda la gama de procedimientos, y en todos ellos ha desarrollado con felices aciertos...*

Ha pasado su musa por un verdadero policonceptismo...

El género de cartel, desenvuelto a tintas planas, es un género dominado por Gil de Vicario supremamente...

En este género siempre es amplio su trazo, generosa la visión de ampulosidad del estilizado; práctico el concepto cromático, nuevo el asunto, exquisita la elección, justo el emplazamiento...

Podríamos apuntar aquí, a modo de reseña, los mil aciertos publicados en «La Esfera».

Podríamos hablar de las ilustraciones en las planas de anuncios de «Estudios Médicos», que en Sevilla han sido calurosamente elogiados en el II Congreso de Medicina.

Pero pecaríamos de prolijos, y no es un catálogo lo que pretendemos hacer...”

Vicario realizaría la portada de la partitura *Bésame* (Fig. 63), con letra de Jara Carrillo y música de Manuel Massotti; un rostro de mujer, con los ojos entrecerrados –de evidente parecido al personaje femenino que ilustra la novela de Alfonso Martínez *La abnegada*, realizada por Vicario para la *Editorial Levante*–, parece fruncir los labios en espera de un beso. Y en 1921, para la casa editorial Matamala, la portada de *Cuadros Murcianos* de Emilio Ramírez, un rotundo dibujo, de estructura piramidal con pareja de huertanos. Tres meses antes de publicarse en *El Liberal* el largo artículo transcrito de Garay, en febrero de 1923, la Casa Matamala edita el *Himno a Murcia* (Fig. 64), la letra es de Jara Carrillo y la música de Emilio Ramírez, se presenta con un hermoso dibujo de Gil de Vicario, de contrastados colores y ambiente ligeramente costumbrista; entre rosas, la huertana canta el libreto al ritmo de una guitarra –una imagen en clara sintonía con el programa septembrino diseñado por el ilustrador en 1922–; lo ha impreso Sucesores de Nogués, y el Centro Musical de la calle Jabonerías lo vende a 3 pesetas. La portada del *Himno a Murcia* es, conceptualmente, un bonito cartel de reducidas dimensiones. La editorial Matamala publicará en 1923 *Nazareno Colorao*; escenas murcianas sobre música popular, del mismo compositor, Emilio Ramírez, presentadas con una magnífica ilustración –un nazareno estante– de Pedro Flores que se acoge a su vez a la estructura del cartel. Pero esto no debe resultarnos extraño; para la Fiesta Murciana, celebrada en el Romea este mismo año, para

representar el sainete huertano de Frutos y Soriano, con música de Emilio Ramírez y decorados de José María Sanz, Garay realizó una candorosa e irónica escena, con huertano y huertana, que se reprodujo en pequeño formato, pero con trazas de cartel.

Para Garay la vida es más dura, más sencilla también. Sus relaciones con los jóvenes artistas del momento: Planes, Pedro Flores, Joaquín, Clemente Cantos, Garrigós, Gaya, el matrimonio inglés Jan y Cora Gordon temporalmente instalado en el Verdolay –“la ciudad estaba rodeada de verdes huertas, que se extendían por todo el valle hasta el pie de las colinas”–; con los intelectuales y escritores que vincularán Murcia a la Generación del 27: Enrique Martí, Mariano Ruiz-Funes, José Ballester, Juan Guerrero...; sus cuadros; sus colaboraciones en *El Liberal* como caricaturista, ilustrador y articulista; y su trabajo en las litografías Alemán y Pagán, le han permitido convertirse en un pintor de referencia; también en grafista, ilustrador, diseñador de carteles y carrozas con múltiples recursos y registros; desde aquella exposición en el Círculo que con tanto tino reseñó Gil de Vicario.

Garay es, además, fiel notario de su tiempo, en sus artículos de prensa y en sus memorias traza un fresco vivo de lugares, situaciones y personajes de *Una época de Murcia* y de su propia vida. Con humor, ironía y singular gracia, con detallada observación y franco cariño nos retrata los barrios murcianos, los tipos que los habitan y los ocios y menesteres en que pasan los días.

Garay nace en Nonduermas en 1893. Su infancia transcurre en el campo de Blanca y en Abarán, y con diez años se instala con su familia en el Puerto de la Cadena, donde es destinado su padre peón caminero. Apenas con trece años se coloca de aprendiz en la tienda de ultramarinos de D. Juan Antonio Garrigós, “...Estaba esta tienda en la calle de la Platería, esquina al callejón de Alfaro. Me deslumbró el lujo del establecimiento, aunque no se me entró en el alma, y el de los comercios de la misma calle que tampoco tenían nada de extraordinario, ni nada de buen gusto, pero como yo venía del campo y tenía formado un concepto diferente, mis pocos años confundían mi razón y me parecía lujosa toda la escaparatería y toda la baratija de los comercios al establecer comparaciones con las flores sencillas, la tierra llana y las montañas, esto es, con el mundo que había vivido. Me sentí aturdido, descentrado; me hubiese marchado otra vez a la rambla del Puerto”. Tras morir Garrigós pasará por otros comercios.

En 1908 aparece matriculado en las clases de dibujo de la Económica con Antonio Meseguer como profesor. También asistirá a los cursos que se imparten en el Círculo de Bellas Artes y se irá integrando en el ambiente artístico de la ciudad. “Conocí a Planes, a Garrigós y a Joaquín. Éstos con Flores, Victorio y yo, formamos un grupo de afinidades artísticas y de amistad. Fundamos nuestro primer estudio en un bajo que alquilamos en la calle del Aire, frente a una célebre casa de niñas alegres.”

En 1912 abandona el establecimiento de coloniales de D. José Hernández Sorá y, dispuesto a ser pintor, comienza su andadura en las artes gráficas en la fábrica de D. José Alemán. “Desorientado... sin tener una dirección concreta que pudiera señalarme... la profesión o el oficio que debía elegir... vino a presentármeme una solución tan inesperada como única y posible, y fue ello debido a Victorio Nicolás... ¿Quieres colocarte de dibujante litógrafo en la fábrica de don José Alemán? –me dijo sin más preámbulo y sin ninguna explicación...”

Me presentó a don José Alemán en su fábrica de la calle del Carril. Estaba presente Don Carmelo Bueno... La cosa fue sencilla. Don José fue siempre hombre callado. –¿Tú conoces algo de este oficio? –No señor. –Bueno, pues pon voluntad en aprenderlo y cuanto antes lo aprendas mejor para ti. Sube al cuarto con Victorio y quédate ya si quieres.

Victorio trabajaba, así como un año en dicha profesión. Le faltaba bastante práctica porque el dibujo litográfico es muy complicado, y porque el maestro que tuvo, Antonio Díaz Rey, tampoco era muy diestro. Acababa de marcharse a Buenos Aires donde entró en la redacción de «Caras y caretas» como compositor de orlas y encargado del archivo; así pude yo entrar en la litografía, en la que entró también unos meses después Pedro Flores”. En la metalgráfica de Alemán Martínez conocerá a Cristóbal Pagán, encargado de la sección de impresión litográfica, que cuenta con taller propio de impresión sobre papel en el número 40 de la calle Cigarral de Murcia; con Pagán acabaría colaborando en múltiples trabajos y proyectos y diseñando el logotipo de alguna de sus ediciones. Garay es consciente que el oficio de dibujante litógrafo le proporcionará una situación

profesional y económica y se aplica al dominio de la técnica con calma y disciplina. Una técnica que acabaría siéndole de gran utilidad para abordar la realización de carteles.

En 1916 se pone en marcha el mítico estudio de la calle Riquelme. *“Planes había regresado del servicio militar y nos propuso la conveniencia de montar un estudio. Acogimos con entusiasmo la idea y tuvimos la suerte de encontrar un caserón antiguo en la calle de Riquelme. Alquilamos el último piso, una azotea a propósito para estudio de artistas”*. Libros, cuadros, esculturas, apuntes, abarrotan el estudio. Por allí pasan, además de Garay, Planes, Flores y Joaquín, Clemente, Garrigós, Dionisio Sierra, José Ballester y Juan Guerrero. Se lee a Juan Ramón, Azorín, Tagore y Rubén Darío. La semilla de *Verso* y *Prosa* se ha sembrado en el caserón de la calle Riquelme y con ella la renovación de las artes en el ámbito murciano.

A partir de 1918 Garay envía obra a los Salones de Otoño en Madrid, expone con Flores en el saloncito del Círculo y se presenta a la Exposición Regional que convoca el Círculo de Bellas Artes en 1921, además concurre a certámenes de carteles mientras sigue desarrollando su labor como dibujante litógrafo. En 1923 se traslada a la calle de la Gloria, hoy desaparecida, en el barrio de San Juan. Su casa y estudio será sede habitual de tertulias y encuentros de artistas, escritores e intelectuales, un lugar de plática y debate abierto a los aires de modernidad que sus miembros bautizan con el nombre de Academia de la Murta. Un año después contrae matrimonio con Carlota Hernández, fruto del matrimonio nacerá su única hija en 1925, año en el que es nombrado socio de honor del Salón de Otoño de Madrid.

Vicario y Garay son dos perfectos ejemplos de artistas vinculados a las artes gráficas. Sus diferentes trayectorias, y su obra, nos permite señalar la diferencia entre litógrafos aplicados a la industria –sobre todo la conservera– e ilustradores, que conocen el oficio de la litografía, pero están especializados en la publicidad y la edición de libros y revistas. Ambas categorías, que no constituyen necesariamente compartimentos estancos –Garay hace ilustraciones, carteles, portadas de libros...–, han podido desarrollarse en Murcia merced a la bonanza económica que se experimenta en España durante la década de los años veinte. Vicario y Garay dejan también ver con claridad las múltiples ocupaciones de los artistas de la época, para completar los escasos ingresos que provienen de las ventas de su obra: Colaboran en prensa (que no siempre remunera sus colaboraciones), participan en la realización de carrozas, se presentan a concursos, algunos dedican a la docencia gran parte de su tiempo y otros trabajan en talleres de impresión.

La favorable situación económica, consecuencia de la neutralidad española en la Primera Gran Guerra, favoreció las exportaciones –aunque el alza de precios no mejorara a nivel interno las condiciones de la mayoría de la población–, y el gobierno paternalista de Primo de Rivera, sobre todo en el periodo del Directorio Civil, a partir de 1925, a través de un fuerte proteccionismo estatal, parece que ofreció una buena coyuntura a las futuras transformaciones que habrán de operarse en la provincia. La política económica de la dictadura estimuló la producción y potenció, desde la Organización Corporativa Nacional, el corporativismo en todos los sectores, agricultura, comercio, industria y servicios, incrementando las inversiones estatales en obra pública, confederaciones hidrográficas y grandes monopolios: Tabacalera, loterías, Campsa y Telefónica. En la capital se plantearon nuevos proyectos urbanísticos como el Plan Cort. En la región se modernizó la agricultura, los cítricos comenzaron a imponer su dominio en el regadío, se potenciaron las industrias de la conserva y el pimentón, incluso intento detenerse el declive de la explotación sedera poniendo en marcha la Estación Sericícola. En 1925 una Comisión Interministerial propone adoptar medidas legislativas –o de apoyo a iniciativas privadas– para combatir el alcoholismo, la tuberculosis, las enfermedades venéreas o los dramas sociales y familiares derivados de los juegos de azar. Entre los objetivos del gobierno está mejorar la calidad de la enseñanza y construir nuevos centros educativos. Las condiciones de vida de la población murciana parecen en trance de mejora. El turismo y las Exposiciones Nacionales de Barcelona y Sevilla se pretenden escaparate exterior de las políticas del dictador y estimularon los sentimientos regionalistas.

La publicidad es principal motivo de interés en la estrategia propagandística de la dictadura, y las artes gráficas, como consecuencia, se verían beneficiadas.

La edición –y la convocatoria de concursos– de carteles referidos a exposiciones, sanidad, turismo, productos de consumo –agrícolas o manufacturados– dedicados al mercado interno o a la exportación, serán habituales en la España de los años que abarcan desde 1923 a 1931.

Algunos productos, de venta al público en los comercios murcianos, permanecerían largo tiempo en la memoria ciudadana gracias al impacto causado por los carteles que los anunciaron, muchos de ellos fruto de concursos anunciadores. Las máquinas de coser “Singer” y “Alfa”, “Nestle”, “Ceregumil” –un alimento a base de cereales y leguminosas–, el perro Nipper de la compañía de gramófonos “La Voz de su Amo”, los productos de perfumería “Gal” y “Heno de Pravia”, el jabón “Lagarto” y tantos otros. Pequeños establecimientos se convirtieron estos años en gigantescos almacenes comerciales donde es posible encontrar impensables y raros objetos. La Alegría de la Huerta, cuya publicidad y catálogo de productos hace Vicario, es buen ejemplo; solo hay que atender al lema que difunde la prensa, entre 1924 y 1932, junto a las fotos de la fachada y las secciones de los: «*Grandes Almacenes. Los más importantes de la región. Venta máxima utilidad mínima*».

El 11 de abril de 1924 *El Liberal* hace pública la convocatoria de un certamen de carteles de la Dirección General de Bellas Artes, con un premio dotado con 2.000 pesetas, y tema de libre elección por el artista participante, para colocar en escuelas, academias y centros docentes; el objetivo es estimular el estudio y la enseñanza. La misma dotación tiene ese año el concurso para elegir cartel anunciador de la Exposición Cervantina. En agosto se convoca concurso de carteles para anunciar el VII Congreso Internacional de Oleicultura a celebrar en Sevilla, con dotación de 2.000 pesetas al Primer Premio y dos segundos de 500 pesetas; se ejecutará a 4 tintas planas, preparado para imprimir y a un tamaño de 180x100 cm. La Caja de Ahorros y Monte de Piedad de Bilbao propone, como se indica en las páginas del *Liberal*, un concurso de carteles para anunciar la entidad; 3.000, 2.000 y 1.000 pesetas son las dotaciones de los premios; resultando finalmente desierto el Primer Premio. *Blanco y Negro* convoca concurso de carteles con asunto, técnica y tintas libres para anunciar la revista, pero indica que la tipografía debe ajustarse a la utilizada por la propia revista, en la búsqueda más o menos consciente de establecer una identidad corporativa.

En 1925 se hacen públicas las bases del concurso para realizar el cartel de la Exposición Nacional de Bellas Artes que se realizará en Madrid en el Palacio del Retiro. Pero la dictadura de Primo de Rivera prohibirá, en enero de ese año, la colocación de carteles anunciando la venta del opúsculo difamatorio contra los monarcas españoles que Blasco Ibáñez ha publicado en París. Ayer como hoy cada periódico informaba y publicaba noticias según su tendencia política, algunas de ellas referentes a los carteles colocados en calles y plazas; *El Liberal* informa, el 19 de marzo, que unos sacerdotes, frente al teatro Gayarre de Pamplona, organizaron un escándalo por la aparición de unos carteles anunciadores de una película que mostraba, o insinuaba, un desnudo femenino. El Consejo del Directorio que preside Primo de Rivera acuerda, en el verano de 1925, recaudar por colocar publicidad en las sedes de correos y telégrafos, en las columnas preparadas al efecto; los fondos recaudados habrían de ser destinados a higiene y embellecimiento de dichos locales; a nivel local *El Liberal* publica la noticia el 29 de agosto. No legisló el Directorio sobre arbitrios o fijación de carteles e impresos en espacios públicos, eso siguieron haciéndolo los ayuntamientos a lo largo del siglo. En 1929 el alcalde de Murcia Sr. Pozuelos obligaba, en un edicto, al pago de arbitrios sobre los carteles, y sellar el permiso municipal para permitir pegarlos en la vía pública.

En mayo de 1926 la Sociedad de Atracción de Forasteros dicta medidas para favorecer y desarrollar el turismo en España colaborando con iniciativas de entidades oficiales y semioficiales desde el departamento ministerial de Trabajo, Comercio e Industria, poniendo en marcha en cada localidad una Junta o Patronato Municipal Turístico. Las Juntas se extinguieron en 1929 al crearse el Patronato Nacional de Turismo en 1928, que imprimió una colección de carteles murales, en varios idiomas, con paisajes, ciudades y monumentos españoles para promocionar nuestro país en el extranjero, en series diferentes y con distinto tratamiento gráfico; respondían unos al colorido y la línea decorativa de años anteriores, y otros, más atrevidos, se confeccionaron a partir de fotografías ligeramente viradas a un tono o monocromas, manteniendo un aspecto de formato unitario. La Re-

gión de Murcia no se vio representada en ninguna imagen de las editadas. Se intentaba aprovechar la coyuntura de las Exposiciones Internacionales de Sevilla y Barcelona. A finales de los años veinte nadie dudaba ya que el turismo pudiera ser un gran motor en la economía nacional o local. En *La Verdad* se llega a proponer la edición de carteles con la misión de dar a conocer los festejos capitalinos en otros países pues *“el porvenir de Murcia está en el turismo”*. La vecina ciudad de Alicante lo tiene más claro, sus campañas de promoción turística de invierno, basadas en un agradable clima, han cuajado en un eslogan que tendrá larga duración en el tiempo: *“La mejor tierra del mundo”*.

En Murcia se dan charlas en las escuelas de la provincia y del municipio capitalino, con reparto de folletos y carteles, sobre el modo de sanear viviendas y construir retretes para resolver el problema sanitario de la anquilostomiasis en la huerta; en las charlas participan autoridades, maestros y médicos. La revista de *Estudios Médicos* apoya y difunde estas iniciativas. Cuando se inaugura en Murcia, al finalizar la década, la Oficina Sanitaria en la calle San Antonio, la revista da cuenta de los numerosos carteles que se han colocado, en la entrada de la planta baja, con indicaciones y consejos profilácticos.

La profusión de carteles e impresos es tal que *La Verdad* hace pública una queja el 15 de agosto de 1926 sobre pintadas y suciedad en las paredes. *“...lo otro es la desaparición de unos pegotes que, en las esquinas y paredones, se van acumulando sucesivamente para fines de publicidad y que en espacio de pocos meses ocultan la fisonomía de una casa bajo una capa hojaldrada del más heterogéneo contenido. La acción de las lluvias, del sol y del viento rasga las paredes, que se convierten en sucios girones”*. Quejas que son habituales y lo seguirán siendo en años venideros. En 1928 *El Liberal* hace un comentario breve titulado *“Se prohíbe fijar carteles”*, y anota: *“Es una suciedad que dice muy poco a favor de Murcia, la costumbre que hay de pegar carteles en casi todas las esquinas de las calles”*, y sugiere: *“En la actualidad no queda una sola población por insignificante que sea, que no tenga en determinados sitios sus carteleras donde los empresarios y anunciantes acuden a pegar sus carteles y el público a leerlos”*.

Al objeto de estimular la industria sericícola se exime a la Comisaría de la Seda de pagar timbre por carteles, láminas, impresos y demás medios de propaganda. En los locales de los sederos se colocan en 1928 miles de carteles con las normas de la crianza del gusano de seda. Un año después se prohíbe que aparezca la palabra seda en carteles y anuncios de seda artificial, que tendrán que indicar las materias textiles que compongan los productos.

En 1927 se funda la Unión Nacional de Exportadores y en octubre de 1928 la Unión Nacional de la Exportación Agrícola convoca concurso de carteles para propagar el conocimiento de las frutas y hortalizas españolas (naranjas, limones, plátanos, granadas, melones, uvas, cebollas, tomates, patatas...) y estimular su consumo, incluso aporta y sugiere posibles eslóganes que hoy pueden parecer ingenuos o simples: *«Las delicias de toda mesa. La fruta da salud y alegría...»* Los carteles de la UNEA triunfaron en las ferias de muestras europeas celebradas en Praga y Francfort –a los concursos de carteles convocados en 1929 concurren, entre otros, Penagos, Morell y Baldrich–.

“Gómez Hermanos”, exportadores de frutas, realizan para promocionar su negocio unos carteles donde aparece representado un Titán, que en un salto fabuloso atraviesa el mar, portando frutos y borrando la distancia entre dos continentes, un trasatlántico muestra su pequeñez en relación al gigante que simboliza el esfuerzo industrial como un San Cristóbal moderno. Y es que a lo largo del decenio se fomentan en la provincia todas las industrias derivadas de la agricultura, llegando a hacerse carteles para campañas de exportación de naranjas. El cartagenero Vicente Ros creará hacia 1930 la imagen para las marcas de Alquerías *“The Boat Oranges”* y *“The Noble Man. Oranges”* (Fig. 65); en la última, el mosquetero ensarta el cítrico produciendo con su zumo un arco naranja.

La Verdad publica el concurso de carteles para celebrar el centenario de Goya, concurso que acabará ganando Luis Quintanilla.

A finales de agosto de 1928 la Cámara Oficial del Libro de Madrid convoca concurso para encuadernadores, impresores y tipógrafos para premiar los mejores libros impresos y los mejores trabajos tipográficos en carteles, membretes o anuncios.

Con la dictadura llegando a su final el Gobierno Civil prohíbe, ese año, los espectáculos de carácter público que no autorice o conozca con 24 horas de adelanto el guber-



(Fig. 65) Vicente Ros. Etiquetas para José Manuel Meseguer: *The Boat Oranges* y *The Noble-Man Oranges*. H. 1930.



(Fig. 66) Vicente Ros. Cartel para la Coronación de la Virgen de la Caridad. Cartagena. 1923.

nador o el alcalde; se prohíbe la colocación de carteles y que se repartan en la vía pública programas, prospectos y hojas volantes; solo se pueden repartir si cumplen los requisitos de la Ley de Policía de Imprenta. Sin embargo, con carteles se llama en provincias, en las mismas fechas, a manifestarse a favor de Primo de Rivera.

Entre 1923 y 1930 la iconografía religiosa irrumpió en los carteles de festejos de todos los pueblos y ciudades españolas, promovida por ayuntamientos en manos de ediles comprometidos con la dictadura o vinculados al impreciso –ideológicamente– partido de Unión Patriótica. El lema de Primo de Rivera es «*Patria, Religión y Familia*», y alcaldes y autoridades promoverán los aspectos católicos en la programación de las festividades de sus poblaciones. Las imágenes que remiten a la Semana Santa irán haciendo sentir su fuerte presencia en la cartelística del decenio, apartando otro tipo de representaciones y celebraciones de sesgo laico y pagano. Definitivamente el tiempo de las *ferias* irá dejando paso a una *primavera de pasión*.

En Cartagena, en abril de 1923, el pintor e ilustrador cartagenero Vicente Ros realiza el cartel para las fiestas religiosas de la coronación de la Virgen de la Caridad, una estampa de rigurosa estética modernista, lirios y ángeles recogen el grupo escultórico (Fig. 66). Carmelo Bermúdez escribe sobre el cartel en *El Liberal* el 14 de abril: “Ignoramos si los pareceres y repetidos elogios que en esta ocasión recibe serán lo bastante enérgicos como para hacerle derivar hacia un campo de pseudo arte, en el que caben muchos que no saben dibujar. No habrá que apuntar que el llamado arte decorativo, este pseudo arte moderno, no entra en las concepciones admitidas por mí. Desde luego esto es obvio, ante lo expuesto”; quizá Bermúdez hubiera preferido un cartel más pictórico. Ramón Manchón realiza ese mismo mes y año la *Alegoría de la Caridad* para ilustrar el *Extraordinario de la Verdad* dedicado a Cartagena, con portada de Vicario y colaboraciones de Vicente Ros y Portela.

Un año después, en mayo de 1924, Nicolás Sanz en *La Voz de Cartagena* propone hacer coincidir en la Semana Santa cartagenera una feria de muestras que podría publicitarse con “una gran tirada de artísticos carteles anunciadores”. Cuando se reúne la Comisión en agosto para tratar con premura los festejos de abril de 1925 se redacta una nota de prensa, que publica *El Eco de Cartagena*, justificando ante el alcalde de Cartagena que cofradías, comerciantes y gremios creen oportuno, para lograr el esplendor de las fiestas y las procesiones, recurrir a “una eficaz y activa campaña de prensa, carteles y otros mil medios adecuados”. Aunque no habrá feria de muestras. En noviembre *El Porvenir* insiste en hacer con tiempo un concurso de carteles de Semana Santa y Fiestas de Abril; como ejemplo, los realizados en Sevilla y Málaga. El 30 de diciembre se hace público el concurso en el que pueden participar los artistas cartageneros hijos de la localidad; el premio asciende a 500 pesetas y el jurado podrá conceder un accésit de 200. Los carteles presentados, a un tamaño de 135x85 cm y a tres tintas sin purpurinas –seguramente esta apreciación tiene que ver con la dificultad de reproducción de este pigmento que lleva sólidos en suspensión–, serán expuestos en el Ayuntamiento. En dos columnas, bajo el titular “El glosario cartagenero” y el subtítulo “El cartel de las fiestas”, *El Liberal* defiende, el 17 de enero de 1925, la iniciativa municipal, aunque matizándola: “... Las fiestas y ferias de casi todas las poblaciones de importancia, se anuncian por medio de carteles artísticos, Sevilla, Segovia, Valencia y Málaga, últimamente han convocado concursos al efecto, de un modo amplio, de cuantos artistas quisieran concurrir. A veces, lo exiguo de las cantidades que se destinan a recompensas ha hecho localizar los concursos circunscribiéndolos a artistas paisanos o a los pintores regionales. Y este temor, por la exigüidad del premio, para abrir concurso a todos los artistas que a él quieran concurrir, hizo siempre fracasar el propósito de las entidades organizadoras o se tuvo que recompensar una obra que no era cartel, o no se pudo editar por decoro, o si se editó se hizo el ridículo... ¡El ridículo de una ciudad pegada en las esquinas!”. Pero la convocatoria es bien acogida. Se presentan 17 bocetos. En el jurado calificador: el alcalde Sr. Torres, Guijarro, Francisco Portela, Julián Sáez, José Gutiérrez y Víctor Beltrí. El premio, que se da a conocer el 12 de febrero de 1925, es para el presentado con el lema «*Oh Piadosa*»; representa la *Virgen de La Caridad* con niños nazarenos, Marrajos y Californios, ante el trono; lo ha realizado Pedro Roig Asuar –ABC lo citaría en la edición de la mañana del 13 de febrero, equivocadamente, como Pedro Roig Aznar, cartagenero



(Fig. 67) Ricardo Rodríguez. *Semana Santa*. Cartagena. 1925.



(Fig. 68) Andrés Minnocci. *Fiestas de Primavera, Semana Santa y Fiestas Populares*. Cartagena. 1926.

residente en Madrid—, profesor del colegio de La Marina, y anunciaba la Semana Santa y las fiestas populares de primavera. Se otorgan accésits de 200 pesetas a los lemas «Aurrerá» de Ricardo Rodríguez Arroyo —cartagenero del barrio de la Concepción, discípulo de Díaz Spottorno y colaborador de *El Porvenir*—, «Camino del Gólgota» de Ruiz Bernal, y 100 pesetas a «Saetas» de Miguel Díaz Spottorno y al presentado con el título «Sacrificio». Se acuerda imprimir el cartel ganador en la casa valenciana de Mirabet, y folletos y carteles de mano, con la reproducción de los accésits, en La Levantina de Artes Gráficas de Cartagena —casa fundada en 1907—; uno de estos accésits, el de Ricardo Rodríguez, presenta la imagen de un romano portando las *fasces* y la basílica de la Caridad en el anverso (Fig. 67), y el programa de Semana Santa y Fiestas Cívicas en el reverso; el otro, de Ruiz Bernal, al *armao* desfilando ante el perfil de la ciudad; apenas alcanzan los 40x27 cm. La propaganda se envía a Madrid y Barcelona. En *Cartagena Nueva*, el 12 de febrero, una nota recoge: “Reúne la obra de Roig Asuar todas las condiciones de visualidad necesarias para un cartel que ha de atraer momentáneamente la atención del transeúnte y fijarla para cumplir su acción. El dibujo es preciso y el colorido ajustado y conseguido con verdadero acierto”. Roig Asuar ha producido el primer cartel en la provincia que unirá la iconografía de imágenes que procesionan en Semana Santa a las cofradías como tema principal y, aunque haga referencia a las fiestas de abril, es uno de los primeros carteles que con una imagen específicamente pasional se distribuya por España. Las representaciones religiosas a nivel gráfico se irán haciendo año tras año habituales en la región.

Sí, la iconografía religiosa pronto constituyó una referencia plástica de aire popular. En noviembre, el periodista Miguel Pelayo ensalza el lienzo de grandes dimensiones que Francisco Portela ha pintado: *La Coronación de la patrona*. Representa el momento de la coronación por el obispo de la Virgen de la Caridad, en la obra aparecen personajes de toda índole, el pueblo cartagenero, la estatua de Roldan —el fundador del hospital—, la bahía cerrada entre montañas. Cartagena toda. La escena aparece bajo una luz tamizada por un celaje transparente. Según Pelayo es la obra definitiva de Portela.

Semana Santa y fiestas cívicas y populares se anunciarían en 1926 con un cartel, impreso en la Levantina de Cartagena, que tenía como imagen central, el rostro de Cristo en la cruz, sobre nazarenos estantes portadores de humeantes hachotes. El cartel de *Semana Santa y Fiestas Populares 1926* de Cartagena (Fig. 68), de fuerte carga expresiva, acorde con las corrientes artísticas del momento que se hacen sentir en la pintura y el cine y también en la cartelera europea, lo ha realizado el pintor Andrés Menoni, firmado A. Minnocci, cartagenero establecido en Barcelona.

Para difundir el programa cartagenero de las Fiestas Cívicas y Populares de abril y la Semana Santa de 1927 se recurrirá a una ilustración de aire *decó*, firmada por Pons; una mujer con mantilla y peineta; al fondo una vista marina que puede referirse a Cartagena, pero que con casi total seguridad es una imagen anodina, falta de personalidad, de catálogo.

Lo que se va haciendo evidente es la pérdida de interés en las Veladas Marítimas y la búsqueda de otras actividades y festejos que den empaque a la ciudad.

En Murcia, en 1925, la situación es diferente, pues las fiestas de primavera carecen del apoyo de las instituciones, del comercio y de las personalidades que solían contribuir a su realización. La capital provincial parece incapaz de satisfacer la demanda ciudadana de los festejos de abril. En septiembre la cosa no parece que vaya a ser mejor, la columna del *Liberal* titulada "Charlas veraniegas" lo deja entrever el 28 de agosto: "*Amigo mío, es inútil salir a la Glorieta, al Malecón o a la Platería buscando el bullicio y la animación*". Castillos de fuegos artificiales, toros, competiciones deportivas, fiestas escolares, funciones religiosas, homenaje a murcianos ilustres y el habitual recibimiento a la patrona, constituyen la base de los festejos, si acaso, como novedad, una exposición de automóviles de ocasión y vuelo de globos grotescos en el Malecón. La imagen del programa de festejos septembrinos la realiza Mateo Séiquer, es una escena costumbrista de trazo pictórico –en el horizonte nocturno se insinúa el perfil de la catedral–; imagen en la línea de la realizada por Sánchez Picazo un año antes para presentar el programa de septiembre. La pobreza de los contenidos festeros y la imagen con que se difunden resulta, al menos, curiosa, si tenemos en cuenta que hasta un pequeño pueblo campesino como Fuente Álamo utilizaba carteles anunciadores de la feria de ganado que celebraba en junio.

Serán 1926, 1927 y 1928, años que tendrán relevancia en el devenir como autores de carteles de Vicario y Luis Garay.

Los festejos capitalinos de 1926 no parece que vayan a tener más relevancia que los del año anterior. En febrero, en una nota titulada "Las fiestas de abril. Caminamos hacia un fracaso", *El Liberal* se queja de la falta de publicidad y del mal programa festero para primavera: "...Se sabe que no habrá corrida de toros y que no habrá Entierro de la Sardina, ya es bastante". Se establecen comparaciones con Sevilla –que ha inundado toda España con sus preciosos carteles– y surge el recurrente pique con Cartagena que "... invade también todos los pueblos con una intensa propaganda, que encontramos hasta en los sobres de la correspondencia..." y ha difundido los carteles de Semana Santa con tiempo sobrado y suficiente. El periódico se pregunta si el Coso Iris, la Batalla de Flores, un Concurso de Escaparates y el Bando de la Huerta no necesitan más publicidad que aparecer en la prensa unos días antes de la Semana Santa, y apostilla: "...parece que el interés era suprimir y eliminar el Entierro, una vez esto conseguido que más da que no haya fiestas en Murcia o que rayen en la ridiculez ...y si las hay serán de tal naturaleza que no necesiten de carteles anunciadores ni de propaganda periodística". La comisión municipal que preside el señor Sobejano encarga los carteles a Valencia –que confeccionará también los de Caravaca, parece que era habitual, para las celebraciones de la Santísima Cruz, probablemente con una imagen de catálogo, o puede que el autor fuese el pintor caravaqueño de influencia modernista José de Sola, que realizaría los programas festeros de Caravaca entre 1927 y 1932–, se difunden apenas diez días antes de las fiestas y, efectivamente, se suprime el Entierro.

La representación provincial en Murcia de los *afamados* automóviles "Flint" abre concurso, en 1926, entre los artistas provinciales para publicitar, y promocionar con carteles, el automóvil. El premio es de 500 pesetas y las obras que se presenten se exhibirán durante la Semana Santa en los salones del Círculo de Bellas Artes. El tamaño de la obra será de 100x140 cm. El tema es libre, pero debe aparecer el automóvil de la marca. El jurado está formado por Cándido Banet, Jara Carrillo, Atiénzar, José María Sanz, Carmelo Bueno –tal vez porque es litógrafo o porque las bases indican que se imprimirá en la Casa Ortega de Valencia el cartel ganador– y Luis Luna. Se presentan seis carteles y Gil de Vicario gana el concurso con la obra que lleva por lema «*Campeón*»; una muchacha, ataviada de piloto automovilístico, porta la copa-trofeo junto a un automóvil de la marca.

El diseño de anuncios y carteles de automóviles y maquinaria es predilecto de los artistas *decó*, pues les permite acercarse a un tema de resonancias modernas, sofisticadas y elegantes, pero también de aires vanguardistas; el automóvil representa movimiento, dinamismo, atrevimiento, osadía, y los vincula al futurismo. Vicario también diseñará la cabecera, impresa a una tinta que irá variando en sucesivos números: verde, rojo, gris... de la *Gaceta del Automovilismo* que edita el Real Automóvil Club Murciano en 1927; el potente automóvil parece sobrepasar la portada barriéndola con la luz que emiten los faros del vehículo. Las marcas “Dodge”, “Ford”, “Oakland”, se anuncian en la prensa murciana. El automóvil se representó en cientos de anuncios –Amadeo Roca realizaba estos años, en la *Semana Gráfica* de Valencia, con marcado estilo *decó*, la publicidad de Amílcar, una empresa vendedora de coches– y carteles, y fue objeto de señaladas exposiciones⁽³¹⁾.

El 8 de julio de 1926 la Comisión de Festejos del Ayuntamiento de Murcia publica las bases del concurso de carteles de la feria septembrina. Del cartel ganador piensa hacerse gran cantidad de reproducciones “*para que circulen profusamente*”. El jurado del concurso lo componen el alcalde Francisco Martínez García, y por la Comisión de Festejos: el teniente de alcalde Evaristo Pérez Cánovas, Antonio Garrigós, José Rodríguez Sánchez, César Guillén, Andrés Bolarín y Juan Guerrero Ruiz. Se presentan seis carteles. Cinco votos están de acuerdo en sacar el cartel ganador de los presentados por considerar que tienen calidad suficiente. El alcalde y el teniente de alcalde se muestran en desacuerdo porque según ellos ninguno reúne completamente las funciones representativas de su objeto. En las votaciones sale elegido, por seis votos, el presentado con el lema «*Caballitos*» realizado por Garay: la bella murciana que gira, sobre la grupa de un caballo de cartón, en la noche iluminada por los fuegos de artificio. Evaristo Pérez Cánovas, teniente de alcalde, se abstiene. Ni el jurado ni la prensa revela a quienes pertenecen los presentados bajo otros lemas. El cartel ganador y la forma de proceder del jurado no escapa a las críticas; el 24 de julio el *Levante Agrario* llega a insinuar que “*ya se sabía lo que iba a pasar*”. Al manifestar por carta, a la Comisión de Festejos, uno de los participantes en el concurso, que el cartel elegido no se ajusta a las bases de la convocatoria, vuelve a reunirse el jurado que desestima la carta protesta. El señor Pérez Cánovas somete a consideración de la Comisión Municipal Permanente si el cartel debe ser editado. El marqués de Ordoño, miembro de la comisión, cree que no debe editarse; la Permanente acuerda lo manifestado por el marqués de Ordoño.

Andrés Bolarín, otro miembro del jurado calificador, publica el 1 de agosto una carta “Sobre el concurso de carteles” en el *Levante Agrario*, diario del que es redactor jefe: “*Sr. D. Evaristo Pérez Cánovas, presidente de la Comisión de Festejos. Distinguido amigo: sintiéndolo por usted, me entero del acuerdo de la Permanente recaído sobre el cartel premiado. Esto revela, por su parte, una indecisión que le perjudica. Usted dio por conforme los nombres de los que le proponían para el jurado. Yo acepte la designación por lo mismo que no se me había consultado y por creer que usted y otros amigos de mi preferente estima obraban así como prueba de confianza.*

Al producirse el fallo usted votó en contra apartándose desde aquel momento del parecer de los que antes, indudablemente, eran considerados por usted como garantía de acierto y que, por razones que no deben suponerse, no continuaban siéndolo después. También al ser aprobado el fallo en la Permanente volvió a exteriorizarse ese voto en contra que era absolutamente innecesario y ha sido comentado de tantas maneras.

Este alejamiento se evidencia al llevar ahora a la Comisión Permanente una cuestión que está fuera de las tramitaciones de su cometido siquiera porque es de competencia artística; y al votarse allí el acuerdo, como cosa rudimentaria, de no imprimir el cartel premiado, no protestando usted de ese acuerdo ha desairado una vez más a los que acudieron atentamente a su llamada poniendo en su juicio la convicción de un fallo desinteresado, aunque no tuvieran el acierto de coincidir con la opinión de usted.

Ese citado acuerdo ha debido usted ser el primer interesado en no obtenerlo. Porque considerando lo ocurrido sin apasionamiento más significa una desautorización a usted como organizador que una enmienda de plana a los que actuamos en el jurado pues al fin esto es apreciación de arte y no se alteran en lo más leve las reputaciones por lo que respecta a libres y caprichosos pareceres.

(31) Entre abril y mayo de 1927 se celebra la Exposición Internacional del Automóvil en Barcelona, para anunciarla se convoca concurso en 1926 de tema y procedimiento libre, a un máximo de seis tintas de fácil reproducción litográfica, con siete premios que oscilan entre 2.500 y 100 pesetas. El automóvil, nuevo motivo artístico en cuadros, ilustraciones y carteles, es perfecta excusa para patentizar los ideales recogidos en el Manifiesto Futurista de Marinetti que se publicó en España en 1909, otorgando a la velocidad el calificativo de *nueva belleza*.

Le saluda atentamente su afectísimo amigo y compañero Andrés Bolarín. 31 julio 1926”.

Pérez Cánovas contesta a Bolarín cuatro días más tarde en el *Levante Agrario* y *La Verdad*, explicando que aceptó los nombres que tenían que constituir el jurado por considerarlos estimables, imparciales, competentes y libres de prejuicios. Remarca que la decisión última correspondía a la Permanente y finaliza justificando la decisión de no imprimir el cartel de Garay apelando a las quejas de un participante y a la base segunda del concurso que señalaba que el cartel quedaría en manos del Ayuntamiento, pudiendo este hacer del mismo los demás usos que estimara oportunos, pagando desde luego el premio ofrecido y adjudicado.

Lo anecdótico del asunto es que, en la misma página del *Levante Agrario*, del 5 de agosto, en la columna siguiente a la respuesta de Pérez Cánovas, se informa –que paradoja– del concurso de carteles para las Fiestas de Primavera en Sevilla del próximo año, Primer Premio 3.000 pesetas, 750 y 250 se destinan al Segundo y Tercero que serán usados como portadas de los programas.

«Caballitos» no se imprimió (ver imagen página 108). El cartel de la Feria de Septiembre murciana lo acabaría haciendo la casa Ortega con una imagen de Rigoberto Soler reproducida también en el programa de festejos. *La Verdad* imprimirá, entre los múltiples programas editados, como era habitual, un folleto de mano con la programación festera y una portada de Mateo Séiquer: junto a la barraca, bajo parras y naranjos una pareja de huertanos.

A finales de septiembre se hace público el fallo del concurso de carteles convocado por el Consejo de Enlace –dependiente del Ministerio de Instrucción– de las Exposiciones Iberoamericana de Sevilla y de Industria de Barcelona. A la convocatoria han concurrido cientos de obras. Penagos ha obtenido las 6.000 pesetas del Primer Premio por el diseño del cartel anunciador de la Exposición Iberoamericana. Gil de Vicario recibe 250 pesetas por el cartel presentado con el número 11 que representa un desnudo femenino, «*La Victoria*». Entre los 21 accésit, seleccionados y expuestos, obras de Larraya, Capuz, Manchón o Bartolozzi –que vería impreso su cartel para la Exposición General Española (Sevilla 1928-Barcelona 1929), pues el jurado estimó adquirir la propiedad de algunos de ellos para que el Consejo de Enlace pueda destinarlos a lo que crea conveniente; es otro desnudo de aire clasicista, semejante al de Penagos; pareciera que el desnudo fuese tema propuesto en la convocatoria–. La obra de Vicario es adquirida por El Consejo de Exposiciones. Aunque *El Liberal* informa que Vicario ha obtenido un accésit, la realidad es que las bases del concurso, publicadas en julio, especificaban que a los artistas participantes seleccionados se les abonaría esa cantidad. Aún recibió Vicario una alegría más ese año, *ABC* da a conocer en diciembre las cuatro recompensas únicas, que un jurado compuesto por Méndez Casal, Ribas, Méndez Bringa y, como secretario, Ramírez Ángel ha concedido, una a Vicario, al concurso de portadas y planas a color y artísticas de la publicación; se presentaron 758 trabajos, los lemas de Vicario son: «*Neriaf Alcafar*» y «*Red Exaltación*». *Neriaf Alcafar*, la obra premiada de Vicario, vuelve a incidir en un tema recurrente del burgalés, el rostro de perfil de una bella dama, sobre fondo amarillo, adornado con unos llamativos pendientes.

Para finalizar el año 1926, el 4 de noviembre reunidos los miembros del Comité Ejecutivo Pre Coronación, juntas auxiliares y otras personalidades, que han de preparar las fiestas para solemnizar la Coronación de la Patrona la Virgen de la Fuensanta, en el Salón de Juntas de la Casa Consistorial de Murcia, se acuerda, al modificar nombramientos y comisiones que han de intervenir en el acto y su preparación, incluir al Círculo Mercantil⁽³²⁾ en la figura de su presidente el señor Montesinos; se acuerda también que la celebración se hará en el Puente Viejo –por ser lugar elevado y de fácil acceso visual para la población– y convocar concurso de carteles para difundir la fiesta; así mismo se decide publicar las bases de un concurso para premiar la letra de un himno adecuado a la coronación y otro para componer la música correspondiente. El día 29 se aprueban las bases del concurso de carteles, con premio de 750 pesetas para el boceto ganador. El 16 de diciembre se hacen públicas las bases del concurso de carteles –leídas y aprobadas en la sesión municipal del día 14, sesión en la que de nuevo se suprimió, por considerarlo poco decoroso para la ocasión, el Entierro de la Sardina–, finalmente el premio se

(32) En enero de 1927 se inaugura en El Círculo Mercantil una exposición de cuadros de Tomás Gutiérrez Larraya, que ha recibido Medalla de Oro en la Exposición Internacional de París. Sus carteles han sido recompensados en el concurso para anunciar las exposiciones de Sevilla y Barcelona, ha sido premiado en la modalidad de Artes Decorativas del Estado y jurado oficial en el concurso de grabados convocado por el Ministerio de Instrucción Pública y Bellas Artes. Dionisio Sierra elogia en *El Liberal*, el día 19 de enero, el valor de la línea en los carteles de Ribas en contraposición al valor de la mancha en los cuadros de Larraya pues pretende ensalzar las cualidades pictóricas de la muestra. Larraya, vinculado a Murcia probablemente a través de Vicario, se propone donar el 25% de lo obtenido por las posibles ventas de la exposición a la suscripción abierta para los festejos de la coronación.

establece en 1.500 pesetas, pudiéndose adquirir otros dos por 250 pesetas si el jurado competente, residente en la Corte y perteneciente al Círculo de Bellas Artes de Madrid, lo estimase oportuno, con procedimiento de pintura al óleo y siete colores máximo, a un tamaño de 140x100 cm. Se fija las ocho de la noche del 20 de enero plazo tope de recepción de obras. Sin embargo, el 18 de enero de 1927 se informa a la opinión pública que el plazo para admitir originales se prorroga 30 días. El *Levante Agrario* escribe que algunos concursantes opinan que esto resta seriedad al concurso: “esperamos –dice la prensa– que no haya motivo de protesta”.

El Liberal informa, el 20 de febrero, que al concurso se presentan dos obras, una de ellas, la mejor, según criterio del jurado, que se compone finalmente en Murcia, formado por Ayala, Almela y Antonio Ros, lleva por lema «¡Que Llueva!» –clara alusión al comedido de la virgen de la *Fuente Santa*–; la ha realizado Mateo Séiquer y cinco días después se expone en un escaparate de la calle Platería. El jurado declara desierto el concurso. Acordándose que una comisión determine si procede adquirir algún otro boceto para imprimirlo con la mayor rapidez.

El 21 de febrero se exponen a la Comisión siete bocetos de anunciadores de la Coronación, entre ellos hay uno de Vicario que –el alcalde manifiesta– se acordó pedirle al artista en la última asamblea. Pero no es un boceto, es un proyecto acabado. José María Sanz, que comienza diciendo que no creía venir a la asamblea como jurado de un concurso, estima que el cartel de Vicario es el mejor de los presentados. Se añade, que ante la petición de Antonio Ródenas de presentar boceto, se le ha denegado y comunicado que ha sido encargado a Vicario.

Dos días más tarde Gil de Vicario aclara en *El Liberal* la situación por la cual presentó boceto al Ayuntamiento. El texto se titula “EL CONCURSO DE CARTELES, Una carta de Gil de Vicario”, fechada el 22 de febrero: “Sr. Don Pedro Jara Carrillo, director del *Liberal*.”

Mi muy querido amigo y director: Según veo por la reseña publicada en El Liberal, hecha ayer, de lo tratado en la reunión de la Asamblea General de la Coronación de la Patrona, parece desprenderse que yo haya presentado alguna obra a un nuevo concurso de carteles anunciadores de las Fiestas de la Coronación de María Santísima de la Fuensanta, a que acuden seis y no siete carteles, ya que ninguno de los bocetos es mío.

En honor a la verdad me interesa hacer constar, que no he acudido, ni acudo, ni acudiré a concurso alguno de carteles del referido tema, porque así se acordó en la Unión de Dibujantes Españoles, de que soy miembro.

Lo ocurrido es, sencillamente, que me he limitado a cumplir del mejor modo que me fue posible un encargo –ajeno por completo a todo concurso– con que el señor Alcalde, mi querido amigo don Francisco Martínez, tuvo la atención de honrarme. Hace días, éste, me llamó y me hizo encargo de un boceto con libertad de tamaño y ejecución, que había de anunciar las Fiestas de la Coronación de la Patrona.

He cumplido su atento encargo y le he entregado la obra que de mí solicitó. Y esto es todo.

Muy agradecido, querido Jara, por la publicación de esta carta. Le abraza su amigo de veras.

Luis Gil de Vicario.

El mismo día 23 *El Tiempo* da la noticia: “Se acuerda adquirir el cartel de Gil de Vicario”. Representa la ofrenda de la corona, realizada por una huertana y un huertano, a la virgen, cuya imagen aparece en gran tamaño; alrededor del conjunto, con estructura piramidal, revolotean palomas blancas; bajo la corona, rosas y el escudo de Murcia. La litografía de Don José Ortega imprime el cartel, con un dominante color rojo fresa en el que destaca el tono gris y dorado de la virgen (Fig. 69). Las dos figuras arrodilladas y la Patrona están perfiladas con un determinante dibujo que parece ascender del faldón negro, en el que destaca la tipografía roja de palo recto. El cartel impreso se alejó ligeramente del boceto en el que dominaban los colores de tonos pálidos y rosas suaves de la virgen y el fondo, que lo hacía menos llamativo y rotundo.

El desarrollo de los hechos y las fechas indican la imposibilidad de realizar bocetos con tanta premura, luego estaban ya realizados en el momento de demandarlos a los artistas –el *Levante Agrario* recoge los rumores el 25 de febrero– y no fueron presentados al concurso. Sabemos que uno de los bocetos encomendados se encargó a Julián Alcaraz, que lo presenta el mismo día que se envía a Valencia el de Vicario, recibiendo el



(Fig. 69) Luis Gil de Vicario. Boceto y cartel de las Fiestas de Abril y Coronación Canónica de la Virgen de la Fuensanta. Murcia. 1927.

aplauzo de la Comisión (ver Fig. 34). Basanio escribe en el *Levante Agrario* en “A vuela pluma” que era el de Alcaraz el que debió ser impreso –y se imprimió para los festejos de abril–, y critica que los huertanos de Vicario, postrados ante la virgen, parecen aragoneses. Quizá, como venía pasando en los concursos del Círculo de Bellas Artes, se desconfiaba del jurado o del procedimiento municipal como ocurrió con el cartel septembrino de 1926. Puede que Vicario tuviera el proyecto realizado, a petición del alcalde, desde el momento mismo en que se concibió el festejo de la Coronación, pues era imposible realizar en apenas dos días la obra por él ejecutada y finalmente elegida. Además, Vicario no ha guardado la discreción que le suponía el alcalde en la reunión de la Comisión del 21 de febrero.

La Verdad editará un extraordinario dedicado a la patrona, y la portada, a tintas planas, realizada por Almela Costa con criterios de cartel, podría haber sido otro de los bocetos presentados.

Gil de Vicario diseñará en 1927 la portada del *Extraordinario de Navidad del Liberal*, igual que la había realizado el año anterior. Pero ese año el acontecimiento editorial más importante en Murcia es la aparición, en enero, de *Verso y Prosa*, una publicación heredera del *Suplemento Literario de La Verdad*. Juan Guerrero Ruiz ha sido quien ha puesto en marcha el proyecto, que no hubiera podido fructificar sin el evidente apoyo de Jorge Guillén, entonces destinado en la Universidad de Murcia. Doce números dura la aventura, hasta octubre de 1928. *Verso y Prosa* será a la vez vínculo y crisol de artistas y escritores, sobre todo poetas. La personalidad de Juan Guerrero y su estrecha amistad con Juan Ramón Jiménez servirá de conexión entre estos entusiastas colaboradores en el *Boletín de la Joven Literatura* y los escritores del 98. La revista acogió en sus páginas a Benjamín Palencia, Aleixandre, Claudio de la Torre, García Lorca, Dalí, Esteban Vicente, Bergamín, Luis Garay, Bonafé, Giménez Caballero, Ramón Gaya, Maruja Mallo, Alberti, Altolaguirre, Gerardo Diego...y tantos más. Hoy tacharíamos *Verso y Prosa* de laboratorio de ideas, de lugar de encuentro, intercambio de sensibilidades y ámbito de aprendizaje. *Verso y Prosa* situó Murcia en el centro de lo que vendría a ser la Generación del 27. Tejería, por añadidura, una cálida amistad entre muchos de los participantes en la aventura que nunca se traicionaría y que siguió girando al cabo de los años alrededor de Juan Guerrero. “Cuando pienso pasados los años, en **nuestro amigo**, lo primero que se me aparece en la memoria –antes incluso que su redondeada figura de moro claro–, es algo, diríase como un intenso... **nido** de simpatía. Parece **casí nada**, ya que puede pensarse en una simpatía como la de tantos otros, pero en él se trataba de muy otra cosa: lo suyo era como una cualidad muy profunda y, desde luego, muy poco común –la verdad es que yo no he vuelto a tropezarme con nadie que tuviera tan marcada esa rara condición–, pues hay que aclarar enseguida que no era tanto que él, Juan Guerrero, fuese un hombre simpático (aunque también lo era) como que a él, ¡a un español!, le resultara simpático... lo demás, todo lo demás, el mundo todo.” Las palabras de Ramón Gaya, recogidas en el catálogo *Juan Guerrero Ruiz y sus amigos*, resultan significativas por lo que tienen de emocionada remembranza del creador de *Verso y Prosa*.

En febrero de 1928 reunidas en el Ayuntamiento todas las instituciones y fuerzas vivas que intervienen en la preparación de las fiestas de abril se acuerda celebrar una exposición de plantas y flores, una Fiesta Conmemorativa del Aniversario de la Patrona, corridas de toros, el Bando de la Huerta, reparto de pan a los pobres, conciertos, Batalla de Flores y baile en el Romea. Se elige una comisión para el Entierro, tras un debate sobre si celebrarlo o no, y se saca a concurso el cartel anunciador de los festejos.

En marzo la Diputación les concede a Garay y Flores becas para marchar a París. El joven Gaya partirá con ellos, en abril, becado por el Ayuntamiento.

El cartel, de *Grandes Fiestas de Semana Santa y Primavera 1928*, con una bella manola apoyada en el escudo de la ciudad y como telón de fondo el *paso* de la *Oración del Huerto* de Salzillo, lo realizará Pedro Flores antes de partir a París.

Apenas un mes permanecerá Garay en París, ya que vuelve a Murcia a preparar desde aquí la exposición que los becados han concertado para junio en la galería Quatre Chemins. Pedro Flores escribe desde París a Garay el 10 de junio, “Querido Garay: No han llegado las ampliaciones todavía ni tus cuadros. Dime si vas a venir porque si no vienes

con los cuadros creo que no se van a poder exponer... Escribeme pronto. El marchante nos llama para que vayamos el lunes, no sé para qué será, pero sospecho que será para determinar la exposición. Recibimos «Flores y Naranjos». Da las gracias a Cánovas. Escribe pronto⁽³³⁾. De nuevo volverá Garay, en junio, a París a colgar la obra en la galería. Gaya escribe a Juan Guerrero el 6 de julio: "...estoy cansado de respirar gasolina. Acaba de llegar Garay y estoy deseando de que se «canse» de París para marcharnos enseguida. ¿Cómo encontraré Murcia? ¿Quién hay en Murcia, se marchó la gente ya de veraneo? ¡Que ganas tengo de hacer una vida higiénica, de no comer en restaurantes!"⁽³⁴⁾. Finalizada la exitosa exposición, en julio, Garay y Gaya regresan a Murcia.

Solamente Flores permanecerá en la Ciudad de la Luz desarrollando su pintura. Está a punto de cumplir un sueño. Vicario en "Notas de Arte", que publica tres años antes en *El Liberal*, el 8 de septiembre, al comentar la primera exposición individual de Pedro Flores había escrito: "...Flores anhela vivir en París, dar al público más supercivilizado de Europa la visión extraña y sensual de nuestros paisajes, de nuestros tipos y costumbres. Debe ser un espectáculo curioso la exhibición de esos cuadros de Murcia en la capital de la moda".

En agosto *Levante Agrario* glosa el programa de festejos editado por el Ayuntamiento para las fiestas de septiembre en una nota titulada "Un bello programa oficial". El programa, que ha diseñado Mateo Séiquer e impreso la Tipografía San Francisco, lleva en la portada el escudo de la ciudad recogido por una greca que rememora la decoración de los frescos pompeyanos. No es la única imagen festera, dos manolas con mantilla y peineta, imagen de catálogo de sabor torero y aire lejanamente andaluz, realizada por J. Beltrán, sirvieron también para dar a conocer los actos programados. Desde 1927 –año en que se prohíbe expresamente, así se recoge en el interior del folleto septembrino, tracas, truenos y bombas en los juegos de pirotecnia– a 1930, las portadas de estos programas, a veces se editaban varios modelos desde diferentes instituciones, comercios o el propio Ayuntamiento, suelen ser imágenes reutilizadas en celebraciones y lugares distintos, que imprime generalmente Ortega y carecen de personalidad.

Un mes después, el 20 de septiembre de 1928, Gil de Vicario, que ha realizado en junio el cartel de gran formato, 230x110 cm, de la Feria y Fiestas de Burgos, en honor de San Pedro y San Pablo, utilizando como motivo una burgalesa con vestido típico ante la catedral, comenta la obra de Ramón Manchón –que había ilustrado el Extraordinario del *Liberal* de otoño de 1927 y realizado, ya se ha indicado, una *Alegoría a la Caridad de Cartagena* en el Extraordinario de *La Verdad* de 1923– en un texto que *La Verdad* publica bajo el título "Los grandes dibujantes, Ramón Manchón". Vicario glosa la obra del dibujante y cartelista, vincula la línea de su dibujo con el gusto por el detalle de los Prerrafaelistas, señala el sentido decorativo de lo oriental en sus trabajos, el aire japonés y la utilización de motivos persas e indios, cita el ritmo dulce, curvo, sensual, en el que referencia a Hogarth. "Bien conocidos –nos dice– son los carteles de este artista, tan dentro siempre de la condición primordial de stampa anunciadora. Es aquí en el «affiche» donde Manchón nos enseña de modo más claro cuánto es su dominio de la ciencia cromática y que admirable concepto posee de su estilización". Es como si Vicario pretendiera aclarar que Ramón Manchón es, junto a Larraya o Baldrich, otro de sus referentes.

Manchón había ganado el concurso convocado un año antes por el Comité Ejecutivo Antivenéreo con el cartel titulado *La oferta peligrosa*; la *femme fatale* ofrece una rosa tras la que se esconde una serpiente, al fondo, camuflada en las sombras, acecha la muerte. El *affiche* es una transposición de Eva en el Paraíso, una *Eva Esfinge*, que refleja bien las referencias estéticas señaladas por Vicario. Cartel que no está muy lejos de la forma en que Ramón Casas había abordado el tema y que, en ambos casos, nos recuerda que el sexo comprado conduce inevitablemente, sin percatarnos siquiera, a la enfermedad y la muerte.

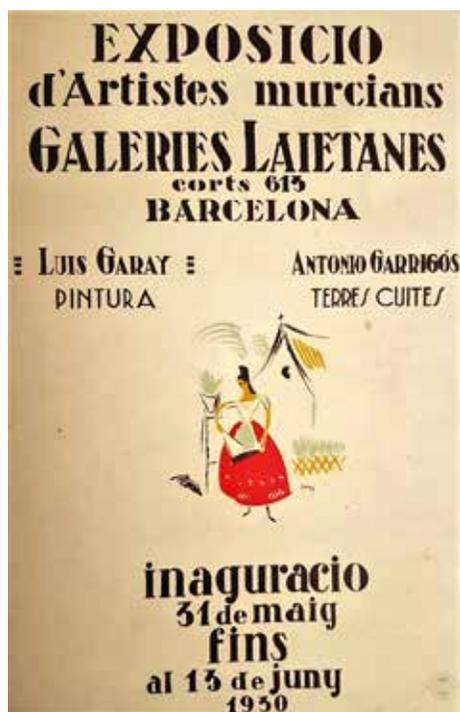
Ramón Gaya realizará el cartel de *Semana Santa y Fiestas de Primavera* de 1929 (Fig. 70), con un planteamiento no muy lejano iconográficamente al que realizó Pedro Flores un año antes. Una joven huertana contempla pasar, sentada en el alfeizar de la ventana, la *Dolorosa* de Salzillo la mañana de Viernes Santo. Aunque ahora la posición de la estilizada y elegante figura, el uso de las tintas planas, quiera recordar que aún pervive el



(Fig. 70) Ramón Gaya. *Grandes Fiestas Cívico-Religiosas de Primavera*. Murcia. 1929.

(33) Se refiere a Cánovas Albarracín, que ha publicado un artículo, el 3 de junio, en el nº 8 de *Flores y Naranjos* informando a los murcianos de la exposición en París de los tres pintores.

(34) Esta carta aparece recogida en el volumen *Cartas de Ramón Gaya a Juan Guerrero*, publicado por el Museo Gaya de Murcia en 1991.



(Fig. 71) Luis Garay. *Exposición de artistas murcianos en las Galerías Layetanas*. 1930.

gusto decorativista por un sofisticado dibujo. El cartel se imprimió en la litografía Ortega. Al igual que en el cartel de Pedro Flores la iconografía religiosa, aunque muy visible, permanece aún en un segundo plano.

En Cartagena, sin embargo, se han editado 4.000 carteles para anunciar la Semana Santa y los festejos de primavera. Lo ha hecho posible la Cofradía California en colaboración con el sorteo de marzo de la Lotería Nacional. En el cartel dominan las tintas encarnadas.

Fernando Piñuela alaba en las páginas del *Tiempo*, el 8 de septiembre, el cuidado programa de los festejos de feria murcianos –no es tampoco el único folleto que se editó con la programación de los actos– que incluye fotografías de Ballesteros, Almagro y Belda. La mejora de la calidad del papel y las posibilidades de reproducción de imágenes en linotipias y rotativas hizo que las revistas y semanarios editados en la Murcia de esa época, incorporaran profusamente –además del color– el fotograbado, que facilita la reproducción fotográfica en buenas condiciones. *Murcia Gráfica* y *Flores y Naranjos* son dos buenos ejemplos de lo señalado. La fotografía aporta novedad e inmediatez a las publicaciones y permite realizar vistosos trabajos monográficos y amplios reportajes. Los programas de festejos no escapan a esa moda de reproducir realistas instantáneas de lugares, monumentos, tipos⁽³⁵⁾ y señaladas conmemoraciones y festividades. La portada del alabado programa recoge la fachada del Ayuntamiento y la torre de la Catedral; la Tipografía San Francisco se encarga de imprimirlo.

El crack del 29 señala el fin de la fiesta. La crisis económica se extendió por Europa evaporando la alegría de los felices años veinte y haciendo reaparecer con fuerza conflictos sociales y huelgas. La Exposición Iberoamericana, que se esperaba impulsara la dictadura, publicitándose con ingente cantidad de material impreso, contribuyó a engrosar la deuda del país. Ortega Y Gasset escribiría en 1930 –recién ascendido Berenguer a la más alta magistratura del estado y concluido el apoyo *Real* a Primo de Rivera– el epitafio de una época, el fin de la restauración: *¡Delenda est Monarquía!* Pasarían aún unos meses hasta la caída de Alfonso XIII, pero los dados están en el aire y el ambiente enrarecido.

En enero de 1930 el *Norte de Castilla* publica concurso para premiar los tres mejores carteles que anuncien el periódico, con una dotación de 1.500, 1.000 y 500 pesetas. En abril se sabe que Penagos ha ganado el concurso con «Azul y oro», segundo y tercer premio recaen en Cossio y Bonafé. Gaya obtiene mención por su trabajo. El de Gaya será el cartel finalmente editado⁽³⁶⁾. Pérez de Ayala, Timoteo Pérez Rubio y el escultor Juan Cristóbal forman el jurado.

El 31 de mayo Luis Garay y Antonio Garrigós inauguran, en las Galerías Layetanas de Barcelona, una exposición de pinturas y terracotas –ya habían enviado obra, un año antes, a la Galería Dalmau de la misma ciudad–. Garay diseña el cartel, que se imprime en la litografía Pagán (Fig. 71); con una potente tipografía Stencil, de uso común en cajas y embalajes, compone los textos, que rodean una delicada viñeta que pretende remitir al más puro ambiente murciano. La barraca, una huertana, los trazos ligeros de un palmeral, nada resulta vulgar en la pequeña ilustración –que muchos años después, en 1950, será utilizada como viñeta de portada de *Cuadernos Murcianos*, la revista fundada por García Velasco, un número 1 editado bajo el titular *Poetas Murcianos*–. Garay ha consolidado en la litografía de Cristóbal Pagán parte de su formación como autor de carteles. En los talleres de la litografía ha trabajado codo con codo con Pedro Flores; Victorio Nicolás, “El Moro”; Francisco Fuentes y José Pagán Gil, hijo del fundador de la empresa⁽³⁷⁾. La litografía Cristóbal Pagán se crea en 1906 –fecha que aparece registrada en su logotipo– por Cristóbal Pagán Porras; al finalizar los años veinte el taller contaba con una prensa alemana de marca Albert, la primera máquina off-set que se trajo a Murcia, que permitía imprimir a razón de 3.200 pliegos a la hora de un tamaño de 58x78 cm; troqueladora; máquinas para aplicar purpurinas, cortar esquinas y fabricar embalajes de cartón; tecnología idónea para cumplir con los encargos que constituyen la especialidad de la casa: la impresión cromolitográfica sobre papel aplicada a etiquetas de conserva, envoltorios, láminas, calendarios y abanicos publicitarios; aunque también se realizaron en sus talleres carteles y programas de mano. Más de noventa años se alargó la pervivencia de una empresa que contribuyó a formar sucesivas generaciones de ilustradores y cartelistas murcianos.

(35) El programa Semana Santa y Fiestas de Primavera de 1929 reproduce la fotografía de una huertana a lomos de un mulo y un huertano apoyado en el animal.

(36) No era la primera vez que se mandaban imprimir carteles que no resultaron los primeros ganadores. En julio de 1925 los periódicos locales publican el concurso de carteles entre artistas españoles, portugueses e hispanoamericanos, para publicitar la marca “Ceregumil”; Tono y Bartolozzi, con un cartel ejecutado a dúo obtienen el 2º premio, aunque finalmente se imprimió su cartel como imagen de la empresa de Fernández y Canivell.

(37) En conversaciones mantenidas con Angelita Martínez Pagán, en octubre de 2014, esta manifiesta que los artistas no constituían personal fijo en la empresa, se contaba con ellos para resolver temas o encargos puntuales. A veces, dada la informalidad, en el cumplimiento de horarios y compromisos, de los creadores, se recurría a artimañas para mantenerlos en el taller hasta que el trabajo estaba concluido.

Sí, las litografías de José Alemán y Cristóbal Pagán han sido escuela de los más importantes diseñadores y pintores de la época, en especial de Flores y Garay. Como cuenta el propio Garay la litografía de José Alemán surtió de envases para pimentón durante más de cuarenta años a los exportadores murcianos; y, aunque los modelos de aire *decó*, con cenefas, orlas, dibujos de animales exóticos extraídos de álbumes y grabados antiguos, escenas orientales, incluso motivos populares y religiosos, raramente aparezcan firmados, sabemos que algunas marcas y diseños correspondieron a Victorio Nicolás, Flores y el propio Garay. De Garay –que reconocería haber aprendido de los dibujos de Cantos y de los catalanes hermanos Mir– conservamos bocetos y originales que atestiguan su larga colaboración con algunas marcas y con la litografía sobre metal: bocetos para la marca de J. Moñino “El Centauro”, ubicada en Espinardo; encargo de The Frank Tea & Spice Co, importador americano relacionado con Murcia; bocetos para un proyecto de carroza patrocinada por “La Abundancia”, lo que hace suponer que esta marca de Molina de Rogelio Gil Funes fue trazada por Garay; para “El Pasiego”, marca de Manuel Planes ubicada en Espinardo; y otros bocetos, de aire oriental y de ambiente huertano. La Litografía de Cristóbal Pagán, a la que podríamos considerar heredera de la litografía Soler, pronto competiría con las litografías alicantinas, valencianas y sobre todo catalanas –metalgráficas para botes de pimentón–, incluso granadinas, que imprimían los envases y las etiquetas de las conserveras de fruta y otros productos murcianos. En los años veinte Garay trabaja para Cristóbal Pagán, que se anunciaba en prensa, al final de la década, con el siguiente texto: “*Fábrica de cajas de cartón y litografía sobre papel. Especialidad en etiquetas para conservas y naranjas. Cigarral, 40. Murcia*”. Alguna de las grandes marcas exportadoras de conservas y fruta murciana –etiquetas y testers– imprimieron en Pagán: “Charlot” de José A. Espallardo, “Pélicano” de Hernández Gil, “Les Trois Coqs” de Gómez Tornero, “El Gladiador” de Rubio y Pino... y aunque, como ocurre con los envases metálicos de pimentón, se repiten con escasas variaciones modelos casi estándar, anónimos y sin firmar por el dibujante-creativo, sabemos que Garay intervino en el diseño de algunas de estas etiquetas, pues se conservan bocetos de su autoría, posiblemente de los años cuarenta –en los que Laorden aparece ya incorporado a la plantilla de dibujantes de Pagán– para las conservas de Pedro Cascales, Hijos de Pedro Martínez, Piquer Ros o Maximino Moreno. Hasta los años cincuenta, y la aparición de Gráficas Belkrom, la Litografía Cristobal Pagán será un referente en el diseño comercial murciano.

Vicario, establecido definitivamente en Vigo desde julio de 1928, donde ejerce de profesor de dibujo del Instituto Cardenal Cisneros, ocupando sucesivas funciones de vicesecretario, bibliotecario y secretario, acabaría implicándose plenamente en el ambiente cultural vigués, sobre todo a través del *Faro de Vigo* y la *Editorial Atlántica* fundada por un grupo de intelectuales de la ciudad gallega. Para *Atlántica* estaba previsto que dibujará, junto a Requejo, Sobrino o Maside, las portadas de las novelas cortas que se piensa editar. El 16 de marzo de 1929 se publica el primer número: *La tragedia del delantero centro*, novela de amor y deporte de Fernández Mato; el sábado siguiente el número dos, *Miss Vigo* de Salvador Quintero, una descripción de la juventud viguesa feliz y confiada, ambos ilustrados por Vicario. Incluso estaba previsto que *Atlántica* publicara su novelita inédita *Príncipe Street*. Desde la ciudad gallega enviaría, en 1929, el cuadro *Tarde de fiesta en el pueblo* a la Exposición Internacional de Barcelona recibiendo Diploma de 1ª Clase. Vicario realiza en 1930 el cartel de las fiestas de la ciudad gallega; la noticia la hace llegar a Murcia *El Tiempo* el 29 de julio.

La matemática celestial, que había propiciado el encuentro de tantos seres excepcionales en una pequeña ciudad provinciana, ha mudado la dirección de los astros. Los caminos de Vicario y Garay se han distanciado, separado definitivamente, y no volverán a encontrarse. El burgalés no tendrá ya relación alguna con Murcia. La trayectoria de Gil de Vicario desde su marcha a Vigo, donde ocupa la Cátedra de Dibujo en el Instituto de la ciudad, es confusa. Parece que en 1933 fundó y presidió en la capital gallega la agrupación local de Acción Republicana –la sección viguesa de Acción Republicana se constituye en julio, nombrando presidente a Vicario ese mismo mes–. El 4 de julio de 1933 se le concede pensión para viajar a Austria, haciendo uso de dicha beca en febrero de 1934 –antes concurriría al XIII Salón de Otoño con dos “*bellos carteles*”, según indica Antonio Lezama en *La Libertad de Madrid* el 3 de enero de 1934– para viajar a Alemania,

pasando por la Bauhaus –una escuela experimental ya en decadencia– en Berlín. Marchó luego a Viena donde conectó con las teorías de Josef Albers y Reiner sobre percepción del color y psicología del arte. La pensión le fue prorrogada 6 meses por Orden de 8 de octubre de 1934, volviéndose a prorrogar 3 meses y 24 días. El 9 de marzo de 1935 obtiene la excedencia voluntaria en el instituto vigués al haber logrado una plaza por oposición, con el número uno, como profesor de dibujo en el Instituto Balmes de Barcelona; trabajo que interrumpió el inicio de la Guerra Civil. Permaneció en zona nacional, pues se encontraba de vacaciones en Vigo, con su esposa y su hija, en julio de 1936. En febrero de 1937 se afilió a los Requetés en un intento de camuflar su extraña vinculación republicana. Puede que esa sea la causa de manifestar su militancia en Unión Patriótica durante su tiempo de docencia en Vigo, lo que no concuerda con su vinculación a Acción Republicana. Hay que tener en cuenta que en marzo de 1937 se le abre expediente por su pasado político –nada significativo por otra parte–. La Comisión Depuradora juzga a Vicario como extremadamente acomodaticio, obteniendo con ello ventajas prácticas y pensiones. Tras un año de suspensión de empleo y sueldo, en 1938 se adhiere al Instituto Zorrilla de Valladolid y en 1939 a su plaza en el Instituto Balmes de una Barcelona liberada. Curiosamente *La Vanguardia Española* dará noticia el 8 de julio de 1939 de que Gil de Vicario, afecto al servicio del Patrimonio Artístico Nacional, es el protagonista del hallazgo de la reliquia de la Santa Cinta de Tortosa desaparecida durante la Guerra Civil. En 1949 representará a la Escuela Superior de Bellas Artes de San Jordi en la visita que *El Caudillo* realiza a Barcelona el 8 de junio. Alejado ya de sus quehaceres como diseñador, pintor o ilustrador, Vicario, que ha participado en las exposiciones internacionales de Venecia de 1926 y Barcelona de 1929, en el Salón de Otoño de Madrid, recibido triunfos con apenas 20 años –en 1918 obtuvo el premio único en la Exposición Nacional de Pintura por la obra dedicada a Burgos *Caput Castellae*–, dedicará el resto de su trayectoria profesional a la docencia, en el Instituto Balmes y en la Escuela de Bellas Artes de Sant Jordi de la que fue secretario, editando programas y guías didácticas para impartir dibujo. Fallecerá en La Ciudad Condal en 1959⁽³⁸⁾.

No será Vicario el único artista que forme parte de la diáspora que se avecina. Gaya y Juan Bonafé están en Madrid y desde allí viajan por España y visitan en Calpe a Juan Guerrero. Flores pinta en París. Solo Garay y Joaquín permanecen en Murcia, aunque el último marche temporalmente a Castellón.

Con un especial dedicado a Gabriel Miró aparece en julio de 1930 el primer número de *Sudeste*, se declara *Cuaderno murciano de literatura universal* y pretende, como heredera de *Verso y Prosa*, llenar el vacío literario dejado por ésta. José Ballester, Raimundo de los Reyes y Antonio Oliver Belmás serán quienes la impulsen. Garay, Bonafé y Gaya, colaboran realizando varias portadas e ilustraciones de los cuatro números que lograron ver la luz. En julio de 1931 se suspende su corta y efímera existencia⁽³⁹⁾.

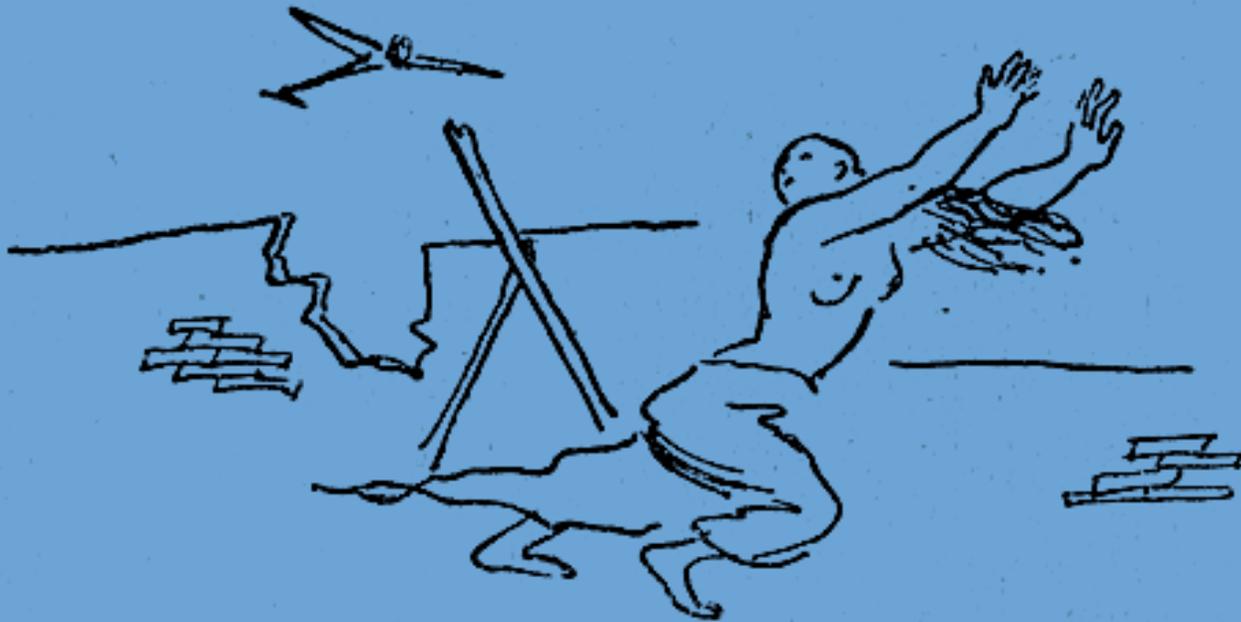
En 1931 la situación política del país es delicada. La prensa –y los carteles– van, en todas las ciudades murcianas, dando información del desarrollo de los acontecimientos. El 27 de marzo *Levante Agrario* informa que los estudiantes barceloneses piden con carteles la proclamación de la República. El mismo periódico, cuatro días más tarde, informa de la manifestación que recorre las calles de Murcia dando vivas a la República y agitando carteles y pancartas con el lema «¡Abajo el caciquismo!» En Cartagena se pegan carteles con proclamas republicanas que dan lugar a incidentes; en las Puertas de Murcia una religiosa rompió un pasquín republicano originando un alboroto. En abril se imprimen y pegan carteles murales con las diversas candidaturas a las elecciones municipales que se colocan en los sitios de costumbre.

El 14 de abril se proclama la II República tras el resultado de las elecciones municipales. En septiembre, para difundir el Programa Oficial de Festejos de la ciudad de Murcia, el *Album Anunciador*, que edita Federico Sáez de la Ossa, coloca en su cubierta una triunfante efigie de la *atractiva república* que somete bajo sus pies las rotas cadenas y la corona monárquica; en el interior de la publicación aparecen retratados los candidatos de Acción Republicana, radicales y socialistas, que han logrado el triunfo electoral. La imagen de la República será icono de numerosos carteles que se difundieron en casi todas las poblaciones españolas, Murcia incluida.

(38) José María Milagro expone en *La Vanguardia Española* el 24 de octubre de ese año, en el texto laudatorio titulado “In memoriam”: “...No se trata de decir que murió en Barcelona el 8 de julio del año en curso... Los alumnos del Instituto «Jaime Balmes» y los de la Escuela Superior de Bellas Artes de San Jorge de nuestra ciudad, se han encontrado con una infausta novedad, la ausencia de quién desde hacía muchos años fue catedrático en ambos centros docentes... Tenía 9 años de edad cuando dio singulares muestras de su precocidad para el arte de la pintura en la realización de un telón para la obra «Canción de cuna» de Martínez Sierra. El gran crítico de arte D. José Francés dijo de él que poseía una rara perfección técnica... Su labor docente no se ciñó exclusivamente a la cátedra, sino que encontró una feliz manera de trascender en la elaboración de notables y numerosas obras didácticas... Durante nuestra cruzada de liberación fue el primer jefe de propaganda del Patronato Nacional Antituberculoso y Alférez del Servicio de Defensa del Patrimonio Nacional. La ausencia de Gil de Vicario, que cada día se parece más a una nueva vida, porque es una supervivencia”.

(39) En el catálogo de las colecciones editadas por *Sudeste –Varietas y Horas–* que prolongó su vida editorial hasta 1936, aparecieron publicadas obras relevantes: *Perito en lunas* de Miguel Hernández, *Júbilos* de Carmen Conde o *El otoño en la Ciudad* de José Ballester.

UN LARGO INTERMEDIO (1931-1939)



Ramón Gaya. Viñeta aparecida en el número 1 de *Hora de España*. 1937. Ilustrando el texto "Carta abierta a Madame Malaterre-Sellier", respondiendo al libro de Francisco Gay "En las llamas y en la sangre".



Ramón Gaya. *Museo del Pueblo*.
Cartel para las Misiones Pedagógicas. 1932.

1 TIEMPOS DE COMPROMISO

Exacto reflejo de la situación nacional, los primeros meses de 1936 vieron inundadas de carteles y panfletos fachadas de calles y plazas en todas las poblaciones de la provincia. La dura contienda electoral propició el exceso de cartelería y saturó la capacidad de respuesta del ciudadano ante la continuada agresión visual. En *El Noticiero*, diario independiente de la tarde, que se publica en Cartagena, José Zaplana escribe “Gritos en las paredes”, describiendo la situación, el 10 de febrero:

“Como gritos se me asemejan ser la innumerable cantidad de carteles que en nuestras calles muestran los tonos chillones de sus colores y las notas patéticas o llamativas leyendas.

Blancas como las gaviotas eran muchas de esas paredes; hoy son un cocktail que se mezcla entre el verde de una esperanza, el rojo de una sangre vertida, el amarillo del sol que alumbra la escena y el negrear de las letras que danzan sus contorsiones para hacer más modernista el reclamo.

Gritos son que en el llamear de la luz del día se entremezclan pareciendo que van a saltar hasta la calle y allí atenzan a los transeúntes hasta hacerles marchar empapados de lo que dicen.

Y no es poco el martirio de los que viven frente a una pared supercargada de carteles: diariamente, al levantarse, al llegar a la oficina, al comer, al salir, al acostarse, igual, siempre igual, la tensión nerviosa misma de todos los días: ¿Pondrán hoy otro cartel nuevo? ¿Estaré obligado a soportar por un día más el martirio de no poder asomar al balcón so pena de tropezar con la vista el cartel que ya conozco de memoria? Y la incógnita se hace agobiadora, pesada, y no puede haber paz en la familia, y diariamente, martilleando las sienes, bien grabado en la memoria el mismo lema: ¡Votad a España! ¡Votad al Frente Popular!

Verdaderamente que los propagandistas no se han dado cuenta que el individuo que esté en este trance, termina por ser el mayor enemigo de la idea que le martillea, y yo comprendo su gran odio y enemistad.

Por la noche los carteles no son vistos, duermen su agitación del día y piensan de qué forma llamarán al día siguiente la atención.

Con todo, siguen siendo gritos llamativos, y sus colores forman el cocktail de la ilusión”

El cartel ha asumido en 1936 –como refleja *El Noticiero*– su papel de claro instrumento político de primer orden, a la par que la radio o la prensa, un rol que se ha ido desarrollando a lo largo del periodo republicano a consecuencia de la dureza con que se realizaban las campañas electorales y el enfrentamiento de facciones con ideología encontrada.

El término cartel irá adquiriendo una connotación nueva, pues pasó a designar las distintas formaciones y coaliciones políticas que pugnaron por alcanzar el poder en nuestro país durante el tiempo de la República en la década de los treinta.

Las referencias en prensa a trifulcas, algunas violentas, y peleas partidarias por el contenido o la colocación de los carteles son continuas desde la proclamación de la República. La palabra *provocación* será habitual cuando los periódicos informen de actos, locales o nacionales, que tengan como protagonista al cartel.

La prensa murciana informa, en febrero de 1932, que estudiantes católicos han acabado en Madrid a bofetones con otros de la F.U.E. (Federación Universitaria Escolar) a causa de una pegada de carteles en la fachada de los locales de los primeros; los alborotos y agresiones entre los dos grupos estudiantiles fueron habituales, sobre todo por el compromiso de los segundos con las labores de propaganda de la Fiesta de la República. En el Ferrol se apedrea a sindicalistas de UGT por colocar carteles aconsejando volver al trabajo. Si en Torrelavega los obreros parados se manifiestan en febrero pidiendo con carteles pan y trabajo, en Cartagena se recibe, el 30 de marzo, al Presidente de la República con carteles manuscritos que recogían las mismas demandas para el pueblo de La Unión. Cuando en Cartagena se constituye, en abril, la Sección Femenina de Acción Nacional, la reunión se anuncia con profusión de carteles tipográficos que en grandes letras transmiten los lemas políticos y sociales del partido. El Diario de la República *La Región*, tacha en junio, a los partidos de derechas, agrupados en Acción Popular⁽⁴⁰⁾, de ser los partidos del falso cartel.

En el periodo 1931-1933 es frecuente que los partidos republicanos de izquierdas y los socialistas acusaran a *las derechas* de propiciar campañas publicitarias y propagandísticas de feroz malquerencia, no disimulada, contra la República.

Los ánimos se irán caldeando, y las posiciones radicalizando, con el paso de los meses hasta llegar a las elecciones de diciembre de 1933.

En marzo de 1933, año electoral, se pegan en Madrid carteles para anunciar el primer mitin fascista en el Teatro de la Comedia. La prensa murciana se hará eco del acontecimiento y *La Verdad* tachará, el día 11, de retador y agresivo el cartel. Es solamente el principio de lo que se avecina pues la imagen de los carteles –sobre todo los electorales– será cada vez más provocadora e insolente.

Aunque se intentó mantener un cierto orden en la campaña política y la propaganda electoral, en lo relativo a las normas que regulaban la publicidad impresa y el cartel: pago de arbitrios⁽⁴¹⁾ y sometimiento a las leyes de prensa e imprenta⁽⁴²⁾, fue imposible.

A la suciedad habitual de algunas ciudades murcianas –en Cartagena se denuncia con frecuencia la incuria y el abandono en plazas, glorietas y monumentos públicos– se une ahora el exceso de anuncios y carteles en muros y fachadas. Las quejas se acabarán convirtiendo en argumentos políticos; *La Verdad* escribe, refiriéndose a las carteleras colocadas para fijar publicidad, el 12 de octubre de 1933: “...Durante la dictadura se llevó con todo rigor la prohibición de pegar anuncios en fachadas...pero ahora, en este régimen democrático y popular, en que cada uno hace lo que le da la gana se han llenado de multicolores anuncios todas las fachadas”.

Las presiones de Gil Robles⁽⁴³⁾ al gobierno consiguieron, a finales de octubre, que fuera autorizada toda clase de propaganda electoral. Eso no evitó los enfrentamientos, ni en Madrid ni en provincias. En Cieza se agrede a un joven de 22 años por colocar carteles radicales. En Cehegín, el 11 de noviembre, al colocar carteles de Acción Popular un grupo de militantes de esta coalición y salir a su encuentro varios miembros de partidos izquierdistas se llega a un tiroteo, quitando la Guardia Civil un revolver tipo Smith, cargado con cinco cápsulas, a uno de los elementos derechistas. Son solo algunos ejemplos de la situación.

Los partidos de derechas iniciaron con premura la campaña de propaganda electoral, utilizando todos los recursos modernos propicios para llevarla a cabo: conferencias, mítines, folletos, prospectos y, especialmente, cartelería. Hay que tener en cuenta que Gil Robles había visitado Alemania ese año, asistido al encuentro de Nuremberg, y estudiado los métodos de propaganda nazis: la utilización de la radio, la distribución de folletos desde el aire, el uso de carteles con mensajes agresivos y la elaboración de cuidados eslóganes. *Cartagena Nueva* escribirá el 28 de octubre: “*La propaganda de Unión de Derechas está organizada de admirable manera*”; subrayando la prensa la profusa utilización de cartelería a todo color.

Los mítines contribuyeron a inundar de carteles los pueblos y ciudades de la provincia; incluso las pedanías de la capital se vieron afectadas por su despliegue; Guadalupe y La Raya se llenaron de carteles anunciando actividades políticas o intentando contrarrestar rumores difundidos en la huerta por partidos contrarios.

Fue una campaña larga e intensa. Los carteles se reproducen en la prensa y dan lugar a viñetas humorísticas favorables a Acción Popular. *La Verdad* publica el 15 de

(40) Acción Nacional pasó a denominarse en 1932 Acción Popular al prohibir el gobierno que los partidos políticos llevaran la denominación “Nacional” en sus siglas.

(41) El Alcalde de Murcia hace público un edicto, el 25 de marzo de 1933, comunicando la exposición pública de los arbitrios que pagarán los carteles que se fijen en las calles.

(42) El *Levante Agrario* publica el 18 de octubre la decisión del gobierno de que la propaganda electoral cumpla las leyes que determinan que los carteles han de ser revisados por la autoridad, para evitar conceptos injuriosos, prohibiéndose la propaganda en cines, y debiendo ir sellados y contener solo los nombres de los candidatos.

(43) José María Gil Robles fue jefe de la CEDA (Confederación Española de Derechas Autónomas) entre 1933 y 1936, un partido fundado en marzo de 1933; una amalgama de grupos de derechas que tenía en Acción Popular su núcleo más importante.

noviembre un cartel de derechas que hace referencia al supuesto derroche de 4.600 millones del presupuesto por parte del gobierno, y al pie del cartel apremia: *Votad a las derechas. Votad contra el marxismo. Votad la candidatura íntegra*. Un día después vuelve a publicar en primera página otro cartel haciendo mención a la ruina que han traído dos años de socialismo. A lo largo de noviembre y diciembre se sucedieron en primera plana los carteles denostando el gobierno de los primeros años de la República; «*Quién atiende a los infortunados*» o «*El socialismo destruye nuestra economía*» son los eslóganes de los carteles de Ambrós; una curiosa mezcla de tipografía, tratada con planteamientos futuristas y constructivistas, y de imágenes realistas y decimonónicas –un tanto sensibleras– de aspecto pretendidamente esquemático y escultórico. Una estética que tiene sus fuentes en el realismo social de los carteles post revolución rusa. El 18 de noviembre Torrentbó⁽⁴⁴⁾ diseña un gran faldón para la portada de *La Verdad*, parece un cartel con formato horizontal, pero en realidad se trata de una ilustración, el agricultor, de rodillas ante las cosechas, nos presenta con la mano extendida un texto que proclama: “*Dos años y medio de izquierdas, la ruina*”. *La Verdad* en un artículo titulado “Reportajes de actualidad” escribirá con destacadas letras negritas “**Acción Popular realiza una campaña jamás conocida**”. La campaña contó con una férrea y disciplinada organización de interventores y organizadores de actos, una cantidad fabulosa de dinero recaudada con aportaciones y donaciones privadas, propaganda aérea, y carteles coloristas y modernos que pretenden dar idea de juventud y arrojo. Para el periódico murciano es “... una propaganda desconocida hasta hoy, desarrollada en forma creciente hasta obsesionar a la gente que harta de derecha no tendrá más remedio que votarla”. Algunos carteles eran de duro simbolismo, presentando imágenes de depauperadas familias obreras pidiendo limosna.

En la misma fecha el *Levante Agrario* –órgano de difusión del Partido Agrario– describe otros carteles de derechas que parecen pretender dar miedo: “...*En uno de ellos cruzan el mapa de la península cuatro espectros que aferran a España con garras repulsivas. Estos son los fantasmas que según su pedagogía simplista ha traído el socialismo ... Esos espectros del cartel de derechas al que, tal vez, se debe el hambre y la ruina de las familias, los éxodos de los obreros –según reza otro cartel– para hacer el balance de dos años de socialismo ... El pueblo observa atentamente estos carteles...*”. Los espectros representados con blancas túnicas son el marxismo, la masonería y los judíos, en los que se han encarnado los males del país, el cartel los señala como partícipes de una conspiración marxista judeo-masónica.

El 19 de noviembre de 1933 se celebran las elecciones. La noche anterior aún se arrancan en las calles carteles y pasquines. La prensa había reflejado el día 18 que la propaganda electoral continuaba con creciente entusiasmo; los carteles son arrancados y repuestos una y otra vez. Todavía el mismo día 19 el diario cartagenero *La Tierra* titula “Una buena propaganda del Círculo Radical” y manifiesta: “*Ha tardado en presentarse la fiebre electoral en Cartagena; pero llegó. En estos días la propaganda y lucha de carteles ha sido enorme. Entre todos los actos de propaganda ha descollado el organizado ayer por el Círculo Radical Autónomo. Un camión adornado, lleno de carteles y de músicos, y donde en un coche que le seguía, unas niñas monísimas repartían hojas de propaganda de izquierda. Han recorrido la ciudad, La Unión y nuestros barrios extramuros y el éxito ha sido colosal. A los acordes del Himno de Riego y la Marsellesa se exaltaban los ánimos republicanos y se abatían los ayer provocativos y hoy decaídos de los cavernícolas*”.

La mediocre propaganda socialista fue la más castigada, pues la de los partidos de derechas se renueva de continuo. La segunda vuelta certificó el triunfo de la CEDA en alianza con el Partido Radical.

Los resultados electorales de 1933 no sosegaron los ánimos. A lo largo del *Bienio Negro* no faltaron los conflictos entre los partidos coaligados de derechas –la CEDA y los Radicales de Lerroux– y socialistas y otros grupos de izquierda, fundamentalmente la CNT. En abril de 1934 se enfrentan socialistas y miembros de las juventudes de Acción Popular, en Yecla, a causa de una pegada de carteles por parte de los segundos.

La colocación de carteles partidistas, añadida a la abundancia de impresos publicitarios de todas clases, tenía monumentos, calles y plazas de las ciudades murcianas sumidas en un aspecto de suciedad y abandono. En 1933 la portada lateral del *Contraste*,

(44) José Torrentbó es un ilustrador gráfico, nacido en Murcia en 1914, formado como dibujante y pintor en la Real Sociedad Económica de Amigos del País. Colaborador habitual en periódicos y revistas murcianas: *La Verdad*, *Flores y Naranjos*, *F.U.E.*, *Don Crispín*, *El Liberal* y más tarde *Línea*, entre otras. Muy influido por semanarios como *Crónica* o *Blanco y Negro* –con el que llegó a colaborar–, sus temas hacen frecuente referencia a la mujer y a la moda. En 1933 diseña una memorable portada para Radio Murcia con avioneta volando junto a la torre de la Catedral. Tras la Guerra Civil sus ilustraciones serán frecuentes portadas de las revistas anunciadoras de la programación festera de primavera o septiembre en la ciudad de Murcia. Especialmente elegante y bonita la portada del álbum anunciador: *Semana Santa y Fiestas de Primavera 1955*; en la ilustración la paleta de pintor recoge, simulando manchas de pintura, imágenes del evento.

en Murcia, edificio monumental necesitado de consolidación, estaba plagado de carteles anunciadores de establecimientos comerciales, como el de Confecciones Regius de los almacenes El Río de la Plata, el Central Cinema o el Teatro Romea; eso a pesar del “Se prohíbe fijar carteles” que constaba en la fachada del monumento. El primer cuerpo de la torre de la Catedral estaba frecuentemente cubierto de carteles. A finales de julio de 1934, el arquitecto de la Sexta Zona, conservador de los monumentos nacionales, Torres Balbás, visita Murcia e inspecciona el exterior de la Capilla de los Vélez –declarada Monumento Nacional–; como responsable de las obras de conservación que en ella se ejecutan, además de ordenar su limpieza, prohíbe terminantemente que se continúen fijando carteles en sus muros.

La dificultad de mantener la limpieza de las calles es manifiesta; hay que añadir además que octubre fue un mes marcado por las huelgas generales en Cartagena, Alcantarilla, Lorca, Águilas y Cieza; y parciales en Murcia capital; llegando a declararse el *Estado de Guerra*. En Cartagena, donde se pegaban impunemente carteles en fachadas, se acabaría prohibiendo en 1934 colocar carteles fuera de las carteleras instaladas al efecto. Un año después, en Murcia, la alcaldía dispone que desaparezcan los anuncios de los muros y fachadas, autorizando su colocación en los marcos de hierro y madera distribuidos por la ciudad. La prensa se refiere al tema con titulares del tipo: “La lepra de los carteles”. Cuatro pesetas era la multa por colocar carteles en sitios no autorizados. A la entidad Hispano Olivetti se le sanciona por fijar carteles en la fachada del antiguo edificio del Gobierno Civil y al dueño del inmueble por consentirlo. A don José María Quiles se le impone penalización por colocar carteles anunciadores en fachadas de la calle Saavedra Fajardo y en la plaza de Santa Eulalia.

Si parecía que los conflictos estaban enterrados la convocatoria electoral de 1936 exacerbó los ánimos e hizo que se repitiera la situación de mil novecientos treinta y tres. Volvía a enfrentarse lo que el *Levante Agrario* había llamado el 25 de octubre de 1933 “*la España vieja contra la España nueva*”. Los carteles anunciadores de la propaganda electoral no hicieron sino aumentar el estado de nerviosismo, la atmósfera tensa y el tono pasional, que se manifestaba en conversaciones y tertulias, de una sociedad muy radicalizada.

De nuevo la presidencia de gobierno intentó fijar normas que rigieran la utilización de propaganda electoral: sellado de carteles en los gobiernos civiles, prohibición y retirada de aquellos que resultaran ofensivos. De nuevo se intentó –se llevaba años intentándolo– que los carteles se colocaran en sitios destinados al efecto. De nuevo los intentos resultaron baldíos. Los carteles se colocarían infringiendo todas las normas y ordenanzas.

A mediados de enero de 1936 la CEDA y el Partido Radical de Lerroux tendrán profundos desacuerdos a causa de los carteles que difunden los primeros haciendo referencia clara al estraperlo, comercio ilegal de bienes sometidos a impuesto, o tasa, por parte del estado, una práctica que había salpicado a los radicales. Esa alusión contribuirá a profundizar la brecha y el desencuentro entre Gil Robles y Alejandro Lerroux.

El Liberal tacha de indignantes los carteles de Acción Popular el 21 de enero. Un ultraje al sentimiento republicano. En un artículo que titula “El suicidio de las derechas” escribe: “*La CEDA pretendiendo asustar a su clientela se asusta a sí misma. La urna electoral será la urna cineraria y los carteles murales el mejor epitafio*”.

En 1936 la campaña del treinta y tres se ha endurecido. En Cartagena, como queda subrayado en el texto que abre el capítulo, no se deja rincón sin empapelar. En Molina se detiene a unos obreros por arrancar carteles de la CEDA; la propia policía tiene que actuar como agentes escoltando a los pegadores de carteles de la derecha.

La movilización de Acción Popular en la provincia es abrumadora. Desde Madrid se envía una camioneta con 115 paquetes de pasquines⁽⁴⁵⁾ y 38 rollos de carteles litográficos, pues la CEDA editaba carteles de continuo. Según *La Tierra* la propaganda de la CEDA fue brutal; agotó la capacidad de imprimir de los talleres madrileños, barceloneses y valencianos, y encargó impresos y carteles a capitales más pequeñas, llegando a editar un millón más de carteles de los previstos inicialmente. Todo hace pensar en un triunfo arrollador de las derechas locales.

El corresponsal del *Levante Agrario* en La Unión escribe el 31 de enero: “*La Unión presenta un aspecto pintoresco policromado de carteles de Acción Popular... Hay una*

(45) La información la da el *Levante Agrario* el 26 de enero de 1936.

clase de estos pasquines, que en fotografías muestra al aterrado transeúnte todo el horror que el marxismo inculcó a la triste Asturias, en la revolución de octubre⁽⁴⁶⁾. Casas, fábricas, iglesias, conventos, viviendas, paseos, calles, pueblos enteros arrasados entre el gemido de millares de víctimas inocentes, y poco a poco el pueblo va comprendiendo la importancia que tiene su voto”. Los carteles de la CEDA dieron lugar a chistes en *El Liberal* y a críticas por constituir una provocación insensata⁽⁴⁷⁾. La propaganda electoral que realiza en toda España Acción Popular constituye en múltiples ocasiones una apelación a la memoria: ¡Acordaos de Asturias! Si para unos, los partidos de izquierdas, la Revolución de Asturias supuso el triunfo obrero, que evidentemente no llegó a ser; para otros, los partidos de derecha, la destrucción de Oviedo supondrá la terrible contribución de la izquierda y así lo usaron en la campaña electoral. Aunque hay que convenir que las campañas publicitarias electorales llevadas a cabo por la CEDA estuvieron muy bien orquestadas y organizadas. La CEDA pagó 600 pesetas por las labores de distribución de propaganda en la provincia de Murcia.

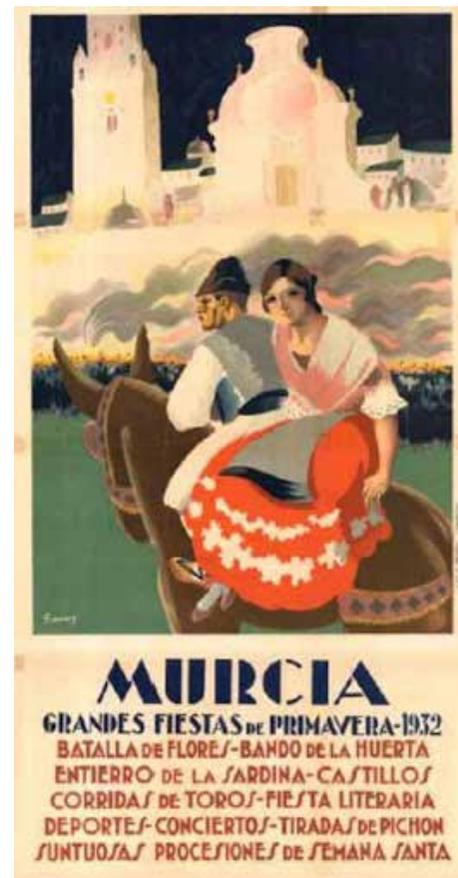
El 14 de febrero, días antes de las elecciones, las izquierdas que parecían retraídas en la propaganda –y están agrupadas en el Frente Popular– fijan infinidad de carteles. Para apelar al voto la Unión de las Izquierdas recurre a la crítica y al comentario de los carteles de la CEDA; de forma especial a aquel en el que una mujer demacrada mira a su compañero encarcelado, a través de la reja, mientras deposita su voto.

En Murcia triunfará mayoritariamente el Frente Popular. El *Levante Agrario* escribe el 20 de febrero: “...El fragor de la contienda electoral derramó por toda España una catarata de carteles. Se destacaba en ellos el episodio, el emblema ejemplar o satírico, la concisión de una esperanza. Pero de todos el más discutido y contado, sobre todo por la prensa de izquierdas, ha sido aquel cartel en donde aparecía Gil Robles señalando un horizonte de muchedumbre y evocando la arrogante frase de Cisneros: «Estos son mis poderes». Poco tardó en demostrarse que aquellos poderes no le servían... los poderes que concede el pueblo a tanto que tanto son autoridad y fortalecimiento como sentencia de condenación”. Aún después de las elecciones la prensa murciana se preguntará si el tono retador y agresivo de los carteles de derechas no pudo haber actuado en la masa como subversión de lo que se pretendía, o como indica Ramón Almela en *El Liberal* el día 21: “El pueblo, entre los carteles agresivos de la CEDA, necesitaba urgentemente demostrar que aquí no hay más «jefe» que su impulso soberano”. El historiador Ricardo de la Cierva consideró que la campaña propagandística de Gil Robles fue uno de los mayores errores políticos del siglo XX.

Los alcaldes de la provincia se comprometieron pronto en borrar las huellas electorales. En Murcia Fernando Piñuela, alcalde socialista entre 1936 y 1938, pretendió hacerlos desaparecer de las fachadas en un corto espacio de tiempo. La campaña electoral del 36 contribuyó a profundizar la brecha en la sociedad española con resultados inesperados y trágicas consecuencias.

Esto no significa que los artistas no continuaran desarrollando sus actividades habituales en el periodo que abarcan estos cinco años, participando en exposiciones, muestras y concursos artísticos, desempeñando otras funciones –Garay, Joaquín y Planes darán clases como profesores en la Escuela de Artes y Oficios, creada por Planes en 1933; y en el estudio del cartagenero Vicente Ros se realizaban frecuentes exposiciones de sus alumnos, entre los que se encuentran: Barceló, Luzzy, Gabriel Navarro, Panadero o Asensio Sáez– o comprometiéndose algunos en acciones que requieren más implicación. No significa tampoco que el cartel no cumpliera su misión anunciadora y divulgativa en ámbitos alejados del ruido político y electoral.

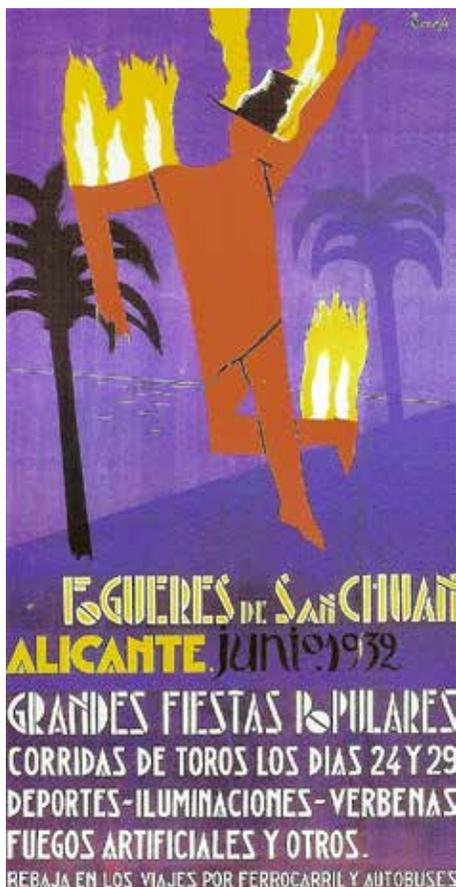
En 1932 Niceto Alcalá-Zamora, presidente de la República, viene a Murcia, en marzo, a participar en los festejos de primavera. En el Remea se celebra una fiesta literaria con un *mantenedor* de excepción: Miguel de Unamuno. Toros, Bando, Batalla, Entierro y juegos literarios componen los actos y celebraciones. El Ayuntamiento de Murcia acepta el cartel propuesto por Luis Garay para anunciar las festividades (Fig. 72). La prensa se deshace en elogios. De obra acertadísima, realizada con sobrias pinceladas y una nota de tipismo estilizada, sobre las vibraciones fantásticas de un fondo impresionista, es definido el cartel por *La Verdad* en una reseña titulada “Carteles de fiestas” el 18 de



(Fig. 72) Luis Garay. *Grandes Fiestas de Primavera*. Murcia. 1932.

(46) La insurrección de octubre de 1934 en Asturias fue un dramático episodio enmarcado en la Huelga General promovida por el Partido Socialista que impulsó la Alianza Obrera. La excusa era el temor a un posible golpe de estado fascista auspiciado desde la CEDA y la relación de esta formación con los radicales de Lerroxx. La insurrección fue duramente reprimida por Godey y Franco. Oviedo quedó aislado y las víctimas superaron el millar. La cartelería, con fin electoral de las derechas, hizo del episodio un asunto recurrente.

(47) Ramos Esbry, ya citado por su polémica con Gil de Vicario, critica en un acto electoral los carteles de derechas: “los carteles de la CEDA son una provocación insensata”; según recoge *El Liberal*, el 5 de febrero de 1936.



(Fig. 73) Juan Bonafé. *Las Fogueres de San Chuan*. Alicante. 1932.

marzo. El cartel, más próximo a lo pictórico que a lo gráfico, está imbuido de un acertado ambiente mágico y pagano; una pareja de huertanos, a lomos de su engalanado burro, se acercan de noche a la ciudad para contemplar el desfile de hachones y bengalas que cruza ante la Catedral anunciando el Entierro de la Sardina, y que, a modo de horizonte, divide la imagen en dos planos de diferente intensidad cromática, creando la atmósfera y las luces que animan el cartel; en primer plano, centrado el cromo, una huertana, vestida con un amplio refajo rojo, que mira de frente al transeúnte, y un huertano que apenas vuelve la cabeza para dejarnos ver, en su cara, los tonos amarillentos del incendio en que parece haberse convertido la procesión de teas. El cartel, que imprimió la Litografía Pagán en distintos formatos y con diferentes tipografías, fue reimpresso como homenaje a Garay en 1988, en Novograf. Un detallado estudio de las diferentes ediciones de los carteles permite constatar variaciones significativas en los semblantes de los personajes, la sutileza de los tonos y la disposición de elementos y motivos secundarios: los pies y los brazos de la huertana, los arreos de la montura... incluso en las impresiones realizadas por Pagán en 1932; lo que indica que el original fue sutilmente redibujado para adaptarlo a sus distintas ediciones y formatos.

Cuando el Ayuntamiento de Alicante convoca, en marzo de 1932, concurso de carteles anunciadores de las Fogueres de San Chuan, con un premio de 500 pesetas al que pueden presentarse todos los artistas españoles, y unas bases que especifican el tamaño del original fijándolo en 120x80 cm con un margen blanco de 0,5 cm y a cinco tintas, Juan Bonafé y Ramón Gaya presentarán obra. Seguramente a requerimiento de Juan Guerrero, en ese momento influyente funcionario del Ayuntamiento de Alicante. En el jurado: el teniente de alcalde de la Comisión de Gobernación, el representante de la comisión organizadora de las *fogueres*, el de la Asociación de la Prensa, otro del Ateño y un vocal de la Comisión Municipal (puede que el propio Guerrero). Se presentan veinte bocetos, la prensa murciana señala: "...sin embargo de ellos hay dos o tres bocetos realmente interesantes, y sobre todo hay un cartel..."; es indudable que el *Levante Agrario* se refiere a los trabajos de los murcianos. Bonafé obtiene el galardón; el cartel, de contrastados rojos y azules, representa un espantapájaros tocado con sombrero de copa ardiendo bajo palmeras en la playa (Fig. 73).

En carta enviada por Gaya a Juan Guerrero, fechada en Madrid el 19 de diciembre de 1932, le comunica "*Mañana o pasado salen de aquí dos maravillosos carteles de éstos sus amigos. Ramón y Juan.*" Es fácil suponer que se ha seguido el proceso de la convocatoria anterior mandando bocetos los dos amigos a Juan Guerrero, con tiempo suficiente, anticipándose a la convocatoria oficial. En esta ocasión es el de Ramón Gaya el que será impreso. El cartel de *Las Fogueres de San Chuan* de 1933 es una estampa del más puro sabor levantino, el huertano da aviso en el palmeral, soplando la caracola, de la llegada del verano y de la fiesta, al fondo las fogatas encendidas en honor del santo levantan humaredas (Fig. 74).

Son carteles sobrios y elegantes, ejecutados a tintas planas, con un juego de volúmenes, curvas y disposiciones oblicuas de los elementos que conservan el aroma *decó*.

Es como si los dos artistas estuviesen cerrando el círculo que los vincula a Alicante: Calpe, Altea, Benidorm...

Gaya, que ha asistido a la proclamación de la República estando en Barcelona para visitar a su padre, se encontrará en Madrid en 1932 e iniciará ese año junto a Juan Bonafé y Eduardo Vicente –con los que mantiene estrecha amistad– su colaboración con las Misiones Pedagógicas⁽⁴⁸⁾. El propio pintor cuenta, en una conferencia ofrecida en la Residencia de Estudiantes el 24 de abril de 1991, como se inició su relación con Bartolomé Cossío, por mediación del poeta Pedro Salinas que forma parte del Patronato de Misiones. Cossío pretende crear un Museo Ambulante que formará parte de las misiones; el objetivo es mostrar por pueblos y zonas rurales unas catorce copias de cuadros que den idea de lo que había sido la pintura española. Cossío busca que las copias sean hechas por pintores, resulten vivaces y no correctas pero acartonadas y muertas, además su idea es que sean mostradas y explicadas por alguien que pueda hacer de cicerone. Por eso recurre a los contactos de Salinas: "*Yo creo que estas copias tendrían que hacerlas mejor unos pintores, no copistas de profesión sino pintores. Usted que conoce a los pintores jóvenes, ¿podría pedirles que lo hicieran?*" Entonces Pedro Salinas recurrió a

(48) Las Misiones Pedagógicas fueron una de las primeras iniciativas puestas en marcha por la II República, pues el Real Decreto que legaliza su actuación es del 29 de mayo de 1931. Dependientes del Ministerio de Instrucción Pública y Bellas Artes, estaban al cuidado de un patronato presidido por Manuel Bartolomé Cossío –discípulo de Giner de los Ríos y vinculado a la Institución Libre de Enseñanza– y una Comisión Central de la que llegaron a formar parte: Domingo Barnés, Luis A. Santullano, Rodolfo Llopis, Pedro Salinas, Luis Bello, Antonio Machado, Ángel Llorca, Óscar Esplá... Sus actividades incluían un servicio de biblioteca, un coro, un Teatro del Pueblo, servicio de cine, el Museo Circulante, el Retablo de Fantoques y un servicio de música. Su actividad se prolongó hasta octubre de 1936.

Vicente, Bonafé y Gaya que se ocuparon del *Auto de fe* de Berruguete, *La Resurrección* del Greco y *Los Fusilamientos de la Moncloa* de Goya, respectivamente. Serían finalmente los pintores encargados de realizar las 14 copias que habrían de constituir el Museo Circulante. Gaya se incorporó inmediatamente a las Misiones actuando de cicerone del Museo Ambulante, con Antonio Sánchez Barbudo, Rafael Dieste, Cernuda, Serrano Plaja y Azcoaga. Cine, teatro, guiñol, música... eran las actividades en torno a las cuales giraba la actividad de las misiones. El museo se abría por la mañana en el pueblo cabecera de comarca para que pudiera ir quien quisiera, y se ofrecían charlas, de las que se encargaban dos personas, por la tarde, cuando la gente volvía de sus tareas en el campo. Un público atento, cuenta Gaya, era el asistente. El anuncio de la llegada de los misioneros a Castro del Río es muy indicativo de la organización del museo: "Ha llegado a esta, una de las secciones de Misiones Pedagógicas. Se llama esta sección el Museo del Pueblo y ha sido instalada en el aula de la escuela nacional de niños número 1, situada en el antiguo colegio de San Pedro y San Pablo. Allí se pueden admirar 14 copias de Pedro Berruguete, Sánchez Coello, El Greco, Ribera, Zurbarán, Velázquez, Murillo y Goya, y siete grabados de Goya. Vienen de delegados los señores Ramón Gaya y Don Enrique Azcoaga, quienes darán charlas en estos días, a las ocho de la noche, de divulgación".

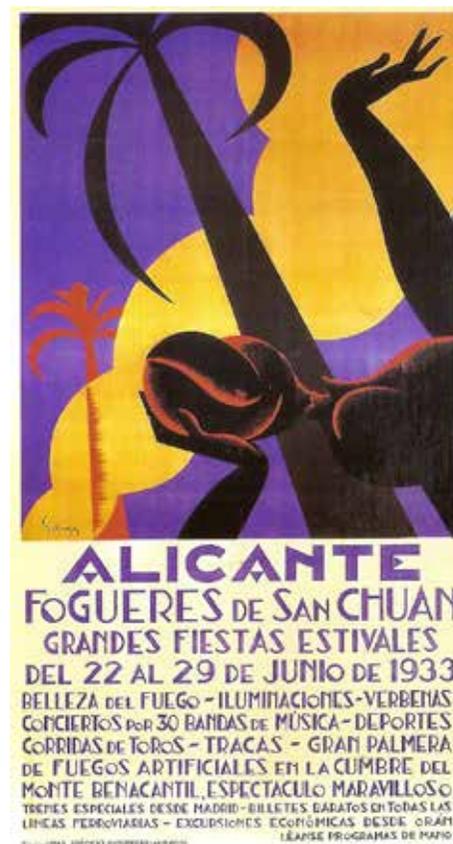
El cartel del Museo Circulante de Misiones Pedagógicas (ver imagen página 132) lo realiza Ramón Gaya. Es una imagen elegante, contenida de color, casi sofisticada, si tenemos en cuenta la condición rural de sus destinatarios. En ella una pareja joven contempla *La Maja* de Goya, que parece iluminada como si se tratara de una diapositiva o un fotograma de uno de los filmes documentales que Val del Omar proyecta por los pueblos por donde pasan; los aristocráticos perfiles de las dos figuras, inmersas en un acentuado juego de claro-oscuros apenas dejan entrever su vinculación a un ambiente campesino, él en la almidonada y blanca camisa sin cuello, ella en los bordados de la pañoleta que cubre su espalda. Sería el último cartel de Gaya realizado desde una estética de clara vinculación *decó*.

Para anunciar las actividades de Misiones Pedagógicas se editaron otros dos carteles, que Gaya no realizó, uno anunciador del Coro y Teatro del Pueblo, realizado por Piti Bartolozzi y Pedro Lozano de Sotés, y otro para Retablo de Fantoques que realizó Cándido Fernández Mazas.

El 24 de junio de 1936 Gaya contrae matrimonio con Fe Sanz, una profesora de literatura que ha conocido en sus viajes como misionero. Hasta 1937 mantuvo Gaya su vinculación con el proyecto misionero, que tendría su repercusión en Murcia entre 1933 y 1935 con la colaboración de Antonio Oliver y Carmen Conde, que apoyaron la labor de las misiones en su recorrido por las deprimidas localidades del Campo de Cartagena y los pueblos de la costa.

A finales de enero de 1933, año electoral, la Federación de Estudiantes Católicos convoca un concurso de carteles para celebrar la festividad de Santo Tomás, que incluía un festival artístico en el Romea. El premio son 100 pesetas. Las bases especifican los textos que llevará y las medidas, y aclara, además, que la alegoría no podrá suponer menoscabo de la religión católica. Se presentaron 18 carteles al concurso que fueron expuestos en el Círculo de Bellas Artes. Atiénzar, José Ballester, Miguel Peiro, Cándido Banet y Andrés Sobejano conceden el premio a Joaquín por «*Juventud*», que representa a un joven, casi un arlequín, tocado con gorro y esclavina, de calculada ambigüedad entre lo revolucionario y lo tunante, que lee las noticias, o los actos, recogidos en un pliego. «*Fides, scientia, libertas*» de Vicente Viudes es el cartel agraciado con un accésit, una imagen de aire olímpico compuesta con varias cabezas coronadas de estrellas y laureles. Otro accésit sería para Sánchez Azcoitia, de iconografía más religiosa.

La Comisión de Festejos del Ayuntamiento de Murcia acuerda, en marzo, imprimir grandes carteles para difundir las fiestas abribeñas. La imagen no la realizaría un artista local. Dos guapas y estilizadas señoritas, cubiertas con mantón de Manila, se dirigen al Real de la Feria señalado por pendones y estandartes; una de ellas, tocada con peineta, en la mano un abanico, se gira coqueta y sonrío desde el papel invitando a seguirla. La bella imagen, de atmósfera *decó*, la ha creado Renau y se imprime en Ortega; es una de esas imágenes producidas para ser adquirida a través de catálogo –ya en 1931 la imagen de las Fiestas de Abril pertenecía al catálogo de la casa Ortega, la había realizado Ruano Llopis y en ella dos señoritas visten mantón de manila y observan en el ruedo un pase



(Fig. 74) Ramón Gaya. *Las Fogueres de San Juan*. Alicante. 1933.



(Fig. 75) Andrés Barceló. *Fantástica Velada Marítima*. Cartagena. 1934.

torero–, válida para anunciar fiestas en distintas localidades, pues carece de referencias que puedan adscribirla a lugar o espacio concreto alguno.

La Federación de Estudiantes Católicos volverá a convocar concurso en enero de 1934 para elegir carteles alegóricos que anuncien la Fiesta del Estudiante de marzo. Declarado desierto el Primer Premio, Miguel López Guzmán es galardonado con el accésit por su obra «*Reposo*».

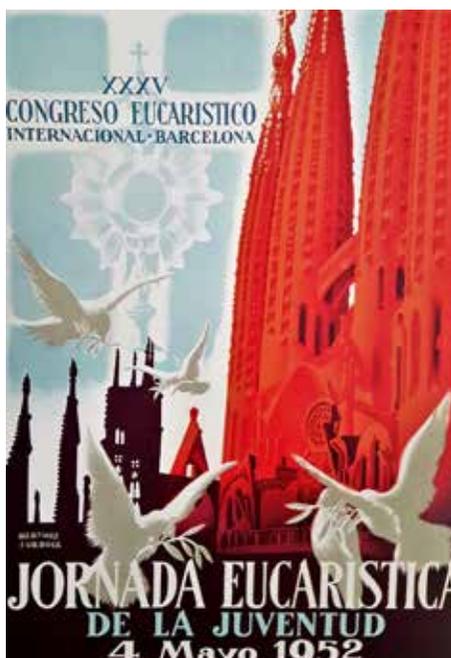
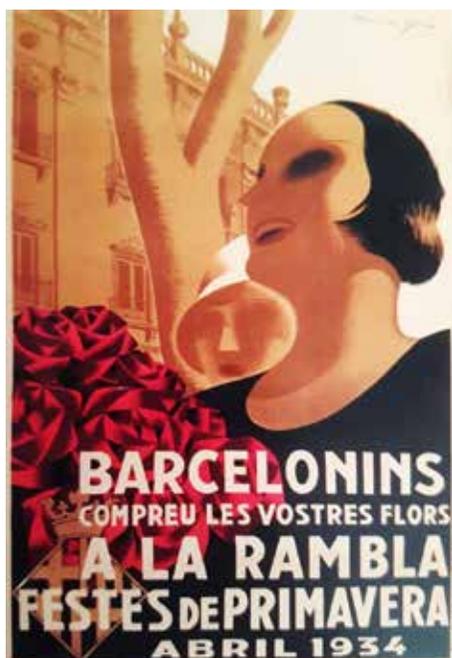
Lorca, Cartagena y Murcia saben de la importancia del cartel para divulgar las peculiaridades de su Semana Santa y sus festejos primaverales o veraniegos.

En Lorca se pretende hacer, en 1934, una campaña masiva de divulgación de sus desfiles pasionales que además debe imprimirse en la localidad.

La prensa cartagenera muestra, sin embargo, su disconformidad con la difusión que se hace de sus procesiones, y sus festejos. Para las fiestas de verano –que incluyen las fantásticas Veladas Marítimas– se recurre a carteles proyectados o impresos en la Casa Ortega. El profesor de dibujo y pintura en la Real Sociedad Económica de Amigos del País de Cartagena, Andrés Barceló, realiza el de *Grandes festejos y Temporada de Verano* de ese año que se imprime en la litografía valenciana: Amorcillos y Nereidas jueguetean y navegan a lomos de peces fabulosos en la ensenada del puerto, bajo la mirada atenta de una matrona recostada entre flores e instrumentos musicales; es un cartel de grandes dimensiones, 115x161 cm, que pareciera haber sido realizado unas décadas antes, en pleno modernismo (Fig. 75).

En Murcia se sugiere al Consistorio la necesidad de divulgar con carteles y programas la obra de Salzillo. Son años en los que se asiste a una decadencia de los festejos y falta de compromiso institucional, especialmente en los septembrinos murcianos; la feria se suele echar encima y se sale del paso con cuatro músicas, una corrida y fuegos artificiales; Ortega manda a la capital los programas de mano que reproducen en portada estandarizados carteles alegóricos. Serán particulares como el editor Vicente Carcelén, Sáez de la Ossa, Ramón Blanco o el redactor Francisco García, entre otros, los que, a iniciativa propia, y con el sustento de la publicidad, saquen a la luz programas de festejos –Album Anunciador–, austeros y dignos, que incluyen fotográficas vistas de Murcia. Parece que en septiembre la única cartelería sea la taurina.

La región se muestra incapaz de romper con sus estereotipos, pero a la vez no logra rentabilizarlos y divulgarlos con suficiente atractivo. El 19 de septiembre de 1934 *Levante Agrario*, en un artículo de Pedro Pérez de los Cobos titulado “MURCIA AGRARIA”, para describir el *alma de la huerta y los huertanos*, sus anhelos y referentes más profundos, recurre a la Fuensanta y a la torre de la Catedral, y cuando se refiere a los carteles como materialización gráfica de su identidad escribe: “...en los carteles anunciadores de las



fiestas murcianas, en los chillones coloridos de los carteles de las corridas de toros, nunca falta la famosa torre, ni la vistosa huertana en su barraca ni en ella tampoco la imagen de su Fuensantica, es el alma y el espíritu del murciano, que forzosamente tiene que dejar escapar la materia que maneja el arte para dar carácter a la obra que realiza.” Tópicos que no logran traspasar el umbral de lo local.

La ausencia de influencia de prohombres e instituciones murcianas en un organismo como es el Patronato Nacional de Turismo, hace que el nombre de Murcia, sus excelencias, se esfumen de los carteles y la publicidad turística nacional. José Trinchant lo escribe en el *Levante Agrario* el 2 de noviembre de 1934; el texto, encabezado con la expresión “Pro murcianismo”, comienza pidiendo, en la línea marcada antes, en el mismo periódico, por Trinidad Jara, la reposición de la Delegación en Murcia del Patronato y acaba señalando la falta de políticos que defiendan los intereses murcianos: “...Y, a lo mejor, esa supresión habrá sido concebida en el magín de algún pedantín jerárquico recién llegado al despacho oficial del Patronato, sin más títulos que los que le concediera el favor político y desconociendo, naturalmente, la imponderable situación de Murcia como centro de ruta entre la Andalucía Oriental y el litoral levantino...”

Por las mismas fechas el ciezano Fulgencio Martínez Surroca, afincado en Barcelona, gana el concurso de carteles convocado por los comerciantes de la Rambla para promover la compra de flores (Fig. 76). Martínez Surroca nace en Cieza en 1902 y fallece en Barcelona en 1967. Ilustrador y publicista; profesor de Arte Publicitario en la Escuela de Artes y Oficios Artísticos de Barcelona; fundó en 1931, junto al sevillano Helios Gómez, los catalanes Martí Bas, Antoni Clavé y Josep Morell, entre otros, la *Associació de Cartellistes de Catalunya*. Surroca realizó numerosos carteles, entre los que destacan: *Barcelonins compreu les vostres flors a la Rambla*, para las fiestas de primavera de la capital catalana en abril de 1934; *Assegurança obligatòria de maternitat* para la Obra Maternal de la Caixa de Pensions; en plena Guerra Civil los encargados por el Ayuntamiento barcelonés: *10 mesos de desordre: el que produí el feixisme* y *Obeeix l’agent de tràfic: ell vetlla per la teva vida*; y tras la guerra, en mayo de 1952, el magnífico cartel que celebra el XXXV Congreso Eucarístico Internacional en Barcelona: *Jornada Eucarística de la Juventud*, que incorpora la imagen de la Sagrada Familia de Gaudí (Fig. 77).

No es el único diseñador y autor de carteles, nacido en Murcia o vinculado a Murcia, establecido en Barcelona. Aparte de Vicario, ya citado, lo haría el autodidacta José Campillo Solano, natural del Algar, que marchó a Barcelona en 1907, con solo cuatro años. Campillo Solano realizó trabajos como cartelista entre 1923 y 1933, instalándose definitivamente en la Ciudad Condal hacia 1950. En 1933 realizó un magnífico *afiche* para anunciar una exposición de desnudos inaugurada el 15 de diciembre en el Círculo Artístico barcelonés (Fig. 78); y en 1950 Campillo ganó el concurso de carteles del Cír-

(Fig. 76) Martínez Surroca. *Barcelonins compreu les vostres flors a la Rambla*. Barcelona. 1934.

(Fig. 77) Martínez Surroca. *Jornada Eucarística de la Juventud*. 1952.

(Fig. 78) Campillo Solano. *Exposició del Nu*. Barcelona. 1933.



(Fig. 79) José Maciá. *Fiestas de Abril*. Murcia. 1935.



(Fig. 80) Joaquín. *Programa Oficial Fiestas de Abril*. Murcia. 1935.

(49) Últimas noticias del pintor del Algar que aporta Antonio Oliver, en *La Verdad*, el 23 de septiembre de 1950.

culo Artístico de Barcelona y el de la Caja de Ahorros de Santiago de Compostela para divulgar la protección de la maternidad⁽⁴⁹⁾.

En 1935 la Federación de Estudiantes Católicos vuelve a convocar concurso de carteles y expone en marzo en los salones del Círculo los originales. Se otorga el Primer Premio a Sofía Morales –“con estricta justicia porque es el mejor de todos”– por la obra que lleva por lema «*Muchachas de uniforme*»; el Segundo Premio es para Blas Rosique por «*Letras*».

De nuevo son jóvenes discípulos del pintor Joaquín los que resultan vencedores en los concursos de carteles que se convocan en la ciudad. Eloy Moreno, Sofía Morales, José Moreno, Vicente Viudes... son algunos de esos discípulos –muchachos y muchachas– que han abandonado la Escuela de Bellas Artes y seguido a Joaquín cuando pasa a impartir clases en La Casa del Niño. Forman parte de la Escuela del Malecón que Joaquín ha creado en un local, un almacén, cedido por el Ayuntamiento al artista a la entrada del paseo junto al río. Carlos Ruiz-Funes la describirá como una jaula de oro llena de muchachos alegres cargados de ilusión, devoción y aliento, en el artículo “Una escuela murciana de pintura” publicado muchos años más tarde, en 1967, en el número 46-48 de la revista *Monteagudo*. Experiencia corta, aunque fructífera, de apenas un año.

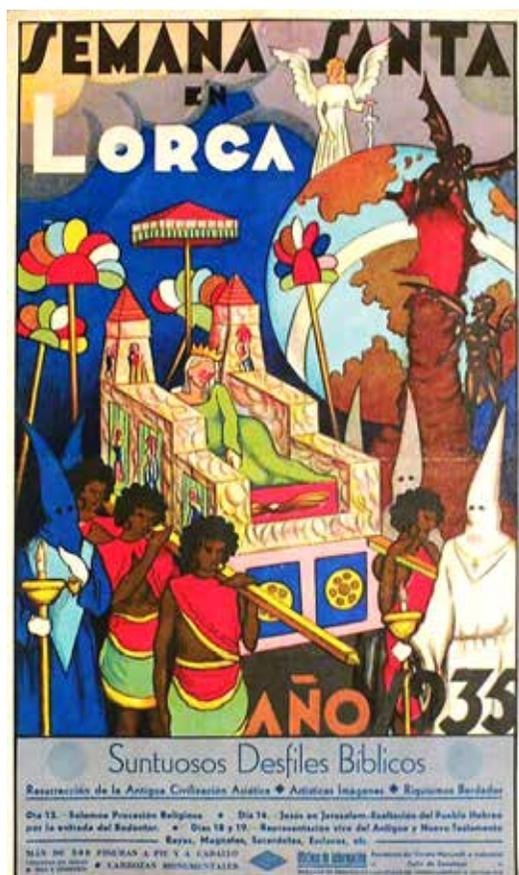
No ocurrirá lo mismo en 1936 pues será León Martínez Saavedra, que no pertenece al grupo de pintores que rodean a Joaquín, el que obtenga las 200 pesetas del premio convocado por la Federación de Estudiantes Católicos; premio que donará al Círculo de Bellas Artes para ayudar a cubrir las necesidades económicas de la institución.

Para las fiestas de abril de 1935 el Ayuntamiento de Murcia volvió a recurrir a la convocatoria de un concurso a fin de elegir cartel anunciador, indicando el tamaño –120x80 cm– y las cinco tintas en las que debe ser realizado. Atiénzar, Cándido Banet, Garay, Planes (que no asiste a la Comisión para elegir el cartel), Leopoldo Ayuso y Albino Torres declaran desierto el concurso, rechazan los tres carteles presentados y acuerdan ponerse en contacto con José Maciá uno de los concursantes, a quien encargan el cartel dotado con 250 pesetas (Fig. 79). Cuando Maciá presenta la obra la Comisión introduce variaciones en la rotulación tipográfica. Representa una pareja de huertanos, él con sombrero y bastón de mando, a punto de iniciar el bando anunciador de las fiestas. Se imprimió en varios tamaños en gráficas Gutemberg de Alicante. Una estilizada y depurada imagen, un tanto simbólica y *primitiva*, de tonos y gradaciones que parecen descomponerla en planos cubistas y recuerdan las formas africanas, tan del gusto de la época y tan vinculadas a la corriente estética internacional del Art Déco. La atracción por las culturas exóticas y africanas no era nueva, y alcanzará en la Exposición de París de 1931 su máxima expresión debido al impacto del pabellón que Henri Lacoste construye para el Congo Belga. Las Fiestas de Primavera contaron ese año con otra imagen anunciadora complementaria de J. Beltrán, la consabida pareja de señoritas, de catálogo, en el Real de la Feria. Y con un programa oficial de Fiestas de Abril cuya portada parece reproducir un cartel de Joaquín: la secuencia de una procesión formada por nazarenos estantes coloraos y al fondo la torre catedralicia (Fig. 80).

Los carteles murcianos de los festejos de abril fueron arrancados ese año de las paredes de las calles de Lorca. La prensa solo encuentra una explicación posible, señalando que en Murcia se habían roto con anterioridad los que anunciaban las procesiones lorquinas. El cartel de los *Suntuosos Desfiles Bíblicos* de Lorca (Fig. 81) representa a la Reina de Saba, en un trono portado por etíopes y flanqueado por nazarenos blancos y azules; es un cartel *naïf* e ingenuista, de 40x24,5 cm impreso en la litografía valenciana de V. Mirabet, que subraya su pretensión de dar la máxima difusión al festejo, y su carácter singular, con un gran globo terráqueo ubicado en la parte superior derecha del pliego.

Curiosamente el Ayuntamiento de Cartagena pretende, ese año, sustraerse a las continuas críticas sobre la manera de publicitar su Semana Santa, acordando celebrar un concurso de carteles auspiciado por el Círculo de Bellas Artes de Madrid.

El 19 de noviembre de 1935 el Comité Seder de Murcia pretendiendo apoyar el uso de la seda natural –la República había permitido la entrada del rayón (seda artificial), hundiendo la producción de seda natural de la que dependían un buen número de huertanos– convoca un concurso de carteles con dibujo alegórico de las bondades de la



seda natural en el vestido femenino. El lema que llevará el cartel será «Fomento de la Sericicultura Regional», además deberá aparecer el texto: *Usa seda pura*, y está auspiciado por el Ministerio de Agricultura, Industria y Comercio. Se presentan al concurso más de 40 carteles que se exponen en el Círculo de Bellas Artes. Los cartageneros Nicomedes y Vicente Gómez obtienen el premio de 500 pesetas por «*Divina Tentación*»; es una obra ejecutada con la técnica del “aerograph”⁽⁵⁰⁾, un procedimiento nuevo y aún no utilizado en artes gráficas en la provincia; y un sexto galardón de 100 pesetas por «*Transformación*» –ambos hermanos, movidos por su pasión por el cine, se presentarían, al año siguiente, al concurso de carteles anunciadores de la película *María de la O*, su trabajo se expuso junto a los otros 87 que optaban al premio, aunque parece que no llegó a emitirse fallo por parte del jurado, seguramente por causa del inicio de la guerra–. Rafael Sanz, Joaquín y Antonio Gómez Cano reciben accésit por «*Elegancia*», «*Espejo*» y «*Triunfo*» respectivamente. Rafael Sanz realizará el cartel *Usa seda española*, lo edita Fomento de la Sericicultura Nacional y el Comité Sedero de Murcia, lleva el marchamo oficial Seda Pura; se imprimió en Ortega a un tamaño de 48x30 cm; la oscura silueta *decó*, mostrando la *elegancia* de una dama, ocupa el cartel entre dorados capullos de seda (Fig. 82).

Garay realizará un año después para las Líneas Aéreas Postales Españolas, LAPE, un cartel que se imprime en Valencia y representa las conexiones de la aerolínea: de Canarias a Berlín pasando por Madrid y Barcelona. El De Havilland DH89, reproducido parcialmente en la parte superior del póster de Garay, parece ejecutado con técnica similar al aerógrafo. Técnica alejada de la forma de trabajar de Garay –lo que plantea dudas de autoría a pesar de la firma–, aunque cabe en lo posible que él trazara el boceto y fuera la propia imprenta la que ultimara el trabajo.

Con carteles se había apoyado, desde la constitución de la República, iniciativas para la mejora de la producción agrícola –una continuidad de la política agraria de Primo de Rivera–, salubridad, mejoras sanitarias y programas educativos. Se editaron y distribuyeron por todos los pueblos de la huerta carteles con medidas para luchar contra la *Ceratitis Capitata Wied* (la mosca blanca), una plaga que dañaba los naranjos, melocotoneros, kákiles... y contra la plaga de la oruga de la manzana. Llegó a hacerse

(Fig. 81) *Suntuosos Desfiles Biblicos*. Lorca. 1935.

(Fig. 82) Rafael Sanz. *Use seda española*. 1935.

(50) Patentado en 1893 por el artista británico Charles Burdick, el aerógrafo permite lanzar pintura atomizada inyectando aire comprimido a un objeto tubular. Sus efectos posibilitan crear una gran variedad de luces, sombras y tonos; fundiendo los colores con una precisión comparable a la fotografía. La técnica se difundió pronto entre los cartelistas españoles y se utilizó con profusión en los carteles producidos durante la Guerra Civil. Nicomedes y Vicente Gómez utilizaron la técnica en los dos carteles presentados al concurso del Comité Sedero.



(Fig. 83) ¡Reservistas! Alistaos en el ejército voluntario. Litografía Pagán. 1936.

un concurso de carteles para publicitar el V Congreso Nacional de Riegos. Los fines de la Escuela Hogar de Huérfanos de Correos son difundidos con cartelería. En escuelas, fábricas, oficinas y talleres se colocan carteles para prevenir la tuberculosis. Cuando fue inaugurado, en enero de 1934, el Dispensario de Higiene Rural de San Javier, se llena el vestíbulo con carteles de recomendaciones higiénicas editados por la Dirección General de Sanidad del Gobierno de la República.

En 1936 todos los males habrán de desencadenarse sobre la patria. Apenas cinco meses después del triunfo electoral del Frente Popular, el 18 de julio, la rebelión militar, iniciada un día antes en la guarnición de Melilla en el norte de África, se extiende a otras guarniciones y cuarteles. Pronto España quedó dividida en dos, sometida a feroces combates.

El 20 de agosto comienza a editarse *Nuestra lucha*, "Portavoz de la Unidad Obrera", en los locales de *La Verdad*, que al igual que *Levante Agrario* ha dejado de publicarse por considerarse diarios de derechas; de igual forma, en la Ciudad Departamental *Cartagena Nueva*, prensa portavoz de Unión Patriótica, sería controlada por el Frente Popular y la CNT. La maquinaria del intervenido diario *La Verdad* hará posible que *Nuestra Lucha* anuncie que en sus talleres podía encargarse cualquier tipo de impreso. No solo se intervendrían las máquinas de impresión del periódico, en la provincia se requisaría maquinaria de distintas imprentas; en Murcia se requisó la perteneciente a la imprenta Galán que fue enviada a Valencia, según cuenta años más tarde a *La Verdad*, el 31 de enero de 1991, Luis Galán, el hijo del fundador del taller. Garay aparece ya en el nº 1 del periódico como redactor artístico, puesto que ocupará hasta final de año; para *Nuestra Lucha* escribirá artículos y publicará numerosas caricaturas e ilustraciones.

Cinco días más tarde comienzan a verse numerosos carteles en las poblaciones murcianas llamando al alistamiento voluntario. El cartel comienza a perfilarse como medio prioritario para difundir mensajes políticos. ¡Reservistas alistaos en el Ejército Voluntario! (Fig. 83), un cartel de 77x56 cm impreso en la Litografía Pagán –que imprimió, durante la Guerra, billetes de curso legal, las pesetas denominadas Piñuelas–, de autor anónimo, es buen ejemplo de esta tipología de carteles que pretenden actuar de motivación para ayudar a engrosar las filas del ejército del Frente Popular. El miliciano sostiene un fusil y trenza su brazo con la miliciana que porta una bandera roja. Es un cartel descuidado, realizado con la premura que exigen las circunstancias, y deja ver una clara descompensación en los rasgos y volúmenes de las figuras.

A finales de agosto algunas imprentas murcianas: Sucesores de Nogués, Jorge Valls, La Moderna y La Papelera Murciana, acuerdan dedicar parte del importe de su trabajo, y los beneficios obtenidos con la organización de un festival de cine, a los primeros heridos de guerra, que llegan del frente, y a los milicianos. La mayoría de artistas locales participarán en actos y rifas a beneficio de la FUE: Planes, Joaquín, Sánchez Picazo, Alcaraz, Fuentes, el propio Garay... En octubre la Comandancia en Murcia del 5º Regimiento publica una nota para que los alistados en sus batallones –ese mes eran ya más de 3.500 los murcianos alistados– comparezcan en el antiguo Convento de las Isabelas.

La edición de carteles que giran en torno al ambiente bélico y a la situación política comienza a ser común y abundante. *El Liberal* reproduce en sus páginas los carteles políticos que se han pegado en Barcelona, y los murcianos pudieron saber, a través de *Nuestra Lucha*, de los carteles editados para celebrar el XIX Aniversario de la Unión Soviética (carteles temáticos que recogen los derechos de los trabajadores de la URSS).

A principios de octubre el ministro de Instrucción Pública en el gobierno de Largo Caballero, murciano de nacimiento y de ideología comunista, Jesús Hernández, plantea la necesidad de emprender un plan de agitación y propaganda apoyado en elementos del arte y la cultura, cine, teatro y artes plásticas, que difundan las consignas del Frente Popular. El 29 de octubre se constituye el Comité de Agit-prop –este comité se instauró en todas las localidades– para controlar la propaganda, que se produzca en Murcia, referida a la marcha de la guerra y los enfrentamientos entre sublevados y leales a la República. Otro de los objetivos del comité es movilizar a la ciudadanía con una serie de eventos y acciones.

La Comisión de Agit-prop del Frente Popular convoca desde la prensa, el 2 de noviembre, a los artistas murcianos, pintores, delineantes y dibujantes, a una reunión en

sus locales de la calle Rambla para tratar estos asuntos y definir la estrategia que hay que llevar a cabo.

El día 24 de noviembre *El Liberal* informa que la Comisión de Agitación y Propaganda del Frente Popular, que había organizado talleres para desarrollar una vigorosa campaña de agitación gráfica, despertar en el pueblo de Murcia la conciencia de guerra y hacerle partícipe de los nuevos deberes que las circunstancias exigen, ha promovido una "Gran exposición de carteles antifascistas". El día 26 se inaugura la exposición –supervisada por una comisión formada por Diego Hernández Juan, Alejandro Rodríguez Seguí, Julio Abellán y Gustavo Espinosa– en los bajos de la casa del Sr. Llorens, situada en la calle Frenería. Son 40 carteles que recogen trabajos llegados de toda la provincia; con ellos se pretende hacer una tirada impresa. *Nuestra Lucha* adjetiva, el 28 de noviembre, de magnífico el montaje de la exposición y lo subraya como contrario a otras muestras anteriores de carácter burgués y capitalista.

El año acaba con el país dividido y enzarzado en una dura contienda armada. Aunque los sublevados no han logrado ocupar Madrid, el gobierno decide trasladarse, el 6 de noviembre, a Valencia. La guerra está cambiando a gran velocidad los hábitos y comportamientos de la población tanto en la zona nacional como en la republicana... y Murcia se ha convertido ya en una zona de retaguardia, provincia fronteriza con el frente de Andalucía, con todas las connotaciones que ese estado conlleva.



Nicomedes Gómez. *La juventud dominará el espacio*. 1938.

2 LOS MUROS DE LAS CIUDADES LANZAN PROYECTILES

En los altos del Teatro Romea se organiza uno de los talleres que trabajan para el Comité de Agitación y Propaganda; lo dirige Joaquín, y realiza carteles, murales, decoraciones y rotulaciones, con mensajes políticos.

A finales de enero de 1937 se celebra en el Romea una fiesta en honor a la II Brigada Internacional. Un acto que se pretende de gran relevancia –actuó Estrellita Castro– y el coliseo fue profusamente adornado. Joaquín ha dirigido las decoraciones que realizan los artistas del comité de propaganda. Estrellas, guirnaldas... y un gran cartelón –a modo de mural cinematográfico– en el que se lee *“El Frente Popular representado en el pueblo de Murcia rinde homenaje a la Brigada Internacional”*. Según refleja *El Liberal*, el 26 de enero, las decoraciones recibieron grandes elogios y parabienes.

Sería la última actividad en la que habría participado Joaquín en Murcia, antes de marchar, con la graduación de sargento, al frente de Extremadura, acompañando a la XX Brigada Mixta como corresponsal de guerra.

En septiembre de 1938 Joaquín envía, desde Extremadura, un articulito a *Nuestra Lucha*, bajo el título de “CARTELES”, que el diario publica el 30 de ese mes:

“En una de esas pausas –para los miserables apocados tan dolorosamente cortas– de la guerra, donde todo queda en silencio y se paran los coches y los hombres, como si se hubiera acabado toda la gasolina y la vida del mundo, el espíritu se entrega entonces, por paradoja inconcebible, a singulares y traviesos juegos sin objeto y siempre sin trascendencia.

El nuestro, debido más al poco descanso del cuerpo que a torturas perfectamente tolerables de la lucha, en la mañana de hoy se ha posado de un salto en el alféizar de la ventana de mi alcoba, igual que una araña blanca a la caza de moscas, obligándonos a mirar hacia fuera, hacia la pared de enfrente, donde hay dos carteles pegados, de partido...

Una incompatibilidad visual, acaso de estilo, de gusto, de olfato, de sensibilidad quizá, semieducada, nos fuerza a dividir en «escenas» el «lírico desayuno» –como lo llamaría un amigo nuestro escultor excelente–. En efecto, ladeándonos un poco, el cartel de la izquierda se ofrece ahora limpio, libre de vecindades rudas, fino en su humilde coloración sin colores...

¿Puede un cartel –nos preguntamos– expresar la totalidad de contenido de un ideario?

Los brazos de la matrona pintada en el cartel asienten a la vigorosa interrogante. Es posible, es posible, repetimos para nuestros adentros, mientras la vista recorre golosa el trazado de líneas de curva suave que, ascendiendo al infinito, son casi como el despertar de estas albas pardas de Extremadura. Y abajo cruzándolo todo en diagonal, como una bandera de esperanza, un saludo en letra sobria: “El partido socialista saluda a la Aviación Española”

Después, hemos intentado ver de frente el otro, un diario “nuevo”, naranja, azul y verde de la derecha. Imposible. Un golpe de viento arranca una de las esquinas del “afiche”, que, al caer como un telón en ángulo, ha dejado al descubierto la marca de una plasta de engrudo.”

La pregunta que se hace Joaquín sobre la capacidad de un simple cartel para expresar compromisos e idearios no es baladí, subyace a lo largo de los meses que dura la

Guerra Civil en el ánimo de artistas e intelectuales españoles. Es cierto que Joaquín se plantea la pregunta desde el lado que él considera revolucionario. Y cómo consecuencia de un compromiso revolucionario deducimos que su posición artística y su arte es también revolucionario, es decir, superador de propuestas y planteamientos acomodaticios y burgueses –léase aquí, por tanto, un arte antioficialista y antiacademicista–. Joaquín propone un arte capaz de trascender la realidad, de superar los tiempos de crisis con sus aportes formales y un lenguaje enriquecedor, comprometido y directo. El cartel es buen instrumento para estos fines pues conjuga bien aportes plásticos y pretensiones didácticas. Pero un arte así –y suponemos que el pintor es plenamente consciente de ello– solamente puede surgir en tiempos de lucha, en horas de conflicto, para ejercer su papel de restituir al propio arte y a la sociedad donde se engendra su verdadera función social, cultural y, por añadidura, política.

El texto de Joaquín logra transmitir otras sensaciones. Ha bastado algo más de año y medio –la primera crónica del pintor en tierras extremeñas la publica *Nuestra Lucha* el 13 de enero de 1937– para que la melancolía, la nostalgia y el desaliento hagan mella en Joaquín. En 1938 están a punto de desvanecerse las esperanzas que el triunfo electoral del Frente Popular había hecho florecer en nuestro artista⁽⁵¹⁾. Las fuerzas nacionales lo harán prisionero en Alcolea de Calatrava, y el 17 de junio de 1939, procedente de Ciudad Real, ingresará en el Penal de Ocaña. Para él no solo ha terminado la guerra, también ha acabado un tiempo de libertad creadora y euforia personal⁽⁵²⁾.

Los meses que median entre agosto de 1936 y abril de 1939 serán duros en la Capital del Segura. Murcia es zona de retaguardia y aquí irán llegando puntuales, y no siempre esperadas, noticias del frente; noticias que no escapan a los filtros oficiales y a la información sesgada que difunde la prensa y la radio local. Se promoverán e intensificarán, por toda la provincia, las iniciativas de apoyo al gobierno desde los primeros meses del levantamiento militar –corridas benéficas en Jumilla, funciones a beneficio de las milicias populares en el Teatro Apolo del Algar..., rifas, exposiciones, conciertos...– muchas de estas actividades, como ya se ha señalado, serán protagonizadas por los artistas murcianos y *el cartel*, que adquirirá gran valor en los procesos de propaganda y comunicación llevados a cabo en el sector republicano y en el nacional. Toda la actividad artística y cultural de la capital, y por extensión de la provincia, gira ahora en torno a la situación política y bélica que vive el país, incluso el cine quedó sujeto a debate político.

En septiembre de 1936 el ministro de Instrucción Pública, el comunista Jesús Hernández, en entrevista concedida a *Nuestra Lucha*, ya había dejado establecido que, junto a campañas contra el analfabetismo y el fomento de la investigación, el arte y la riqueza artística de España estarían al servicio de la cultura popular.

El 17 de enero del treinta y siete el ministro de Propaganda Carlos Esplá⁽⁵³⁾ inaugura, en los salones que el Comité de Agit-prop tiene en la calle Fermín Galán número 63, una exposición de carteles realizados por artistas murcianos⁽⁵⁴⁾ a los que se pretende encuadrar en la Alianza de Intelectuales Antifascistas. La Alianza se organizó a finales de enero y muchos artistas, escritores e intelectuales quedaron integrados en ella. El compromiso de artistas e intelectuales con la República parece evidente.

A comienzos de 1937 existían en Murcia distintos grupos y talleres que desarrollaban una labor propagandística al servicio del Comité de Agitación y Propaganda. El grupo de Joaquín –al que nos hemos referido antes– instalado en el Salón Grande de los altos del Teatro Romea, estaba formado, entre otros, por López Monje, Vicente Viudes, Sofía Morales y Eloy Moreno. Años después, en entrevista concedida por Vicente Viudes a Julián Cortes-Cabanillas, en agosto de 1966 para *ABC*, el pintor rememora las obras que realizaba, con apenas veinte años, en el taller de propaganda con el grupo de Joaquín: “¡Asombrosas! Figúrate que me metieron los rojos en un taller colectivo de pintura y por orden superior me hinché de pintar a Lenin, a Stalin y a Pablo Iglesias en bustos de tamaño de más de seis metros”. No realizaba, este grupo de pintores, solamente decoraciones para las actividades políticas del Romea, también tenía a su cargo el diario-mural, cartel informativo, del Batallón Thaelmann⁽⁵⁵⁾. La Comisión de Propaganda de Izquierda Republicana, siempre atenta a incorporar nuevas ideas en su labor de apoyo a la causa

(51) Ya se había roto la unidad de los partidos agrupados en torno al Frente Popular: Izquierda Republicana –donde milita Joaquín–, PSOE-UGT, Juventudes Socialistas, Unión Republicana, Partido Comunista, Partido Sindicalista, POUM y los anarquistas que, sin integrarse en el Frente Popular, solicitaron el voto para la coalición.

(52) Joaquín, acabada la guerra, es trasladado a la Prisión Provincial de Murcia y condenado a nueve años de prisión por *auxilio a la rebelión*. Un año más tarde será puesto en libertad condicional con pena de destierro. El pintor se instalará en Madrid hasta que, liberado del destierro en 1943, pase a residir en Lorca, allí colaborará en la realización de carrozas y, sobre todo, pintará. No volverá a realizar carteles. Indultado en 1946 de todos sus cargos vuelve a pedir el reingreso en la Escuela de Artes y Oficios de Murcia, petición que le será denegada. En 1950 fija su residencia en Barcelona, donde fallecerá en septiembre de 1956.

(53) A finales de 1936 el gobierno de la República, consciente de la gravedad de la situación, considera necesario unificar los aparatos propagandísticos de los diferentes partidos, sindicatos y asociaciones. Largo Caballero sustituirá la antigua Oficina de Propaganda por un Ministerio de Propaganda al frente del cual estará un miembro de Izquierda Republicana: Carlos Esplá. La idea es controlar la prensa, los espectáculos públicos y establecer consignas.

(54) La calle Fermín Galán es la denominación que recibió durante la II República la calle Trapería. Probablemente la exposición inaugurada por el Ministro de Propaganda sea la que ya había sido inaugurada en la calle Frenería en noviembre del 36, pues la prensa siguió haciéndose eco de esta muestra de carteles hasta bastante entrado 1937.

(55) *Nuestra Lucha* reproduce, el 9 de febrero de 1937, algunas ilustraciones del Diario-mural del Batallón Thaelmann –nombrado así en honor de Ernst Thaelmann, comunista alemán arrestado por los nazis en 1933– realizadas en los altos del Romea por el grupo “Joaquín”. El Diario-mural está, probablemente, influido por los ROSTAS –siglas cuyo significado alude a la Agencia de los Telégrafos Rusos–, surgidos durante la Revolución Rusa de 1917, e impulsados por Ceremnych y Maiakovsky, que consistían en carteles, “ventanas”, pósters revolucionarios y agitadores, inspirados en el lenguaje popular de las viñetas y los cómics, y se exponían a modo de periódicos y noticieros en escaparates y esquinas dando cuenta del desarrollo de la guerra en Rusia, y otras cuestiones sociales o políticas.

de la República, proponía exposiciones itinerantes de carteles, esculturas, dibujos... actividades teatrales y, con el apoyo de los artistas, colocaba periódicos murales ilustrados, de original factura, en la calle Fermín Galán y en la plaza de José Esteve.

Cuando en abril se disuelve el Comité de Agit-prop del Frente Popular, el grupo de pintores vinculados a Joaquín se traslada a los locales de la escuela de pintura del Malecón.

En el convento de las Anas y en el claustro de las Claras otros grupos de artistas trabajan bajo la dirección de Luis Garay: Palmero –un pintor de Ciudad Real refugiado en Murcia–, Victorio Nicolás, Garrigós... A Luis Garay lo encontraremos un año después, en 1938, encabezando el taller de propaganda cívica y política para Izquierda Republicana en el ático de la Real Sociedad Económica de Amigos del País, con algunos de estos mismos artistas. Los artistas pasaban de un taller a otro, trabajando simultáneamente en varios talleres. Cada grupo o camarilla política contaba con talleres formados por artistas encuadrados en sus filas o afines ideológicamente.

Molina Sánchez al recordar aquellos años de su juventud, aquel agitado periodo –en el que movilizado e incorporado al servicio de Instrucción Premilitar, desempeña labores en la Compañía de Prensa y Propaganda–, nos dice de la reputación como cartelistas de Joaquín y Garay; de los carteles de José Torrentbó, colocados en los escaparates de los comercios murcianos de Platería y Trapería; de la necesidad de servirse de los pintores para hacer propaganda; de los artistas que trabajan en el claustro de las Claras y de las obras que estaban realizando cuando entró a curiosear, una mañana, con González Conte: *“Entramos y me quede sorprendidísimo porque lo que estaban pintando eran telas que ocupaban toda la altura de las paredes del claustro ...Recuerdo perfectamente lo que estaba pintando Garay y lo que estaba pintando Palmero ...un cuadro grande con mucha gente, como en una manifestación, una escena violenta; y lo estaba tomando de un recorte de periódico –puede que de Estampa o Crónica, fuente habitual de imágenes para carteles de otros grafistas de la zona republicana–. ...Garay estaba haciendo un gran cuadro en el que se veía a un fogonero echando paladas de carbón a una caldera”*. Probablemente la obra que Garay está realizando sea un cartelón mural conmemorativo de la fiesta del 1º de Mayo, o pretenda servir para animar a la población a aumentar la producción. Las necesidades de sostenimiento de una economía de guerra, impuso a la República una llamada constante al esfuerzo industrial y económico. El trabajador de retaguardia –al que se pide esfuerzos *estajanovistas*– adquirió un perfil de personaje épico. Se editaron gran cantidad de carteles pidiendo el aumento de la producción y las horas de trabajo. La similitud de ese *gran cuadro* que pinta Garay con algunos carteles referidos al tema señalado y, especialmente, con el que Bardasano realiza, teniendo como cliente al PCE, para celebrar el 1º de Mayo, *Intensificación de la Producción*, es clara. *“En otra habitación pequeña, solo, estaba Victorio Nicolás dibujando un retrato de Lenin. Con mucho parecido. Y vi por allí también a Antonio Garrigós, pero no llegué a ver los trabajos que estaba haciendo... No pudimos seguir curioseando ...uno de los que estaba allí nos invitó a desalojar el campo. Cumplimos nuestro deseo y salimos contentos del resultado positivo de nuestra visita.”*

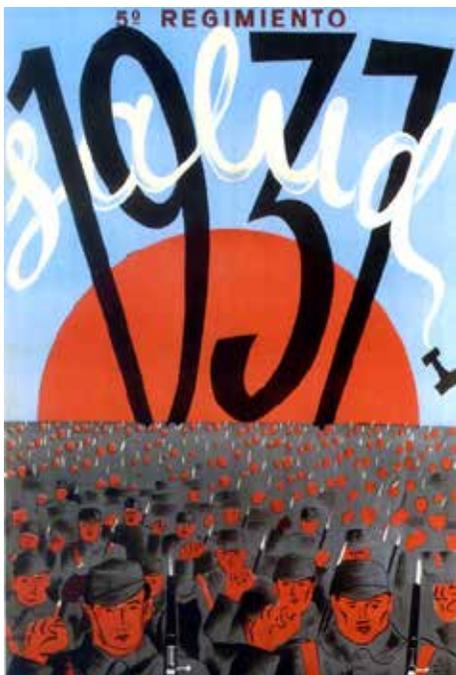
Las dificultades que conlleva la realización de un cartel en estos talleres de propaganda política, que proliferan en la zona republicana, ha sido descrita por el cartelista catalán Carles Fontseré⁽⁵⁶⁾. Se pintaba sobre un papel humedecido montado, como una tela, en un bastidor de madera para eliminar arrugas tras el secado. Los bocetos se hacían a la aguada, que impedía el retoque; el blanco era así considerado un color más y elemento esencial de la composición. El propio artista inventaba la tipografía para cada cartel y la ejecutaba a mano, de ahí la variedad de estilos tipográficos en los carteles editados durante la Guerra Civil. Un especialista copiaba, para luego imprimir, sobre planchas de zinc, color a color, separadamente, los bocetos.

La zona geográfica que correspondió a la República sumaba una importante tradición e infraestructura industrial vinculada a las artes gráficas: Valencia, Barcelona, Madrid, ciudades que imprimieron desde los primeros momentos del conflicto gran cantidad de material gráfico; incluso Murcia, que aportó los conocimientos litográficos de muchos de sus artistas, obtenidos a través de su trabajo como dibujantes comerciales en las litografías que trabajaban para empresas conserveras y agrícolas, diseñando etiquetas, cubres, embalajes... Curiosamente Cartagena que vería impresas distintas ca-

(56) Carles Fontseré (Barcelona 1916-Gerona 2007). Fue autor durante la Guerra Civil de numerosos carteles con clara influencia soviética, donde combinó potentes imágenes y un texto conciso a modo de eslóganes. Escribió varios artículos y textos sobre el papel del cartel y los cartelistas en la guerra, y dos libros de memorias: *Memòries d'un cartellista català 1931-1939* y *Un exiliat de tercera*.



(Fig. 84) Luis Garay. *Honor y Gloria a los defensores del pueblo*. 1937.



(Fig. 85) Luis Garay. *5º Regimiento Salud*. 1937.

beceras de prensa: *Cartagena nueva*; *Amanecer*, que edita la tripulación del acorazado Jaime I; *La Armada*; *La Tierra Diario de la Juventud* que acabaría mutando en *Ofensiva...* comprometidas con la causa republicana, no contaría con talleres para la realización de carteles, ni con cartelistas especializados si obviamos el trabajo de Nicomedes Gómez; parece que, como excepción, se conserva algún ejemplar firmado por M. Bayona, que más parece ilustración para prensa.

Fruto, probablemente, de los trabajos realizados en aquellos talleres, nos atrevemos a atribuir a Luis Garay distintos carteles para animar a alistarse y ensalzar el 5º Regimiento: *Honor y Gloria a los defensores del pueblo* (Fig. 84) es un cartel impreso en Madrid por Gráficas Reunidas UHP con unas medidas de 100x70 cm. Sobre la escalinata, cubierta por una alfombra roja, se presenta el valiente miliciano que sostiene su fusil; hierático, como tallado y esculpido en mármol destaca el personaje ante una gran estrella carmesí. Es un cartel que trae recuerdos de esos volúmenes rotundos, de colores plomizos, utilizados por Garay en las formas representadas en sus cuadros; y de las láminas impresas en la URSS para glorificar la Revolución Rusa de 1917. La figura del miliciano será protagonista en infinidad de carteles, unas veces glorificado y ensalzado, otras soportando todo el dolor y la miseria del frente.

En Gráficas Reunidas se imprimió también *5º Regimiento, salud 1937* (Fig. 85). La masa de milicianos se pierde en el horizonte, bajo el amanecer de un sol rojo que celebra el nuevo año; el aeroplano traza en el aire la palabra *salud* jugueteando con la numeración, que se abre a modo de luminosos rayos de sol. Es un cartel no exento de ironía, de dibujo hábil y caricaturesco, muy en la línea de las colaboraciones que Garay realiza en la prensa murciana. La estampa alude a las masas de milicianos que se han alistado en el 5º Regimiento para hacer frente a los sublevados; el saludo, que ostentan algunos de los personajes representados, levantando el brazo derecho con el puño cerrado indicando *salud*, quiere ser símbolo de solidaridad internacional; y ese sol que se levanta en el horizonte indica el optimismo que aún se respiraba en el bando republicano los primeros meses de 1937, pues se presentía la victoria al alcance de la mano. Los contrastados colores rojos y azules del cartel y esas masas de soldados avanzando, recuerda el cartel de Canet *La UGT columna y base de la victoria*; aunque en este último los milicianos avancen entre tres capitulares, en caja alta, que designan la Unión General de Trabajadores, surgiendo de las letras, amenazadores, adelantando sus posiciones con la bayoneta calada.

Aún se le pueden atribuir a Garay, en 1937, dos *afiches* más para el 5º Regimiento. *Limpio de fascistas nuestro país* (Fig. 86) es uno de ellos; el cartel deja ver todavía el fervor con que se esperaba la victoria en los primeros meses del año, con los ideales intactos y la certeza de estar comprometido con una lucha sobre todo ideológica. La bota del miliciano republicano aplasta al dragón fascista que porta, en sus patas, impreciso brazalete falangista y en su cabeza la cruz gamada; los ojos saltones del lagarto, la redundancia superflua de la escoba para identificar fascismo y basura acentúan el humorismo de la ilustración. Cartel de clara inspiración soviética, pues recoge una iconografía que, en el *afiche* ruso, representaba a Lenin barriendo a potentados, zares y eclesiásticos ortodoxos. Un cartel que más parece remitirnos al teatro de sombras y títeres que a ese subgénero cartelístico, tan abundante durante la Guerra Civil, del *bestiario*, que pretende emparentar fascismo con demonios y reptiles, bebiendo al mismo tiempo en la iconografía popular de la tradición cristiana, y tiene en Sanz Miralles y el valenciano Monleón sus mejores representantes. El cartel de Garay se imprimió en Gráficas Reunidas a 100x70 cm.

El otro, *1936 Milicias Populares 1937 Ejército Popular*, es un póster tipográfico; letras y cifras en tonos rojos, negros y blancos, destacan en degradados fondos. El cartel quiere dejar constancia del cambio experimentado por el 5º Regimiento en 1937, al pasar de estar constituido como milicia popular a ser parte integrante del Ejército Popular Republicano.

El 5º Regimiento de las Milicias Populares se creó, por iniciativa del Partido Comunista y las Juventudes Socialistas Unificadas, al comenzar la Guerra Civil, expandiéndose rápidamente con gran número de milicianos alistados en sus filas. Además de funciones militares desempeñó una importante labor social y cultural; impulsó la lucha contra el analfabetismo; puso en marcha una banda de música, bibliotecas circulantes y obras de

teatro que llevó al frente y a las calles de pueblos y ciudades; convocaba exposiciones y concursos; y contaba con servicio de propaganda propio. Muchos artistas y escritores estaban encuadrados en el 5º Regimiento: Serrano Plaja, Miguel Hernández, Altolaguirre, Emilio Prados... Un poema de Alberti de 1936 refleja bien sus ideales: “*Mañana dejo mi casa, / Dejo los bueyes y el pueblo / ¡Salud! ¿A dónde vas dime? / –voy al Quinto Regimiento / Caminar sin agua, a pie. / Monte arriba, campo abierto. / Voces de gloria y triunfo. / –¡Soy del Quinto Regimiento!*”. Algunos de los artistas integrantes del Quinto combatieron y cayeron en los frentes como soldados. Es el caso del joven pintor murciano Antonio Campillo, al que Garay trazó una hermosa remembranza en *Nuestra Lucha*.

La prensa murciana hace frecuentes llamadas para alistarse en sus filas. El 9 de febrero de 1937 *Nuestra Lucha* informa de su disolución y simultánea incorporación al Ejército Popular.

En 1937, el Ministerio de Instrucción Pública edita el cartel *Apoyo incondicional al gobierno del Frente Popular* que, de nuevo, atribuimos a Garay⁽⁵⁷⁾. Las manos sostienen un libro rojo, tal vez prestan sobre él juramento de fidelidad. Contundente y austero; apenas está construida toda la imagen con esos dos elementos, las manos y el rectángulo sin perspectiva que simula la portada de un libro –este cartel y los citados anteriormente: *Honor y Gloria a los defensores del pueblo* y *1936 Milicias Populares 1937 Ejército Popular*, forman parte de los 2.280 carteles pertenecientes al Centro Documental de la Memoria Histórica del Ministerio de Cultura–. Hay gran cantidad de carteles, editados en pleno conflicto armado, que tienen como protagonista al libro: *Las Milicias de la Cultura luchan contra el fascismo combatiendo la ignorancia*, o el vanguardista *Institutos para obreros*, ambos de Mauricio Amster; *Escuela para todos* de Ballester Marco; *La cultura es un arma más para combatir el fascismo* realizado por Babiano; *El libro el mejor amigo del convaleciente* de Bardasano; el anónimo *Aprovecha tu estancia en el hospital, estudia, lee*; son algunos ejemplos. En 1937 el Ministerio de Instrucción Pública –que proponía la cultura como un ariete político– dedicó importantes esfuerzos a la creación y dotación de escuelas, y a movilizar profesores y estudiantes voluntarios para combatir el analfabetismo en los frentes, con una consigna: “*La cultura se defiende en los campos de batalla*”. El objetivo de este cartel de Garay es, sin embargo, patentizar la expresión de un compromiso político y, aquí, la escurridiza referencia gráfica al libro resulta anecdótica.

En 1937 Gaya está instalado provisionalmente en Valencia. Bombardeada su casa en Madrid ha perdido cuadros y pertenencias. Gaya se incorpora a la Alianza de Intelectuales Antifascistas para la Defensa de la Cultura y colabora con *El Mono Azul*, la revista que editan.

En enero sale a la luz pública el nº 1 de *Hora de España*. María Zambrano, Rafael Dieste, Gil-Albert, Cernuda, Serrano Plaja, Alberti, Altolaguirre, el propio Gaya... son los fundadores de la publicación que pretende difundir las obras de creación literaria que se están realizando en tan trágicos momentos. Parece que la idea fue de Rafael Dieste y el título lo sugirió Moreno Villa –“*El título de nuestra revista lleva implícito su propósito. Estamos viviendo una hora de España de trascendencia incalculable. Acaso su hora más importante*”; texto recogido en “Propósito” publicado en el número 1 de *Hora de España*–; el ministro de Propaganda Carlos Esplá aportó la financiación. Gaya, que pertenece al Consejo de Redacción, publica poemas, artículos, ensayos... Es también el único ilustrador de la revista, con el aporte de certeras y elegantes viñetas, y creará el cartel anunciador de la publicación (Fig. 87). Es un cartel de tonos austeros, apenas un rojo cobrizo para crear el volumen de la mano que con afilada pluma escribe: *Poesía y crítica al servicio de la causa popular*. Ramón Gaya recurrió a una estilizada y punzante tipografía con remates para el resto de los textos del cartel: *Hora de España, Revista mensual, enero 1937*. Curioso el parecido del cartel a la viñeta introductoria de la sección “Información local” de *Nuestra Lucha*, periódico en el que Gaya colabora.

En este primer número de *Hora de España* Gaya publica una larga carta, una reflexión, dirigida al entonces director general de Bellas Artes Josep Renau⁽⁵⁸⁾. La “Carta de un pintor a un cartelista” ha sido motivada por el texto que ha publicado Renau en Valencia, editado por *Nueva Cultura*, “Función Social del cartel publicitario”; en él Renau traza la historia del cartel y su vinculación al desarrollo del capitalismo, delimita el cartel



(Fig. 86) Luis Garay. *Limpio de fascistas nuestro país*. 1937.

(57) El archivo del Victoria & Albert Museum posee una impresión del cartel *5º Regimiento Salud* que inequívocamente atribuye al murciano Luis Garay García, impreso en Madrid en Gráficas Reunidas U.H.P.

(58) Josep Renau i Berenguer (Valencia 1907-Berlín 1982) era miembro desde 1931 del Partido Comunista. Fundador en 1932 de la Unión de Escritores y Artistas Proletarios. Crea la revista *Orto* en 1932 y *Nueva Cultura* en 1935. En 1936 es nombrado director general de Bellas Artes y un año después encarga –como delegado de la República– el mural que Picasso realiza para la Exposición Internacional de París. Pero Renau es, sobre todo, el gran autor de carteles de la Guerra Civil, introductor de avanzadas técnicas y del fotomontaje en su realización. Fue designado director de propaganda gráfica del Comisariado General del Estado Mayor en 1938. Se exilió a Francia un año después y marchó a México más tarde, obteniendo la nacionalidad de este país en 1940. Sus fotomontajes son su gran aportación a la historia del arte contemporáneo, influyendo sobre todo en la publicidad y la fotografía. Su obra *The American Way* es su trabajo crítico más relevante.

como un arte público que no nace de las necesidades íntimas del artista, plantea innovaciones técnicas y estéticas en la misión de comunicación del cartel, y sitúa al cartelista en la encrucijada que supone el compromiso político e ideológico en tiempos de Guerra Civil. En el apartado "Cuadro, cartel y público" Renau manifiesta: "... Tanto el cartel como la decoración, por su habitual carácter de hecho público, son recibidos con familiaridad por las gentes, sin la etiqueta solemne de la situación forzada, que mediatiza el nexo y la continua ósmosis emocional. El cartel, más particularmente, carece de esa presencia misteriosa que rodea al cuadro, y en su expresión tan humilde y poco pretenciosa no necesita «posar» para ser obra de arte". Aún más explícito será al referirse a la "Servidumbre del artista", pues para él la determinación específica de artista libre no tiene objeto en el tema al que se refiere el texto del ensayo: "El cartelista tiene en su función una finalidad distinta a la puramente emocional del artista libre."

El cartelista es el artista de la libertad disciplinada, de la libertad condicionada a exigencias objetivas, es decir, exteriores a su voluntad individual. Tiene la misión específica –frecuentemente fuera de su voluntad electiva– de plantear o resolver en el ánimo de las masas problemas de lógica concreta. El cartel, considerado como tal, subsistirá mientras existan hechos que justifiquen su necesidad y eficacia..."

Es a estas cuestiones a las que Gaya pretende responder cuando señala en su *Carta* que la Guerra Civil tiene a prueba no solamente al cartelista sino también al cartel. Cuando cuestiona que la gran cantidad de carteles que cubren las paredes no sean más que puros anuncios, que en su búsqueda de eficacia y perfección han devenido fríos y secos. "La misión del cartel –dirá Gaya– dentro de la guerra no es anunciar, sino decir, decir cosas emocionadas, 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 olvidaran aquello que, en cambio, tanto se pide al pintor, al músico, al poeta total, es decir, el alma, el sentir."

Para Gaya el cartel de la guerra y en la guerra "No puede estar hecho con fórmula y cálculo". Por eso se atreve a defender y aconsejar "un cartel que necesitando aquí definirlo de algún modo para poder nombrarlo tendré que decir cartel-pintura". Con esta referencia a la libertad del artista y a los procedimientos del arte, Gaya pone sobre la palestra una cuestión que va más allá de la simple dicotomía pintor-cartelista o arte-cartel; Gaya apela al alma del arte, a su verdadera naturaleza, a su capacidad de revelar emociones y, más aún, el propio estado de la sociedad. "...El artista –escribirá Gaya– desnuda, aclara, hace más transparente la Historia..."

En febrero, el nº 2 de *Hora de España* publica: "Contestación a Ramón Gaya". Ahora las discrepancias de Renau pivotan sobre dos cuestiones: Las referidas al ejercicio del arte libre, espontáneo, sin trabas, y la técnica que debe ponerse en juego para la realización de un cartel. Respecto a la primera cuestión Renau pone de manifiesto la evidente contradicción y confusión, –según él sufrida por Gaya– entre la función específica del artista libre y la del cartelista: "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 sobre su arte."

En cuanto a la técnica señala: "Jamás hay que confundir el valor de los medios técnicos con la equivocada –o nociva– utilización que de ellos pueda hacerse."

Ayer Goya, hoy John Heartfield. Aquél con su mano desnuda –en clara referencia a la carta de Gaya– y éste con el pleno dominio de la complicada técnica del fotomontaje y hasta del «odioso» sombreado mecánico, son los artistas revolucionarios que han sabido llevar el hecho trágico de la guerra a la más alta expresión de la emotividad plástica."

Renau asume que, quizá, el pueblo, la guerra, necesita no otra «manera» pero sí otro «cartel» y finaliza: "confiemos en que el fulgor ardiente de nuestra causa lo purificará todo. Y la guerra contra el fascismo tendrá sus carteles como tiene sus héroes."

El cruce de misivas terminará en marzo en el nº 3 de *Hora de España*. En "Contestación a José Renau" Gaya vuelve a insistir: "Ni se puede ganar una guerra con un poema –porque el arte no es ni una herramienta, ni una ametralladora–, ni se puede, en vista de esto, inyectarle al arte un contenido político. Y fijate que sólo digo político, ya que el social lo tuvo siempre, lo tiene siempre fatalmente, aunque sin él mismo saberlo, que es como debe tener el arte sus valores: ignorándolos."

El cartel de llamada a la lucha, que sepa inflamar la conciencia, la íntima responsabilidad de cada uno, es el que yo digo no haber visto. En mi carta sólo aludía a un cartel que hablase, no de la pequeña propiedad de este o aquel huertano, sino de la gran propiedad humana.”

Esta polémica no era nueva⁽⁵⁹⁾, venía arrastrándose desde la aparición del cartel como instrumento de comunicación, capaz de aunar e incorporar para su concepción y edición procedimientos técnicos, pero también sensibilidades artísticas, y ello sin perder de vista el contexto en el que el *afiche* ha de nacer e implicarse. Un contexto que, en esos momentos, podía calificarse de absolutamente dramático.

Tampoco se zanjó en marzo. Cuando se celebra, en julio, el “II Congreso Internacional de Escritores Antifascistas” el eco de la polémica gravita en la *ponencia* colectiva que redactan Sánchez Barbudo, Ángel Gaos, Serrano Plaja, Miguel Hernández, Ramón Gaya, Gil-Albert, Eduardo Vicente y Emilio Prados, entre otros –algunos de ellos impulsores, o colaboradores como el propio Gaya, de la revista de contenido republicano-marxista *Nueva Cultura*–. Insisten en diferenciar símbolo y realidad, entendiendo símbolo por apariencia –concepto que aquí bien podría ser aplicado al cartel o al panfleto–, y realidad por el sentir profundo del artista comprometido con su tiempo y sus circunstancias: “...*La revolución no es solamente una forma, no es solamente un símbolo, sino que representa un contenido vivisimamente concreto, un sentido de hombre, absoluto, e incluso unas categorías, perfectamente definidas como puntos de referencia de su esencialidad.*”

Gaya realiza el cartel *II Congreso Internacional de Escritores para la Defensa de la Cultura* (Fig. 88). El escritor refiere sobre el papel, a modo de misiva o relación, banderas y nombres de algunos países participantes en el Congreso. Al fondo la figura de Don Quijote, bajo un sol esperanzado, tras la abierta ventana. Está planteado como una gran ilustración, un dibujo lineal que va adquiriendo distintas tonalidades, grosores y colores.

Aún realizará Gaya otro cartel en el marco del “II Congreso Internacional de Escritores”: *Mariana Pineda* (Fig. 89). La misión del cartel es anunciar la representación teatral, el 3 de julio, de la obra dramática de Lorca –pues el Congreso rinde homenaje al poeta– en el Teatro Principal de Valencia, bajo la dirección de Manuel Altolaguirre. Aquí la granadina no borda las palabras *ley, libertad, igualdad*, en bandera alguna. La muchacha traza, en el humilde bastidor, el nombre de Lorca, *Federico*, sustituyendo con igual valor las palabras que costaron garrote vil a la andaluza.

Por encargo del Patronato Nacional de Turismo Ramón Gaya diseña en 1937 un cartel (Fig. 90) en defensa del patrimonio nacional: *El arte de España es un objetivo de la aviación fascista*. El pequeño cartel, de 56 x 39 cm, pretende poner de manifiesto la barbarie de las tropas nacionales, que, según el bando republicano, no respetaban el patrimonio monumental durante sus bombardeos. Se han elegido las ruinas de un monasterio o una iglesia románica; quizá en recuerdo de aquellos viajes por los anchurones de la vieja Castilla. En pie solo quedan los arcos de la portada y algunas columnas, sobrevoladas, como palomas, por diminutos aviones. Pareciera que Gaya nos esté avisando de los destrozos causados sobre la Catedral de Santa María la Vieja de Cartagena, dada la similitud del cartel con las fotos que han recogido para la memoria futura los restos en que quedó el edificio. La Catedral de Cartagena fue asaltada en julio del treinta y seis, año en el que se instaló entre sus muros una cárcel para presos políticos, y finalmente destruidas sus bóvedas en 1939 tras sucesivos y continuados bombardeos.

La tarea institucional de salvaguarda y custodia del patrimonio cultural fue muy significativa en el sector republicano, a pesar de las constantes críticas, vertidas desde la zona nacional, referidas al vandalismo ocasionado por los *rojos* en obras del patrimonio religioso. Apenas una semana después del alzamiento militar ya se había creado la primera Junta para Defensa del Patrimonio –Decreto de 23 de julio de 1936–; un servicio que dependería, a lo largo de la guerra, del Ministerio de Instrucción Pública y Bellas Artes y de la Presidencia del Gobierno. Ubicada en Madrid, con el nombre de Junta Central del Tesoro Artístico, se amplió, creándose juntas provinciales. Estas Juntas de Incautación y Protección del Tesoro Artístico estaban formadas por gentes de la cultura local. En Murcia existió una de estas Juntas Delegadas, con sede en la Catedral, creada por el alcalde Fernando Piñuela; el presidente era Emilio Peñalver y el secretario Sánchez Picazo. Para instar a la población a cumplir los fines de la Junta se recurrió numerosas veces a carteles

(59) La teorización sobre las prácticas artísticas, la función del arte y los artistas, la publicación de manifiestos... había dado lugar a constantes polémicas sobre arte académico, vanguardia y revolución en los años treinta. El propio Renau ya había publicado un manifiesto en 1929 y también lo había hecho la Sociedad de Artistas Ibéricos en 1932. El escultor Alberto Sánchez había sido polémico protagonista de otro debate en *Nueva Cultura*.



(Fig. 87) Ramón Gaya. *Hora de España*. 1937.



(Fig. 88) Ramón Gaya. *II Congreso Internacional de Escritores*. 1937.



(Fig. 89) Ramón Gaya. *Mariana Pineda*. 1937.



(Fig. 90) Ramón Gaya. *El Arte de España es un objetivo de la aviación fascista*. 1937.

realizados a mano. Garay y Victorio Nicolás –Consejero Provincial de Cultura y Bellas Artes– formaron parte de estas juntas protectoras de nuestro tesoro artístico.

Los cuatro carteles de Gaya citados tienen bastantes elementos en común, están concebidos como ilustraciones de precisas líneas y rápidos trazos, con un cromatismo donde destaca el contraste entre el rojo cobrizo y el negro. Poseen una potente carga conceptual, pues en ellos no hay nada superfluo, artificioso, efectista. Parece que Gaya ha hecho de esa austeridad la seña de identidad de unos carteles que pretenden conectar desde la sensibilidad y la sutileza con el público que ha de contemplarlos. Carteles que dejan entrever que en Gaya está presente la idea de independencia del artista frente a la dependencia del cliente, en el caso del último cartel citado el propio Estado en una situación límite como era la guerra.

Gaya participará en 1937, con tres obras, a destacar: *Espanto (Bombardeo de Almería)* –casi una premonición que afectará a su familia– y *Palabras a los muertos (Retrato de Juan Gil-Albert)*, en el evento cultural más relevante del periodo, sobre todo por lo que supuso de proyección exterior de los acontecimientos que se viven en el país: “El Pabellón Español”, levantado por la República, precipitadamente, bajo la dirección de Luis Lacasa y Josep-Luis Sert, en París, para la Exposición Internacional de las Artes y la Técnica. Un Pabellón que dedicaría, en la sección cuarta de la primera planta, un espacio a las artes gráficas, con carteles, libros, ediciones de artista y piezas litográficas ⁽⁶⁰⁾.

Pero volvamos a Murcia donde *Nuestra Lucha* y *El Liberal* van dando cumplida cuenta de todo lo relacionado con el cartel y su incidencia, e importancia, en el desarrollo del conflicto armado.

En mayo de 1937 *Nuestra Lucha* hace mención al cartel *Homenaje a la aviación*, editado en Madrid por el Partido Socialista e impreso en Gráficas Reunidas; el objetivo del *afiche* es homenajear a la aviación republicana; una estampa de la que llegaron a editarse 50.000 ejemplares. En el cartel de Oliver La República saluda con laureles al victorioso ejército del aire, que traza, con las alas de los aparatos, los colores de la bandera republicana. Un cartel de corte heroico y triunfalista que más parece anunciar una feria internacional cualquiera.

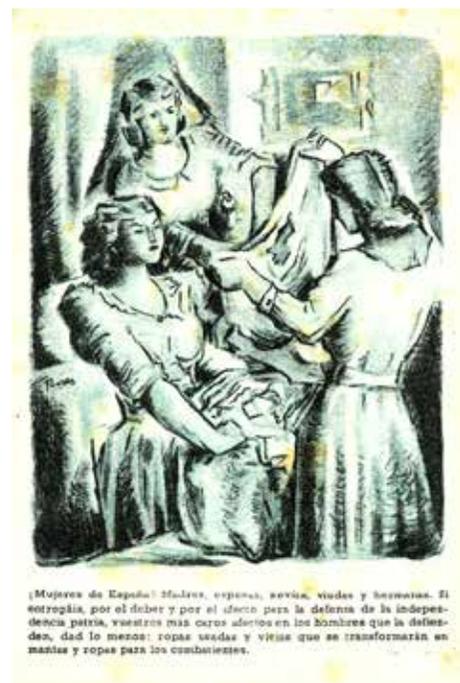
Durante la guerra serán frecuentes los carteles que tengan de protagonista a la aviación, o sus consecuencias sobre la población. Valgan tres ejemplos: El Ministerio de Propaganda edita, en 1937, el cartel *¿Qué haces tú para evitar esto? ayuda a Madrid*; es un fotomontaje, de autor anónimo, que refleja el horror de los bombardeos sobre la capital de España –los intentos para tomar Madrid, entre octubre de 1936 hasta bien entrado 1937, fueron continuos y los bombardeos se extendieron durante toda la contienda–; la madre abraza y protege a su hijo ante los escombros que han provocado los aviones de las tropas nacionales. La Confederación Nacional del Trabajo (CNT) homenajeará a la aviación republicana con un hermoso cartel de Artur Ballester *¡Llor a los héroes!* Es un cartel de tono clásico y mítico; el aviador trasmutado en un individualista héroe anónimo que, como en el mito de Ícaro, se enfrenta en solitario a la adversidad y lo desconocido, una idea que confluía bien con los ideales anarquistas; es un cartel impreso en Ortega, con formato ligeramente superior al habitual pues la estampa tiene 140x100 cm. Renau realizará en 1938 otro interesante cartel, con el tema del ejército del aire republicano como fondo, *Hoy más que nunca victoria*; los aviones de la República construyen una gran “V” ante el eufórico gesto del piloto que contempla como surcan el cielo los aparatos.

La aviación tuvo protagonismo destacado a lo largo de la Guerra Civil y Murcia no escapó a sus incidencias. En septiembre de 1936 ya se impartían en la base aérea de los Alcázares cursos de aprendizaje y mantenimiento de los Tupolev SB.2 rusos que llegarían poco más tarde, por barco, a Cartagena. Por otra parte, los bombardeos sobre la Fábrica de la Pólvora en La Ñora y sobre la Ciudad Portuaria serían continuos durante la guerra.

El artista cartagenero Nicomedes Gómez, nacido en la calle de San Rafael en 1903, en el seno de una familia con ramificaciones vinculadas a las artes gráficas –la imprenta Nicomedes Gómez, en la Calle Jara, sería regentada por su primo hermano Nicomedes Gómez Soler–, recibió sus primeras clases del pintor local Andrés Barceló en la Económica, ingresando en la Armada en 1925 y continuando su formación en San Fernando



(Fig. 91) Ramón Gaya. *Cuida de tu salud igual que de tus armas*. 1937.



(Fig. 92) Pedro Flores. *Madres, esposas, novias, entregad vuestras ropas usadas*. 1938.

(60) La República editó cientos de tarjetas postales muchas de ellas identificando aseo con salud y referidas al miliciano en campaña. En 1937 Gaya realizará para las Milicias de la Cultura la tarjeta postal *Cuida de tu salud lo mismo que de tus armas* (Fig. 91). Incluso Pedro Flores diseñaría una serie de postales pidiendo la colaboración para aportar ropa, trapos y prendas de abrigo al soldado del frente (Fig. 92).

en Madrid. Como otros artistas de la época colaboró en periódicos y revistas con ilustraciones y caricaturas, sobre todo en *Cartagena Ilustrada*. Algunas de sus ilustraciones realizadas para la revista *Ilustración Levantina* en 1928 repiten los modelos de los cartelones cinematográficos. Nicomedes colaboraría como ilustrador con la Casa Castelló, empresa cartagenera de distribución de películas. Hacia 1929 ilustra para *Escenarios*, una publicación que incluía temas cinematográficos. En 1932 ilustra el libro *Belén de Pastores* de Vicente Medina. Durante la Guerra Civil ocupará el cargo de capitán de la Aviación Naval al servicio de la causa republicana. Considerado por esos años un sólido valor artístico será el autor de la cabecera de *La Armada*, órgano portavoz de los marinos republicanos, y realizará dos magníficos carteles con las fuerzas aéreas como motivo, editados en 1937 por la Subsecretaría de Aviación, e impresos en la intervenida litografía Ortega. En uno, el operario trabaja en el servicio de mantenimiento de la base aérea al cuidado de una de las aeronaves; el cartel, dividido de forma oblicua en dos partes, por la diferente intensidad de color, en contrastado juego de luces y sombras, apremia: *Mecánicos, obreros, especialistas ¡¡Venid a la aviación!!* (Fig. 93) En el otro, de dominante fondo amarillo, el operario trabaja una de las aspas de los motores y avisa: *Avión averiado es una posición perdida. Avión que se repara es una posición reconquistada* (Fig. 94). Aún realizaría un tercer cartel de largo y comprometido lema, que lo vincula a la necesidad de aumento de la producción: *“El valor del combatiente no se mide por los disparos que hace sino por las bajas que ocasiona; el valor del obrero de retaguardia no se mide por las horas de trabajo que está en el taller sino por su producción”*. Estos tres carteles forman parte de la colección de la Memoria Digital de Cataluña, Pabellón de la II República, de la Universidad de Barcelona. En 1937 diseñará para las Juventudes Socialistas Unificadas otro cartel, el motivo es la Exposición Homenaje que se celebrará en Madrid, en enero de 1938, a la aviación republicana. Nicomedes Gómez recurrirá a una técnica que domina, el aerógrafo, para obtener, en la obra *La juventud dominará el espacio* (ver imagen página 146), una sensación de sutil elegancia y movimiento en ese aparato que despegas de una grácil estrella roja. Acabada la contienda Nicomedes –afiliado al Partido Comunista– marchará exiliado a Francia. En 1948 lo hayamos en Pau al frente del estudio fotográfico Portrait d’art Gómez, volviendo a Cartagena en 1957. Su sentido de la espiritualidad le hará pertenecer a distintas órdenes espirituales y esotéricas, lo que queda reflejado en sus ciclos pictóricos. En 1979 regresa definitivamente a su ciudad natal, falleciendo cuatro años después. Gómez es otro perfecto ejemplo de la diáspora de los artistas murcianos y cartageneros tras la Guerra Civil.

Otro interesante cartelista republicano es Aleix Hinsberger, pintor nacido en Cartagena en 1907 de padre francés y madre española; que se estableció siendo muy joven con su familia en Barcelona, cursando estudios de Artes y Oficios. Durante la Guerra Civil diseñaría carteles para la CNT-FAI, entre los que destacan: *La bestia acecha ¡Cuidado al hablar!*, que podemos vincular al subgénero del *bestiario*; *En el que sabe la grandeza de nuestro mañana no cabe el espejismo*; o el impactante cartel con rojo dominante *Une a tu voluntad la disciplina*.

En junio del treinta y siete José Tapia escribe en *El Liberal* “El cartel acusador” y subraya: *“cuando lo he visto y lo he leído, confieso que me ha impresionado vivísimamente”*. El cartel al que se refiere es, casi con toda probabilidad, *Y tú ¿qué has hecho por la victoria?* y lo editó la Agrupación Socialista Madrileña. El objetivo es la ayuda cultural, material y moral a los inválidos y mutilados de guerra; el miliciano, cojo, apoyado en una muleta, señala con el índice al viandante, desde las alambradas del frente, con una intensa mirada dramática.

Este cartel forma parte de esa tradición de carteles directos que interpelan al receptor, tan recurrente en tiempos de guerra o de manifiesta agitación social, profusamente utilizados durante la Primera Guerra Mundial: El burgués inglés que, envuelto en la bandera del Reino Unido, pregunta al transeúnte: *Who’s absent? Is it you?* Esa chica que pretende seducirte, y ganarte para la marina británica, susurrándote *I want you for the navy*. El oficial británico que se dirige a cada uno y le recuerda *Your country needs you*, un tono directo idéntico al del Tío Sam en el cartel de reclutamiento *I want you for U. S. Army*.

Una tipología que tendrá su máximo exponente en otra estampa a la que tal vez pudiera referirse Tapia, creada por Goñi, impresa en Barcelona y editada por el Servicio



de Propaganda de UGT y el PSU, *¡Tú? Que has fet per la victoria?* Una imagen con tintes acusadores, el miliciano yace en el suelo, sangrante, el fusil cruzando la imagen, y con el índice, lanza una pregunta a la vez interrogativa y exhortativa; el fondo negro, la austeridad del color, la elegante y rotunda tipografía, el rojo de la sangre, todo está a un único servicio, destacar el *¡Tú?* acusador, tipología gráfica que tendrá en Cavanis el referente del Bando Nacional.

Un mes más tarde, en julio, J. Iribarne hace, en *Nuestra Lucha*, jocosos comentarios sobre la relación entre la caricatura y la guerra y sobre el papel del cartel en el conflicto, sobre todo se detiene en la estampa *Los Nacionales* –nombre con el que se autodenominaron los militares sublevados–, y comenta, refiriéndose a los carteles que llenan calles y plazas de todas las ciudades: “Pegar y pegar duro. Esto es lo que están haciendo nuestros dibujantes por medio del cartel. Los muros de las ciudades lanzan proyectiles. El aguijón de la sátira muerde sin piedad la psicología del enemigo. Véase el «afiche» titulado “Los Nacionales” donde el humorismo refleja sus verdaderas características: ridiculizar los actos del individuo o de la colectividad cuando no se inspiran en el altruismo, en el desinterés; cuando no persiguen un fin noble y elevado”. El cartel aludido, *Los Nacionales*, está claramente en relación con el gusto por la sátira impresa, que en España se remontaba a la edición de viñetas e ilustraciones en periódicos y revistas desde el siglo XIX, y que pervivió con fuerza durante la II República y la contienda civil. Una especialidad que produjo una serie de singulares carteles: *Las tres desgracias*, realizado por Bagaría y editado, como propaganda electoral, por el Frente Popular en las elecciones del 36; muestra a Gil Robles, con cabeza de pera, acompañado de financieros y monárquicos tocados con ridículo sombrero y corona. *S. E. el generalísimo*, realizado por Cañavate en 1937 es otro curioso ejemplo, editado por la Junta Delegada de Defensa de Madrid representa al general Franco disfrazado de salteador y bandolero, asumiendo el papel de Caballo de Bastos; un caballito de feria que juguetea con una mariposa ajeno al personaje que lleva a la grupa, *El generalísimo*, con el pecho cuajado de medallas y un casco con penacho de ridículas plumas; como lluvia las bombas gotean de las nubes. Pedrero realizaría otro siniestro *Generalísimo*, que aquí avanza como la muerte agarrado a su espada. *Los Nacionales* es un cartel editado por el Ministerio de Propaganda, atribuido a J. A. Morales; apiñados en una barcaza, aparecen los sectores considerados más retrógrados por las

(Fig. 93) Nicomedes Gómez. *Mecánicos, obreros, especialistas: ¡Venid a la Aviación!* 1937.

(Fig. 94) Nicomedes Gómez. *Avión averiado es una posición perdida.* 1937.

fuerzas leales: banqueros con insignia nazi, militares y eclesiásticos, asistidos por tropas de mercenarios marroquíes. Caricaturas, referidas desde la prensa, pretenden mover a chanza y risa, aunque el desarrollo de los acontecimientos no de motivo para ello.

La proliferación de octavillas –valga como ejemplo la que publica, en la tipografía de Manuel Baena, en diciembre del treinta y seis, Mujeres Antifascistas de la Unión, llamando a acudir al Taller de Socorro Rojo– y carteles, en Murcia, durante los meses de la guerra es apabullante. Con carteles se anunciaba la distribución de racionamiento, las demandas que exigía la marcha de la guerra, se explicitaban los comportamientos exigibles a la población en una zona de retaguardia: se estigmatizaba a borrachos y vagos, se pedía discreción y apoyo a la causa... La imagen de los carteles se convirtió en un estímulo cotidiano cuya misión es sostener y fortalecer a un pueblo en lucha, alejándolo del pesimismo y el desfallecimiento.

Como ya señalaba el pintor y cartelista Maurice Denis, en 1920, el cartel se ha convertido en un arma, una bandera, un símbolo; pues si todo necesita ser publicitado ahora será la contienda armada, las demandas que exige el desarrollo de la guerra, la situación en los frentes y las ciudades de retaguardia, lo que necesite ser ensalzado y magnificado para acrecentar la moral. La Guerra Civil supuso más que un conflicto bélico; fue un asunto ideológico que necesitaba ser explicado y difundido. El cartel actuará a lo largo del periodo como correa de transmisión proselitista, un rol que pronto le adjudicaron las dos Españas en lid.

El gobierno llegaría a crear un Archivo de Guerra de material gráfico, carteles, opúsculos, prospectos..., solicitando que se enviaran a Madrid, a la sede del archivo, en el número 71 de la Castellana, dos ejemplares de todos los impresos realizados en la zona republicana.

El Liberal y Nuestra Lucha informaban de continuo de noticias protagonizadas de forma directa o indirecta por el cartel. Convocatorias de concursos y exposiciones: Concurso de carteles organizado en 1937 por la Comisión Artística de la FUE; exposiciones organizadas en julio por el Círculo de Izquierda Republicana; concurso de carteles para homenajear a la Columna Internacional, con premio de 500 pesetas; exposición en Moscú de 60 carteles revolucionarios y otros objetos de la *España Leal*, para dar a conocer en la URSS la lucha contra el sublevados del pueblo español; Altavoz del Frente⁽⁶¹⁾ inaugura, el 1 de mayo de 1937, la “III Exposición Primero de Mayo”, con carteles, dibujos y trofeos de guerra para glorificar el día del trabajo, y otra de semejantes características en agosto.

Fernando Valero escribe en *El Liberal* el 28 de mayo de 1937 un artículo titulado “La Galicia mártir. Estampas de Castelao” en el que señala: “...las estampas de Castelao nos han estremecido de emoción, y al contemplarlas, nos han corrido escalofríos por la médula. Nuestra guerra no ha logrado aún su poesía, ni su música. En cambio, ha producido un arte maravilloso de color y línea. Una colección de carteles murales del Frente Popular acá será para las generaciones futuras el mejor poema de nuestra epopeya revolucionaria”. Es evidente el alto valor que se concede al cartel y la similitud de concepto con los textos de Josep Renau.

Bajo la dirección de Garrigós y Vicente Viudes el taller de artes plásticas de Izquierda Republicana organiza una exposición, que se inaugura el 26 de junio de 1938, en los locales de este círculo político en la calle Ramón y Cajal nº 14. Es una muestra de 12 carteles y una escultura que ilustran los 13 puntos de la declaración de principios del gobierno republicano que preside Negrín. Los *13 puntos de Negrín* es un programa moderado de gobierno, que expone: la independencia de España; la retirada de todas las fuerzas militares extranjeras; la República Democrática, basada en el sufragio universal; la renuncia a represalias; el respeto a las libertades regionales; el apoyo a la propiedad privada; la reforma agraria; las garantías de los derechos de los trabajadores; el desarrollo cultural, físico y moral de la raza; la renuncia a la guerra y la despolitización del ejército; la cooperación con la Sociedad de Naciones y la amnistía para los enemigos. Se editaron múltiples carteles –algunos realizados por Renau– para dar a conocer a la población estos principios, que buscan el fin de la guerra con una paz negociada. Paz negociada que no llegaría a producirse.

(61) “Altavoz del Frente” fue un instrumento de Agitación y Propaganda ideado por el escritor César Falcón. Incidía en temas de dibujo, artes plásticas, teatro y cinematografía. En Murcia se puso en marcha en marzo de 1937, con un acto que tuvo lugar en el Teatro Circo Villar. Desarrolló su labor cultural y lúdica convocando exposiciones, festivales y espectáculos. Su funcionamiento recurrió a la colaboración habitual con la emisora Radio Murcia.

Todavía a principios de diciembre de 1938 el Comité Local del Partido Comunista, desde las páginas del *Liberal* comunica, el día 1, que en la calle Salzillo 9 se expondrán carteles de autores noveles sobre la heroica lucha del pueblo por su *independencia*. Otra tipología de cartel que sería recurrente durante la guerra en ambos bandos; en el republicano al identificar a los *nacionales* y sus aliados (alemanes e italianos) con invasores del territorio nacional. El cartel de Bardasano *¡Fuera el invasor!* juega con la ambigüedad y las referencias a Goya, al situar en primer plano del *afiche* a un personaje dieciochesco, que parece atacar a las fuerzas invasoras armado de navaja y protegido tras el frágil escudo de su capa.

Los carteles dejan entrever, permiten saber, en las ciudades murcianas de retaguardia, la situación de la causa republicana, el paso de una situación de euforia revolucionaria a otra de combate y, finalmente, de resistencia y derrota.

Ante tal abundancia de cartelería en las calles de nuestras ciudades y pueblos no resulta extraño que el pintor Molina Sánchez recordara años después, refiriéndose a la gran cantidad de carteles que llenaban las paredes de la ciudad: “...éramos más expertos en esta materia que en otras. Sabíamos más los nombres de cartelistas y dibujantes que de futbolistas o toreros”.

El cartel, a lo largo de los meses que ha durado la contienda, ha sido alabado como objeto publicitario y artístico, pero también puesto en cuestión y sometido a continua revisión.

El discurrir del conflicto irá haciendo patentes las contradicciones entre los triunfalistas eslóganes impresos –consignas– y la dureza de la realidad, desvelando a la población el autoengaño en que permanece sumida. Acabará pidiéndose menos palabras y más hechos, pues los carteles serán etiquetados, sobre todo en el bando republicano, en muchas ocasiones de palabrería inoperante.

A mediados de 1937, el 15 de junio, en una nota del *Liberal* titulada “Instrucciones sobre los carteles de propaganda”, el ministro de la Gobernación advierte que todos los carteles –ante la profusión de propaganda que se viene realizando– deben ser sometidos a sellado antes de su colocación; no autorizándose aquellos que puedan producir influencia nociva y perturbadora en el espíritu popular. La intención no es solamente apaciguar los ánimos, también se pretende controlar y unificar criterios en mensajes y consignas.

En Barcelona, en las mismas fechas, el presidente Companys analiza por radio la realidad de la crisis, da cuenta de la situación y pide menos retórica, menos palabrería y ¡menos carteles!

El 17 de agosto *Nuestra Lucha*, al referirse al mitin político, convocado por las Juventudes Socialistas Unificadas de Cartagena en el Teatro Circo, en el que intervienen Santiago Carrillo y Justo Rodríguez –representante del Comité Nacional–, destaca que este último, al acabar su intervención, ha elogiado el trabajo realizado por las Juventudes Socialistas Unificadas en la flota republicana, “no alabando con carteles de colorines a los marinos⁽⁶²⁾ ...sino luchando por crear un mando único”.

El cartel llegará a ser utilizado como arma arrojadiza contra la propia estructura organizativa de la República. A finales de 1937 las cosas no parecen ir bien para la causa republicana; el 27 de noviembre *Nuestra Lucha* planteará la cuestión en un artículo titulado “Labor de retaguardia y voces del frente” donde con especial dureza se pregunta: “¿Creemos que toda nuestra misión para auxiliar a los frentes es llenar de carteles con versos ridículos todas las calles de Murcia? No, organizar una retaguardia no es eso”. Para acabar señalando que organizar la retaguardia es organizar el comercio y la producción, y garantizar los suministros.

Un año después, el 3 de diciembre de 1938, *Nuestra Lucha* publica un pequeño recuadro, “Impresión del día, los carteles”, donde expone: “No podemos salir a la calle sin que nos asalte el temor de tropezarnos en la primera esquina con un nuevo cartel, de colores chillones y lenguaje detonante, en el que se nos pregonen las excelencias de cualquier antiséptico o las «esplendideces» de la unidad, la necesidad de acabar con los «trotskistas» o la de contribuir a la campaña contra las enfermedades y plagas del campo, pongamos por caso.

(62) Parece una referencia directa a los anarquistas, y al cartel de Ballester Marco *Nuestras costas serán defendidas por nuestros bravos marinos*, editado por la CNT. Es un magnífico ejemplar de aspecto futurista, pero incapaz por sí solo de impedir que los submarinos alemanes no cortaran la llegada de material soviético. Los anarquistas nunca estuvieron muy conformes, por otra parte, con la idea del mando único.

Cada día los carteles van adquiriendo proporciones más exorbitantes y no perdemos la esperanza de ver uno que, en un alarde publicitario, ocupe toda la fachada del edificio catedralicio.

Hay uno, sobre todo, que nos ha emocionado profundamente: además de enumerar las ventajas de la unidad y los inconvenientes de la desunión con prolija minuciosidad y no muy buena ortografía, se ve en él, a uno y otro lado, dos dibujos que hacen saltar las lágrimas al corazón más empedernido y que son como la comprobación gráfica del texto. No sabemos por qué se nos vienen a las mentes aquellos reclamos de hace años en que se pintaba a dos señores, uno flaco y macilento y otro orondo y voluminoso, con un pie que decía: «Antes y después de tomar chocolate Matías López».

Ahora, en serio: vamos a ser un poco más formales en nuestras propagandas, por el buen nombre de la causa que decimos defender. Si no va a ser cosa de poner en todas las fachadas el letrerito de «Se prohíbe fijar carteles». No solo se ha perdido la confianza en el cartel como arma para ganar la guerra, difundir consignas y sostener la moral; cuando acaba 1938 se ha perdido ya la confianza en el triunfo militar republicano y en la propia revolución.

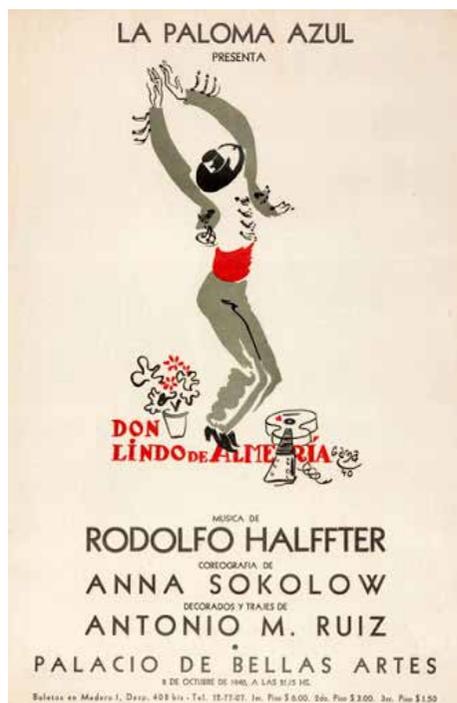
El 31 de marzo de 1939 el general Camilo Alonso Vega, al mando de la Cuarta Brigada de Navarra, hace su entrada en Murcia. Es fácil suponer que carteles y pasquines sustentadores de la más leve ideología republicana hayan desaparecido, o estén prestos a hacerlo, de los muros de las poblaciones murcianas. Días antes, en Valencia, el comandante militar había dispuesto, entre sus primeras medidas, limpiar las fachadas de la ciudad de pinturas y carteles alusivos a la tragedia sufrida por el pueblo español.

Como hemos reseñado Joaquín no es el único artista al que la Guerra Civil truncará anhelos y esperanzas tras años de compromiso con la causa republicana.

Pedro Flores pasará a Francia desde Barcelona. Internado unos meses en el campo de refugiados de Saint Cyprien, se instala en París de forma ilegal hasta que Picasso le procura papeles en regla.

Garay será apartado de su cargo en la Escuela de Artes y Oficios de Murcia; severamente sancionado por *desafección probada a la causa nacional*. En enero de 1941 el BOE publica su depuración, inhabilitándole para el ejercicio de cargos públicos, directivos y de confianza. Tendrá que esperar dos años, hasta 1943, para ser rehabilitado en su puesto de profesor en la Escuela de Artes y Oficios.

Gaya marchará a Francia, tras la derrota republicana, con el grupo de intelectuales que hasta el final de la contienda han editado –los últimos meses en Barcelona– *Hora de España*; allí será internado en el campo de concentración de Saint Cyprien. Su mujer, intentando cruzar la frontera, morirá en el bombardeo de Figueras, al que su hija sobrevive. Logrará salir del campo de concentración reclamado por el Comité Inglés de Ayuda a España y pasará unos meses en casa de su amigo Cristóbal Hall que se hace cargo de su hija. Gaya, que debe abandonar Francia, se embarca en 1939, junto al grupo de *Hora de España*, en el “Sinaia” rumbo a México. En tierras mexicanas realizará el cartel (Fig. 95) para la suite *Don Lindo de Almería*, que estrena, en 1940, el grupo de danza La Paloma Azul en el Teatro Fábregas de la Ciudad de Méjico, con libreto de Bergamín y música de Rodolfo Halffter; el cartel representa un *bailaor* andaluz, tocado con sombrero de ala ancha, zapateando entre macetas y guitarra; cuando en 1988 la Editorial Pretextos publique el libreto, en cuidada edición a cargo de Nigel Dennis, Gaya recurrirá a parecido motivo para la viñeta de la portada, aquí un bello y rotundo dibujo que parece discurrir de un solo trazo. El pintor regresará a Europa, a París, en 1952; ese año visita Italia y Portugal donde se reencuentra con su hija. En 1957 se instala en Roma, y tres años más tarde vuelve a España. En 1961 pasará unas semanas en Murcia pintando con Juan Bonafé –a su vez exiliado en Francia entre 1939 y 1948– en La Alberca. Un largo y doloroso exilio.

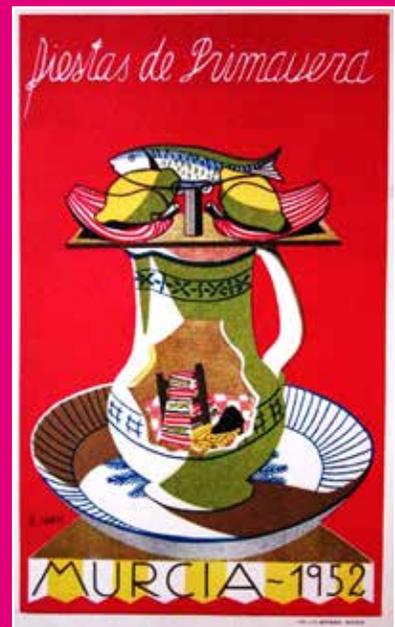


(Fig. 95) Ramón Gaya. *Don Lindo de Almería*. 1940.

PARTE SEGUNDA
(1940-2023)



Tábano (Julio García Abril / Miguel López Guzmán).
Ilustración *Primer Festival Internacional de Orquestas de Jóvenes de Murcia*. 1982.



Hernández Carpe. Programa. *Fiestas de Primavera*. Murcia. 1952.

1 SEMANA SANTA Y GRANDES INUNDACIONES

Garay será quien restablezca el puente entre dos generaciones de artistas murcianos, la *del 27* y la primera generación de posguerra. Aunque fue rehabilitado de sus cargos en 1943 diseñará el cartel *Semana Santa y Fiestas de primavera* de 1942, a resultas de un encargo directo realizado por el Ayuntamiento de Murcia. En el ánimo de los nuevos árbitros de la situación política está recuperar la normalidad en lo que respecta a la celebración y difusión de las fiestas en las distintas localidades murcianas. Y ello a pesar del breve parón sufrido en la divulgación de los festejos capitalinos, que no contaron con cromos para publicitarlos en los dos años anteriores.

Horizontes –publicación de marcado tono político, que difunde entre los jóvenes los postulados del *régimen*– señala, el 27 de marzo, en un breve escrito titulado “La sorpresa del cartel anunciador de Fiestas”:

“Nuestro primer pensamiento: ¿será una broma del artista? Y todo un buen rato nuestra imaginación ha estado danzando desde la premeditación a la imprudencia temeraria.

La verdad es que nosotros creíamos el que la seriedad estuviera al alcance de todo el mundo, pero cuando hemos visto ciertas estampitas en escaparates y esquinas, se nos ha presentado la terrible y trágica coyuntura de tener que admitir la idea de que el bueno de Ramper⁽⁶³⁾ se había dedicado a la pintura.

Si entramos a describir “la broma pictórica” podemos más o menos decir lo siguiente: Sobre un cielo “incontrolado” aparece una respetable y musculosa dama –dos veces respetable– cuya nacionalidad desconocemos, aunque sin incurrir en juicio temerario debe ser –kilómetro arriba, kilómetro abajo– de los alrededores de Dinamarca. Sostiene en sus manos algo que por el respeto que nos merece omitimos comentar. Completando el asunto aparecen un robusto ballenato, amortajado en una bufanda, –permítasenos la ironía– aunque bien claramente se ve que se trata de una funda de mesa de camilla. Letras y un magnífico velón ponen una nota de “color”.

A pesar de todo seguimos pensando: ¿Será un bromazo del artista?”

El cartel de Garay reúne, en un solo impreso la imagen de la Semana Santa y las Fiestas de Primavera murcianas. Representa una mujer de generosos volúmenes redondeados –volúmenes habituales en las figuras que aparecen en muchos de sus cuadros de tono clasicista, aire picasiano y ligeros tintes surrealistas–, que sostiene una corona de espinas tras un bodegón que aúna sardina y cirio nazareno. No es, evidentemente, una obra afortunada, la descompensada figura femenina, el pez muerto, a punto de caer del pliego, la hace poco atractiva y eficaz como reclamo festero.

El diario *Línea* había escrito en negritas el 20 de febrero: ***“La Falange de Murcia organiza los Festejos de Primavera”***. Y efectivamente es F.E.T y de las J.O.N.S. la institución que se propone realizar un programa que *“supere a cuantos se realizaron en épocas pasadas, tanto en la magnitud de los festejos como por el número de ellos”*. La Delegación Provincial de Prensa y Propaganda, por delegación del jefe provincial del Movimiento, designa los presidentes de las diferentes manifestaciones festeras y convoca

(63) Se refiere a Ramón Álvarez Escudero, Ramper, que actuó en plazas de toros –los Charlots–, y alcanzó fama en el mundo del circo como humorista por sus parodias y chistes mordaces, mereciendo los elogios de Jardiel Poncela o Emilio Carrère.

concursos de carteles de Semana Santa y Fiestas de Primavera⁽⁶⁴⁾ –con premio de 1.000 pesetas–, y de carretas y comparsas para el Bando de la Huerta. Los carteles originales tendrán 100x60 cm a un máximo de cinco tintas, con faldón para el texto del programa; en el boceto debe figurar el emblema de Falange (como curiosidad señalar que los emblemas del *régimen* en los carteles permanecieron largo tiempo, hasta que fueron desapareciendo hacia finales de los años cincuenta. En 1960 el anunciador del I Festival Universitario de la Canción, que organiza el SEU, y en 1961 el que divulga el I Concurso Comarcal de Pintura y Fotografía de Alhama, mantienen referencias y símbolos del *régimen*). Se presentan 13 carteles; según la prensa realizados con “buena voluntad y algún atisbo de acierto, pero nada más”. Fueron expuestos en la Asociación de la Prensa y el concurso se declaró finalmente desierto.

A Luis Garay –aún no rehabilitado del todo, pues no ejercerá hasta 1943 sus funciones de profesor en Artes y Oficios, recibiendo además ese año el Premio Villacis, recién constituido por la Diputación Provincial– se le encargó directamente realizar el cartel. *La Verdad* comentará el cartel del pintor, tan ferozmente descrito por *Horizontes*, con estas palabras: “Ha comenzado a difundirse el cartel que llevará la noticia gráfica de las fiestas a toda la provincia y fuera de ella. Es una acertada obra del artista Luis Garay. ... Como van juntas las evocaciones de las fiestas religiosas y las profanas, se alude a las primeras discretamente con la corona pasionaria –sólo un emblema–, que se alza sobre lo demás y con el motivo de procesión.”

Ese año la carroza *Luisa Fernanda*, que Garay y Garrigós han realizado al alimón, siguiendo el diseño del primero, recibirá un 4º Premio; y la presentada por el Sindicato de Artes Gráficas una Mención de Honor.

El cartel de Garay de 1942 es, tras la Guerra Civil, el primero de una larga serie en intentar establecer una iconografía que pretende reunir en una sola imagen Semana Santa y Fiestas de Primavera, y cuyas fuentes más evidentes se recogerían en tres *afiches* anteriores al conflicto: el de Pedro Flores de 1928, *Grandes fiestas de Semana Santa y Primavera*; el de Ramón Gaya realizado en 1929, *Grandes Fiestas Cívico Religiosas de Primavera*; y el del propio Garay de 1932, *Murcia Grandes Fiestas de Primavera*. Una iconografía que, como veremos, respondió a un único parámetro visual: la huerta –el huertano y/o la huertana– que se acerca a la ciudad a contemplar los desfiles religiosos, representados, sobre todo, por las imágenes de Salzillo; o profanos, con el recurso plástico del Entierro de la Sardina.

El Ayuntamiento de Murcia concede en 1943 un premio de 2.000 pesetas al cartel ganador que anuncie la Semana Santa y las Fiestas de Primavera y establece además dos accésits de 500 pesetas. El 20 de febrero finaliza el plazo para presentar bocetos del *afiche* que habrá de imprimirse a 5 tintas planas y a un tamaño de 120x80 cm⁽⁶⁵⁾.

El alicantino José Pérez Gil⁽⁶⁶⁾, con el lema «Salzillo», gana el concurso. Su propuesta es un detalle del ángel de *La Oración del Huerto* envuelto en la atmósfera religiosa que proporciona la llama que emana de dos velones. De nuevo se recurre a una talla de Salzillo, que procesiona con la Cofradía de Jesús, como llamada de atención para significar la Semana Santa murciana. Por primera vez una imagen religiosa se convierte en protagonista absoluta en un cartel referido a los festejos de la Capital del Segura, máxime si tenemos en cuenta que la estampa es un anuncio genérico para Semana Santa y Fiestas de Primavera.

El cartel de Pérez Gil contiene ya lo que será una constante en la cartelería pasional y festera durante más de veinte años. Está construido a partir de distintas imágenes fragmentadas, cortadas y superpuestas, a veces con detalles inacabados o sin delimitar, en varios planos, que tienen en común más los aspectos conceptuales que los formales, y confieren al *afiche* un aspecto algo tenebrista y neobarroco de forzado escorzo en la representación de las figuras. Se ha incorporado un punto de vista de clara inspiración fotográfica; pero sobre todo el cartel cívico-religioso, como aquí es patente, se ha apropiado de la manera de construir los carteles publicitarios que utiliza el cine para difundir sus producciones, buscando transmitir en un solo golpe visual el sentido profundo, la clave, el contenido, la propuesta narrativa del *film*. Estos carteles de los años cuarenta y cincuenta, tanto los realizados a nivel local como los del resto del territorio nacional, deben su aspecto conceptual –y en consecuencia formal– al cartel cinematográfico, que

(64) El 24 de octubre de 1941 el diario *Línea* en un artículo titulado “Hay que ganar tiempo” señalaba el prestigio de las procesiones murcianas, especialmente la de Viernes Santo, “tan justamente famosas y tan necesitadas de propaganda”. Proponía resucitar los festejos cívicos y unirlos a la Semana Santa: “Deslumbrador recuerdo de las locas fantasías del arte, al juego de la paleta y al capricho de las flores de nuestros huertos”. Que desde las páginas del diario *Línea* –fiel exponente de la voluntad del *régimen*– se apelase al municipio, a la Junta de Fomento del Turismo y a la Real Cofradía de Nuestro Padre Jesús, se urgiese en tareas de propaganda y en la realización de carteles, era la señal que indicaba las directrices a seguir.

(65) A pesar del formato aparecido en las bases del concurso, el cartel de fiestas locales se ajustó a las indicaciones de la Dirección General de Turismo, Orden del Ministerio de Gobernación, publicada en el BOE de 25 de abril de 1941, que fija el formato de los carteles turísticos en unas dimensiones de 100x62 cm.

(66) A finales de 1946 el pintor alicantino participa en una convocatoria-exposición en el Palacio del Retiro de Madrid. Tras la exposición concursa a las oposiciones de retocadores del Museo Nacional y profesor de la Academia de Artes y Oficios de Madrid. En 1947 obtendrá, con el lema «Señera», un premio de 2.000 pesetas en el concurso de carteles de la Semana Santa de Madrid, una cruz coronada de espinas es la obra presentada.

se materializó en muy distintos formatos: cartelones murales, *afiches*, programas de mano... distribuidos en todos los pueblos donde había salas de proyección, y fue pronto asumido como popular objeto de coleccionista. Además, muchos artistas y pintores de la época alternaron su trabajo colaborando con el mundo de la fotografía y realizando murales y carteles promocionales de películas. La influencia del cine irá determinando la ilustración publicitaria: nuevos ángulos y perspectivas, nuevos efectos y contrastes de luces y sombras han acabado siendo llevados al anuncio y al cartel, aportando una distinta percepción de lo estético.

Aún es conveniente señalar otra constante de esos años, en esta tipología de carteles, presente en la obra del alicantino: la endeble conjunción entre imagen y texto. La tipografía actuará en la mayoría de estos carteles como base y soporte; sujeta la imagen –a veces en faldón diferenciado– pero no interviene de forma activa en la composición de la estampa; si acaso se busca una complementariedad al cromatismo del conjunto en el tono de color usado para los textos, o se procura elegir unos tipos acordes a la ocasión. Aquí, a una tipografía de la familia de las Rockwell para remarcar *Murcia*, se une una grotesca de palo seco para señalar el año 1943 y *Solemnes Procesiones*, contrapunto a la imitación manuscrita de *Grandiosas Fiestas de Primavera*. Estas combinaciones imposibles de Times, Grotescas, Bodonis, Góticas, la pervivencia de tipos que provienen del Art Decó y la abundancia de caracteres gruesos y de palo seco con desplazamientos y sombreados, que los artistas ejecutan a mano en sus bocetos, serán las señas de identidad de los textos utilizados en la cartelería de la provincia en estos años.

Miguel del Moral con el lema «*Hachonero*» obtiene uno de los accésits ganadores. El hachonero presenta la sardina tras un bodegón con motivos huertanos, al fondo procesiona, en tonos de amanecer, el *paso de La Oración del Huerto*. El pintor, nacido en 1917, residió en Madrid en 1945 y 1946, donde trabó amistad con el poeta Edmundo de Ory, acercándose al grupo de pintores Postistas que se reunían en la capital en el estudio de Eduardo Chicharro; José Caballero fue otras de sus influencias puestas de manifiesto en las ilustraciones de aire surreal realizadas por Del Moral para distintas publicaciones.

El joven pintor José Antonio Molina Sánchez, nacido en la murciana calle de San Nicolás, entonces con veinticinco años y colaborador habitual de la prensa murciana –sus escenas costumbristas, relativas a la Navidad y la Semana Santa, ilustran el *Diario Línea*– recibe otro de los dos accésits en 1943. El lema bajo el que presenta el elegante boceto, resuelto con tonos amarillo-verdosos y contrastados rojos, es: «*A la Fiesta*» (Fig. 96). Una familia huertana acude a la ciudad a ver la procesión de Viernes Santo al paso de *Los Azotes*. Molina ha creado una imagen estilizada, de sinuoso y preciso dibujo, que parece retrotraernos a aquellos carteles *decó* de los años veinte; pero también a influencias barroquizantes, ese *estilo falangista*, triunfalista y heroico, de Saenz de Tejada, ahora endulzado por el magisterio que Benjamín Palencia⁽⁶⁷⁾ y Eugenio D'Ors ejercen en los jóvenes pintores que recién comienzan su andadura. Establecido en Madrid desde 1942, Molina es contertulio en el Café Gijón con otros artistas, intelectuales y escritores que pueblan el Madrid de aluvión, triste y paupérrimo, de posguerra. El cartel presentado por el murciano está impregnado de un gusto por lo popular, de una minuciosidad descriptiva, que deja aflorar la vinculación del pintor con el movimiento *Juventud Creadora*, que editará en Madrid, ese año, la revista *Garcilaso*⁽⁶⁸⁾ con la que colaborará de forma activa. Algunos años después, en 1946, verá la luz en Murcia la revista *Azarbe*, editada como libro, pues así es más fácil sortear las imposiciones que conllevaba publicar una revista. En esa España de economía bloqueada todo queda sujeto a racionamiento y el papel no escapó a la situación –con espanto señalaba *La Verdad*, el 31 de marzo de 1945, que la propaganda electoral consumiría en Francia 1.200 toneladas de papel–. Son jóvenes e inquietos escritores, que viven el ambiente universitario, los creadores de *Azarbe*: Jaime Campmany, Salvador Jiménez, Juan García Abellán y José Manuel Díez. Quince números de cuidada y pulcra edición verían la luz entre 1946 y 1948. Una revista en torno a la cual se arremolinarían y colaborarían un grupo de pintores e ilustradores que habrían de conformar la nueva generación de artistas y creadores murcianos: Molina Sánchez, Hernández Carpe –que aún mostrará en 1953, 1958 y 1959, cuando realice las portadas de los números 47, 105 y 119 de *Cuadernos Hispanoamericanos* la influencia que sobre él ha ejercido la estética *Juventud Creadora*–, Mariano Ballester, Muñoz Barberán, los Gómez Cano, Baldomero Ferrer, José Francisco Aguirre, Eloy Moreno o Sofía Morales. Ya



(Fig. 96) Molina Sánchez. *Solemne Semana Santa y Grandiosas Fiestas de Primavera*. Murcia. 1943.

(67) El *retour à l'ordre* de Palencia pretende volver la mirada a lo popular, al campo, al paisaje y a sus personajes. De ahí que se dirija otra vez a los arrabales del Madrid de posguerra, a Vallecas. Los pintores de la "Escuela de Vallecas" organizados en torno a Palencia: Álvaro Delgado, Pascual de Lara, Francisco San José, Gregorio del Olmo y Núñez Castelo, optan por distanciarse de retóricas pictóricas ya repetidas y en desuso, y defienden un arte que surja de la tierra, de la luz, de las raíces que emanan de la creación, la piedra, el árbol, los cuerpos terrestres.

(68) La revista *Garcilaso "Juventud Creadora"* –con cabecera creada por Goñi– edita su primer número en mayo de 1943, fundada por García Nieto, Jesús Revuelta, Jesús Juan Garcés y Pedro de Lorenzo. Sus postulados tienen las raíces en la revista *Escorial* y en *El Español*. Esta última dependía de la Delegación de Prensa y Propaganda; "*Juventud Creadora: una poética, una política, un estado*" es el título de la antología que Pedro de Lorenzo publica en *El Español* poco tiempo antes que *Garcilaso* viera la luz. El grupo "*Juventud Creadora*" opone *Garcilaso* al Góngora del 27. Subvencionada por el Estado pretende definir unos ideales anclados en el Neoclasicismo, con una retórica que, desde la referencia a *Garcilaso*, poeta y soldado, haga resaltar valores barnizados de patriotismo en los poemas e ilustraciones que se recogen en la publicación, siempre aureolados de un tono épico, idílico o arcádico, alejado por otra parte de la triste realidad socio-política que vivía el país.

Adolescencia del gozo, de García Abellán, obra con que se inicia la colección, deja entrever ese gusto por los poemas de aire *neogarcilaso*, y patentiza cuanto debe *Azarbe* al movimiento *Juventud Creadora*. *Azarbe* recuperaría, tras la Guerra Civil, el vínculo artes plásticas-literatura, tan fructífero en épocas anteriores.

Los tres carteles galardonados en 1943 se editaron en la litografía Ortega de Valencia, iniciando la costumbre de difundir los festejos con el apoyo gráfico de varios *afiches* impresos en distintos formatos; los de Molina Sánchez y Miguel del Moral se imprimieron a 50x33 cm.

Como curiosidad señalar que el 13 de febrero de 1943 *La Verdad* debe reconocer que ha cometido un error, pues había publicado, el día antes, que se había fallado el concurso de carteles para los festejos de primavera en Murcia y que los ganadores han sido: el valenciano Vicente Miravent, que presentó boceto con el rostro doliente de Cristo coronado de espinas, García Tortosa, de Játiva, que presentó un nazareno tocando un tambor que es, a la vez, reflejo del escudo de la Ciudad Portuaria, y Vicente Gómez, de Madrid, obteniendo el Primer, Segundo y Tercer Premio respectivamente. Es evidente que el plazo del concurso murciano a esas fechas estaba sin concluir y la noticia se refería al concurso de carteles de Semana Santa de Cartagena, cuyo plazo había expirado el 10 de febrero. Mirabet imprimió en 1943, en Valencia, los carteles pasionales cartageneros. Cartagena llevaba años exigiendo desde la prensa que sus *carteles de pasión* se realizaran con premura, para evitar que Málaga, Sevilla, Granada o Valladolid se adelantaran con sus estampas recogiendo las posibles demandas turísticas. En 1941 se había elegido ya, en febrero, cartel para la Semana Santa de Cartagena, primando la Comisión de Fiestas una obra de Rochera; Cristo parece contemplar, desde lo alto, la salida de la procesión por el portón del Arsenal. Y en el mismo mes de 1942 ya era público que Gisbert Gomis con el lema «*Mastia*» había ganado el concurso, Ruiz Bernal y Manuel Lainz obtuvieron accésits, otorgándole la Comisión una mención honorífica al cartagenero Ramón Alonso Luzzy; se presentaron 22 originales que se exponen en el Salón de Sesiones del Ayuntamiento. Como vemos, Cartagena va por delante de Murcia en organizar y difundir sus festejos pasionales.

Si parece que la Capital del Segura piensa asumir con tiempo suficiente la idea de celebrar unas *Fiestas Alfonsinas*. En 1943 la Academia Alfonso X el Sabio, constituida dos años antes –el 12 de abril de 1941–, convoca un concurso para erigir un monumento conmemorativo al rey Alfonso X, y otro para realizar el cartel anunciador del festejo que se celebrará en 1944. La convocatoria para diseñar el cartel, a nivel nacional, no fija procedimientos ni tintas, pero se recuerda en las bases que no exceda un tamaño de 175x110 cm, dejando alrededor un marco blanco de 4 cm. Se otorgará un sustancioso premio de 5.000 pesetas y los trabajos presentados se expondrán en Murcia y Madrid. Los textos del cartel recogerán: *VII Centenario de la Reconquista del Reino de Murcia* y deben incluir *Fiestas de Primavera*. Es un programa ambicioso, concebido para promoción turística de la ciudad; en septiembre de 1941 la sociedad Fomento del Turismo, representante en Murcia de la Dirección General del Turismo, había abierto al público oficinas en el Plano de San Francisco, en un pabellón cedido por el Ayuntamiento, para dar información turística y organizar exposiciones de carteles, de Bellas Artes, de artesanía, de plantas, e incluso fotográficas. El publicista barcelonés Napoleón Campos⁽⁶⁹⁾, afincado en Madrid desde 1942, resulta vencedor en el certamen –en 1943 el autor había obtenido el Primer Premio en el concurso de *afiches* convocado por la Caja Postal de Ahorros para celebrar en Murcia, en marzo, el XI Certamen Nacional del Ahorro, y el mismo año obtiene idéntico galardón en el concurso de carteles de la lotería de Cruz Roja–. El cartel, realizado para las *Fiestas Alfonsinas* y abrileñas (Fig.97), recoge la imagen heroica, ecuestre, del rey Alfonso X al frente de sus mesnadas, un detallado dibujo de la torre de la Catedral que sobresale en picado de un cesto de flores y el banderín con el escudo de la ciudad.

Para los festejos de abril de 1944 se hizo en la litografía Ortega una amplia tirada de 6.000 carteles y 20.000 programas de mano, reproduciendo la imagen del cartel, que se distribuyeron por toda la geografía nacional. La idea de las *Fiestas Alfonsinas* –en búsqueda de raíces patrióticas– había tenido precedente en 1942; Asturias había celebrado en Oviedo los actos de Consagración de la Cámara Santa y el XI Centenario del



(Fig. 97) Napoleón Campos. VII Centenario de la Reconquista de Murcia por Don Alfonso El Sabio y Fiestas de Primavera. Murcia. 1944.

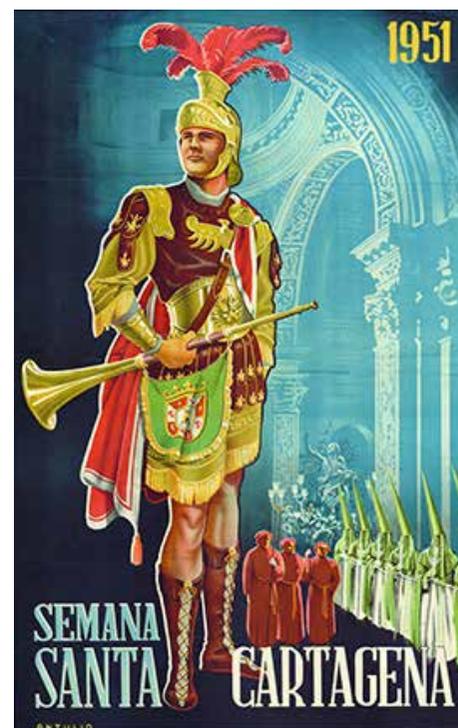
(69) Como otros artistas de la época Napoleón Campos es ilustrador. Participó en numerosos concursos para la realización de carteles. En 1946 participa en el que la Editorial Boris Bureba promueve para fomentar la lectura entre niños y adolescentes, al que se presentan 58 cartelistas, en el jurado se encuentran: José Francés, Elías Salaverría, Martínez Cubells, Roberto Martínez Baldrich y el murciano José Planes; ese mismo año sería seleccionada y adquirida una obra suya, realizada para ser presentada al concurso de portadas que promueve la prestigiosa revista de publicidad, diseño y comunicación, *Arte Comercial*, ilustrando la portada del número 16 editado en 1948. Napoleón Campos dedicaría parte de su trabajo al escaparatismo y a la realización de carteles de cine: *Safari* de Edward H. Griffith, con Madeleine Carroll y Douglas Fairbank Jr., estrenada en España en 1942; en 1951 *La Señora de Fátima* de Rafael Gil, con Inés Orsini y Fernando Rey; y en 1952 *El derecho de nacer* de Gómez Urquiza, con Gloria Marín y Jorge Mistral.

Rey Alfonso II el Casto; igualmente publicitados desde la convocatoria de concurso de carteles para artistas nacionales y premios de 2.000 y 1.000 pesetas, bastante menores que los otorgados por el Ayuntamiento murciano.

En enero de 1944 la Comisión organizadora de los festejos de Semana Santa en Cartagena hace público que, de los carteles expuestos en el Salón de Sesiones del Ayuntamiento cartagenero, se ha seleccionado, para anunciar las procesiones, una obra presentada por Antulio Abellán que presenta el rostro de Jesús Nazareno observando la procesión al paso de *San Juan* y la *Dolorosa*. Otro cartel de Antulio de 1944 contiene la imagen del rostro de Jesús envuelto en el humo que desprenden tres hachotes que emergen del escudo de Cartagena –Mustieles y Navarro firmarían ese año un cartel con semejante iconografía: el rostro de Cristo, en tono morado marrajo, observa el desfile y el escudo de Cartagena entre rosas y flores con dominante color rojo californio–. El pintor cartagenero Antulio Abellán realizará durante varios años sucesivos el cartel de la Semana Santa de la Ciudad Departamental, carteles siempre coloristas e impactantes que pasarán a tener en los *armaos* de los desfiles pasionales la idea motriz sobre la que se articula la composición: En 1945 dos *armaos*, que parecen materializarse desde el humo de las velas, flanquean al cofrade nazareno y anuncian con trompetas la Semana Santa. En 1946 es un soldado romano que porta las *fascas* y el escudo de Cartagena el que abre las procesiones –aunque el mismo año se editó a su vez un cartel de factura e iconografía más común y recurrente salido de los pinceles de Avilés; un nazareno capirote, portando cetro, envuelto en la atmósfera que proporciona el humo de un cirio–. El año 1951 volverá a ser un *armao*, ahora de la Cofradía Marraja, de Antulio Abellán el que anuncie la Semana Santa (Fig. 98) –al fondo procesiona la *Oración del Huerto* de los californios– con la trompeta que porta bajo las bóvedas de la iglesia de Santa María de Gracia, en esos años en reconstrucción. Es una de las primeras veces que el cartel procesional cartagenero incorpora elementos arquitectónicos, distintos al Ayuntamiento o al Arsenal, reconocibles de la ciudad. El cartel se reprodujo admirablemente en la litografía Ortega, señala *El Noticiero* el 28 de febrero, a partir del boceto premiado en el concurso de carteles. En 1952 Antulio convertirá los clavos de la cruz en trompetas anunciadoras sosteniendo los banderines de las cofradías y la corona de espinas; el cartel lo regala el pintor al Ayuntamiento, recibiendo los agradecimientos de la corporación. En todos sus carteles Antulio Abellán ha convertido su propuesta en certero heraldo de las fiestas.

La figura del *armao*, romano y judío, es consustancial a las procesiones cartageneras desde el siglo XVIII y desfilaban junto al titular de la Cofradía California, *El Prendimiento*. Después de la Guerra Civil el Tercio de Judíos Californios sería vestido por jóvenes vinculados al arsenal militar. En el Acta Constitucional de la Cofradía California, que data de 1747, ya se encuentra referencia documental a los *armaos* del *Prendimiento*. Son, por otra parte, figuras muy representativas en buen número de desfiles pasionales de los que se celebran en España: Ciudad Real, Tortosa, Crevillente, Sevilla... en Murcia destacan las agrupaciones de Cieza y Jumilla. Su figura ha posibilitado la existencia, en abundancia, de un subgénero de carteles con su efigie actuando de protagonista.

En Lorca será el lorquino Emiliano Rojo (1918-1965), discípulo de Cayuela y director artístico del Paso Azul, el encargado de realizar el cartel anunciador *Semana Santa de Lorca 1944* (Fig. 99) –diez años antes ya había prestado ilustración para componer cartel anunciador para promocionar los desfiles procesionales lorquinos–. Sobre un oscuro fondo rojizo, con túnicas bien definidas por un dibujo esmerado, nazarenos blancos y azules, el Pueblo Hebreo, y una cuadriga –en el centro de la imagen– que alude al Paso Azul y conduce Marco Antonio. Emiliano Rojo ha fijado la iconografía –alejada de carteles anteriores, incluso del que Muñoz Barberán realiza en 1943⁽⁷⁰⁾– y los aspectos formales que habrán de pervivir en los *afiches* anunciadores del peculiar y centenario espectáculo –¡con la referencia textual de *suntuosos desfiles bíblicos* se anunciaron ya las procesiones de la Capital del Guadalentín en el cartel de 1935! (ver Fig. 81)– que conforma la Semana Santa lorquina: el equilibrio entre los tonos blancos y azules del cromo; la representación de imágenes o nazarenos de los Pasos Blanco y Azul; el recurso en primer plano de cuadrigas o caballerías; la representación de personajes históricos de época bíblica; iconografía a la que posteriormente se añadiría el perfil de la ciudad, en lo alto la Torre Alfonsina; estandartes y escudos; y mantos y capas trazados con mimo para destacar el bordado lorquino, otro de los símbolos que definen la localidad.



(Fig. 98) Antulio Abellán. *Semana Santa*. Cartagena. 1951.



(Fig. 99) Emiliano Rojo. *Semana Santa*. Lorca. 1944.

(70) El cartel, realizado por un joven Muñoz Barberán –el pintor ha nacido en Lorca en mayo de 1921 y recibido de Francisco Cayuela sus primeras lecciones artísticas–, se ha concebido a partir de la figura central de un nazareno que porta luminoso cirio. Toda la imagen es de acusado contraste entre superficies y planos blancos y azules, creando en el *afiche* una sensación de positivo y negativo. Tiene el cartel algo de remembranza fotográfica, un regusto a los procedimientos aprendidos por Barberán bajo la tutela del pintor y fotógrafo Juan Navarro Morata. Aunque la ausencia visual del suntuoso desfile Bíblico-Pasional es manifiesta.

Cuando en enero de 1945 se publican las bases para realizar el cartel de la Semana Santa lorquina, con un premio de 500 pesetas, estas especificarán el número de tintas de impresión, cuatro, pero también dejan claro que las obras que opten al concurso –finalmente declarado desierto– deberán llevar uno o varios grupos alegóricos de escenas bíblicas que den exacta y artística idea del festejo. Se divulgaron distintas imágenes de la Semana Santa lorquina para los desfiles de 1945. Imágenes acogidas a los lemas: «Elias» de Emiliano Rojo, «Pasión» de Joaquín Ruiz y «Seda y Oro» de Barberán. Terna habitual en los ambientes artísticos lorquinos. En una de ellas, «Pasión», utilizada como portada de la revista extraordinaria publicada con motivo de los festejos, *Semana Santa de Lorca año 1945*, un nubio, tocado con adornos bordados sobre una capa azul, monta un caballo negro y ejecuta ejercicios de doma ante un grupo de nazarenos del Paso Blanco, al fondo la Torre Alfonsina. En la otra, «Elias», un cartel impreso en la litografía Mirabet de Valencia, *Semana Santa año 1945 Lorca*, aparecen, tras una cruz, escudos y estandartes que remiten a Roma, pues en uno de ellos destaca el acrónimo SPQR. La obra «Seda y Oro» de Barberán será utilizada como programa de mano.

La falta de premura en la ciudad de Murcia siguió siendo proverbial. A finales de enero de 1945 estaban a disposición pública, en la oficina de información Fomento del Turismo, ubicada ahora en la planta baja del Ayuntamiento capitalino, las bases del concurso para realizar los carteles anunciadores de Semana Santa y Fiestas de Primavera. Sin embargo, en el diario *Línea* aparece una columna el 16 de febrero titulada “¿Qué hay de fiestas?”: “...Cuando todavía no se hizo nada en Murcia sobre este asunto Málaga, Sevilla, otras poblaciones y la propia Cartagena invadieron media España de carteles anunciadores de sus respectivas fiestas, y esto lo registramos con pena y con tristeza... Tendremos que encargarnos, precipitadamente un cartel para distribuirlo a última hora...” Cuando dos días más tarde el alcalde, Sr. Virgili, que se encontraba ausente, regresa, no tiene más remedio que dar públicas explicaciones y puntualizar que se está redactando y perfilando el programa de festejos, que pronto se editará el cartel anunciador, que será distribuido por las capitales europeas (esto parece más un alarde justificativo y pretencioso) y en el que se destacará la Batalla de Flores y el Bando de la Huerta. Volvieron a imprimirse dos carteles para anunciar en Murcia, de forma conjunta, la *Semana Santa y Fiestas de Primavera*. En el de Díez la guapa muchacha arroja, a modo de confetis, papeillos y hojas impresas con los actos festeros; los capirotos nazarenos son apenas un motivo gráfico justificativo, y la fachada del Ayuntamiento y la torre catedralicia simbolizan la perfecta unión de las fiestas cívicas y religiosas que anuncia: Suntuosas procesiones; Bando de la Huerta; corridas de toros; Batalla de Flores; Entierro de la Sardina, que se mantendría despojado de cualquier atisbo de ¿inmoralidad?; Exposición de Arte; Fiesta Literaria, que se pretendía de gran interés, el mantenedor fue el escritor y crítico asturiano Fernando Cotarelo que llegó a Murcia acompañado de su hija; Fuegos Artificiales y Fiesta Deportiva. El otro cartel, de Carlos Valenciano (Fig. 100), realizado con primoroso dibujo, es un huertano que, como pregonero, anuncia los festejos a golpe de tambor.

Más interesante resulta la portada del programa de fiestas, que edita el Ayuntamiento capitalino, realizada por Antonio Laorden: el huertano, resuelto con trazos precisos y a pocas tintas, baila ante la torre de la Catedral, que se deja ver a su través como si se tratara de una sutil marca de agua. La imagen de Laorden da a entender, claramente, que el autor es buen conocedor de los secretos y las técnicas de artes gráficas.

En el transcurrir del decenio serán los carteles anunciadores de festejos locales, y de manera especial los que hagan referencia a la Semana Santa, los protagonistas en calles y esquinas de pueblos y ciudades de Murcia. El pintor unionense Asensio Sáez escribirá en las páginas de *La Verdad* el 27 de marzo de 1945: “Como una voz de alerta en la mañana, el primer cartel de la Semana Santa. Nuevo, limpio, rezumando frescura por sus bordes mojados, nos ha sorprendido en la vuelta de esta esquina convertida ya, por obra de su gracia, en heraldo prematuro, en grito, en llamada -campana acabada de fundir en una primavera anticipada-.

...Cartel de Semana Santa. Presagio del clavel que quiere romper el cáliz. Lirios de penitencia en los altares. Las orquestas y las bandas de música que acompañarán a los tronos se saben ya algunas marchas de memoria, y las agrupaciones pasionarias desempolvan con primor las túnicas nazarenas de sus procesiones. Pregón inicial de clarines



(Fig. 100) Carlos Valenciano. *Fiestas de Primavera*. Murcia. 1945.

y de rosas. ...Cartel de Semana Santa. Sonar de cera, rezo, canto, dolor y un poco de gozo. ...Sigamos mirando en la calle este cartel, estos carteles de Semana Santa. Donde marzo se mira como si las esquinas fueran espejos." Asensio Sáez nos habla de los carteles *pasionales*, del cartel como preludio de un acontecimiento público que se repite en el tiempo –“Vamos concretando que MARZO Y CARTEL se están haciendo sinónimos”– y también sugiere cómo la religiosidad ha ido impregnando la vida y los comportamientos de la sociedad española. Un *nacionalcatolicismo* que acabaría convirtiéndose en uno de los más firmes pilares del comportamiento social de la época.

Para la realización del cartel que en 1946 anuncia las *Solemnes Procesiones de Semana Santa y Grandiosas Fiestas de Primavera* de la capital, el Ayuntamiento volvió a convocar concurso a finales de enero, la prensa hace públicas las bases el día 24, se establece un premio de 2.000 pesetas y dos accésits de 500; el boceto se ejecutará para ser reproducido a cinco tintas y en un formato de 120x80 cm. Antonio Laorden vuelve a recurrir al tópico y a una estructura compositiva muchas veces usada para el cartel ganador: la huertana, en primer plano, baila la *jota* mientras hace sonar las castañuelas y al fondo desfila el *San Juan* de Salzillo (Fig. 101) ante la torre de la Catedral. El cartel se imprimió en la litografía Anel de Granada. Laorden realiza las ilustraciones del Programa Oficial que edita el Ayuntamiento para difundir los festejos; en la portada una reproducción del cartel a 19x10,5 cm y en la contraportada un bello jarrón de flores. Para la carpeta que imprime Sucesores de Nogués, como programa festero, Laorden cede ilustración, aquí la Torre surge entre claveles, rosas y naranjos. Estas ilustraciones indican la sólida formación como dibujante de Antonio Laorden Monserrat⁽⁷¹⁾.

Carlos Valenciano realiza otro de los carteles que anuncian, en un solo pliego, los desfiles de Semana Santa y los festejos primaverales. En él aparecen, firmemente asidos por el brazo, nazareno estante y huertano, que atravesando la calima de un sol justiciero –reflejado en un cartel de intensos rojos y anaranjados– se acercan a la ciudad; en la lejanía la presencia permanente de la torre de la Catedral.

Siguiendo la costumbre de editar programas festeros, por parte de comercios e instituciones particulares, “Publicidad Luna” publica en Murcia un programa folleto de Semana Santa y Fiestas de Abril que reproduce en portada un cartel de Torrentbó con la imagen de la Patrona de Murcia la Virgen de la Fuensanta. En Cartagena “Publicidad Martínez” edita folleto con portada de Antulio Abellán.

Cartagena, en su afán de adelantarse en todo lo que suponga publicitar con tiempo suficiente sus desfiles pasionales, crea en abril, desde la Comisión Municipal de Festejos, un premio de esculturas, pinturas y carteles (se presentaron pocas obras) para anunciar las procesiones del año venidero. Parece que por fin se haya atendido la demanda de dar difusión, con antelación, a unos desfiles que año tras año van adquiriendo belleza y protagonismo, en respuesta a tantas voces que clamaban por una propaganda adecuada para atraer turistas a nuestra tierra. Una demanda que *La Verdad Diario de Cartagena* había explicitado un año antes de forma precisa en un breve texto, “El Buen Paño”: “Las procesiones de Cartagena son cada año mejores y eso es muy cierto; pero esto lo sabemos nosotros y se enteran los que accidentalmente residen o pasan por la ciudad. Propaganda con carteles anunciadores, esos que gritan por todas partes, llaman la atención y el recuerdo de las gentes moviendo su voluntad a emprender el viaje para enterarse o confirmar lo que se dice, esa propaganda era nula aquí.” El título es irónicamente cierto, al señalar que hay que dar a conocer lo excelente y propio y no esconderlo, pues el conocido refrán *El buen paño en el arca se vende* nos dice del pasado y no de la moderna necesidad de recurrir a la publicidad, bien realizada, para difundir un producto o una festividad, especialmente si se pretende obtener de ella pingües beneficios económicos.

La primavera de 1946 habría de ser tristemente recordada por circunstancias ajenas a fiestas y procesiones. Las inundaciones, que desde tiempo inmemorial vienen sucediéndose en las vegas de los ríos murcianos golpearían la región los días 19, 20 y 21 de abril. La lluvia torrencial provocada por la temible *Gota Fría* elevó el caudal del Segura, desbordándolo en muchos puntos de su cauce anegando tierras y casas, dejando sentir sus efectos incluso en algunos barrios de la ciudad. Mil metros cúbicos por segundo alcanzaron los caudales instantáneos en la ciudad de Murcia en la *Riada de Viernes Santo*. El



(Fig. 101) Laorden. *Solemnes Procesiones de Semana Santa y Grandiosas Fiestas de Primavera*. Murcia. 1946.

(71) Antonio Laorden Monserrat es, en bastante medida, continuador de Garay. Desarrollará su oficio, de maestro litógrafo industrial, a partir de su formación en la Litografía Pagán, luego continuada en Belkrom, y, al igual que Garay, ilustrará publicaciones y revistas –para la Cámara de Comercio realiza las portadas de *Industria y Comercio*–, diseña marcas, logotipos, testers de fruta... obtiene premios y reconocimientos por sus carteles. Siempre atento a novedades, con gran dominio de la técnica y el dibujo, irá incorporando en sus trabajos las últimas tendencias gráficas que desde Estados Unidos se imponen en el medio publicitario. El cine y los personajes femeninos que aparecen en la gran pantalla constituirán la iconografía de la que se nutren los trabajos de Laorden para marcas como *Girl, Cheli, Clara, Erfolg*... Esto no significa que no se recurriese a ilustraciones más anodinas como la del folleto anunciador de la Feria de Septiembre de 1947: Manola, escena taurina y Santuario de la Fuensanta en la portada de la publicación.



(Fig. 102) Carlos Gómez Cano. *Semana Santa*. Murcia. 1948.

(72) Los carteles con los que se recibe a Franco en Murcia eran similares a los exhibidos durante sus visitas a otras ciudades y localidades; tenían la cara del Caudillo impresa, de forma rotunda y contrastada y solían llevar bien visible algún eslogan. Cuando Franco visita Asturias su rostro queda reforzado con la frase: “*Franco sí, comunismo no*”. Es importante tener en cuenta que las Potencias del Eje han sido derrotadas, Europa está abocada al enfrentamiento de dos bloques que se observan y miran con desconfianza, y el régimen se posicionó rápido junto a las Potencias Occidentales.

(73) El *Cristo de la Sangre* es una talla realizada por Nicolás de Bussy cuando el estrasburgués lleva doce años, aproximadamente, establecido en la ciudad de Murcia. La talla, encargada a principios del siglo XVIII, representa a Cristo clavado en el madero del que se han desprendido sus piernas; todas sus heridas derraman la sangre del Redentor que es recogida en la copa por un ángel. La imagen hace referencia a los textos sagrados y a la representación de Cristo como Lagar Místico del que brota el vino, la sangre, la vida.

(74) Carlos Gómez Cano, que ilustrará como otros artistas de la época grandes cartelones de cine, se dedicará profesionalmente desde finales de los años cincuenta a la realización de carrozas festivas que desfilarán por numerosas ciudades españolas: Murcia, Madrid, Cartagena, Toledo... El taller de carrozas de Carlos Gómez Cano fue durante muchos años ámbito de aprendizaje, lugar de encuentro de pintores y escultores; servirá de escuela a muchos artistas murcianos, entre ellos el escultor Pedro Pardo, yerno del carrocista; los hermanos Pepe y Alfonso Albacete; Ramón Garza... En 1986, un lustro antes de su fallecimiento, cuando el artista cuenta 67 años de edad, la Universidad de Murcia le dedicará la exposición “Arte sobre ruedas”, un sentido homenaje al carrocista y, también, un intento de reivindicar el oficio.

29 de abril Franco visita por vez primera la Región. *La Verdad* titula el día 30: “*El Caudillo ha traído a Murcia consuelo y porvenir*”; y añade: “*En la tarde de ayer le fue tributado un clamoroso recibimiento. Una aldea muy castigada de la huerta –Torre Alta de Molina– da por bien recibida la inundación, con tal de haber visto a Franco en tierra murciana*”. Guirnardas; arcos de honor; pancartas de salutación –en unas se lee “*Bendita sea la riada que nos trae a Franco*”; en otras “*Siempre Franco, Murcia confía en ti, Molina aclama a su caudillo*”–; gallardetes y carteles⁽⁷²⁾ se muestran como manifestación de fervor al Jefe del Estado, que promete remedio tajante a estos males seculares que azotan la provincia. Pero la vida sigue y con ella los necesarios festejos y una buena imagen que los difunda.

Formado en la Real Sociedad Económica de Amigos del País y más tarde en la Escuela de Artes y Oficios, Carlos Gómez Cano, que aún no cumple los treinta años –nace en Murcia en 1918– y colabora con su padre, Antonio Gómez Sandoval, en el taller de pintura decorativa que este posee en la calle Simón García, realizará los carteles de la Semana Santa y Fiestas de Primavera murciana en los años sucesivos de 1947 y 1948. En ambos años se editaron dos carteles que no anunciaron de forma conjunta los festejos pasionales y cívicos. Cuando el 17 de enero de 1947 el Ayuntamiento de Murcia convoca concurso de carteles, especifica idénticos premios al año anterior, 2.000 pesetas al ganador y dos accésits de 500; establece tamaños del *afiche*, 120x80 cm; las tintas, cinco más el blanco del papel; lemas y el plazo final de recepción de trabajos en el Negociado de Festejos. Se presentan ocho originales que son expuestos en los salones municipales. *Grandiosas Fiestas de Primavera, Murcia 1947* de Carlos Gómez resulta vencedor en el certamen, con una propuesta muy semejante a aquel cartel de Garay de 1932; el huertano y la huertana, a lomos de un pollino, se acercan a disfrutar de los festejos capitalinos representados ahora por el gran escudo de la ciudad, que aparece florido bajo la torre catedralicia, como si de una carroza se tratara. Para las *Solemnes Procesiones de Semana Santa* Carlos Gómez recurre a la imagen, en tonos grises y acerados, del *Cristo de la Caída*, otra talla de Salzilla que procesiona Viernes Santo con la Cofradía de Jesús; entre claveles rojos, que aportan la nota dramática a la escena, y un escolzo de la torre catedralicia, el rostro de Cristo.

Los dos carteles anunciadores de las *Solemnes Procesiones de Semana Santa* (Fig. 102) y las *Grandiosas Fiestas de Primavera* de 1948, realizados por Carlos Gómez, se resolverán a partir de conceptos más elaborados y novedosos. El cartel de Semana Santa nos presenta el *Cristo de la Sangre*⁽⁷³⁾, titular de la Archicofradía de la Preciosísima Sangre de Nuestro Señor Jesucristo, que procesiona Miércoles Santo; una talla de Nicolás de Bussy, a su paso junto a la *Capilla de los Vélez*; es una imagen de excelente traza y detallado dibujo, un Cristo pintado en tonos plomizos y anaranjados vierte su sangre en la copa que sostiene un angelote; al fondo la arquitectura de la capilla, fácilmente identificable por las cadenas que aparecen en el cartel, en dorados y rojos, hace de contrapunto y crea el efecto de una misteriosa iluminación nocturna. Para las fiestas primaverales utilizará como imagen la representación de una huertana, en primer plano y vuelta de espaldas, que contempla arder la sardina en lo alto del Puente Viejo.

Aunque el pintor aún realizará algunos ejemplares de cartelería, decorados y cartelones anunciadores de películas –con los rostros de Esther Williams en *Escuela de sirenas* o de Gregory Peck y Jane Wayman en *El despertar*–, desde los años cincuenta su trabajo se centrará, sobre todo, en la realización de carrozas para los desfiles festeros de toda España, obteniendo premios y reconocimientos⁽⁷⁴⁾.

Las quejas referentes a la edición de carteles y programas de fiestas en la ciudad de Murcia son constantes estos años. Sobre todo, en lo que atañe a la falta de premura con que se hacen públicas las bases de los concursos, al momento en que son editados y difundidos, y también a los contenidos de los actos que han de constituir el programa. En 1947 se hacía referencia a la falta de compromiso institucional para publicitar los festejos comparándolo con el esfuerzo de agrupaciones, cofradías y hermandades: “*Siempre nos quedamos a la zaga de todas las poblaciones en esto de la propaganda de los festejos... requerimos al ayuntamiento para que no deje pasar más fechas sin determinar esos festejos que se celebrarán...*”. En 1948 se seguía aludiendo a la comparación con Cartagena: “*Cartagena ya tiene su cartel*”, publica el *Diario Línea* el 5 de

febrero; pues a lo largo de enero ya han sido frecuentes las manifestaciones de queja por falta de protección a la Semana Santa murciana y a su difusión turística: “¿Y el cartel de fiestas?”, se pregunta *Línea* en “Ventana a la Ciudad” el 11 de enero, y es que en calles y plazas murcianas se veían carteles alusivos a los festejos de otras ciudades. Una idea del estado de la cuestión la aporta de nuevo *Línea* en la sección “Cómo sopla el viento” el 24 de enero: “...Y, en fin, la esperanza de que para el Domingo de Ramos se hayan fijado carteles y programas de nuestra Semana Santa, al objeto de que en las estaciones de Campos del Río y Torres de Cotillas pregonen las excelencias de las procesiones y festejos primaverales...”, una venenosa chanza. Incluso se echa de menos esos años que no existan carteles que animen a los veraneantes, en la proximidad de su retorno, a disfrutar de los festejos y las corridas septembrinas, ayudando a resurgir a una decaída feria de septiembre, que “salvo los toros, novenas en honor a la Patrona y algún concierto nocturno en la Glorieta no parece ofrecer más atractivos que un domingo cualquiera”; este comentario, aparecido en la *Hoja del Lunes* el 4 de septiembre de 1944, deja patente el poco interés en apoyar la feria septembrina de la capital y la ausencia de imagen propia, salvo la cartelera taurina. Aquí se renunciaría a potenciar mediante el uso de carteles el vínculo de la feria con la patrona de la ciudad, la Virgen de la Fuensanta, a diferencia de lo ocurrido en provincias limítrofes, valga el ejemplo de Albacete.

A pesar de la premura manifestada en Cartagena por contar con cartel anunciador para sus festejos pasionales de 1947 —el concurso se había convocado el año anterior— el jurado acabó declarando desierto el Primer Premio, otorgando a José Orenes García y a Vicente Mustieles Morales los dos accésits. El cartel, que se imprime en la litografía Anel de Granada, lo acabaría realizando Mustieles; el albo nazareno agita el incienso dejando entrever el desfile (Fig. 103).

A finales de 1947, el 3 de diciembre, *La Verdad* publica ya el cartel de la Semana Santa cartagenera de 1948. Un Cristo yacente de Mustieles, de aire barroco, casi tenebrista, reforzado todo por las luces que iluminan el rostro de Jesús, que combina tonos rojos y morados —*Californios* y *Marrajos*— ha ganado el concurso que convocó el Ayuntamiento muchos meses antes, en abril del cuarenta y siete.

En septiembre de 1948 se habían expuesto al público, en el Salón de Concejales del Ayuntamiento de Cartagena, los carteles que han optado a representar la semana cartagenera de pasión de 1949. Portela de la Llera, Lorenzo Ros, Fernández Rochera, Juan Huelgas y Joaquín Moncada otorgan el Primer Premio al presentado bajo el lema «Viernes Santo» de Vicente Mustieles, que recibe también los dos accésits por «Incienso» y «Jueves Santo». Todos los carteles editados son de aspecto muy cinematográfico. En uno de ellos *San Juan* desfila bajo la mirada de *La Dolorosa*; en primer plano la fila de capirotos en la que un nazareno se gira añadiendo un punto de movimiento a la escena. En otro, Cristo alza la mano y bendice el paso de la procesión. En el tercero es protagonista el Cristo del Prendimiento que parece asistir al paso procesional.

Estos carteles de Mustieles tienen una característica común, la atmósfera en tonos cálidos, densa y plomiza, que envuelve las figuras representadas; búsqueda de religiosidad y recogimiento que los hace parecer cargados de misticismo al presentarnos las procesiones en la noche cartagenera.

En Lorca se convocarían sucesivos concursos de carteles para sus desfiles pasionales a través de la Junta de Festejos y del Círculo Mercantil —aunque la imagen de los festejos de septiembre se encargue a Ortega, como ocurre en 1946—. En 1947 Ruiz Guzmán será el vencedor del concurso; el premio era de 1.000 pesetas y la técnica se especificaba a cuatro colores planos y a un tamaño de 60x90 cm; se imprimió el cartel a cuatro tintas con el rostro del *armao* en primer plano, y al fondo, junto a la cruz y la Torre Alfonsina, una cuádriga al galope; un cartel firmado con el texto: *Lorca solum gratum* (Fig. 104). Los carteles solían exponerse en los salones del Círculo, y aunque los concursos se convocaban con tiempo suficiente —hay que pensar que para el cartel de 1949 la exposición se inauguró el 21 de septiembre del cuarenta y ocho—, se declararon desiertos varios años al final de la década de los cuarenta. No resulta por tanto extraño que el 15 de enero de 1949 se sugiera desde el diario *Línea* que se volviese a repetir el concurso; concurso que no se repitió, aunque se editaron tres litografías que recogen la iconografía propia de la



(Fig. 103) Mustieles. *Semana Santa*. Cartagena. 1947.



(Fig. 104) Ruiz Guzmán. *Semana Santa*. Lorca. 1947.



(Fig. 105) Fuentes. *Semana Santa y Fiestas de Primavera*. Murcia. 1949.

cartelería pasional lorquina, en la que destaca la figura del *armao*; en una de ellas, que firma "glez" –¿González?–, el *armao* se ha transformado en un hoplita con escudo y lanza junto a dos nazarenos que representan los Pasos Blanco y Azul, al fondo desfila una talla de Cristo Yacente bajo una cruz y el perfil de la Torre Alfonsina; en otra, de 68x97 cm, impresa en la litografía Anel de Granada, el *armao* se ha convertido en la efigie del mismísimo Alejandro Magno, pensativo bajo idénticos símbolos de cruz y torre, un cartel que parece salido de la mano del pintor lorquino Muñoz Barberán; en la tercera el caballista llama a los desfiles junto a una cruz, la Sagrada Biblia y el escudo de Lorca.

En Murcia se editarían tres carteles, impresos en Ortega, para celebrar la Semana Santa y los festejos primaverales de 1949. El 15 de enero el Ayuntamiento hace pública la convocatoria del concurso de carteles para anunciar las *Grandiosas Fiestas de Primavera*, al que pueden acceder artistas de ámbito nacional, con procedimiento libre y a cinco tintas. Las dotaciones son generosas: 3.000 pesetas al Primer Premio y 750 a los dos accésits. El formato de impresión que aparece inicialmente en las bases, de 120x80 cm, sería rectificado el día 20 pasando a 100x70 cm –una medida más estandarizada– así como el texto que pasaría a indicar que de nuevo el cartel anunciará conjuntamente Semana Santa y Fiestas de Primavera. Se presentaron treinta obras que se expusieron en el Ayuntamiento. El 14 de febrero la *Hoja del Lunes* en la sección "La Semana que Empieza" hace un *Examen* de los carteles expuestos, tachando el certamen de anodino y flojo, rememorando viejos y gloriosos tiempos del cartel: "...Aquel grito mural que campeó valiente en el ingenio compositivo de los Penagos, Bartolozzis, Baldrich y otros virtuosos de la pintura cartelista, por ningún sitio aparece, aunque a línea seguida se convenga y hasta se elogie la multiplicidad de rutas y aspectos pictóricos que a la prueba se brindan.

¿Qué es asunto bien trillado y de difícil novedad...? Nadie lo niega y ello lo canta el hecho certísimo de que la Torre nos la sirvieron innumerables veces en contornos de oro viejo, en oblicua traza, en perfiles de albayalde o amarotadas tintas; que el escudo de Murcia, con sus siete coronas, ya se utilizaba como tapiz de clásicos repiqueos; que al río se le da curso hacia Poniente y de todo resulta que los novios de las tres mil leandras se ven y se desean para la originalidad del cartel anunciador.

En nuestro llorado *Círculo de Bellas Artes* y en los felices días de don Alejandro Séiquer, del ocurrente José María Sanz, del caballeroso Atiénzar, el aparecer de aquellos *Pierrots* difuminados y en acecho tras la cortina del intrigante Joaquín, de las *Colombinas mustias* del filósofo Perico Flores, de los exorcismos geométricos de Vicario...desataba tan pasional estado, que la salita castellana del simpático centro se convertía en el hemicycle del Congreso en plena intervención de Casares Quiroga...". El murciano Francisco Fuentes López resulta ganador con el lema «Tradición», Antonio Carbonell Artús obtiene un accésit por «Alegoría» y Antonio González Conte otro accésit por «Mi Tierra». Tanto el cartel de Carbonell como el de Conte resultan simples de composición, faltos de misterio, sin capacidad para mover a curiosidad y atraer la atención sobre las fiestas capitalinas. En el del primero el Cristo titular de la Cofradía del Rescate contempla el paso nocturno de los cofrades bajo sus túnicas y capirotos, de soslayo una luz cenital ilumina a una pareja de huertanos, entre rosas, resueltos con acartonado y apresurado dibujo. El de Conte nos presenta el baile de la *Jota* que dos huertanos ejecutan sobre el escudo de la ciudad –transmutado en colorista cenotafio–, al fondo una desproporcionada torre catedralicia que pretende integrarse en la cruz como símbolo de la pasión. El cartel ganador de Fuentes⁽⁷⁵⁾, con la imagen de una huertana que acude, o se aleja, con premura a los festejos, la ciudad al fondo, llevando a su hijo, vestido de nazareno estante, de la mano, se reproduce en el diario *Línea* el 17 de febrero; cuatro días más tarde la *Hoja del Lunes* escribe un humorístico chascarrillo, señalando no saber si la huertana corre, tirando de su niño, para huir de la *riá* (Fig. 105). Los carteles, sería habitual durante bastantes años, se editarían a diferentes tamaños y sirvieron de portada al programa de festejos.

Aún jugaría otro papel el *afiche* de Fuentes, al ser reproducido, como cartel oficial de los festejos murcianos, en la revista *CÉSAR*. Un grupo de jóvenes falangistas pertenecientes al SEU editaban la revista *CÉSAR*. En el número correspondiente a enero-febrero se reproduce, en la última página, el cartel oficial de Fuentes y junto a él otro oficioso realizado por Baldomero Ferrer, Baldo, en el que puede leerse *Semana Santa y Grandes Inundaciones*; las aguas de la inundación cubren casi por completo la torre de la Catedral

(75) Fuentes, que ha participado en 1949 en numerosas exposiciones, y colaboraba como ilustrador con *La Verdad* y *Línea*, utilizó similar motivo para la portada del folleto de festejos de abril de 1931 –año en el que realiza la imagen del programa festero de la Feria de Septiembre murciana–; el nazareno estante acude, llevando a su hijo de la mano, a ocupar su puesto en los desfiles de Semana Santa cruzando los senderos de la huerta, al fondo palmeras y la torre de la Catedral.

junto a la que desfilan embarcados, a golpe de remo, unos nazarenos; las páginas centrales están dedicadas al Quinto Jinete del Apocalipsis, orladas de textos en los que puede leerse: “*anteproyectos, proyectos, músicas celestiales, pitos y flautas, flautas y pitos, filfas, comisiones, planes técnicos, visitas, paparruchas...*” Toda una crítica a las promesas incumplidas que el Jefe del Estado había hecho en su visita de 1946. Hay que tener en cuenta que Murcia había sufrido consecutivas riadas en septiembre del cuarenta y siete; y en octubre de 1948, en el barrio cartagenero de Santa Lucía, estuvieron a punto de ahogarse unos niños por el desbordamiento de varias ramblas a causa de las lluvias otoñales. En Murcia, desde la visita de Franco del cuarenta y seis, se había despertado una gran expectativa en un tema tan sensible para los intereses regionales como era el control y la gestión de los caudales hídricos: El 3 de mayo de 1946 ya se autorizaba el estudio del proyecto de trasvase de caudales del río Pliego al pantano de Corcovado, desatando la euforia y aclamándose al *Caudillo*; sin embargo, en febrero del cuarenta y nueve bajo el titular “¡Murcia, la infortunada! ¡Orihuela, la mártir!” la prensa critica la situación expuesta de la vega del Segura y remata: “*Atención al río. ¡Sin guarda, en la noche de la eternidad...!*”. La consecuencia de la ácida sátira de CÉSAR fue fulminante, cerrándose la revista y siendo destituido el responsable de la censura y Delegado Provincial de Educación Popular. Es verdad que el régimen era sometido a cuestión por sus propios y díscolos cachorros en hojas volantes o en la prensa más oficialista representada por el diario *Línea*; Salvador Vallina en su columna “Lo que está pasando” lo refleja acertadamente: “...excluyeron toda posibilidad de falangismo de las listas de sus candidatos, y negaron puestos que no se habían solicitado nunca, a los candidatos de la camisa azul. De aquello nació nuestro cartel, humilde, sin lujo de tintas tipográficas, porque a Dios gracias no teníamos detrás ninguna organización capitalista soltándonos su dinero y sus consignas”. Pero sería inadecuado no señalar que en el discurso que Franco dirige a las Cortes, en la apertura del III Periodo Legislativo, en mayo de 1949, Murcia, su huerta, aparece expresamente citada al referirse a la política de riegos, obras hidráulicas y potenciación del consumo. Claramente puede inferirse, del discurso del Jefe del Estado, que la industria de la conserva y la producción hortofrutícola estaba llamada a jugar un importante papel en la economía regional y nacional (y en la publicidad, el diseño y el cartel regional, por tanto). Aunque tendrían que pasar años, hasta junio del sesenta y tres, para ver inaugurada la gran infraestructura reguladora de las aguas del Segura: el Pantano del Cenajo.

Al acabar los años cuarenta estaban ya fijadas las condiciones gráficas e iconográficas que desarrollará la cartelera pasional y festera en la región. Cartagena nos presentará en sus carteles la imagen de sus majestuosos desfiles, simbolizados en los nazarenos de las cofradías Marraja y California, y en la prestancia de los *armaos*, que marcan el aspecto de rigor miliciano de las procesiones tan certeramente relacionado con la propia condición militar de la Ciudad Portuaria.

Los carteles lorquinos atendieron, sobre todo, como ya se ha señalado, a la representación del espectáculo religioso e histórico que pretenden sus desfiles Bíblico-pasionales: carrozas, caballerías, bigas y cuádrigas, adornos y bordados, personajes de clara identificación histórica; todo ello rematado con el equilibrio visual en sus carteles de los Pasos Azul y Blanco, a través del color o los emblemas de los tronos titulares de sus cofradías.

La belleza de las tallas de Salzillo –y excepcionalmente las debidas a Bussi– serán el heraldo de las Semana Santa murciana. Para los festejos primaverales se utilizará profusamente el recurso a motivos huertanos o la posibilidad del contraste de color que brinda la magia del *entierro*, siempre bajo la advocación de la Catedral y su torre. Catedral y torre son reconocibles símbolos urbanos de primera referencia, por eso se recurre a ellos en el cartel satírico de las inundaciones.

Otras localidades murcianas anunciarán con carteles sus festejos cívicos o religiosos. En 1940, recién acabada la Guerra Civil, Caravaca imprime ya cartel anunciador de sus tradicionales fiestas de Moros y Cristianos, el autor es Carlos Ródenas de la Calzada; edición de carteles que tendrá continuidad a lo largo de las décadas siguientes –entre 1959 y 1965 los carteles suelen ser realizados por Pedro López Guerrero y Juan de Dios Morenilla sobre todo, y Andreu que firmó el de 1964–. Encierros en Abarán, procesiones en Cieza, Cehégín y Jumilla, se anunciarán con carteles. Un nazareno ante el escudo de la ciudad anunciará la Semana Santa ciezana en 1947 y una guapa manola en primer

plano, pintada por Mañas, presentaba la Semana Santa jumillana en 1949. Francisco Crespo Gutierrez será el autor de los anunciadores de la Semana Santa Jumillana en 1950 y 1951; cruz ante nazareno con hachote y ante cirios y claveles como protagonista absoluta del cartel. Otras poblaciones manifestarán frecuentes quejas por carecer de presupuesto para difundir con *afiches* o pasquines sus desfiles pasionales y sus festejos.

Son carteles que solo excepcionalmente superan los 100x70 cm, realizados a partir de bocetos ejecutados con la técnica del gouache, que rara vez se imprimirán en litografías de la provincia. Pagán realizará algunos de ellos, pero en general serán impresos en Valencia por Ortega y en Granada en las litografías Anel o José María Ventura Hita.

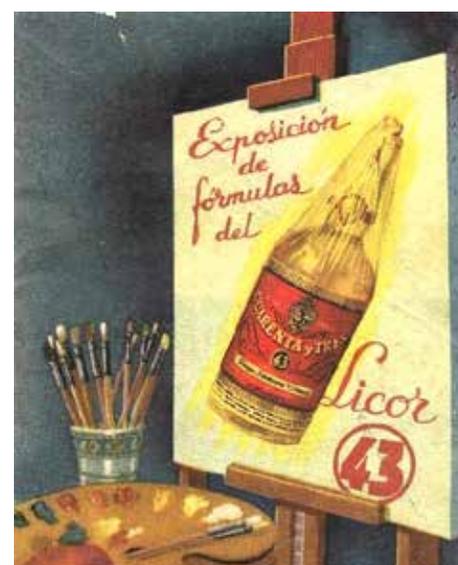
Los carteles festeros de los años cuarenta y principios de los cincuenta, con sus rimbombantes títulos y sus pretenciosos textos, sobre todo en la capital –grandiosas fiestas, solemnes procesiones...– no logran ocultar la situación política y económica de la década. Más evidente quizá, si atendemos al material impreso, en las celebraciones septembrinas de la ciudad de Murcia, que editó programas y folletos generalmente de catálogo, o con reproducciones de cuadros e ilustraciones salidas de las manos de Soler, Sánchez Picazo, Torrentbó, Márquez, Laorden, Garay o Conte. La propia edición de algunas tiradas sobre educación y sanidad, sobre determinados productos, sobre aspectos religiosos, sociales y políticos, nos dan idea de qué está pasando en esta España, en esta Murcia de posguerra, estigmatizada como *zona roja*, gris y asfixiante, marcada por el Auxilio Social, las cartillas de racionamiento, el hambre, el estraperlo y el paro. Los propios informes de Falange Española y de las J.O.N.S., realizados al acabar la guerra, ya la señalaban sumida en una fuerte crisis de hambruna y desocupación, desabastecida, con precios prohibitivos y desorbitados en productos de primera necesidad; una situación que solo se fue solventando al finalizar los años cuarenta. El *Nuevo Estado* legitimó pronto su poder, ensalzando la idea de victoria y de cruzada, desde una estructura coercitiva representada por el ejército, la iglesia y la Falange, a la que se unieron otros sectores y poderes locales ansiosos de acogerse a la protección del *régimen* independientemente de sus creencias o convicciones. La dictadura mitificó la figura de Franco y desplegó una amplia parafernalia paternal y propagandística que alcanzó todos los ámbitos del Estado, comportamientos sociales, planes económicos y acciones culturales; su incidencia fue especialmente significativa en la infancia y la juventud: escuelas, campamentos... Para escapar de la etiqueta *desafecto al régimen* era necesario contar con informes favorables de la iglesia, Falange y fuerzas de orden público. Una situación que evidentemente habría de pesar sobre el artista y su rol social en estos tiempos de autarquía y aislamiento. José Ballester había señalado en noviembre de 1940, en *La Verdad*, la necesidad de volver a un arte "*tradicional, popular y renovado*". Un arte al servicio de restaurar, decorar y ennoblecer lo devastado por la guerra, encaminado a satisfacer el gusto y el placer espiritual. Idea que expondrá, de forma programática, Enrique Lafuente Ferrari el 24 de diciembre de 1941 en un artículo publicado en *Línea* titulado "Un balance artístico del año", que no hace sino incidir en las directrices del *régimen*. Durante años en España se impuso una publicidad, una propaganda oficial, hábilmente encauzada y dirigida a promover en el individuo una educación temerosa en lo moral y conformista en lo social, tendente a involucrarlo en problemas relacionados con la necesidad de aumentar la producción y el consumo.

El artista, el arte... El cartel, sobre todo el de referencias y connotaciones religiosas –como era el de Semana Santa–, convertido ahora en expresión clara y evidente de cierto clientelismo, y por qué no señalarlo, de interesado patronazgo político. De ahí que, a lo largo del decenio, y aún mucho después, los concursos convocados en todo el territorio nacional están patrocinados y auspiciados por instituciones dependientes o inspiradoras del Estado. El diseño, la realización de carteles, es una salida profesional que permite acceder a una importante dotación económica y servir de escaparate al artista, siempre y cuando este pueda ser considerado como afecto al *régimen*.

Citemos, a continuación, algunos de los carteles, no circunscritos a Semana Santa o festejos locales, que habrían de ver los murcianos entre 1939 y 1950. Ya recién acabada la Guerra Civil, en 1939, la O.J.E. realiza en Murcia un concurso de carteles para difundir sus ideales en el que es laureado José Francisco Aguirre. Concursos del Ministerio de Trabajo, que propone carteles para prevenir accidentes laborales. De la Sección

Femenina, que realizaba campañas en toda España contra la mortalidad infantil –30.000 carteles, editó en 1945– y urgía a vacunar contra la difteria y evitar trastornos intestinales. Carteles para recibir en Murcia, en agosto del 42, a los retornados de la División Azul. Cruzadas Sanitarias contra el tracoma. Carteles para divulgar la Obra Sindical del Hogar. Profusión en locales públicos de cartelera para avisar de medidas higiénicas y morales. Concurso de carteles para difundir las campañas de repoblación forestal. Más de 1.300.000 ejemplares, entre folletos, carteles, programas y libros, editó el Frente de Juventudes para difundir las actividades de Falange en 1943. Carteles, que la Jefatura Agronómica envió a todos los alcaldes de la provincia, para evitar la plaga del escarabajo de la patata. Carteles anunciadores del Domingo Mundial de la Propagación de la Fe. Para luchar contra el cáncer, la Subdirección de Acción Social y Propaganda editó carteles con medidas de prevención y mensaje tranquilizador: *“El cáncer no es una enfermedad incurable”*. Carteles anunciadores de la Peregrinación Regional a Santa Lucía organizada por Acción Católica. En los centros públicos se pegaron *afiches* para difundir la exposición de vehículos accionados por electricidad que fabrica la industria nacional. Concursos de carteles anunciadores, a partir de 1945, de ferias de muestras repartidas por todo el territorio español. Concurso de carteles para divulgar el Protectorado de Marruecos en la XIII Feria Internacional de Muestras de Barcelona. Cuando se anuncia concurso de carteles para difundir la Obra Sindical de Artesanía, con objeto de resaltar la importancia de la artesanía española, se especifica que los bocetos deben llevar el emblema del yugo y las flechas. Carteles que anuncian valores patrios, personajes, centenarios señalados: en 1946 se editaron carteles –realizados por Morell– para conmemorar el “2º Centenario del Nacimiento de Goya” y en 1947 se anuncia concurso de *afiches* para celebrar el “IV Centenario del Nacimiento de Cervantes”. Concursos para publicitar el “Día del Seguro”, que otorga el 2º Premio, dotado con 3.000 pesetas, a una obra de Carlos Valenciano: *En la hora adversa el seguro te protege*, propone el texto, reforzado con la imagen de un reloj, que hace referencia a las distintas situaciones de un día cualquiera donde la protección del seguro es especialmente necesaria. Concursos de cartelera para anunciar Congresos de Medicina; Asambleas Nacionales de Hermandades de Labradores; bailes de trajes regionales en el Círculo de Bellas Artes de Madrid, menos comprometidos y sensuales que los tradicionales de carnaval. Concurso de carteles, convocado en 1948, por la Caja General de Ahorros del Sureste de España para celebrar el “XXIII aniversario del Día Universal del Ahorro” en el que Antonio Laorden Monserrat obtiene el Primer Premio, Carlos Gómez el Segundo galardón y Torrentbó de la Serna una mención. Concursos para determinar la imagen de las Ferias Nacionales del Libro. Carteles, de exóticas siluetas, de dramático contenido, para anunciar las Jornadas Misioneras del Domund.

Concursos para publicitar marcas y productos, sobre todo bebidas y licores. En 1948 Pedro Domecq patrocina un concurso de carteles para elegir el anunciador de su coñac. Un año después la casa cartagenera Diego Zamora Conesa, creadora del “Licor 43” –que ya anunciaba el producto con carteles de aire historicista, como el editado en 1948 bajo el lema *«Los grandes conquistadores»*–, propone concurso de carteles y dibujos para publicitar el combinado “Horchata al Licor 43”, el Primer Premio de la modalidad cartel tiene una dotación de 5.000 pesetas, 2.500 y 1.500 los segundos y terceros galardones; el 5 de abril de 1949 se da a conocer que Rey Padilla obtiene el galardón máximo, con la imagen de una guapa joven que, como si se tratara de un anuncio turístico, se protege del sol bajo un amplio sombrero y bebe el combinado junto al rotundo *¡Qué placer!*; es un cartel claramente influenciado por el realismo fotográfico americano –una estética que se fue extendiendo entre los publicistas españoles–, pues la muchacha adopta idéntica pose de una estrella de Hollywood en el anuncio de cualquier película americana del momento; Briones y Ferrer Sama –otras dos jóvenes promesas de la publicidad en España– obtendrán el Segundo y Tercer Premio respectivamente; la pionera agencia Lanza, cuyo director artístico es Arturo Mateu, dirige las campañas publicitarias de “Licor 43” (Fig. 106) –incluso llegó a editarse un catálogo con recetas para maridar con el licor– y del “Anisette verde Mastia”⁽⁷⁶⁾, campañas, de tono deportivo, etiquetadas ese año como *“lo mejor que hemos visto”* en el número 23 de *Arte Comercial*; para el “Licor 43” se establecía una comparación con maravillas de la arquitectura y el anisete se publicitó con ensoñadores versos y el eslogan *«Original de color y excepcional de sabor»*; una publicidad singular y atrevida para la época. Carteles sanitarios para prevenir el exceso de sol



(Fig. 106) Agencia Lanza. Publicidad *Licor 43*. Cartel y portada del catálogo de las recetas de la bebida. H. 1950.

(76) “Licor 43” no es la única marca murciana que ha puesto en manos de una agencia nacional su publicidad; el Balneario de Archena realizaba y difundía sus campañas nacionales bajo la dirección de la agencia madrileña Azor S.L. que dirigió Emeterio Melendreras fundador de *Arte Comercial*.

y sus consecuencias: insolaciones, congestiones, envejecimiento prematuro y arrugas. Carteles para conmemorar la fundación del SEU y captar afiliados. Anunciadores de campeonatos deportivos; Carlos Gómez realiza en 1949 el anunciador del campeonato de hockey, deporte que cuenta en Murcia con gran afición. Carteles en todas las parroquias de la provincia para anunciar actos y festividades religiosas. Carteles turísticos y, sobre todo, concursos de anunciadores de festejos cívicos y religiosos en ciudades y grandes poblaciones españolas llamando al posible turista, al posible visitante.

El cambio de la década supuso nuevas perspectivas en la situación económica y socio-política del país. La liberalización parcial de los precios puso fin al racionamiento de los alimentos en 1952, y dos años después se había superado la renta por habitante de 1935. La situación de *Guerra Fría* que dividió Europa en dos bloques, que se miraban con desconfianza y temor, facilitó que España pudiera acogerse a la tutela americana que aportó ayuda económica y militar desde 1951 –interesada ayuda, pues llevaba aparejada la instalación de bases americanas en suelo patrio–. En 1953 el *Pacto de Madrid* con EEUU y la firma del *Concordato* con la Santa Sede rompió definitivamente el aislamiento español, situación subrayada en 1955 al ser nuestro país admitido como miembro de pleno derecho en la ONU. El cambio de rumbo en la política económica del *régimen* a partir de 1957, con la incorporación de los tecnócratas del OPUS DEI al gobierno, y la puesta en marcha de los planes de estabilización –todo ello unido a una tímida apertura– en una Europa en constante crecimiento, los aportes añadidos del turismo y la emigración, posibilitarían el milagro económico operado desde finales de los años cincuenta. La publicidad, tan sensible a los vaivenes económicos y a los mutables gustos sociales, no sería ajena a estos cambios, sutiles unas veces, radicales otras. El papel a jugar por el cartel está ahora situado no en polémicas entre artistas sino en las páginas de revistas especializadas; no en la disyuntiva cartel pintura, sino en el papel del cartel dentro de un concepto más amplio, el de la publicidad comercial.

Arte Comercial, la revista que edita en Madrid Emeterio Melendreras entre 1946 y 1952, será el órgano donde mejor quedarían recogidos estos nuevos supuestos referidos al cartel. En el número uno, que ve la luz en abril de 1946, el crítico José Francés, en un artículo titulado “Arte y publicidad” escribe: “No hay artes mayores ni menores. No significa más un paisajista o un retratista famoso que un gran cartelista, o un gran decorador de interiores... La ciudad, las luces, sus escaparates... Noble función de la belleza asequible a todas las miradas y aleccionadora de los espíritus innumerables. ... Desde el dibujante a sueldo de una agencia, hasta el Ministro de Propaganda, ¡Qué enorme, amplio y plural ejército creador, constructor de la prosperidad nacional, con sus armas pacíficas del lápiz, los pinceles, el altavoz y el cince!” Extraordinario alegato que pretende señalar el papel del arte y el artista, de la publicidad, el nuevo rol del cartel –elemento propagandístico y publicitario– al servicio de la causa nacional, pero que no deja de recordar cuál es el lugar que corresponde al político, al ideólogo del *régimen*. Cuando desde las páginas de la revista se pregunta a seis relevantes autores de carteles: Sánchez Camargo, Boni, Aguado, Pampa, Manolo Prieto y Mairata, por la opinión que les merece el cartel español, si refleja bien las posibilidades artísticas del momento, o si consideran óptimos los resultados finales obtenidos desde las imprentas; todos los preguntados responden de forma unánime que los carteles vistos en las paredes son en general flojos o de baja calidad, con exceso de carteles oficiales que solo recogen una faceta del cartel español, que falta educación artística y publicitaria por parte del cliente, manifiestan la escasa unión de los dibujantes y el retraimiento de los artistas de prestigio en participar en concursos y convocatorias; sin embargo se defiende a los litógrafos, aunque se les pide más formación en las técnicas de impresión. Enrique Azcoaga formulará la idea del *nuevo cartel* en el artículo “Ya no valen los carteles modernos”⁽⁷⁷⁾: “... Ya no valen los carteles modernos, porque gritar hoy día es muy poco. Un cartel actual no puede contentarse con detenernos, sino con persuadirnos a base de un encanto colosal. La palabra es excesiva; pero, así como el cartel antiguo nos aburría y el moderno nos asustaba, estamos en una época dentro de la que los carteles deben enamorarnos, como nos enamora el misterioso *charme* de las mujeres”. La idea es clara, el cartel es ahora un producto que debe resultar seductor, memorable, capaz de establecer un perdurable diálogo con el receptor.

(77) El texto de Azcoaga, publicado en el número 26 de *Arte Comercial*, en 1949, supone una nueva mirada sobre el cartel y, también, sobre los objetivos a cubrir por la publicidad.

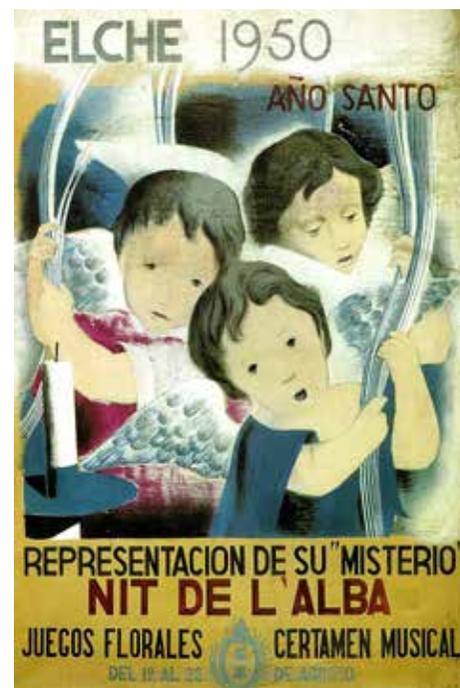
En 1951 el Centro de Instrucción Comercial de Madrid, en colaboración con *Arte Comercial* y la Asociación de Dibujantes Españoles, organiza una gran exposición que propone la visión conjunta de los 100 mejores carteles de la década 1940-1950. Una muestra que se pretende sin parentesco con la cartelería anterior a la Guerra Civil; una ventana abierta a las nuevas posibilidades del cartel y, a la vez, una revisión de los logros del procedimiento en los últimos años. Se han seleccionado carteles de Morell, Eduardo Vicente, Manolo Prieto, Palacios, Balbuena, Mairata, incluso de Lozano y Garay... una lista interminable. Entre los seleccionados se expone un cartel de Vicente Viudes, realizado en 1944, para anunciar la obra teatral *Dulcinea*; es un hermoso cartel, la figura femenina aparece solitaria en un desolado decorado, un paisaje surrealista⁽⁷⁸⁾ que parece brotar del título, compuesto con una tipografía estrechada de pronunciados remates de la familia de las Bodoni o las Times; el cartel nos dice de ese gusto por las formas surrealistas y orgánicas –flores, elementos vegetales, frutos sensuales...– que será una constante en la obra pictórica de Viudes, y también de su vinculación con el mundo del teatro. Vicente Viudes, nacido en 1916, comenzaría su formación en El Escorial, en el Real Colegio de Alfonso XII, donde se inició en la pintura decorativa de la mano del pintor Gabriel Palencia, luego continuada desde su proximidad al grupo de Joaquín; en 1940 realizará su primer trabajo para el mundo del teatro realizando la escenografía de *La Princesa Blancanieves*, que estrena el Grupo de Organizaciones Juveniles el 31 de enero en el Romea; pronto se estableció en Madrid, donde trabajaría como escenógrafo y figurinista a las órdenes de José Tamayo, Cayetano Luca de Tena y Luis Escobar en el María Guerrero y El Español; interesado en las artes decorativas, frescos, murales, decoraciones de stand y pabellones para ferias y eventos, publicó en 1950 un *Manual de la decoración*; en 1953 participa en la Feria del Vino Español en Dublín, decorando stand y realizando carteles. En 1962 realiza el cartel conmemorativo del centenario del Teatro Romea. Irónico y elegante, algunas de las composiciones pictóricas de Viudes son un homenaje al italiano Arcimboldo, incluso algunos de sus carteles y póster fueron diseñados con esos personajes contruidos con frutas tropicales y exuberantes naturalezas –probablemente una rememoración de los días pasados en Haití y Santo Domingo– trasmutadas en partes del cuerpo humano; un buen ejemplo es el cartel *Plantation Kitchen*, utilizado en los años sesenta como imagen por el Hotel Stardust. Cuando fallece en 1984 su actividad está plenamente centrada en la pintura. Es interesante señalar que la trayectoria artística de Viudes, sus incursiones en tantos y tan variados géneros, procedimientos y modalidades del arte, sería seguida con desigual fortuna por un buen número de pintores regionales.

En 1950 el diseñador de carteles, el publicista, ha asumido definitivamente las ideas formuladas con tanta anticipación por Prat Gaballí en *Publicidad Racional*: “Años atrás los artistas publicitarios creían que el cartel había de consistir en una mancha de color. Es decir, en un contraste vigoroso, un grito en el muro sin importar el asunto. Esta concepción era una visión fragmentaria de la función del cartel. ...Una idea gráfica que no tenga nada que ver con el artículo o servicio que se anuncia, con su valor fundamental de forma o calidad, con sus usos o con el placer o comodidades que procura, podrá llamar la atención por su belleza, sus contrastes o su originalidad, pero no provocará la asociación de ideas necesarias para que la atención y el recuerdo influyan sobre la sensibilidad y la razón, determinando reacciones del espíritu que conduzcan a los objetivos o convencimiento de venta que nos proponemos”. Un buen cartel ya no es un grito en la pared, con él se pretende no tanto llamar la atención como provocar una asociación de ideas, recuerdos y sensaciones, convirtiéndolo en un documento gráfico con una imagen, un color y un texto apelativo, y una idea subyacente también apelativa.

El cartel no solo se ha independizado de la pintura y ha asumido como propias otras técnicas –en especial la fotografía–, es ahora una pieza más en el complejo engranaje en que ha devenido el medio publicitario.

Ciertamente las noticias en Murcia referidas al cartel siguieron girando alrededor de concursos y convocatorias oficiales.

El 21 de octubre de 1950 *La Verdad* reproduce el cartel ganador de la *Nit de L’Alba* (Fig. 107). Eloy Moreno –ya señalado como otro de los discípulos de Joaquín– ha obtenido el galardón. Es un cartel sobrio, en tonos azulados, que representa el *Misterio* ilicitano con tres angelotes barrocos portadores de palmas. Eloy Moreno Murviedro reparte sus



(Fig. 107) Eloy Moreno. *Nit de L’Alba*. Elche. 1950.

(78) Las obras surrealistas de influencia daliniana son frecuentes estos años. La portada nº 4 de *Azarbe*, realizada por José Francisco Aguirre, recurre a parecido y efectista paisaje, extraño y abandonado, que deja ver la influencia del tema en ilustraciones y bocetos para decorados y escenografías teatrales. José Caballero realizará en 1949 un cartel anunciador para la casa “Gal” de aspecto daliniano y parecida y surreal estética.

quehaceres –en palabras de Antonio Oliver– entre Murcia, Elche y su estudio de Madrid de la calle Infantas; proyecta carrozas, realiza escenografías y decoraciones teatrales, pinta retratos y carteles⁽⁷⁹⁾.

Carteles en 1950 para anunciar el XIII Congreso Internacional de Oleicultura a celebrar en Sevilla. Concursos de carteles murales para difundir las fiestas de Valladolid en septiembre y las del Pilar de Zaragoza en octubre. Carteles en iglesias y comercios para hacer visible en toda España la campaña pro-seminario y las rutas misioneras organizadas por los jóvenes de Acción Católica. Con carteles se llamó, desde todas las esquinas, en 1951, a la caridad de los fieles para el Domund; en 1954 se editaron con el mismo motivo 14.000 *afiches*; y 12.000 carteles y 200.000 octavillas en 1956. Concursos de carteles para difundir la Obra Sindical del 18 de Julio. Certámenes para elegir *afiches* anunciadores de las ferias de Jerez y de Nuestra Señora de la Salud en Córdoba. Como la suciedad en paredes y fachadas siguió siendo proverbial el Ayuntamiento de Murcia adjudicaría la contrata de fijación de carteles a Publicidad Luna, por un monto previsto de 30.000 pesetas; la adjudicataria en exclusiva de fijación de carteles litográficos, reparto de publicidad de mano y colocación de anuncios, publicaría una nota, el 29 de diciembre de 1951, indicando a sus fijadores de carteles las normas que deben seguir para colocarlos en la vía pública; no parece que la solución fuera definitiva pues las habituales quejas seguirían, como lo venían haciendo, a lo largo de los años. En 1956 la alcaldía de Murcia haría público un edicto sobre arbitrios y contribuciones para gravar cartelera, rótulos y anuncios sobre la vía pública. Una nueva tipología de carteles contribuye a empapelar las paredes de pueblos y ciudades murcianas, los anunciadores de lucha libre; son carteles tipográficos que incluyen, en ocasiones especiales, la efigie o el cuerpo a cuerpo de algún combatiente de renombre; como ejemplo señalar el cartel anunciador de la extraordinaria velada de boxeo que tuvo lugar en la plaza de toros de Cartagena el 9 de marzo de 1952, realizado por Antulio.

En 1952 Murcia se incorpora al circuito nacional de las grandes ferias de muestras, un evento que mudará denominación y emplazamiento a lo largo de sus sucesivas celebraciones, y que hará posible la participación en sus ediciones –casi una veintena– de los artistas de la región. Cuatrocientos carteles se presentan al concurso nacional para elección del *afiche* de la *Feria Internacional del Campo 1953*; solo siete se presentarán como posibles anunciantes del *XXIX Día Universal del Ahorro* que organiza la CASE, eso a pesar de ser un premio con dotación nada desdeñable de 8.000 pesetas; declarado desierto el Primer Premio un joven veinteañero, Tomás Egea Azcona⁽⁸⁰⁾ –domiciliado en la calle Pascual Abellán 26, del Barrio del Carmen–, obtiene el segundo galardón dotado con 2.000 pesetas con el lema «Egea». José Antonio Lozano, amigo, discípulo y yerno de Garay, será el triunfador en el concurso de anunciadores de la *Gran Feria y Fiestas de Albacete 1953*, galardón que obtendrá en años sucesivos; creando ese año de 1953 el magnífico cartel *Madrid, Feria Internacional del Campo*.

En San Sebastián vieron impresos, en septiembre de 1953, los carteles anunciadores del primer Festival Internacional de Cine. El turismo está configurándose como motor principal de la economía, y el Festival de Cine de San Sebastián contribuiría a dar visibilidad al país y aparentar una cierta modernidad europea. El Ministerio de Información y Turismo, creado por decreto ley en julio de 1951 y cuyo titular era Gabriel Arias-Salgado, propondrá ese año de 1953 un certamen, entre artistas españoles e iberoamericanos, para escoger cartel que difunda la imagen patria bajo el lema «*España país turístico*»; no se comunica en prensa el jurado, pero sí los más que importantes premios de 15.000, 10.000 y 5.000 pesetas. La “Editorial” del diario *Línea*, de 4 de septiembre de 1953, lo deja muy claro: “*Como hecho económico, el turismo ha adquirido extraordinaria importancia en los tiempos modernos. Muchos países lo distinguen con preferente atención, y el nuestro no es de los que se quedaron a la zaga. ...Es necesaria, no obstante, la propaganda. ...Los objetivos de interés turístico en España son muchos, y desde luego superiores a los de Italia o Suiza, ya que nuestra nación tiene todo cuanto pueda ofrecer al visitante cualquier otro país. Podemos exhibir orgullosamente valiosísimos tesoros arqueológicos, ciudades de carácter histórico y de interés artístico, bellezas naturales, tipismo, ciudades modernas, arquitectura y escultura religiosa, folklore, artesanía, lugares de reposo y de altura, balnearios termales, parques nacionales para la pesca, clubs náuticos y fiestas como la Semana Santa en Sevilla, Murcia y Málaga, las «fallas» de Valencia y las*

(79) Eloy Moreno nace en 1916. Inició su formación con José Planes y luego la continuó con Joaquín. Tras la Guerra Civil, en 1940, se instala en Madrid con una beca de la Diputación. Colaborará con sus primos Antonio y José Moreno Cascales en la realización de carrozas para la Batalla de Flores murciana. Con Paco Toledo, su primo José y Rafael Márquez marchará a Sudamérica, pasando largo tiempo en Santo Domingo. Su formación, más allá de haber sido discípulo de Joaquín, es sobre todo autodidacta. Fallece en Gandia en 1996.

(80) Nacido en Madrid en 1933, hijo de murcianos, regresará a la Ciudad del Segura, desde su Carabanchel natal, siendo aún un niño, para eludir las dificultades de un Madrid en plena Guerra Civil. En los años cincuenta, acabados sus estudios de bachillerato decide, movido por su afición al dibujo y los tebeos, cursar estudios de Bellas Artes ingresando en la Escuela Superior de Bellas Artes de San Fernando.

Fiestas del Pilar en Zaragoza...”. Los carteles turísticos de los años cincuenta resultaron modernos, atrevidos e impactantes, memorables; sobre todo los diseñados por Villemot para la Dirección General de Turismo, más próximos a los concebidos por Guy Georget que al tono ramplón y folklórico usado por Teodoro Delgado o por José Morell Macías en los cuarenta; y, desde luego, eran carteles muy alejados de aquellos *afiches* editados por el Patronato Nacional del Turismo en 1929, con fotos de Andrada, que recogían escenas con tipos populares, y donde apareció por primera vez un eslogan que perduraría en el tiempo: «*España es diferente*». En diez años, los que median entre 1946 y 1956, se pasaría de 83.568 visitantes a 2.000.000, todo un reto y una bocanada de aire fresco cruzando permanente los Pirineos y las anquilosadas estructuras del Estado. España comenzó a estar de moda para el turismo internacional, entrando de lleno en las rutas turísticas con profusión de carteles y anuncios referidos, sobre todo, a sus fiestas, paisajes y monumentos, incluso obtuvo en 1955 el Primer Premio en el Salón Internacional del Cartel Turístico frente a los 31 países participantes. Pedro Domecq S.A. volverá en 1954 a convocar concurso anunciador de su coñac “Fundador”, esta vez en colaboración con la Asociación de Dibujantes Españoles, con premios de 12.000, 8.000 y 5.000 pesetas; José Bort resulta ganador con el lema «*Iglú*»; Manolo Prieto diseñará dos años después para la agencia Azor, por encargo del Grupo Osborne, un icono nacional, la valla publicitaria –hoy patrimonio nacional– del *Toro Osborne*; una valla que cumple con los requisitos y cometidos de todo buen diseño que se precie: Eficacia, claridad, sentido y significado, belleza, impacto y pervivencia sensorial. Y, como se trata de aparentar modernidad, se recurre al cartel en situaciones dispares: Se editan carteles para difundir las reglas de tráfico llamando a la prudencia a transeúntes y conductores; carteles para elecciones sindicales; para prevenir los accidentes de trabajo editados por el INP; anunciadores de la I Vuelta Ciclista a Murcia, Gran Premio Jefe Provincial, organizada por el Departamento de Deportes de la Guardia de Franco. El Ministerio de Educación Nacional se propone luchar contra el analfabetismo y, siguiendo las directrices marcadas por el BOE el 12 de junio de 1955, convoca concurso de carteles con dos objetivos: estimular la cooperación social en actividades dirigidas a extirpar el analfabetismo y despertar en el analfabeto propósito de salir de su ignorancia. Concursos de carteles en 1956 anunciadores de las Exposiciones Nacionales de Bellas Artes. Concurso de carteles, como es habitual, para elegir el anunciador de la *Feria de Muestras de Zaragoza 1957*. El 10 de marzo de 1956 *La Verdad* reproduce el cartel ganador de la *III Feria Internacional del Campo*, es una imagen plenamente abstracta, que deja bien patente que estamos en un tiempo nuevo en lo que al arte y al cartel se refiere. En 1956 el Patronato de Información y Educación Popular crea otro pilar del turismo, los “*Festivales de España*”; para anunciarlos por todo el territorio nacional se convoca concurso de carteles con una dotación para el Primer Premio de 15.000 pesetas y se sugieren los motivos que deben quedar reflejados en el impreso: música, teatro y danza; el contenido y la imagen de los festivales –mezcla de iconos populares, juguetes de madera, sol, cerámica tradicional... y un tratamiento a la vez sencillo y atrevido, colorista y rompedor– tendrá repercusión e influencia en las propuestas culturales y en la cartelería española y murciana de los años siguientes.

Lejos de este panorama, que el público murciano conoce gracias a la prensa y a los cromos que inundan fachadas y escaparates de comercios, y los artistas a través de revistas especializadas o desde su relación con colegas e imprentas, aquí la tónica general es de apatía; pues el acceso de nuestros artistas al diseño de carteles está anclado en la tradición vinculada a los festejos y la Semana Santa. Solamente la Feria de Muestras de la Conserva, que se celebraba en la capital de la región, servirá de aporte y savia nueva en el diseño de la cartelería desde los años cincuenta.

Los carteles *Semana Santa de Cartagena 1950* estaban seleccionados ya a finales de noviembre del cuarenta y nueve. El día 29 se había acabado el plazo de recepción y un jurado formado por: Juan Julián Oliva, Francisco Portela, Vicente Ros, Juan Huelgas, José Matrán, Lorenzo Ros y José Moncada, otorgaron el Primer Premio de 2.000 pesetas a «*Luz*» del toledano Antonio Moragón; los accésits, dotados con 500 pesetas, los obtuvieron los cartageneros Jorge Sánchez Creus y Antulio Abellán por «*Descendimiento*» y «*Cinco Años Después*» respectivamente. El cartel de Moragón, Primer Premio



(Fig. 108) Jorge Sánchez Creus. *Semana Santa*. Cartagena. 1950.



(Fig. 109) Luis Garay. *Semana Santa y Fiestas de Primavera*. Murcia. 1951.

(81) *La Verdad* reproduce el cartel el 9 de marzo de 1950.

(82) Las diferencias en los resultados finales de la impresión tienen su razón en la realización, necesaria, de máscaras para cada color y en la destreza, para realizarlas, de los operarios de las imprentas encargadas de la impresión a partir de los bocetos que los artistas entregan como artes finales.

del concurso, representa una fila de nazarenos en la que uno de los cofrades, en primer plano, porta cetro de mayordomo. El cartel premiado en segundo lugar, que firma Jorge Sánchez, resulta más interesante y hace clara referencia al lema; es un detalle del *Descendimiento* de Capuz –imaginero Valenciano nacido en 1884, fallecido en Madrid en 1964, que aportó a la imaginería valor de modernidad y contemporaneidad–, realizado a partir de rotundos volúmenes y contrastados rojos y azules que le confieren aspecto entre surreal e hiperrealista que hoy señalaríamos moderno y atrevido (Fig. 108).

Lorca, que se había propuesto en noviembre de 1949 incluir, en los presupuestos del año próximo, una partida económica para el concurso de carteles de Semana Santa a convocar en enero como más tarde, hace público el concurso el 10 de febrero, con premios de 1.000, 500 pesetas y Mención Honorífica; los bocetos se expondrán en el Ayuntamiento entre el 26 y el 29, y tendrán un formato de 60x40 cm a cuatro colores. Muñoz Barberán, ya galardonado en anteriores ocasiones, obtiene el Primer Premio por «Tréboles»; Ruiz Guzmán, vencedor en el concurso convocado en 1947, se alza con el Segundo Premio por «Iluminación»; el accésit lo recibe Lluch por «Pasión», que servirá de portada al programa de mano. El cartel de Barberán nos presenta un personaje romano a caballo, bajo columna jónica, que contempla una cruz rodeada por una corona de espinas; es una trasposición de aquella leyenda cristiana que presenta al emperador Constantino ganando la batalla de Puente Milvio, frente a su rival Majencio, bajo la advocación del signo de la cruz, que se aparece al emperador con las palabras “in hoc signo vinces” –“con este signo vencerás”–, o también del Crismón, incorporado a los estandartes de los emperadores romanos. A modo de guiño al lema del trabajo presentado, Barberán⁽⁸¹⁾ coloca sobre el escudo de Lorca dos graciosos tréboles cruzados.

El 13 de enero estaban expuestos, en la Real Sociedad Económica de Amigos del País, los 21 carteles presentados al certamen para elegir los anunciadores de la Semana Santa murciana y las Fiestas de Primavera de 1950. Las fotos publicadas de la exposición, en *Línea* y la *Hoja del Lunes*, nos permiten rastrear en los presentados, vulgares y con una imagen de repetitiva iconografía. La Comisión de Fiestas declara desierto el concurso al considerar que no alcanzan la originalidad ni la calidad suficiente, ello a pesar de que el premio cuenta con una dotación de 5.000 pesetas, equiparable, si no superior, a la de otros concursos que salpican la geografía nacional. La *Hoja del Lunes* escribirá “pocos carteles y menos artistas”. Es curiosa la referencia a la poca afluencia de participantes y la escasa calidad de los originales presentados, pues el concurso se había publicitado en el número 20 de *Arte Comercial* a finales del año anterior, la revista, en la que colaboraban los más prestigiosos creadores gráficos del momento, tenía amplia difusión y estaba especializada en los sectores vinculados a la publicidad, el cartelismo y la ilustración. Tras el fracasado concurso el Ayuntamiento capitalino encargó a Laorden y a Garay sendos carteles anunciadores que habrían de recoger de forma conjunta fiestas religiosas y profanas. Antonio Laorden planteó una huertana, casi inmaterial, en un intento de reflejar el espíritu y el alma de la mujer murciana, que arroja pétalos de flores, desde un canasto tejido con el escudo de la ciudad, sobre la torre de la Catedral convertida en hito en el trazado urbano hendido por el río Segura. En el cartel de Garay dos personajes portan estandartes anunciadores de los festejos; el huertano alza una antorcha como símbolo de la quema de la sardina y una manta, que simboliza el Bando, con el escudo de la ciudad; el nazareno, con el morado de Viernes Santo, alza un estandarte con la cruz. Los carteles, cosa habitual, fueron reproducidos como portadas del programa oficial de festejos, y se imprimieron en las litografías Anel de Granada y Pagán de Murcia en diferentes formatos, algunos de gran tamaño para la época –el de Garay se editó a unas dimensiones de 158x85 cm– y con ligeras variaciones en el resultado final de cada impresión⁽⁸²⁾.

Al amparo de los festejos se editaron varias publicaciones. Enrique Ruiz, Enrique Mora y Jaime Campmany sacaron a la luz *Murcia en Primavera*, reproduciendo en portada un cartel en tricromía de Victorio Nicolás. “Publicidad Alba” editó un álbum de las fiestas que recogía, igual que el anteriormente citado, colaboraciones literarias y fotografados con el cartel de Garay haciendo de plana introductoria.

La prensa propuso que en lo sucesivo se volvieran a editar carteles distintos para anunciar los festejos cívicos y los religiosos. Una propuesta que no tendría inmediato eco, pues el 18 de enero de 1951 el diario *Línea* informa que la Comisión Permanente de Fiestas ha aceptado un proyecto del *laureado artista murciano* Luis Garay (Fig. 109), que

reúne en un solo cromó ambos festejos y puede ser editado con suficiente y ventajosa premura para atraer turistas a la ciudad. Es un cartel colorista que imprime, a un tamaño de 150x100 cm, la casa litográfica de José María Ventura Hita en Granada. Sobre un fondo amarillo una *manola*, de estilizada figura y elegante vestido negro, alza el cáliz, encerrado en una corona de espinas, del que brotan rosas y margaritas que se vierten sobre *hachoneros* y figurantes que participan en el desfile del Entierro de la Sardina. La *Hoja del Lunes* lo reproduce el 5 de marzo y al pie escribe: “Este cartel, mandado hacer de encargo, es el que este año anuncia al mundo nuestras Fiestas de Primavera. –Y apostilla en velada crítica– *Sin comentarios*”. De nada sirvió tanta premura pues a 9 de marzo los carteles no estaban en la calle, ocasionando las consabidas quejas porque en fachadas y paredes podían verse los carteles de Cuenca, Valladolid o Zamora, pero no los de Murcia: “...Otra vez será”. Línea en la sección “Espita del ingenio” publica, el mismo día 9: “Nuestro compañero Campillo se lamenta de que el cartel anunciador de las fiestas de Murcia no se veía en Madrid por ninguna parte. Déjalo hombre ...Así, sin verlo, es posible que alguien venga.” Es curioso que no gustara el cartel de Garay, pues, aunque recurre a elementos iconográficos ya utilizados, incluso por él mismo, los ha utilizado de manera novedosa, fresca, con un punto irónico y atrevido.

Menos prisa se tomó el Ayuntamiento de Murcia, el año siguiente, en preparar la imagen que difundiera sus fiestas más señeras; incluso se había sugerido por parte de un miembro de la Comisión de Festejos, reunida el 13 de febrero, que se volviera a imprimir el cartel de Alcaraz de los festejos de 1927, para evitar los inconvenientes de encontrar cartel apropiado. En marzo de 1952 aun no estaban editados carteles anunciadores, ni siquiera se había convocado concurso para elegirlos. La Alcaldía publica en la prensa, el día 2 de marzo, una nota informativa, de “Interés para los artistas”, convocándolos a que en el plazo de cuatro días presenten a la Comisión de Festejos bocetos para difundir por separado la Semana Santa y las Fiestas de Primavera. Una comisión o jurado, sin indicar nombres, designará al ganador; tampoco se aclara la cuantía del extraño concurso. Carlos Valcárcel, en la *Hoja del Lunes* del 17 de marzo, escribe suspicaz: “...Por otro lado, un cartel anunciador es algo así como un imán que tiene por objeto atraer forasteros, atraer público, y por desgracia desde hace unos años nuestros carteles de fiestas en lugar de imanes parecían polos repelentes. Quiera Dios que el hipotético cartel de este año sea más afortunado”. Manuel Muñoz Barberán se encargaría del diseño del cartel de Semana Santa; el *afiche* incorpora un elemento nuevo a la cartelería pasional murciana (Fig. 110), representando “la burla”⁽⁸³⁾ a la salida de Nuestro Padre Jesús Nazareno de la iglesia de San Andrés la mañana de Viernes Santo; es un cartel de elegante dibujo y tipografía, de contrastados azules y tostados, que parece estampa impresionista, de aire popular e ingenuo. La imagen de las Fiestas de Primavera la realiza José Francisco Aguirre; una huertana entre flores y mariposas; una llamativa imagen construida desde sintéticos y coloristas planos geométricos que recuerda la vinculación del pintor con la escenografía. Carpe aportará al festejo, ese año, una imagen, conceptualmente un cartel, usada en el programa municipal de festejos; lebrillo y jarra de barro sobre la que se ha dispuesto bodegón, con pimientos, limones y una sardina (ver imagen página 162).

Las imágenes festeras de Aguirre y Carpe están concebidas como estructuras susceptibles de ser ampliadas y convertirse en posibles murales. El mural será una especialidad artística altamente relevante en la época, que implicaría a muchos creadores, generando un constante trasvase en la utilización de procedimientos creativos, difuminando compartimentos estancos.

Nos consta que Garay acudió a la convocatoria, pues existen al menos dos bocetos, realizados en gouache sobre papel, donde se hace referencia genérica a los festejos y al año 1952. En uno de ellos el arlequín realiza una pirueta, en una mano la bengala, en la otra la sardina ensartada en un tridente, a modo de capa las hojas de un periódico que lleva impresas la imagen de *La Dolorosa* de Salzillo y un nazareno *colorao* que hace retumbar un tambor; inscrita la leyenda *Murcia año 1952, nuestra Semana Santa*. El otro es un boceto apenas iniciado; dos manos elevan al cielo, entre flores, la torre de la Catedral; el texto: *Fiestas de Primavera Murcia 1952*.

Tras los carteles de Antulio de 1951 y 1952, Cartagena editará en 1953, para anunciar las procesiones de Semana Santa, un curioso cartel de 60x44 cm, impreso en tonos



(Fig. 110) Muñoz Barberán. *Semana Santa*. Murcia. 1952.

(83) “La burla” es uno de los componentes más auténticos y singulares de las procesiones murcianas. Ritual, donde grupos nazarenos, acompañados de bocinas y tambores, aportan con sus toques y sonidos melódicos intensidad dramática al desfile pasional. Es evidente su relación musical con aspectos militares, y el desconcierto y algarabía que ocasionan turbas y soldadesca.



(Fig. 111) Luis Garay. *Fiestas de Primavera*. Murcia. 1954.

sepias y blanco y negro en la litografía Anel de Granada, compuesto con una docena de imágenes y la estructura de un puzzle fotográfico. Fotografías correspondientes a *La Dolorosa*, *La Oración del Huerto*, *Jesús Nazareno*, *El Resucitado*, *Cristo Yacente* y diferentes tomas de las cofradías Marraja y California procesionando. Las fotos corresponden a Sáez, Abellán y Matrán. La gruesa tipografía de palo seco parece quedar encajada en los huecos dejados por los rectángulos fotográficos. Este tipo de carteles no son habituales en los años cincuenta, pero tampoco especialmente raros, se utilizarían incluso en los cromos anunciadores de la Semana Santa sevillana; y, ya se ha señalado, el cartel anunciador de los desfiles lorquinos de 1865 constituye un lejano precedente. Puede que José Matrán, que regenta el estudio fotográfico de referencia en la Cartagena de los cincuenta, fuera su artífice intelectual y propusiera su realización. En cualquier caso, las imágenes contenidas en el cartel nos remiten a esas fotografías, tan comunes, editadas en forma de tarjetas postales en muchas ciudades para divulgar monumentos, lugares emblemáticos, fiestas y efemérides, de fácil acceso y escaso costo. La fotografía, en tanto en cuanto representación objetiva y realista, fue adoptada pronto como base para crear una imagen publicitaria y como reactivo capaz de llegar nítidamente al público; en los cincuenta era muy común construir a partir de esta técnica una propuesta gráfica.

El 13 de enero de 1953 se reúne el jurado calificador de los carteles que habrán de anunciar las Fiestas de Primavera y la Semana Santa murciana. Esta vez se han elegido con premura y se enviarán a Valencia para ser impresos en Ortega. Antonio Carbonell hará el de Semana Santa; la imagen seleccionada es un primer plano de *La Dolorosa* de Salzillo, tratada como una estrella de cine, que procesiona con Nuestro Padre Jesús; bajo su rostro el oscuro perfil de la ciudad de Murcia sirve de campo cromático para recibir los textos calados en blanco y amarillo; es un cartel de indudable aspecto cinematográfico, de planos superpuestos e imágenes fragmentadas que pretenden hacernos partícipes de una secuencia narrativa a la vez temporal y espacial, única y diversa: el lento paso de los cofrades penitentes, nuestra atención atraída por una de las tallas de Salzillo y el marco donde se desarrolla la acción presidido por la Catedral y su torre. Para los festejos primaverales Antonio Laorden propone un huertano con atavíos de *perráneo* que, asombrado e “iluminado por un castillo de fuegos artificiales”, bastón de mando en mano, llama a los murcianos a disfrutar de las Fiestas de Primavera –no es una figura icónica novedosa ya había recurrido a ella Macía en 1935 (ver Fig. 79)–; la oronda y mofletuda figura es criticada por la *Hoja del Lunes* el 26 de enero: “...una lástima pues el «perráneo» más enjuto y huertano hubiese resultado mejor”. A finales de febrero la pretendida premura resulta de nuevo infructuosa pues al parecer, según apunta Carlos Valcárcel, los carteles “no se ven por ninguna parte”. Supuestamente el día 26 de ese mes ya han sido enviados a oficinas de turismo, agencias de viajes, estaciones de Renfe y hoteles de toda España, o al menos eso es lo que el Ayuntamiento capitalino comunica a través de la prensa en un intento de justificar su tardanza. Garay realizará la portada de la revista *Feria de Murcia 1953*.

El jurado, reunido para elegir el cartel anunciador de los desfiles pasionales lorquinos de 1953, declara desierto el Primer Premio y reparte las 3.000 pesetas entre Emiliano Rojo, que ha presentado un boceto con una figura romana, cruz y columnas al fondo –determinándose que será editado como cartel mural y de escaparate–; Ruiz Guzmán, autor de una obra que presenta otra figura romana destacando sobre el estandarte de la *Oración del Huerto* –el cometido de este cartel será ilustrar una edición especial de sellos–; y Muñoz Barberán, que ha presentado en su cartel una cuadriga con un personaje ornado con un manto bordado entre dos nazarenos, blanco y azul, que aparecen insinuados en los laterales del cuadro –este cartel se destina a portada de los programas de mano y de la revista de Semana Santa–. La obra de Muñoz Barberán tendrá eco años después, pues en 1956 se vuelve a recurrir a dos nazarenos de los Pasos Blanco y Azul enmarcando al *armao* romano que, a lomos de cabalgadura, desfila, al fondo, entre ellos.

Ante las habituales críticas de la prensa –“Pensemos en la primavera” publica *Línea* el 8 de enero de 1954: “...lo primero acometer con tiempo necesario un concurso de carteles para que los premiados puedan ser difundidos con premura. Es absurdo que se distribuyan la víspera”– el Ayuntamiento murciano vuelve a convocar a través de una nota, el día 14, a “todos los artistas especializados en carteles anunciadores a quienes pueda interesar, deberán pasar por el ayuntamiento el próximo sábado, a las seis de la

tarde, para tratar los carteles de *Semana Santa y Fiestas de Primavera*". El día 30 la Comisión Municipal de Festejos aprueba los bocetos de Garay, Carbonell y Márquez. "Un concurso fantasma", apostilla Carlos Valcárcel en la *Hoja del Lunes* el 8 de febrero. El cartel de Luis Garay (Fig. 111), para los festejos primaverales, es una alegre sardina que avanza hacia la ciudad, cabalgando las ardientes olas provocadas por el desfile sardinero, portando tridente y un ramo de flores. Rafael Márquez Hernando –aquel niño prodigio, aquel precoz pintor que con apenas diez años había expuesto por primera vez en la Casa Regional de Murcia en Madrid, pensionado por el propio Ayuntamiento, y que mereció elogiosa crítica en *ABC* en julio de 1935– recurre a un nazareno colorao estante, de sabor costumbrista, en cinematográfico y atrevido primer plano, para que veamos desfilar, entre el minucioso detalle con que ha pintado las *enaguas* y las medias de *repizco*, que cubren las piernas nazarenas, el cortejo de Miércoles Santo bajo la torre de la Catedral; un fragmento de la túnica roja hará de útil campo para el texto: *Murcia Semana Santa 1954*. Carbonell humanizará, para la propuesta de su cartel de Semana Santa, la mantilla de una manola, que abraza la torre de la Catedral, en la noche *pasional* y le ofrece el colorido contrapunto de un clavel rojo (Fig. 112).

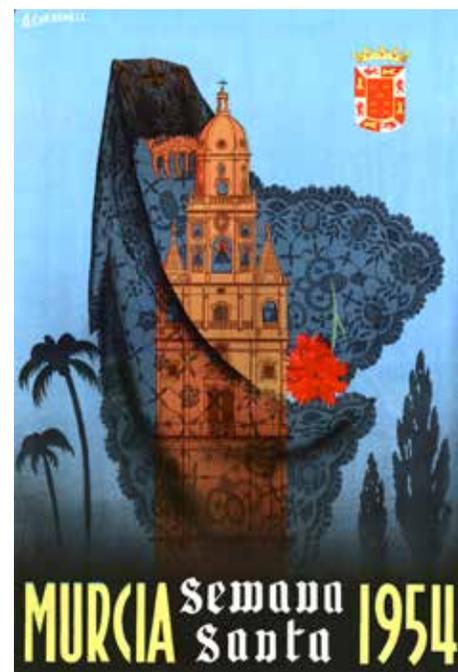
Resulta interesante observar con que poco tiempo –15 días– se han resuelto los bocetos para los tres carteles, que por otra parte carecen de cercanos referentes iconográficos. Si atendemos al cartel de Garay sabemos que hay al menos tres bocetos previos en diferentes niveles de ejecución; un dibujo en el que la sardina, armada de escudo –el municipal– y parrilla, atraviesa entre flores el Puente Viejo; un primer gouache en el que el puente ha sido sustituido por una llamarada y no aparece la referencia a las flores de la *Batalla*; y el que posiblemente presentó como definitivo, aunque aquí la ciudad está representada por la torre y no como ocurrió en el finalmente impreso por la fachada de la Catedral. El cartel de Antonio Carbonell sigue, aunque discretamente, una idea arraigada en la cartelera comercial de la época, conferir cualidades humanas a objetos inanimados para vincularlos fuertemente a la psicología individual y al imaginario colectivo: Artigas había utilizado el recurso en 1948 en su famoso cartel *Polil* para Cruz Verde; se había hecho con la mano de papel que anunciaba, en 1950, el *III Congreso Nacional de Artes Gráficas*; y en los carteles de las *Lámparas Metal* creados por la Agencia Alas. El cartel de Carbonell fue copiado sin pudor para la Semana Santa sevillana del año siguiente por Mariscal. Ambos carteles tienen previo y lejano referente en el *afiche* que Vicente Vila realiza para difundir la Semana Santa madrileña en 1947, aquí la mantilla de la manola cubre delicadamente al Crucificado en el momento de abandonar el portón de salida de la sede de su cofradía. En el caso de Márquez no es tampoco raro recurrir al primer plano para ambientar y subrayar una escena, aunque sí lo es, en este caso, el atrevido punto de vista elegido. Es posible que, siendo los tres habituales postulantes a realizar los carteles de festejos para la ciudad de Murcia, tuvieran ya realizados previamente bocetos, prestos a materializarse, o concretarse, a requerimiento de concurso o convocatoria restringida. Existe un gouache de Garay, realizado sobre papel de 34x26 cm, que representa a un paisano leyendo una revista abierta y recoge, en la página izquierda, una manola y, en la derecha, fuegos de artificio sobre el Puente Viejo, con obligada referencia textual a las *Solemnes Procesiones de Semana Santa y Fiestas de Primavera*, rematado en la base por *Murcia 1954*; una fecha que podría haberse modificado sobre boceto previo para presentar según requiriese la ocasión.

La Semana Santa oriolana de 1954 producirá un curioso cartel de Emilio Bragante, con la mano del nazareno entregando una dulce y casi hiperrealista pastilla. Un tema jamás utilizado para reflejar el especial carácter de las procesiones murcianas, donde la pastilla nazarena ha generado singular literatura.

Cartagena volverá a imprimir para las procesiones de 1954 el cartel de Moragón ya utilizado en 1950, variando únicamente los tonos de las túnicas nazarenas.

El 29 de diciembre del cincuenta y cuatro ya es público que Enrique Gabriel Navarro ha resultado ganador, con el lema «Luz», del concurso de carteles para anunciar la Semana Santa cartagenera de 1955; se eliminaron 10 carteles por no ajustarse a las bases y Ramón Alonso Luzzy obtuvo un accésit por «Noche».

Los jóvenes Enrique Gabriel Navarro y Ramón Alonso Luzzy, que cuentan, en ese momento, 27 años, son las futuras promesas de Cartagena en el arte de la pintura.



(Fig. 112) Carbonell. *Semana Santa*. Murcia. 1954.

Ambos son discípulos de Vicente Ros y serán los encargados de aportar modernidad al ambiente pictórico cartagenero. El primero ha celebrado un año antes su primera muestra individual patrocinado por la Caja de Ahorros del Sureste, el segundo acababa de exponer 36 obras en los salones de la Real Sociedad Económica de Amigos del País.

El cartel de Gabriel Navarro (Fig. 113), *Semana Santa, año 1955, Cartagena*, recoge una procesión donde se han omitido todos los elementos visualmente representativos, solo permanecen las luces de los faroles que portan los nazarenos penitentes y un intuitivo –más que reconocible– trono de *San Juan* que precede al de *La Dolorosa*, ambos pasos convertidos ahora en luminosas teas, casi una abstracción, en un ritmo sinuoso que discurre tras el signo de la cruz. Un adelanto de lo que el crítico de arte Santiago Amón escribiría, al referirse a su pintura de los años sesenta, en la presentación del catálogo de su exposición en Madrid: “...un proceder lento y moroso, probado en la ley de la contradicción y en la santa paciencia del retorno, cuyo destino es proponer a nuestros ojos lo esencial, concentrado y fiel de una *endopatía*”. Navarro y Luzzy se comprometerán pronto con la abstracción; una abstracción con tintes casi esenciales y metafísicos, que no logra desprenderse de referencias figurativas, y que tendrá en el paisaje –sobre todo las marinas del Mar Menor y La Manga– su principal fuente de inspiración.

El 1 de febrero de 1956 la sección cultural del movimiento Aula convoca concurso para premiar el mejor cartel anunciador de la Semana Santa cartagenera de ese año. Los originales deberán realizarse a un tamaño de 100x70 cm sobre tabla o bastidor y tendrán que estar ejecutados con la técnica del temple o similar, a cinco colores; el plazo para presentar obra a la convocatoria finaliza 25 días más tarde. El jurado premió «*Petrus*» de Jorge Sánchez Creus, que propone un nazareno, visto de espaldas, contemplando el arranque del *paso de San Pedro* desfilando desde la puerta del Arsenal. Luzzy vuelve a obtener un accésit por «*En la calle*»; el valenciano Larios consigue otro de los accésits por «*Fe*» y se acuerda adquirir el boceto «*Redención*» presentado por González Murcia.

De nuevo, tras las consabidas críticas por la tardanza en la edición de los carteles de festejos primaverales y el escaso estímulo en la promoción y cuidado del turismo, la Comisión de Festejos del Ayuntamiento de Murcia para anunciar fiestas religiosas y profanas en 1955, elige, entre varias docenas, los bocetos presentados por Antonio Carbonell y Rafael Márquez. Con premura se envían a Granada para su impresión. Carbonell es entrevistado el 30 de enero en la sección “Hoy habla” del diario *Línea*: “...en cuanto al cartel se ha llevado la palma el presentado por el joven artista murciano Antonio Carbonell. ¡A él! –¿Cómo es tu obra de arte, artista?

–Una preciosidad, ya lo verás. Ahora está en camino de la litografía junto con el otro cartel de la Semana Santa.

–¿Cobrarás?

–¡Hombre, eso espero!

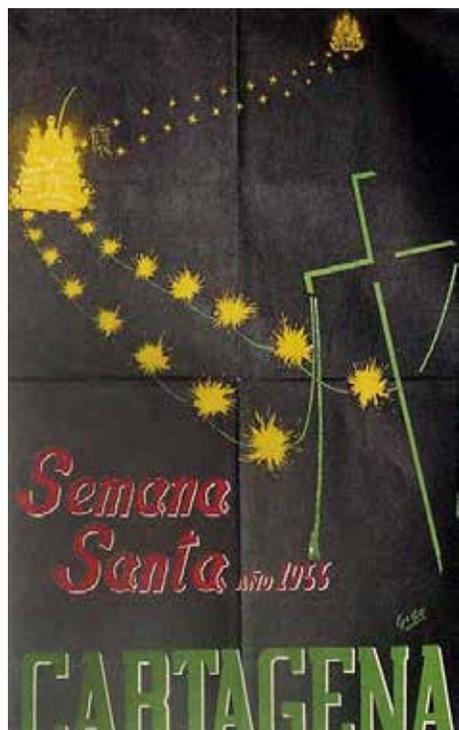
–Quiero decir ¿Cuánto?

–Pues la verdad que aún no lo sé. Me han dicho: «muchacho tuyo es el premio». Pero no he visto ni una «gorda» ni sé cuando la veré. Pero la veré.

–¡No faltaba más! ¿Buen cartelista?

–A las pruebas me remito. Entre varios concursantes, yo, el premiado. Sin embargo, no estoy especializado en carteles. Soy simplemente pintor y pinto todo lo pintable”. En la entrevista se refiere luego Carbonell, a su trabajo como director de una cerámica artística y a su formación pictórica, comenzada en 1941, a los 16 años, cuando ingresó en la Escuela de Bellas Artes de Valencia. Del texto deducimos que en esta especie de pseudo concurso los artistas participantes no saben siquiera el dinero al que asciende la dotación del premio, ni cuando lo cobrarán.

El trabajo de Antonio Carbonell Artús presenta una sardina, a punto de ser quemada en la noche murciana, rodeada de *hachoneros* y bengalas, ante la torre de la Catedral. Es un cartel tachado de bellissimo por la prensa. Para difundir la Semana Santa Márquez pinta una vista de la procesión de La Sangre atravesando el Puente Viejo; los *coloraos* cruzan el puente de noche, acompañando a *La Dolorosa* que precede al titular de la cofradía; desfile reducido a escuetos trazos rojos que dirigen la mirada a la iluminada hornacina de la Virgen de los Peligros.



(Fig. 113) Enrique Gabriel Navarro. *Semana Santa*. Cartagena. 1955.

La coincidencia en la elección de un tramo del desfile pasional con la representación de dos tronos; los tonos elegidos para los carteles, por Márquez en Murcia y Gabriel Navarro en Cartagena; la existencia de un precedente, en el cartel procesional *Semana Santa de Gerona 1951*; y los otros casos citados anteriormente, nos obliga a replantearnos el porqué de esa similitud y coincidencia en los modelos gráficos del género de la cartelería pasional. Una visión general de los carteles de Semana Santa, de Valladolid a Málaga, de Cáceres a Valencia, de Orihuela a Cuenca... no hacen sino reflejar formas y estructuras compositivas semejantes y repetitivas –abundan cruces, coronas de espinas, tronos y capirotes–, diferenciadas ligeramente por los emblemas y los colores de las túnicas nazarenas, por las tallas, por algún elemento arquitectónico indicativo de la localidad... apenas encontramos aportes y miradas innovadoras. Esto es así, seguramente, por la difusión de los carteles, que llegaban a los lugares más remotos e impensables; por una tradición que viene de cien años atrás, favorecida por los modelos impresos para fiestas en toda la geografía nacional por las grandes casas litográficas, que han contribuido a unificar y estandarizar la imagen de los festejos; por los propios recursos técnicos puestos en juego para realizar los *afiches*. En Murcia, solo a partir de finales de los cincuenta, asistiremos a una voluntad de cambio y aporte novedoso en la cartelería festera y religiosa que pronto se volvería a sentir agotada y exhausta.

A pesar de tanta premura a mediados de marzo aún no han llegado los carteles de la imprenta, lo que dará pie a Carlos Valcárcel para escribir, en la *Hoja del Lunes*, el día 14, que aquí "...basta tener los bocetos plegados en carpetas para que, desde China al Japón, de Londres a Buenos Aires conozcan nuestras fiestas"; y el 21 en "Critiquemos..." remata: "Claro que todo tiene arreglo en esta pícaro vida. Supongamos que los carteles de marras no llegan a su debido tiempo, es decir, a su debido tiempo hace un mes... Pero vamos a suponer que cuando se reciban, desde la lejana ciudad en que se están imprimiendo, han pasado los días cuya solemnidad estaban dedicados a propagar, pues bién todo es cuestión de cambiarles la leyenda y donde ponga «Semana Santa murciana» se haga escribir «lo que fue la Semana Santa murciana»..." Cuando los carteles se reciben, hacia el día 25 de marzo, la prensa los saluda con el titular "¡Horror!". Sí, ya han llegado los carteles, pero pésimamente impresos, esperpénticos, se teme que los artistas sufran un desmayo cuando vean los colores "proprios de latas de sardinas". Ante tamaño fiasco se solicitó al Ayuntamiento que se recurriera a la convocatoria de un concurso en octubre de carácter nacional para diseñar los carteles del cincuenta y seis –¡Cuántas veces se había solicitado ya!– Solicitud que no tendrá eco alguno, pues al acabar el año se convocaría de idéntica forma, a través de una nota de prensa, a los artistas, para que presentaran bocetos, a un tamaño de 22x30 cm, con sus propuestas, para elegir entre ellas la imagen de los festejos de 1956; el reducido plazo se cierra apenas un mes más tarde. Por supuesto nada se dice de la técnica a utilizar para realizar los originales, nada de jurado, ni de dotación asignada al premio. El 20 de diciembre, reunida la Comisión de Festejos es incapaz de tomar decisión alguna.

El 1 de febrero de 1956 la prensa reproduce los carteles elegidos. José Hernández Sánchez realizará el de Semana Santa; una cruz –envuelta en el *sudario*– flanqueada por la torre y un farol nazareno; es un cartel anodino, carente de originalidad. José Francisco Aguirre es el autor del cartel de Fiestas de Primavera –sabemos que preparó al menos otros tres bocetos: En uno, la huertana se transforma en mariposa y sobrevuela el nombre de la ciudad recubierto de flores; en otro, una joven murciana contempla la torre y el Puente Viejo; en el tercero, el escudo municipal, trasmutado en un sol radiante, ilumina un carramato tirado por dos caballos que porta, entre flores, la torre de la Catedral–. En el cartel impreso (Fig. 114), a lomos de un caballo, convertido en unicornio merced al capirote *hachonero* colocado sobre su crin, el huertano sostiene una horca o tornadera que ensarta manta huertana, escudo de la ciudad y flores. Aguirre reproduce una estructura compositiva ya utilizada por el pintor para el cartel del mismo tema de 1952; un esquema que señala el interés de Aguirre por la pintura mural y la ilustración –fue colaborador de *ABC*, *Blanco y Negro* y la editorial *Aguilar*, recibiendo en 1958 el Premio Nacional Lazarillo de Ilustradores–; y su deuda con el teatro, el cine –en 1961 realizaría un elegante cartel, de 99x68 cm, para nunciar la película de Roland Petit *Los ballets de París*–, la escenografía y los figurines, campos en los que el pintor se ha formado y desde los que se ha proyectado en Madrid a partir de los años cuarenta. Si se había pre-



(Fig. 114) José Francisco Aguirre. *Fiestas de Primavera*. Murcia. 1956.

tendido acelerar la confección de los carteles, para evitar que salieran la víspera misma de las fiestas como había ocurrido el año anterior, o lograr más calidad en los *afiches* anunciadores, no parece que totalmente se lograra, pues el 5 de marzo Carlos Valcárcel volvería a criticar la propaganda de los festejos: “*va a ser cosa de hacer un cliché con el artículo de censura*”. Incluso el presidente del Cabildo, en entrevista concedida a *Línea* el 25 de marzo, cuando se le pregunta si se hace la publicidad adecuada de las procesiones murcianas contesta que no, y que además habría que intensificarla. González Conte cede cartel como portada del programa de Semana Santa y Fiestas de Primavera, que edita el Ayuntamiento y ese año imprime Sucesores de Nogués; es una estampa vulgar, sobre claro fondo azul una apresurada y simple rama de almendro en flor protege la esquemática línea que conforma la Catedral y la torre. Como era habitual la cartelería septembrina brilló por su ausencia.

Serían unas fiestas tristes las de la primavera de 1956 para los círculos artísticos y literarios murcianos. El 7 de febrero una esquila da noticia de la muerte de Luis Garay García. El pintor ha fallecido a los 62 años víctima de una complicación bronquial. Con él desaparece uno de los grandes del arte murciano, un puente entre generaciones, un referente, un vínculo con la tradición, un maestro y un cronista de la Murcia que fue discurrendo frente a él a lo largo de medio siglo. Su capacidad creativa era inagotable: pinturas, murales, ilustraciones, realización de carrozas, diseños de etiquetas y marcas, carteles, escritos literarios... Un prototipo de lo que hoy consideraríamos un diseñador. De frenética actividad en sus últimos años. Ilustraciones y bocetos de carteles para el coñac y el anís “Salzillo”; la industria conservera: “Pedro Cascales”, “Piquer Ros”, “Maximino Moreno”...; “Licores Barceló”; bocetos de carteles para la promoción turística de Murcia y el hotel Reina Victoria; para la celebración, en 1954, de la II Feria Regional de Muestras y, en 1955, del III Centenario de Saavedra Fajardo... Premio Baquero Almansa de ensayo 1955, sobre figuras o motivos artísticos murcianos, por sus *Estampas murcianas*. Apenas unos días antes de su muerte *La Verdad* reproduce, el 20 de enero, en la portada del “Suplemento dominical”, el cartel que ha realizado para la *III Feria Oficial de Muestras del Sureste Español*.

Sus íntimos amigos: José Ballester, Antonio Oliver y Francisco Alemán Sainz le rinden, desde las páginas de la prensa, cumplido homenaje. El 8 de febrero Francisco Alemán escribirá un sentido “Réquiem a Luis Garay”: “...*En el fondo era un clásico, que aspira a la piedra, a exponerse en el mármol. Se quedó aquí, cuando quizá su sitio estaba en otro lugar si contase la ambición en sus pasadas horas*”; un réquiem que alcanza su tono más dramático cuando escribe: “...*Pienso que desde la cajita del teléfono ya no va a sonar el timbre para acercar su voz diciendo –Luego voy a verte. –¿qué hace Luis, que no llama diciendo que va a venir, aunque luego no venga?*”. Cuatro días más tarde es José Ballester el que en la sección “Letras y Bellas Artes” de *La Verdad*, al referirse a “El Artista en Luis Garay” nos dice: “...*Ante todo Garay no ha sido nunca el pájaro que canta sin saber que está deleitando unas vidas. O la flor inconsciente de la brillantez de sus colores o de la finura de su fragancia. Por el contrario, era un hombre reflexivo. Las cosas tenían para él una explicación, y por ello y por su natural sentido de la benevolencia veía con claro juicio más allá de sus predilecciones, sin exasperarse ante lo absurdo ni rasgarse las vestiduras por osadías o por yerros ajenos*”. En la misma sección escribirá Antonio Oliver, el día 19, “Murtas a Luis Garay”: “...*Ha muerto Luis Garay donde quería morir, en Murcia, en la calle de la Gloria, en el barrio de San Juan. Donde tuvo tanto tiempo su estudio. Donde encendía la vocación de los más jóvenes... Es la de Garay una generación que está desapareciendo. Le precedieron Juan Guerrero y Clemente Cantos. Los que aquí quedan se van sintiendo solos y nostálgicos*”.

Cuando muere Garay ya están posicionados los artistas que habrán de conformar las nuevas generaciones de un largo periodo de posguerra. No solo estamos asistiendo a la aparición de nuevos nombres en el panorama del arte regional, también a la incorporación y asunción por parte de los artistas de nuevas formas de abordar los procesos plásticos y la comunicación. Aquellos elementos señalados por Eugenio d’Ors como definidores del auténtico arte moderno: Relevancia en los aspectos constructivos de la composición, austeridad, vinculación y coherencia con la tradición; unidos a la búsqueda

de un arte espiritual de marcado carácter expresionista y raíces hispánicas ha abierto el camino a las vanguardias, desligando el concepto del periodo republicano, y posibilitando la oficialización de la abstracción, asumida como manifestación artística triunfante y *moderna* por parte del *régimen*, con puesta de largo en la Bienal de Venecia de 1956. *"España es la antítesis de la Academia"* señala el Marqués de Lozoya, influyente historiador de arte de la época. El academicismo figurativo, viejo y anacrónico, parece a punto de ser abandonado a finales de los cincuenta, y los artistas dispuestos a zambullirse en la búsqueda de identidades patrias diferenciadoras y trascendentales. No es raro que, en esta estela, la propia Dirección General de Bellas Artes organizara en 1957, de forma un tanto apresurada e improvisada, la llamada "Sala Negra", con obras de Saura, entre otros, bajo la denominación "Otro Arte". Parece que por fin las corrientes abstractas y no figurativas, auspiciadas por artistas agrupados bajo manifiestos y proclamas: LADAC (Los Arqueros del Arte Contemporáneo), Parpalló, Equipo 57, El Paso... comienzan a marcar su sello en el panorama del arte español. Pero no dejamos de preguntarnos en qué medida contribuirían estos posicionamientos de vanguardia en profundizar y agrandar la brecha con otros procedimientos artísticos de raíces más populares y localistas como es el cartel, y en qué medida irá obligando al cartel, al cartelismo, a convertirse en simple medio publicitario, desligado de profundas reflexiones artísticas, relegándolo a un papel de mero secundón, abandonándolo en manos de influencias claramente consumistas y utilitarias; un medio en el que el artista solo incursionará puntualmente –atendiendo a excepciones crematísticas– o buscando aspectos experimentales.

En la Murcia de los años cuarenta a sesenta convivirán diferentes formas de plantear la imagen y el cartel: dibujantes ilustradores, cuyo ámbito de trabajo y formación está especialmente centrado en la publicidad y la industria conservera; fotógrafos, que trabajan en sus estudios el retrato o están vinculados a la fotografía documental para la prensa; y pintores, algunos cercanos a propuestas vanguardistas, otros a modalidades de raigambre más local, costumbrista y conservadora. Artistas que no solo se acercarán al cartelismo, también a una revalorizada pintura decorativa mural, a la edición y a la escenografía.



Antonio Laorden. *Segunda Feria Regional de Muestras*. Murcia. 1954. (Tarjeta postal que reproduce el cartel).

2 VISITE LA FERIA DE LA CONSERVA, UN HUERTO URBANIZADO

El 5 de septiembre de 1959, en el diario *Línea*, Daniel Carbonell, arquitecto municipal responsable del diseño y el trazado del nuevo espacio que ocupará la Feria de la Conserva, explica, en un texto redactado por él mismo, "Características del recinto de la Feria de la Conserva como *Centro Cívico* y su influencia en el resto de la ciudad", cómo ha sido concebido ese recinto y elegida su ubicación. Juzga la elección de excepcional interés para Murcia; la importancia de su proximidad al recientemente construido Barrio de Vistabella; su conexión a lo que serán las nuevas vías de comunicación de la ciudad; el marco idóneo trazado por el río, canalizado y con futura balaustrada de calidad; y su papel de vínculo con la huerta. Aunque es en el *Suplemento Extraordinario de La Verdad*, de idéntica fecha, donde estas justificaciones y otras intenciones de no menor calado quedan clarificadas, tal como se desprende de sus respuestas a las preguntas: "¿Criterios seguidos para la construcción del recinto? y ¿criterios que han dominado en la construcción de los pabellones?", que le son formuladas en la entrevista que *La Verdad* le hace al arquitecto, reproducida bajo el título "El recinto ferial, ornato y orgullo de Murcia":

–El acierto en la elección del emplazamiento en una zona de huertos de limoneros y naranjos inmediatos a la ciudad, condicionó intensamente la libertad del proyecto, ya que la premisa que nos fijamos fué la conservación de las características de jardín semirural, supeditando a ello la composición y construcción de las instalaciones que se han distribuido y proyectado de acuerdo con las directrices de la idea fundamental de conseguir dentro de lo posible el ambiente de un huerto urbanizado...

–De acuerdo con la tónica impuesta de respeto a la naturaleza, los diversos pabellones que integran el recinto se han proyectado más bien de acuerdo con un criterio funcional de directrices modernas, encajadas tanto en su emplazamiento como en lo usual que se hace modernamente en este aspecto en España y en el extranjero. Se ha huido de grandilocuencias de estilos pasados, anacrónicos, componiendo los pabellones con sencillez, claridad y preocupación de proporciones y coloridos, dentro de la función de cada uno."

Un jardín de ambiente rural, un huerto urbanizado de 60.000 metros cuadrados. Un recinto que incluye pabellones, estudiado trazado, jardinería... cuya pretensión es vincularse, desde su concepción, al Movimiento de Arquitectura Moderna. Respetuoso con la naturaleza y el entorno, proporcionado, bello y funcional⁽⁸⁴⁾. Unos vínculos, por otra parte, nada extraños o extravagantes en la arquitectura española del momento, ya que los arquitectos racionalistas, atraídos por estos planteamientos estéticos y funcionales, aspiran acceder a todas las clases sociales, dar respuesta a las necesidades de la sociedad y mostrarse sensibles a los cambios políticos que se estaban produciendo en Europa. El diseño arquitectónico concebido como una actividad –al menos frente a la galería– ética y social; apostando por edificios económicamente asequibles y con el aporte añadido, sobre todo para la nueva cara que pretendía dar el *régimen*, de modernidad y apertura; y, a la vez, un intento de recuperar aquella iniciativa que, en 1930, acometieron los trece arquitectos que fundaron en Zaragoza el GATEPAC, sentando las bases de lo que sería la vanguardia de la arquitectura española.

(84) Fruto de los encuentros y las reuniones que un grupo de arquitectos españoles, Prieto Moreno, Carlos de Miguel, Carvajal, Rafael Aburto, Chueca Goitia..., mantuvo los días 13, 14 y 15 de octubre de 1952 en Granada, se redactaría el *Manifiesto de la Alhambra*. Un texto que planteó las bases de lo que debía ser la arquitectura española del momento y sus valores permanentes, humanos, naturales, formales y mecánicos; introduciendo en la adscripción al Movimiento Moderno la idea de un vínculo con la responsabilidad histórica que emana de una arquitectura propia. Como señala Prieto Moreno: "Si somos capaces de sacar de la Alhambra las consecuencias válidas para nuestra cotidiana tarea como arquitectos españoles, no dependerá de los valores intrínsecos del edificio, sino de nuestra propia capacidad. Allí hay mucho que ver. Si tenemos ojos para verlo –en clara alusión al discurso de Le Corbusier en *Hacia una arquitectura*, que insiste en la idea de los «ojos que no ven»–, las consecuencias que de ello se derivarán para la arquitectura española contemporánea pueden ser grandes". El uso de materiales locales, la integración de la naturaleza en la arquitectura, el concepto de jardín, de naturaleza domesticada... fueron temas presentes en los debates de las jornadas. El *Manifiesto de la Alhambra* lo publicaría la Dirección General de Arquitectura en sustitución del *Boletín* correspondiente al segundo trimestre de 1953, pudiendo desde allí ejercer su influencia en las arquitecturas provinciales y locales más o menos oficialistas.



(Fig. 115) Mariano Ballester. 1.ª Feria Provincial de Muestras. Murcia. 1952.

En el mismo *Suplemento Extraordinario* el director general y promotor del certamen, Miguel López Guzmán, manifiesta orgulloso al referirse al futuro de la Feria: "... *Persigo para nuestra Feria –en representación, naturalmente, de la Cámara de Comercio– una base sólida de actuación, una plataforma amplia y universal de lanzamiento, imprescindible para futuras ambiciones.*

Esta plataforma flexible no puede ser otra que la de internacionalizar oficialmente la Feria que Murcia creó el año pasado⁽⁸⁵⁾. *He aquí nuestra ambición de urgencia.*

Declararla internacional significa dotarla de un matiz técnico absoluto y per se; especializarla sin limitación alguna y concentrar en unos miles de metros cuadrados el esquema dinámico de la industria conservera mundial. La Feria se convertirá –pues hemos de lograr rápidamente su internacionalidad– en punto de reunión anual de los grandes sectores de la oferta y la demanda. Producción y consumo en un libre juego de precios y mercados.

...Nuestra Feria impulsará una renovación del insuficiente y anacrónico utillaje nacional mediante la exhibición de prototipos de maquinaria extranjera para relacionar debidamente la producción, ofrecida en los últimos años a precios peligrosamente prohibitivos. Si conseguimos una planificación industrial y correcta, la conserva española, por su calidad exquisita irrumpirá con más bríos que nunca en todos los mercados de Europa y América..." La Feria no solo ha pasado tras cuatro certámenes a contar con emplazamiento propio, estable y digno a sus aspiraciones, sino que, como manifiesta su principal valedor, tiene bien claros sus objetivos y cual ha de ser su proyección de cara al futuro.

La voluntad de convertir el recinto ferial en un nexo entre la ciudad y la huerta estaba ya presente desde el inicio mismo del certamen en 1952. Aunque será la III Feria Oficial de Muestras del Sureste Español de 1956, trasladada al Malecón, desde los emplazamientos anteriores en la Gran Vía Alfonso X el Sabio, la que hará que la Cámara de Comercio se plantee la necesidad de acometer la búsqueda de un emplazamiento definitivo. Un emplazamiento que considera irrenunciable un marco donde la presencia de la naturaleza autóctona de Murcia y de su huerta esté presente. Si en 1952 y 1954 el recinto de Alfonso X y zonas aledañas se embelleció con la creación de floridos parterres y fuentes, en la muestra de 1956 será el Jardín Botánico y la proximidad que el Murcia Parque tiene con el río Segura lo que permitirá titulares y comentarios del tipo: "*Feria de la gracia de perfumes llena*", "*La naturaleza le ha prestado el más maravilloso de los marcos*" o, como escribe Fernando de Altamira en *Línea*: "*Aquí en cambio hay flores y cipreses, y magnolios, y palmeras. El encanto del huerto, la decoración exacta, mitad poesía, mitad colmena industrial, forma un conglomerado realmente bueno...*" La modernidad es, por tanto, una idea que observamos contenida en el texto de Daniel Carbonell; se desprende de él, fácilmente, que sus pabellones responderán a una arquitectura moderna y funcional, pero también indica las aspiraciones de los promotores de la Feria y refleja el nuevo impulso que la sociedad murciana pretende para su ciudad. Para lograr estos objetivos los artistas murcianos todos participarán en las sucesivas Ferias, no solo arquitectos, también pintores y escultores que embellecerán el recinto con obras estables y definitivas y con muestras de arquitectura y pintura efímera, o realizando carteles y hermosos y artísticos reclamos publicitarios (barros, en la estela de Bellos Oficios de Levante, y diseños textiles: banderines y manteles). Damián García Palacios, Eugenio Bañón, Daniel Carbonell, Martínez Ramón, Mariano Ballester, Rafael Márquez Hernando, Molina Sánchez, Luis Garay, Párraga, Eloy Moreno, Muñoz Barberán, Baldomero Ferrer "Baldo", Carlos Valenciano, Laorden, Sánchez Alberola, Aurelio Pérez, Hernández Carpe, Campillo, González Marcos, José Antonio Lozano, Blas Cánovas... y tantos otros. No solo se atenderían desde la Feria aspectos económicos, comerciales y mercantiles; la promoción de Murcia, en sus vertientes turística y cultural, fue parte importante de sus objetivos, contando con la colaboración y el entusiasmo, a lo largo de los años, de un buen equipo de asesores artísticos. En las sucesivas ediciones la Feria cambió de nombre y de recinto, pero se propuso mantener dirección y objetivos.

La FICA, como idea y espacio físico quedaría vinculada a las grandes transformaciones que sufriría la Capital del Segura entre la veintena de años que median entre 1952 y 1974.

El 27 de noviembre de 1951 la Junta de Gobierno de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Murcia, con su presidente al frente, Viudes Guirao, y su secretario, López

(85) Se refiere a la Feria Nacional de la Conserva, que aparece con esa denominación por vez primera en 1958, abandonando la denominación Feria de Muestras del Sureste en 1959.

Guzmán, visitan al gobernador civil para darle cumplida cuenta del acuerdo adoptado por la Cámara de Comercio de celebrar, en Murcia, una importante Feria Provincial de Muestras; recibiendo amplio apoyo por parte del gobernador civil, pronto extensivo al Ayuntamiento y resto de *fuerzas vivas* de la sociedad murciana. Al acabar el mes se han estudiado ya posibles emplazamientos, cuales podían ser los pabellones y stands participantes en la muestra y los presupuestos necesarios para realizar el evento. Se acordó celebrar la Feria en abril, coincidiendo con las Fiestas de Primavera y con el XXV Aniversario de la Coronación de la Patrona la Virgen de la Fuensanta. El acuerdo subraya ya la intención de los promotores de la Feria de ser respetuosos con la tradición y, a la vez, insertar el certamen en las nuevas corrientes de modernidad. Las manifestaciones artísticas que se celebrarían en sus sucesivos recintos, su arquitectura, su pintura ornamental y mural, sus elementos escultóricos, su jardinería, incluso sus carteles anunciadores, intentaron mantener ese equilibrio.

Para hacer difusión de la I Feria Provincial de Muestras, Murcia 1952, la Comisión de Propaganda de la feria encargó tres carteles que se imprimieron en la litografía de Cristóbal Pagán. El "notable pintor" Mariano Ballester, nacido en Alcantarilla en 1916, realizó una matrona con el escudo de la ciudad y los símbolos de la industria y el comercio; es un cartel de tono clasicista, en la línea de otros *afiches* concebidos para similares eventos⁽⁸⁶⁾; la figura femenina, casi escultórica, parece formar parte –o haberse desprendido– del decorado arquitectónico del pórtico de acceso al recinto ferial⁽⁸⁷⁾, donde ondean los gallardetes de Murcia y España (Fig. 115); es un trabajo tachado de hermoso por la prensa que lo reproduce el 29 de enero. Molina Sánchez aportó una imagen de la Catedral que aparecía rodeada por cuadrículas con los posibles productos a encontrar en la Feria. Carlos Valenciano ejecutó un cartel que presentaba, en extraña simbiosis, la Catedral y tres chimeneas, de cuyas bocas emergían los textos anunciadores del certamen; Valenciano remató el cartel colocando sobre el humo, transformado en sinuosas filacterias a modo de cintas con inscripciones, el banderín con la enseña ferial. Los carteles de Molina Sánchez y Carlos Valenciano (Fig. 116) serían impresos a menor tamaño que el de Ballester y utilizados para un tipo de propaganda distinta de la mural que se haría habitual en próximas Ferias: banderines, tarjetas postales –que solía imprimir Nogués–, invitaciones, folletos...

La Feria recibió miles de visitantes y fue considerada un éxito. Entre los stands instalados destacaban el del Sindicato de Frutos y Productos Hortícolas; la Empresa Nacional Bazán; la Refinería de Petróleos de Escombreras; Radio Juventud, que emitía desde el recinto; la Obra de Artesanía; la Caja de Ahorros del Sureste; la Casa de Adrián Viudes, que presentó el elevador "Sadrián" para elevar agua en las acequias; los de algunos ayuntamientos y el Nacional de Sericultura. La Casa Nogués expuso en su stand carteles, grabados, viñetas, folletos, antiguas prensas... y realizó demostraciones de artes gráficas.

En marzo de 1953 comenzaron los trabajos preparatorios del segundo certamen. La II Feria es ahora Regional de Muestras, y su ámbito se extiende a las vecinas provincias de Almería, Jaén, Granada, Alicante y Albacete. Murcia –provincia anfitriona– vuelve a destinar la Gran Vía de Alfonso X el Sabio y áreas circundantes como sede de los pabellones de la muestra, un recinto que se pretende capaz de provocar la admiración de los murcianos.

El 10 de noviembre se convoca público concurso de carteles anunciadores de la II Feria Regional de Muestras, a celebrar del 17 de abril al 1 de mayo de 1954. Los artistas participantes en el concurso habrían de ser de las provincias antes citadas. Los originales, a cinco tintas máximo, tendrán una medida de 60x80 cm, en ellos figurará, junto a la inscripción con la denominación y las fechas del evento, el escudo ferial; 3.000 pesetas es el premio, pudiendo otorgarse dos accésits de 500 pesetas. Los bocetos han de presentarse en la Cámara de Comercio antes del 30 de noviembre a las doce de la mañana. Tiempo escaso, de apenas veinte días, para diseñar y concebir cartel anunciador.

A principios de diciembre se constituye el Comité Ejecutivo de la II Feria de Muestras, Adrián Viudes Guirao queda nombrado presidente y Miguel López Guzmán director general del certamen. El primer acuerdo del Comité es ofrecer al *Caudillo* la Presidencia de Honor de la Feria. Cerca de tres millones de pesetas se calcula costarán las obras de acondicionamiento del recinto para recibir la ingente cantidad de empresas que se prevé participarán; y para levantar un grandioso pabellón, de estilo barroco, a fin de aunar arte e industria con una muestra de Bellas Artes, retrospectiva y contemporánea, que



(Fig. 116) Carlos Valenciano. 1.ª Feria Provincial de Muestras. Murcia. 1952.

(86) La figura de la mujer representada a modo de diosa o musa es tema iconográfico habitual para anunciar ferias, certámenes y exposiciones. La figura que aparece en el cartel de Ballester está en evidente relación con la que anuncia la XIII Feria Oficial e Internacional de Muestras celebrada en Barcelona en 1945, y no es descabellado suponer que fuera sugerida por la propia Comisión organizadora del certamen murciano.

(87) La portada de acceso al recinto ferial de 1952 la concibió el arquitecto municipal Eugenio Bañón. Contaba con dos figuras femeninas portando palomas y los símbolos del comercio y la industria, realizadas por el escultor Nicolás Martínez Ramón, que ya había realizado para la Cámara de Comercio de Murcia los pabellones con los que la institución participó en la Feria Internacional de Muestras de Barcelona de 1945 y 1946, reproduciendo maquetas de la Catedral y del Huerto de las Bombas.



(Fig. 117) Luis Garay. *II Feria Regional de Muestras*. Murcia. 1954.

acoya a los artistas de las provincias participantes. La Feria planteó la celebración de cinco exposiciones en el interior del recinto del magno certamen, sobre el automóvil, filatélica, pintura y escultura, y los nuevos desarrollos urbanos de la capital que los visitantes conocieron a través del visionado de maquetas. Para embellecer y ornar el vasto recinto ferial se instalaron copias de estatuas clásicas modeladas y cedidas por la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando.

El 7 de diciembre se inaugura, en el salón de actos de la Cámara de Comercio, la exposición de los catorce carteles inicialmente seleccionados. Jerónimo Torres de Parada, Antonio Medina Bardón, Diego Sánchez Jara, José Séiquer Zanón, Manuel Fernández-Delgado Maroto y Federico Hernández Luna otorgan el Primer Premio del concurso a «*Molinete*» (ver imagen página 188) de Antonio Laorden Monserrat; es un cartel de clara sintaxis publicitaria, directo y de eficaz lectura: un vástago, rematado por el emblema de la Feria, se clava en el mapa de España, señalando el Sureste y haciendo referencia a las provincias participantes cuyos escudos aparecen en las aspas del molinillo de papel que gira engastado en el vástago. Los accésits vieron elevada su dotación a 1.000 pesetas y se adjudicaron a Mariano Ballester Navarro y a Luis Garay. El cartel de Ballester, «13031», presenta a un tamborilero anunciador del certamen; el pintor, en permanente contacto con la pintura europea –había obtenido en 1950 una beca del gobierno francés para estudiar en París–, está en pleno periodo de asunción de una estética expresionista, dominada por la firmeza del trazo y el color, un periodo en la pintura de Ballester que Pedro Olivares Galván ha denominado etapas “Bizca” y “Negra”, con la representación de figuras tragicómicas, no exentas de burlona gracia e ironía, pero a la vez plenas de ternura. Garay opta para su cartel (Fig. 117), «*Geranio*», por la figura de un huertano tratado con el estilo peculiar del artista, que avanza hacia nosotros, a lomos de una rueda dentada alada, sosteniendo el texto de la convocatoria, mientras le caen del zurrón frutas y viandas; más parece que se tratara de un tripulante de carroza sardinera; la obra de Garay evidencia su profunda y larga vinculación con las fiestas de la ciudad. El jurado propuso a la Feria la concesión de otro accésit de 1.000 pesetas, adquiriéndose la obra «*Alas*» de Carlos Valenciano Gayá; aquí el emblema ferial domina por completo el vástago-mástil que se clava en una hoja de morera –simbolizando Murcia– de la que emergen la torre de la Catedral y tres complejos fabriles; cartel de parecida y curiosa solución al aportado por Laorden. Se otorgarían generosamente otros dos accésits a los bocetos presentados por Rafael Márquez, «*Abril*»; y por Aurelio Pérez, «*Levante*».

Damián García Palacios fue designado arquitecto encargado de las obras, planteando una monumental portada de acceso⁽⁸⁸⁾. Doscientos stands y dieciocho pabellones cubrieron una superficie de más de 40.000 metros cuadrados, en los que se proyectaron fuentes y jardines y una torre luminosa, un hito ferial a imitación del que en Zaragoza da visibilidad a su Feria Nacional de Muestras.

Francisco Alemán Sainz escribe en *La Verdad*, el 6 de marzo de 1954, a poco más de un mes de celebrarse el evento: “...*La señal de la Feria lanza por un lado sus carteles, sus tarjetas, su propaganda, y el prólogo de su portada pronto cortará el aire que envía la huerta por la Gran Vía a la entrada de Trapería. Señal y descubrimiento, marca e indicio, signo y modelo, la Feria de Muestras llega a la primavera con sus edificaciones rápidas.*”

La III Feria de Muestras sufrió notable cambio de emplazamiento, pues pasó a ocupar aproximada superficie de 40.000 metros cuadrados, pero ahora en otro extremo de la ciudad y con vecindad al río Segura. La Feria de 1956 se instaló en los antiguos solares del mercado de verduras, frente a Verónicas, en comunicación con la entrada principal al Malecón y al Botánico –propiedad en esas fechas del Instituto Alfonso X el Sabio–. Un recinto capaz de albergar los ocho pabellones y los más de doscientos stands que se preveía acudirían al certamen. Una gran plaza central, con fuente luminosa, dejaría bien visible el esplendor de la Feria.

Para difundir la III convocatoria de la ahora Feria Oficial de Muestras del Sureste Español, a celebrar entre el 31 de marzo y el 19 de abril de 1956, se editaron seis carteles, todos diseñados por artistas locales. Rafael Márquez obtuvo el Primer Premio del concurso (un último triunfo, pues no volverá a ser citado como cartelista de referencia, falleciendo en 1995); su cartel representa una veleta con el perfil de Mercurio –tocado con el *petasos*⁽⁸⁹⁾– señalando el sureste de la península, a la que el viento empuja hacia un

(88) La maqueta del proyecto se reproduce en *La Verdad* el 20 de enero de 1954.

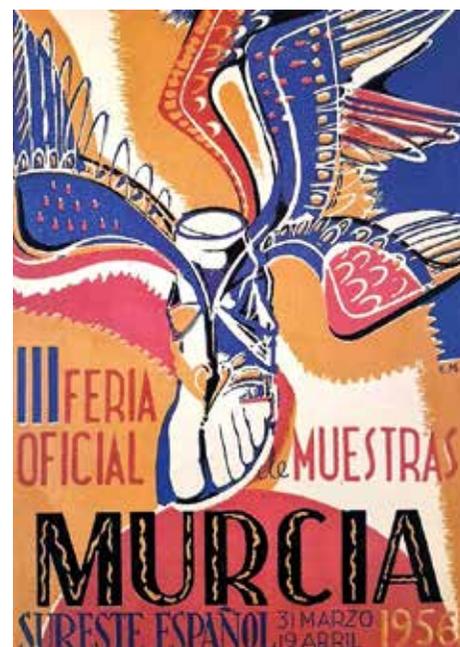
(89) El *petasos* es un sombrero redondo de borde ancho, originario de Tesalia que llevaban los muchachos griegos en el gimnasio. El *petasos* alado representa al dios Hermes protector de los efebos.

gallardete con el escudo de Murcia. Carlos Valenciano Gayá presentó un toldo, sostenido por el emblema ferial –entonces aún idéntico al de la Cámara de Comercio–, que cobija productos artesanos: cerámica, telas, conservas, figuras de cartón, una navaja... sobre una estera de esparto, pretendiendo representar la amplia gama de productos del Sureste de España. Antonio Laorden, realizó un cartel de sobriedad publicitaria, señalando la Feria con un dardo de papel, impreso con noticias vinculadas al comercio, certeramente clavado en el emblema del certamen. Más interesantes resultaron, a nuestro parecer, los carteles de Eloy Moreno (Fig. 118) y de Molina Sánchez (Fig. 119). Eloy recurrió a una imagen muy impactante y colorista: en tonos rosas, azules y violetas, el pie alado de Mercurio; amputado, como si de un reciente descubrimiento arqueológico se tratara; llenando todo el cartel y avanzando en volandas hacia el espectador sobre una tipografía historiada. Molina Sánchez se anticipó al triunfo que otorgó la Exhibición de Arte Nacional de 1957 a la abstracción; sobre cuatro tintas planas: gris, verde, amarillo y rojo, un sintetizado y transparente emblema de la Feria, una solución plástica cercana a la pureza formal de Calder y del Equipo 57; el trabajo de Molina se remata con un atrevido luto rectangular que recoge el texto del certamen en una tipografía del tipo Helvética; cartel que parece contradecir, curiosamente, unas manifestaciones del pintor a Francisco Alemán Sainz, publicadas en *La Verdad* años antes, el 9 de enero de 1954, a propósito de la pintura abstracta: “Yo creo que para el pintor se trata de dos medios expresivos, de dos direcciones que pueden dar distintos resultados, pero de igual eficacia pictórica. Por otra parte, en España no hay de verdad pintores abstractos; las razones están al alcance de todos. El pintor abstracto suele ser un intelectual, y el pintor español no lo es...”. Aún se recurriría a otra imagen, la sexta, esta vez un cartel de Garay, para dar difusión a la Feria; el cartel se utilizó de portada del *Suplemento Dominical* de *La Verdad* de 29 de enero del cincuenta y seis –días antes del fallecimiento del pintor el 7 de febrero–; un arlequín picasiano, tocado con gorro dentado porta la vara con el símbolo ferial. Garay realizó al menos tres bocetos más para la Feria de ese año; en uno de ellos Mercurio aparece sentado sobre el emblema ferial portando una caja lacrada; en otro, similar caja lacrada parece dotada de movimiento, merced a los engranajes de una rueda mecánica; en el tercero aparecen dos personajes, varón y mujer, ante un paisaje fabril.

La propaganda se concentró en la edición de 5.000 carteles murales y 15.000 postales que reproducían los bocetos de los carteles previamente seleccionados. Centros oficiales, oficinas de ferrocarriles, agencias turísticas... fueron los destinatarios de los *afiches*. El 1 de abril, recién inaugurada la muestra, *Línea* subraya: “...La publicidad, para ser realmente efectiva, necesita no del simple anuncio en los periódicos, del serial radiofónico o de los carteles murales abundantes en términos autoelogiosos y pedantescos. La publicidad en esta III Feria de Muestras es eficazísima, porque no se nos mete por las narices...”

La III Feria superó en volumen e importancia a las anteriores. Para prevenir la demanda de espacio se proyectó un puente sobre el Malecón, ampliando el recinto hasta el Murcia Parque, instalándose en dichos terrenos una exposición de automóviles, bicicletas, motocicletas y otros modernos accesorios industriales. Se levantaron más de 250 stands en un recinto con variedad de emplazamientos y amplia zona verde. Continuando lo que ya es tradición en la Feria se celebró una exposición, con más de 100 obras, representativa del arte y los artistas del Sureste Español: “...un éxito más de la Cámara Oficial de Comercio, incansable en su labor de divulgar, no ya el poderío económico del Sureste, sino todos aquellos aspectos artísticos que complementen el sentido comercial de la Feria... numerosas personas acuden simplemente a «ver la Feria» y no podía faltar en ella una Exposición de Pintura y Escultura, que tanta curiosidad despierta entre aficionados al arte.” El pintor de vanguardia Ceferino Moreno fue el encargado de decorar los stands con arreglo a un boceto previo atrevido e ingenioso, según indica la prensa local. Estas muestras de arte tendrían continuación en las sucesivas convocatorias feriales. Aunque el emplazamiento de 1956 para la Feria de Muestras parece que se mostró con condiciones válidas y excepcionales para futuros certámenes, la Cámara de Comercio percibió con claridad la necesidad de dotar el evento con recinto propio y definitivo.

Los días 6 al 20 de abril de 1958 se celebró en Murcia la IV Feria Oficial de Muestras del Sureste Español, que volvió a estrenar emplazamiento, esta vez con carácter permanente, en los terrenos anexos al Barrio de Vistabella –aún sin concluir–. La superficie



(Fig. 118) Eloy Moreno. III Feria Oficial de Muestras. Murcia. 1956.



(Fig. 119) Molina Sánchez. Feria Oficial de Muestras. Murcia. 1956.



(Fig. 120) Antonio Laorden. *Feria Nacional de la Conserva Vegetal*. Murcia. 1958.

a ocupar por la muestra es de 40.000 metros cuadrados, extensibles a 60.000 en una segunda fase. La adquisición de los terrenos ha sido posible merced a un préstamo de 12.000.000 de pesetas realizado a la Cámara de Comercio por parte de la Caja de Ahorros del Sureste de España (CASE). El recinto ferial estaba dotado con una fachada de 400 metros por 150 de fondo en dirección al río; se urbanizaron los accesos, señalándolos con mástiles y gallardetes; y se embelleció la portada con dos esculturas de aurigas, que conducían sus monturas portando los escudos de Murcia y su Cámara de Comercio, obra del escultor Nicolás Martínez Ramón, con lejanas referencias a Cástor y Polux, a los aurigas del Trocadero en París y también a modelos más próximos ubicados en la Feria Internacional de Barcelona. El recinto acabaría embellecido con otras piezas escultóricas de fuste: *La Fama*, de José Planes, adornaría durante años los jardines de la FICA que florecían al cuidado de José Moreno *Manú*; y el acceso se completó con el *Mercurio* de Antonio Campillo sobre alta columna, que se le encargó al escultor en 1966. Los trabajos preparatorios empezaron meses antes, en noviembre de 1957, con la explanación del terreno sobre el que se preveía construir seis pabellones estables, uno de ellos dedicado a los servicios de dirección, oficinas y recepción de invitados y participantes. La Feria de 1958 contó con 400 stands, y constituyó un gran triunfo para la industria murciana.

La amplia difusión del certamen –se pegaban carteles de la Feria del Sureste en la mismísima fachada de la Catedral de Murcia, pese a las críticas recibidas por este proceder desde la prensa– se realizó con un cartel de Carlos Valenciano, ganador del concurso. El cartel de Valenciano presenta un tornillo dorado rematado con las alas de Mercurio, que ocupa toda la superficie del *afiche*, tras el que aparece una rueda dentada con el escudo de Murcia. Mariano Ballester presentaría al concurso un boceto, creado a partir de rectángulos que se superponen, dejando ver una fruta, configurando un primer plano en forma de damero cromático. También Gómez Cano presentaría cartel: transparentes siluetas de productos murcianos sobre manchas de color. Para el certamen del cincuenta y ocho se imprimiría una curiosa imagen realizada por Antonio Laorden (Fig. 120): simulando un regalo, envuelto en celofán y anudado por una cinta con los colores de la bandera española, tres productos típicos de la huerta de Murcia, alcachofa, tomate de pera y melocotón, sobre fondo negro con forma de hoja recortada destacando superpuesta a azules y amarillos, y un texto clarificador para futuros eventos feriales, *Sudeste Español, Murcia, Feria Nacional de la Conserva Vegetal*. La especialización del certamen en Feria de la Conserva sería inminente, y su designación como acontecimiento internacional está ya a tan solo cuatro años vista, pues en 1962 alcanzaría el certamen esa consideración.

Los carteles de estos años, 1952-1958, responden a modelos de la época ya ensayados y vistos a lo largo y ancho del territorio nacional. Una iconografía que gira invariablemente en torno a cuatro elementos: Mercurio como símbolo del comercio; representado por alguno de sus atributos; pies o sombrero alado, símbolo de rapidez y voluntad de establecer intercambios comerciales superando dificultades o distancias; caduceo o báculo, símbolo de equilibrio moral y buena conducta, consustancial al buen comerciante. Ruedas dentadas y engranajes, para significar la dinámica y los avances industriales⁽⁹⁰⁾. Hitos feriales, indicados mediante la representación de figuras clásicas y estructuras arquitectónicas que muchas veces forman parte del portón de acceso a los recintos feriales o son elementos en torno a los cuales se articula este. Formas y elementos punzantes que señalan, en el mapa, el lugar donde tendrá efecto el evento. Las ferias de muestras de Barcelona y Zaragoza, con carácter internacional la primera y nacional la segunda, son los certámenes con más prestigio y solera en España y serían referencia obligada, en aspectos organizativos y desde luego publicitarios, del certamen murciano, hasta que aquí se optó claramente por una feria de la conserva con carácter y nervio propio.

(90) Los símbolos de Mercurio y la rueda dentada conformarían los emblemas y logotipos de las Cámaras de Comercio y serían iconos centrales en numerosos carteles. La I Feria Provincial de Muestras de Logroño de 1943 se anuncia con un cartel, firmado por Garay, que auna espiga de trigo, banderola y rueda dentada. Y para anunciar la Exposición Siderometalúrgica celebrada en septiembre de 1957, en Madrid, se recurrió como representación de la muestra a un obrero levantando una rueda dentada, una iconografía que parecía retrotraernos a la cartelería de la Guerra Civil.

La Feria dejaría de tener periodicidad bianual. La quinta convocatoria se celebró en 1959 con la denominación de Feria de la Conserva. El Comité Ejecutivo de la Feria Oficial y Nacional de la Conserva Vegetal –a celebrar entre el 29 de marzo y el 17 de abril de 1959– convoca concurso para elegir cartel anunciador en septiembre de 1958; el tema versará sobre el asunto indicado y podrán concursar artistas españoles e iberoamericanos; los bocetos a seis tintas máximo se realizarán a 55x80 cm y teniendo en cuenta su posterior reproducción litográfica; 10.000 pesetas es el Primer Premio, que no podrá

compartirse ni declararse desierto; Segundo y Tercer Premio recibirán 1.000 pesetas; los carteles deben presentarse montados en bastidor o superficie rígida para permitir su exhibición. Cuarenta y cinco carteles optan al premio de la Cámara de Comercio para anunciar esta II Feria Nacional de la Conserva. El 22 de octubre se inaugura, a las cinco de la tarde, la exposición de carteles en uno de los pabellones recientemente construidos en el nuevo recinto de Vistabella. *Línea* publica el 23 de octubre de 1958 la crónica de la exposición: "...El cartel premiado será impreso para la propaganda mural y los dos accésits se destinan a ilustrar los catálogos –los carteles, ya se ha señalado, ilustraban revistas, tarjetas postales, banderines... y se reproducían en distintos formatos para colocar en muros callejeros, stands y escaparates–. Firman los carteles Carlos Valenciano, Laorden, Mirete, Carbonell, Viñas, Reija, A. García, «Myo», Ros, F. Oliver, Vermellón, A. Calvo, Car, Abellán, José Martín, Ceferino Moreno –que, aunque no resultó ganador, vería impresa, en pequeño formato, su atrevida propuesta gráfica, una obra casi abstracta en tres tintas: verde oliváceo, rojo, y negro para el texto y las grafías que remiten a ruedas engarzadas y recipientes vegetales (Fig. 121)–, «Ayk», y Andrés Martínez, algunos de los cuales presentan dos o más ejemplares. Todos los carteles, en diversos colores, muy vistosos y de gran originalidad, se basan, como es natural, en motivos alegóricos de la huerta y su riqueza frutal. La exposición instalada en dos amplias salas, magníficamente adornadas, estará abierta al público todas las tardes, de cuatro a seis, y los días festivos por la mañana, de once a una." El jurado, formado por: Adrián Viudes Guirao, Carlos Iglesias, Manuel Fernández-Delgado, José Séiquer Zanón, Juan González Moreno, Mariano Ballester Navarro, Muñoz Barberán, Ismael Galiana y López Guzmán, otorga el Primer Premio a Pedro García Encinas, natural de Sestao (Vizcaya) por la obra que lleva el lema «Oro»; los accésits, ampliados hasta un número de cinco, son otorgados a Fernando Oliver Narbona, Carlos Valenciano, Carmelo Tienda Verdugo, Ángel Abellán y José Luis Pequeño. Cartagena, Murcia, Madrid, Deusto..., son algunas de las localidades desde donde se han enviado obras al certamen. El cartel de García Encinas simula un relicario abierto, la tapa es el círculo plateado de la cubierta de un bote de hojalata y el interior un dorado medio melocotón en almíbar; un cartel (Fig. 122) delicado e impactante, muy apropiado a lo que se pretende resaltar con el certamen. Carmelo Tienda presentó una fruta, un recurrente melocotón, sobre fondo compuesto por coloristas rectángulos cubistas. Ángel Abellán, Abelfín, simuló, con planos blancos y rotundos trazos negros, dos botes de conserva conteniendo un tomate y, cómo no podía ser de otro modo, un melocotón. El comité organizador de la Feria, siempre tan diligente, reprodujo los carteles con las fechas previstas del certamen: Murcia, 29 de marzo-17 de abril de 1959. Una anécdota, pues La II Feria Nacional de la Conserva tendría lugar entre el 5 y el 20 de septiembre –imprimiéndose por tanto los carteles con nueva datación– tras acuerdo firmado por la Cámara de Comercio de Murcia y el Ministerio de Comercio e Industria; el objetivo es facilitar la concurrencia al certamen murciano de firmas extranjeras y convertirlo en preámbulo de otras ferias del territorio nacional: La de Barcelona; Valencia; o la del Campo, que tiene lugar en Madrid. Es el paso previo a concederle a nuestra Feria el rango de Internacional. Rango de Internacional con el que aparecerá la Feria en los carteles anunciadores de los festejos septembrinos, formando parte de los eventos a realizar.

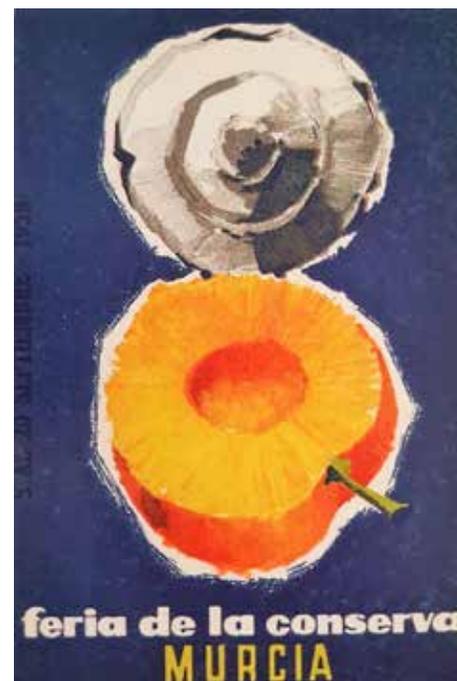
Los carteles anunciadores de la Feria de la Conserva de 1959 resultan alegres, coloristas, modernos, y giran, ahora, alrededor de una iconografía propia y diferenciadora de otros eventos más o menos similares, marcando el camino a propuestas atrevidas e innovadoras.

Se imprimieron, con las distintas imágenes seleccionadas, 25.000 tarjetas postales⁽⁹¹⁾; 9.000 carteles grandes en dos formatos, 2.000 para escaparates y 7.000 despleables; 3.000 carteles en distintos idiomas y 3.000 banderines. La Feria del 59 tuvo abultadas cifras en todos los aspectos: 1.000 expositores nacionales y extranjeros, y 250 stands, preparados para atraer las casi 500.000 personas que visitaron el recinto. La Delegación del Frente de Juventudes se encargó del aspecto artístico de la convocatoria, organizando una exposición de Arte Joven a la que concurrieron más de 40 obras de arte.

La Feria de 1960 se celebra entre el 4 y el 18 de septiembre. Carlos Valenciano propuso para anunciarla un cartel con la imagen de un bote de conserva haciendo de tambor, al que golpean los palillos con heráldico retumbar; aunque el cartel oficial, *Feria de*



(Fig. 121) Ceferino Moreno. *Feria de la Conserva*. Murcia. 1958.



(Fig. 122) García Encinas. *Feria de la Conserva*. Murcia. 1959.

(91) En el reverso de una de las tarjetas postales editadas en 1959, con anverso correspondiente al cartel presentado por el madrileño Carmelo Tienda, junto al emblema de la Cámara de Comercio y Navegación de Murcia puede leerse: *La técnica y la producción, agrupadas en un maravilloso recinto de 60.000 metros cuadrados, reciben la embajada atenta de 400.000 visitantes.*

la Conserva en Murcia, que se imprimiría en diferentes idiomas –francés, inglés, alemán e italiano–, lo realizó Antonio Carbonell Artús. El cartel de Carbonell presenta un informal bote transparente –ante rueda dentada– conteniendo un jamón, un pez y un melocotón, en cinco tintas y tonos verdes, amarillos, rojos, negros y violetas. El cartel incluye el nuevo logotipo de la Feria de la Conserva; lo ha diseñado el propio Carbonell a partir del escudo de la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Murcia; es un logotipo moderno y atrevido que conjuga bien engranaje mecánico y alado casco de Mercurio, de fácil impresión, en positivo y en negativo, y de óptimos resultados al aplicarlo en la multitud de reclamos con que se difunde y publicita la Feria, así como en las «Medallas de la Feria» que el certamen otorgará a partir de la edición de 1960. Una edición que contó con una Comisión de Festejos y Propaganda que, además de encargarse de la difusión de la imagen y los contenidos feriales, determinaba otros eventos y actividades que tenían acogida en sus instalaciones. Desde 1960 se utilizaría una sola imagen como cartel del evento, una forma de reducir costos al editarlo en varios idiomas, obtener mayor eficacia en su distribución y establecer una imagen rotunda y unitaria de la Feria.

Por segunda vez la Feria Nacional de la Conserva editó un *Diario de la Feria* –realizado en unas instalaciones montadas *ad hoc* en el recinto–, a cargo de Baldo, que doblaría la tirada de 5.000 ejemplares de 1959. Baldo tiene entonces 37 años y dilatada trayectoria en los medios de comunicación. Ilustrador y periodista ha fundado, a finales de los cincuenta, con el “padre” Juan Hernández, Radio Popular de Murcia y trabaja en *La Verdad*. El *Diario de la Feria* fue celebrada iniciativa, en esta edición ampliada y reforzada.

Todas las firmas conserveras nacionales están presentes en la Feria murciana; ya en trance de superación de la situación a la que se había visto abocada la economía nacional, y la propia Feria, derivada del Plan de Estabilización de 1959 y de la paridad de la peseta. Se alaba el afán de mejora y la capacidad de renovación del certamen; la belleza del recinto “*en el esplendoroso marco de la huerta, en la mismísima orilla del Segura*”; la voluntad y el esfuerzo de los hombres que la han hecho posible; las nuevas infraestructuras con que Murcia podría contar en un futuro próximo: hoteles, el proyectado aeropuerto Cierva Codorniu...; y el deseo de acceder al rango de Internacional especializándola en aspectos conserveros y alimentarios.

El 22 de mayo de 1960 ya se había acordado que la Feria de la Conserva volvería a integrarse el año próximo en los actos de primavera murcianos. El 31 de enero de 1961 el director general de Expansión Comercial comunica, a la Cámara de Comercio murciana y a la organización de la Feria de la Conserva, que el Ministerio de Comercio autoriza que la Feria sea de carácter Internacional y pueda exponer maquinaria y productos extranjeros. La premura, la falta de tiempo para organizar la I Feria Internacional de la Conserva, obliga a posponer el certamen a 1962. Tuvo que ser una decisión apresurada pues conservamos varios bocetos de carteles de Párraga, atrevidos, abstractos, realizados a partir de la técnica del *collage*, datados en 1961, cuyo objeto es anunciar la Feria de ese año.

Será 1962 un año crucial para el despegue de la economía y las industrias murcianas. La provincia aporta más de la mitad del total de las exportaciones de fruta que realiza España. Además, otros sectores productivos, y otras comarcas, se sienten con fuerza para plantear sus propias aspiraciones con iniciativas atrevidas. Caravaca volvería a organizar por segunda vez, a principios de año, la Feria de Maquinaria Agrícola que anunció con cartelería. Yecla convocó un concurso de carteles, el 12 de junio, para anunciar la I Feria Provincial del Mueble e Industrias Afines que se celebraría en septiembre⁽⁹²⁾ –la autorización por parte del director general de Expansión Comercial para que Yecla celebre su Feria del Mueble tiene su fundamento en la necesidad de la región de abrirse al desarrollo–. Lo de Yecla no fue un salto al vacío, el año anterior ya había organizado la localidad un Salón del Mueble; ni un experimento fallido, pues la Feria del Mueble tendrá continuidad hasta la fecha actual. A Valencia tuvo que gustarle la iniciativa porque un año después organizaría la I Feria Nacional del Mueble, que anunció con vistosos carteles.

Los carteles de 1962, 1963, 1964 y 1965 girarán alrededor del nuevo emblema de la Feria; un intento de difundirlo y fijarlo en la memoria de instituciones, empresas participantes, asistentes y curiosos que, cada convocatoria, acuden al evento.

(92) El premio del concurso de carteles de la Feria del Mueble ascendía a 4.000 pesetas. El 30 de junio acaba el plazo y el 6 de julio el fallo designa ganador a Pedro Chinchilla. Posiblemente el autor esté vinculado a la industria mobiliaria de “Hijos de Pedro Chinchilla”. Se imprimieron 2.000 carteles murales, en una campaña extendida a todo el territorio español.



(Fig. 123) Antonio Laorden Monserrat. *Feria Internacional de la Conserva*. Murcia. 1962.

(Fig. 124) Antonio Calvo. *Foire Internationale de la Conserve et de L'Alimentation*. Murcia. 1963.

El cartel *Feria Internacional de la Conserva* 1962 (Fig. 123), evento que se celebró en Murcia entre el 25 de marzo y el 10 de abril –fechas a las que estarían sujetos los siguientes certámenes–, lo realizó Antonio Laorden Monserrat. Es un cartel conceptualmente sencillo, realizado a tres tintas planas, pero a la vez es una muestra del conocimiento que Laorden tiene de las artes gráficas y las técnicas de impresión, pues la imagen está construida con la superposición y el desplazamiento del logotipo-emblema de la Feria, y el juego de transparencias que permite la impresión directa de las tintas –magenta, verde y negro– al incidir una sobre otra. Tramas, retículas, transparencias... que los artistas Pop, –muchos de los cuales han iniciado su trayectoria artística desde el mundo de la publicidad: Richard Hamilton, Andy Warhol, Roy Lichtenstein... realizando y creando carteles–, venían utilizando en sus cuadros y sus propuestas visuales desde finales de los años cincuenta⁽⁹³⁾. Una estética que en España comenzaría a *popularizarse* en los sesenta.

La percepción en 1962 es que la Feria Internacional de la Conserva puede convertirse en la más importante de Europa en su género. Ese año la Feria dio cabida a un intenso debate sobre las ventajas del frío industrial y los cambios que se producirían tras su implementación en la fabricación y distribución de conservas animales y vegetales. Las conservas vegetales, de pescado y cárnicas suponen, en 1962, un monto de 32 millones de dólares, el 4,5% del total de lo que exporta el país.

La segunda Feria Internacional de la Conserva y la Alimentación fija en 1963 su denominación definitiva y su conversión en monográfica. En los carteles *FICA*, que realiza Antonio Calvo (Fig. 124), aparecen por primera vez las siglas que habrían de permanecer en el imaginario y la memoria de Murcia. El cartel de Antonio Calvo mantiene las referencias al juego gráfico propuesto por Laorden el año anterior y el número de tintas planas, tres; el logotipo ferial ocupa el *affiche*, con un círculo extraído del vacío central de la marca que se imprime transparente sobre ella; el acrónimo *FICA* compone, en repetición seriada –a modo de estampado–, el fondo del cartel; la rotunda tipografía *Stencil*, que aquí resulta arcaizante, habitual en varios carteles de la *FICA*, aporta volumen y potencia al pliego. Tanto este cartel, como el anterior, nos hacen pensar en un intento de consolidar la imagen de la Feria Internacional convirtiéndola en perdurable y reconocible marca.

El 10 de enero ya se habían comenzado a distribuir los carteles, impresos en cinco idiomas. Las 500.000 pesetas destinadas a propaganda⁽⁹⁴⁾ posibilitaron la edición de 10.000 tarjetas postales, 50.000 carteles murales, 15.000 banderines, y cantidades ingentes de fotografías, folletos y catálogos.

La organización de la Feria articuló el certamen en distintas secciones: Conserva vegetal, de pescado y cárnica; maquinaria; productos alimenticios varios; plásticos; ho-

(93) El Pop-Art es un movimiento artístico inspirado en la cultura popular: cine, televisión, cómic... vinculado a los medios de comunicación de masas, y patentizó que la publicidad comercial pasara, de estar bajo los gustos y la influencia europea, a situarse en la esfera del dominio americano. Hamilton definiría el Pop-Art en términos de anuncio publicitario, un arte "popular, pasajero, perecedero, barato, producido en serie, joven, ingenioso, erótico, artero, encantador y un negocio a gran escala". Parece como si se estuviera refiriendo no solo a las cualidades de un anuncio, sino a los objetivos explícitos de la campaña de un producto orquestada por una agencia de publicidad.

(94) Presupuesto recogido en *Línea* el 16-3-1963.

jalata; etiquetaje y diseño industrial; aparatos tecnológicos y de precisión. A la Feria del sesenta y tres acudieron 100 grandes compradores de ocho países. La Comisaría de Abastecimientos del Ayuntamiento de Murcia montó restaurante para divulgar los productos de alimentación propios de nuestra tierra. Italia levantó un hermoso pabellón. Los grandes almacenes Galerías Preciados organizaron dentro del recinto ferial un novedoso desfile de modelos. Conscientes del valor de la publicidad y de la influencia de la prensa para difundir y apoyar estas muestras y certámenes se invitó a la Feria a un buen número de directores de periódicos españoles y extranjeros. Siguiendo el lema del ministro de Comercio, señor Ullastres, “*invertir para exportar*”, la Feria se convertiría en un pilar de las nuevas industrias cuyo objetivo es la exportación. El Cenajo, impulsado en 1963, generaría en la región una dinámica desarrollista en el sector hortofrutícola que se consideró imparable, recogida desde 1968 en el eslogan «*Murcia huerta de Europa*».

(95) Los sucesivos certámenes de la Feria contaron con una memoria recogida en forma de folleto o catálogo. El atrevido diseño de la portada de la memoria FICA-MURCIA-1963 lo realizó Párraga: *La niña peseta en primavera se da una vuelta por la FICA*. Un dibujo-collage en gris y blanco sobre fondo negro. Una figura femenina saluda al sol –con la cara de la Sibila de Delfos– y le ofrece el regalo de una flor con la inscripción «*Fica*», reproducciones de billetes de una peseta conforman el cuerpo de la figura. “*Como veras es materia y poesía, símbolo del comercio. El sol es una cabeza del genial Miguel Ángel, italiano como la del pabellón según se entra*”; le comenta Párraga a Ismael Galiana en “4 esquinas, la Feria vista por José María Párraga”, entrevista que *La Verdad* publica el 7 de abril, de 1963.

(96) Colecciones de sellos y series de carteles con diferentes imágenes gráficas difundirían el contundente lema estatal y los logros del periodo, comparándolos sobre todo con la producción industrial y agrícola de los años 30 y 40. La campaña la dirigió Manuel Fraga, ministro de Información y Turismo y contó con cartelistas de la talla de Laperal, Cruz Novillo, Garbayo y Alfredo. Los carteles *Veinticinco años de paz*, que diseñó Julián Santamaría, ganador del concurso para elegir cartel anunciador del evento, componen con amable, colorista y rotunda tipografía la palabra PAZ, que ocupa la totalidad del cartel, completado con una franja gris donde en negativo aparece escrito “25 años de”. Carteles y vallas, con idéntico motivo, se editaron –un signo más del aperturismo del régimen– en castellano, vasco y catalán. Santamaría, perteneciente al “Grupo 13”, creó un cartel tipográfico y conceptualmente abstracto, aunque no quede muy alejado de las influencias Pop imperantes en 1964, en lo que se refiere a la utilización de textos como base gráfica de un cartel. Julián Santamaría está especializado en estos carteles abstractos, de un grafismo potente y líneas curvas y sugerentes. Justo Claró escribe en *Línea*, el 17 de marzo de 1963, al referirse al Primer Premio, que el diseñador ha obtenido en el concurso de carteles anunciadores de la Exposición de Arte Actual de España y América: “...*Si nos permite el señor Santamaría, nosotros y una inmensa mayoría de nuestros lectores veríamos con verdadera satisfacción publicada en estas mismas páginas una argumentación defensiva suya a propósito de esta su última obra, pues ello contribuiría notablemente a salir de nuestro analfabetismo pictórico.... Se lo pedimos de verdad, sin ironía.*” El texto se refiere a un cartel construido con dos círculos tangentes que se cortan en los laterales del *afiche* y rodeados por un fuerte trazo negro parecen conformar una expresiva “X”; el cartel como manifiesto y garantía de en qué consiste eso de *Arte Actual de España y América*.

(97) Molina de Segura, Abarán, Cieza, Totana, Pliego –donde la exposición se llamó “España”–, son algunas de las localidades de la provincia que vieron instalados los carteles celebrando los “XXV Años de Paz”. En Calasparra se montó en el interior de la estructura reticular de Pérez Piñero que recibió la Medalla de Oro del Ayuntamiento.

Para la Feria Internacional del Comercio y la Alimentación, FICA 1964, se destinaron 15.000.000 de pesetas. Se pretende construir dos nuevos pabellones estables (uno para maquinaria española y extranjera, el otro para salón de actos y restaurante, este último con la concurrencia de la Comisaría de Abastecimientos) y ampliar el recinto. Cuando la Junta de Gobierno de la Cámara de Comercio, presenta memoria e informa a la prensa, el 17 de diciembre del sesenta y tres, de los logros de ventas –rebasaron los 811.000.000 de pesetas– del último certamen⁽⁹⁵⁾ y, tras el visionado del corto que sobre la FICA ha realizado el pintor y cineasta Medina Bardón, plantea las nuevas aspiraciones del certamen; Miguel López Guzmán expone que el acto inaugural de la FICA 1964 tendrá lugar el 29 de marzo, en conmemoración de la fecha del día de Liberación de Murcia –29 de marzo de 1939–; se trata de celebrar los 25 años de paz traídos por el régimen de Franco. López Guzmán da cuenta que ya se están repartiendo los carteles, ¡cuatro meses antes!, encargados al pintor José María Párraga (Fig. 125), y que “*para símbolo, en su cartel, figurarán dos palomas a ambos lados, como broche poemático*”.

Un sol mediterráneo, levantino, sobre juego cromático de azules y naranjas, cuyos rayos han mutado en grandes piezas de un engranaje mecánico que encierran, a modo de escaparate, vistas y detalles de ferias pasadas. El logo de la Feria Internacional de la Conserva y la Alimentación es la base del *collage* sobre el que se ha construido un atractivo cartel anunciador *FICA Murcia 64*; dos palomas, en las alas del emblema ferial, para indicar que 1964 es el año de la conmemoración de una fecha que el *régimen* quiere destacar, el de la victoria de la Guerra Civil, y que los nuevos tiempos han convertido en la celebración de una efeméride más acorde con las nuevas sensibilidades: “25 Años de Paz”⁽⁹⁶⁾. A través de la FICA el Ministerio de Información y Turismo pretende dar a conocer, con tratamiento de primicia, su exposición “XXV Años de Paz”; exposición que contaba con un número aproximado de 150 carteles, alusivos a los temas más palpitantes de la vida nacional que han encontrado solución a lo largo del periodo. La instalación de los carteles, dividida en dos grupos, se colocó en zonas situadas a la entrada del recinto ferial. El 29 de marzo, fecha de apertura de la Feria, queda expuesta al público la muestra, que luego aparecerá simultáneamente en 3.000 ciudades y pueblos del territorio español. En la FICA se colocaron, repartidos en seis stands, 55 carteles de tipo estadístico –con “*elocuencia de los números y el grafismo realizada con sentido moderno*”– mezclados con otros de tema turístico⁽⁹⁷⁾.

Francia; Alemania; Inglaterra; Bélgica e Italia, que levantó un pabellón capaz de albergar 17 fabricantes de maquinaria; fueron los países participantes en la FICA 1964.

Ismael Galiana escribe en la sección “4 Esquinas” de *La Verdad*, el 14 de abril de 1964: “*A cartel muerto, cartel puesto*”. Galiana adelantaba así información sobre el trabajo de Párraga: “*De momento ya está el cartel. Se trata de una variante sobre el mismo leit-motiv que ideara el «tándem» Baldo-Carbonell –se trata del logotipo de la Feria ideado por Baldo y realizado por Carbonell–, pero con cierta originalidad tanto en la forma como en la técnica, madera pirograbada concretamente*”. A principios de noviembre de 1964 la Cámara de Comercio se afanaba ya en distribuir 20.000 carteles anunciadores *FICA 1965*. Se enviaron 5.000 carteles a cada uno de los países participantes: Alemania, Inglaterra, Italia y Francia, en distintos formatos, murales y de mano. El certamen volvió a celebrarse entre el 25 de marzo y el 10 de abril, preludio de las Fiestas de Primavera del

sesenta y cinco. Párraga diseñó el cartel a partir de una interpretación bastante libre del escudo de la feria. El emblema, esquematizado, ocupó casi totalmente la superficie del pliego sobre fondo marrón veteado. El cartel se basó en un original realizado mediante el procedimiento del pirograbado, resultando un conjunto de tonos marrones, sepías y negros con el texto de referencia *FICA 1965* destacado en blanco.

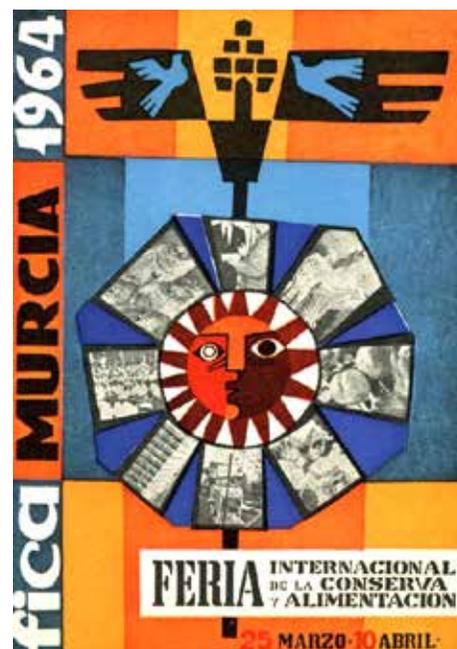
Si el cartel de Párraga de 1964 y los trabajos realizados para la feria, portadas, ilustraciones y pinturas murales, ya lo consagraban como excelente dibujante, dominador del trazo libre y sugerente, dando cuenta de su dominio de la técnica del *collage*, este último cartel nos presenta a un artista incursionando en un nuevo procedimiento: la técnica del pirograbado. Los primeros pirograbados de Párraga pueden datarse entre finales de 1963 y los primeros meses de 1964. Posiblemente las alegorías murales para la farmacia de Manzanera, ultimadas en febrero del sesenta y cuatro, sean sus primeras obras importantes en esta técnica, de la que el mismo Párraga señala: "...yo sé que el pirograbado es duro, ¡fíjate que está hecho con fuego! Pero a mí, ahí está el juego, me gusta coger esa dureza y transformarla en suavidad. ...los elementos con que cuentas son un hierro candente y la madera. Entonces cuando se traza una línea, no es posible rectificar. El trazo que se realiza con fuego es siempre definitivo". La belleza y rotundidad del dibujo, su facilidad caligráfica, es la base sobre la que se asientan los carteles de José María Párraga.

La Feria editó en esta ocasión, a todo lujo, con encuadernación en tela, el libro de Juan García Abellán *Murcia entre bocado y trago* que ilustró Baldo, se trataba de promocionar y difundir, desde el punto de vista turístico, las cualidades gastronómicas murcianas. Contaba además la FICA, dentro de las novedades, con un servicio de TV de circuito interior: TeleFica.

Resulta curioso que cuando la prensa local entrevista al director general de la marca de supermercados "Migros" –una cadena que cuenta con 425 establecimientos, 15 cooperativas y 63.000 socios, que ha montado stand en la Feria–, el suizo Dübendorfer, este alabe las instalaciones, la excelente acogida, incluso el clima de la ciudad, pero se queje de la ínfima calidad de las comunicaciones, sobre todo las aeroportuarias, pues ha tenido que aterrizar en Valencia con las dificultades y pérdidas de tiempo que ello implica. Por primera se señala públicamente el *Talón de Aquiles* del certamen internacional. Las deficientes comunicaciones de la provincia, que dificultan su expansión económica ¡y andan todavía sin terminar de resolver!

Aún madrugaría más la organización de la Feria en promocionar la del año siguiente, pues en octubre del sesenta y cinco ya era público que el cartel *FICA 1966* había sido encargado a Baldo. *Línea* escribe el 7 de octubre de 1965: "*La FICA 66 ya tiene cartel*". Un cartel que le parece al diario muy logrado, bravo y lleno de alegría. El cartel de Baldo no es precisamente un cartel muy logrado, ni atractivo. Sobre un mantel, a cuadros blancos y azules cruzando el *afiche*, una perola con indeterminado asado o guiso, dos vasitos de vino, cuchara y tenedor de palo, una hogaza de pan y, asomando, el fragmento de una *Jarra de Novia*; es una fotografía que más parece quitar el apetito, complementada con el dibujo de tres personajes, tres monigotes disfrazados de *guiris* que corretean alrededor de la foto, no se sabe si con hambre o con afán analítico y exploratorio.

Este tipo de personajes, que provienen de la caricatura y el chiste⁽⁹⁸⁾, y aparecen de forma recurrente en sus colaboraciones como periodista gráfico en *La Verdad* y en *Línea*, constituirán las señas de identidad en los trabajos publicitarios de Baldo. Baldomero Ferrer nace en el barrio cartagenero de la Concepción en 1923, trasladándose con su familia primero a Orihuela y luego a Murcia al finalizar la Guerra Civil. Baldo participaría en la fundación de Radio Juventud y de Radio Popular de Murcia. A finales de los sesenta crea lo que él mismo llamó una *república publicitaria*; Ekipo es el resultado meditado de la necesidad de buscar una actividad complementaria: "*la prensa no me daba suficiente para vivir y hube de buscarme, como casi todos los hombres de la prensa, una actividad paralela*". Los años sesenta supusieron la incorporación al panorama de la raquílica industria publicitaria española de un buen número de agencias internacionales de publicidad, y es en este contexto donde se enmarca la decisión de Baldo de crear la agencia de publicidad Ekipo, que estuvo instalada en un entresuelo del número 10 de la Avenida Muñoz Grandes⁽⁹⁹⁾.



(Fig. 125) Párraga. FICA 1964. Murcia.

(98) Ya se ha señalado que el recurso al dibujo caricaturesco es de larga tradición en la prensa española. Baldo es el émulo murciano de otro gran dibujante nacional de la época, que recurre a la representación de tipos populares y castizos para describir y retratar, con sorna y humor, comportamientos sociales y usos populares: Mingote. Los *retratos* de Mingote ocuparán planas completas de la prensa diaria madrileña –ABC– y portadas de suplementos dominicales. El cartel de Baldo, sus *monos* correteando por la superficie del *afiche*, mezclados con elementos realistas obtenidos desde la fotografía, es inseparable de esta referencia y también de los carteles que Pla Narbona y Laperal han realizado para "La Lechera" y "Nestlé", presentes en todas las tiendas de ultramarinos del país entre 1961 y 1964. Hay aún otro elemento más que favorece que el público asuma con normalidad estos planteamientos gráficos de aromas ingenuos, infantiles y un punto transgresor; la ráfaga televisiva, el separador horario, que causa furor en la España de 1964: *La Familia Tellerín*. Publicidad y animación, dibujo satírico, frescura infantil... una fórmula que Baldo utilizará largamente en el tiempo para realizar sus carteles y propuestas gráficas, y que creará escuela.

(99) Veinte años estaría Baldo vinculado a la agencia Ekipo. Ediciones e ilustraciones de libros y revistas, algunas en colaboración con la agencia Vértice para las fiestas murcianas; diseño de campañas publicitarias; logotipos; carteles... Desde Ekipo se realizarían carteles para la Feria del Mueble de Yecla, el Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo, el Festival Nacional del Cante de las Minas y, a finales de los sesenta y principios de los ochenta, institucionales para la recién constituida Comunidad Autónoma. Muchos de los carteles se diseñarían a partir de imágenes fotográficas –los correspondientes a las ediciones XI, XII y XIII del Festival de Folklore de los años 1978 a 1980–, otros recurrieron a un estilo más propio de Baldo, sus *monos* y dibujos fueron la base de las campañas publicitarias del Día de la Región, el Bibliobus o los mapas divulgativos de la región y sus productos. Baldo murió en 1990, pero su magisterio contribuyó a formar a un buen número de profesionales que dedicaron a la publicidad sus tareas. Un buen ejemplo es Joaquín García Abellán, Chipola, que comenzó su andadura en Ekipo en 1973, casi con pantalón corto como se decía entonces de los aprendices.

El cartel de Baldo abre el extraordinario que saca *Línea* a la calle el 4 de abril; en sus páginas se da cuenta de que han concurrido a la Feria 1.720 expositores; 17 países, cuyas banderas ondean en los mástiles a la entrada del recinto; numerosas instituciones e industrias españolas y extranjeras; y se espera un número de visitantes que rondará los 175.000. En entrevista concedida a Peñafiel, un redactor del periódico, López Guzmán explica los futuros proyectos, que supondrán ampliar los terrenos con nuevas instalaciones: puesta en marcha de una fábrica piloto y levantar el Pueblo Murciano. Uno de los debates planteados en la FICA, en 1966, giró en torno al packaging, diseño y desarrollo de envases, un problema irresuelto y crucial a la hora de presentar y vender un producto.

A mitad de octubre de 1966 estaba ya en la calle el cartel anunciador *FICA 67* que le debemos a Párraga. Cartel que la prensa reproduce el 10 de febrero de 1967; un día después de que el vicepresidente de la Cámara de Comercio y el director de la Feria den cuenta de la ofrenda al Caudillo del Mercurio de Oro y de las expectativas previstas para la Feria de ese año, en que se espera adquirir otros 18.000 metros cuadrados añadidos a los 65.000 con que cuenta el recinto, se prevé participen más de 13 países y concurra Hong-Kong.

Otras de las actividades de la Feria de 1967 sería la edición de un libro de gastronomía escrito por Gaspar Massó, conservero gallego de pescado, vinculado a Murcia desde su colaboración con la organización de la FICA; y la celebración de conversaciones para constituir un Instituto Español Conservero cuya Secretaría Nacional de Conservas Vegetales tendrá sede en Murcia.

El cartel de Párraga simula un gran mural cerámico acogido a los reducidos límites que impone el pliego. Sobre azulejos blancos un abstractizante plato –al que remite cuchara y tenedor– decorado con líneas sinuosas y círculos en marrones y azules. La parte inferior, a modo de suelo fértil, presenta decorativas formas envolventes, una de las cuales recuerda el propio símbolo de la FICA del que brotan elementos vegetales. Una perfecta síntesis de lo que pretende significar la Feria Internacional de la Conserva. Contemplando el cartel pudiera uno sospechar que Párraga ha asumido las propuestas gráficas de los artistas Pop, que se difunden a través de portadas de discos y revistas, y ha incluido en el *afiche* las nuevas tendencias de la psicodelia. Un cartel que explicita vivamente la conexión de Párraga con otros artistas gráficos españoles de la época, en especial con Tomás Vellvé; es imposible no relacionar este cartel con el que Vellvé ha producido, también en 1966, para Tintas Tipolit.

Los tres carteles de Párraga para la FICA son perfecto ejemplo de sus inquietudes artísticas y de su dominio en las técnicas del *collage*, el dibujo –que Párraga hace fluir con agilidad, nitidez y limpieza– y el pirograbado.

La FICA editó para el certamen de 1967 –la última edición con presidencia de Adrián Viudes Guirao– otro tipo de cartel menos oficial, con objeto no tanto de vender una marca y un concepto sino un espacio físico atractivo a los múltiples países concurrentes. Los *Aurigas* de Martínez Ramón, con las banderas al viento aupadas en sus mástiles sobre las esculturas, destacando la de Estados Unidos, fueron la base fotográfica de unos carteles editados en distintos idiomas⁽¹⁰⁰⁾ y reproducidos en la prensa a cuyo pie se escribe: “*Carteles como este pregonan a los cuatro vientos, por encima de mares y fronteras, la próxima F.I.C.A. Auténtica plataforma de promoción mutua de ventas*”.

El cartel de la FICA de 1968 se le encargó al pintor Mariano Ballester. *Línea*, en una página que publica el 2 de abril, y titula “Antología de carteles feriales”, lo reproduce junto a otros que recuerdan ediciones anteriores. Un cartel pictórico, de estética expresionista y contrastadas gamas de rojos, azules y amarillos –expresionismo casi *fauvista*–; en primer plano, centrando la composición, la sugerida forma de un pez azul sobre recuadro naranja que remite a una lata de conservas; con una potente tipografía, calada en negativo, *FICA 68* remata la parte superior del *afiche*. Las inquietudes artísticas han llevado a Ballester a crear con otros dos artistas plásticos, Ceferino Moreno y César Arias, el Grupo “Puente Nuevo”⁽¹⁰¹⁾, y el cartel recoge bien lo que perdura de aquella aventura en la pintura de Mariano Ballester.

Pero por primera vez la Feria Internacional de la Conserva y la Alimentación, con estrenado presidente en la figura de Ramón Templado, parece acusar una rebaja de sus

(100) *La Verdad*, el 25 de febrero 1967, reproduce uno de los carteles con texto en francés “Foire Internationale de la Conserve et de L'alimentation, 25 mars-10 avril, Murcia (Espagne)”.

(101) Ceferino Moreno, César Arias y Mariano Ballester constituyen El Grupo “Puente Nuevo” en la primavera de 1960. El nombre es una referencia al movimiento expresionista alemán “Die Bruck”. Los tres artistas exponen de forma conjunta su obra en una colectiva celebrada en junio en la Casa de la Cultura de Murcia: “Una exposición que Vd. no olvidará fácilmente”, según se hacía constar –un tanto presuntuosamente– en la invitación a la muestra, que contó con conferencias y coloquios. El objetivo de “Puente Nuevo”, según se desprende del texto de Juan M. Moret, imaginario crítico que presenta la exposición y que no es otro que el propio Ceferino, es ser partícipes de los movimientos de vanguardia que pretenden aportar nuevas inquietudes plásticas y romper con el inmovilismo y la retórica de la pintura imperante entonces en España y en Murcia. Pero como señala Mariano Ballester, en el catálogo de su exposición antológica de 1963, la vida de “Puente Nuevo” fue efímera y fugaz, pues tras la exposición de la Casa de Cultura –que no fue bien recibida por público y crítica– los miembros del grupo se dispersaron en la búsqueda de caminos propios.

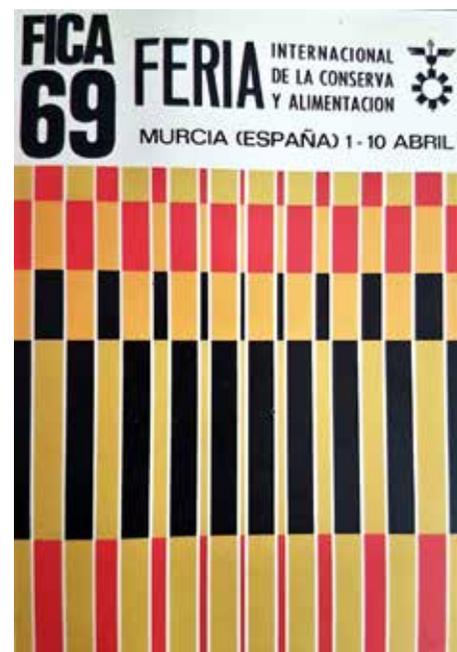
expectativas. La Feria reflejó la crisis económica que se produjo en la mitad de los sesenta. Una crisis que, según el profesor Fuentes Quintana, proviene de una paradoja según la cual, si los Planes de Estabilización facilitaron el desarrollo económico nacional, los Planes de Desarrollo, puestos en marcha en 1964, contribuirían paulatinamente, durante varios años, al freno de ese crecimiento potencial. En 1968 la FICA contaría con menos visitantes que en otras ediciones. El *Diario de la Feria*, un espacio periodístico que *La Verdad* dedica, diariamente, a informar de los acontecimientos y eventos que tienen lugar en el recinto ferial mientras dura el certamen, recoge las palabras del director el 10 de abril, día de la clausura de la Feria: *“La Feria ha dejado de ser un espectáculo para cumplir su finalidad comercial –y continúa López Guzmán– Estoy satisfecho. Es un aliciente que venga público, pero lo es aún más que vengan compradores. La Feria no es un espectáculo, aunque la belleza natural del recinto sea un atractivo importante. Este año no se han producido los embotellamientos de otros, pero apenas han faltado visitas de carácter comercial. De los conserveros españoles importantes casi no ha quedado uno sin venir a la FICA; incluso hemos tenido más visitas de compradores extranjeros que ningún año”*.

A mediados de agosto de 1968, la *Hoja del Lunes* informa que Ceferino Moreno Sandoval, pintor murciano de adopción, nacido en la localidad alicantina de Villena en 1934, realizará el cartel *FICA 69*. Ceferino ha sido uno de los veintitrés artistas españoles que acaban de participar en la XXXIV Bienal de Venecia, aportando tres obras a una Bienal marcada por la idea de la socialización del arte. Ceferino Moreno es claro exponente de artista moderno, reside habitualmente en Madrid, pero está muy vinculado a todos los acontecimientos culturales que tienen lugar en la Capital del Segura desde hace ya muchos años⁽¹⁰²⁾. Pintor, decorador, escenógrafo... Antonio Martínez Sarrión lo describe en su papel de influyente artista en los círculos culturales y en el ambiente teatral universitario en la Murcia del final de la década de los cincuenta: *“...el pintor y escenógrafo Ceferino Moreno, un hombretón corpulento y un poco rudo, de aire muy viril, con un mechón rebelde y algo grasiento sobre la frente, el cabello que rebasaba con mucho el cuello de la camisa, gigantescas gafas de miope con montura de carey y una gestualidad soliviantada de muecas y tics que, lejos de restar, añadían gracia y descaro a su pose de artista pintor, acuñada hacia el novecientos entre los ocupantes del Bateau Lavoir de Montmartre y que tuvo como emblemas a Picasso, Modigliani y Utrillo. Ceferino vestía de una manera informal y de impronta también bohemia, a fin de contrastar con la gris uniformidad de los «filisteos» y causar en ellos ira y rechazo, al tiempo que admiración y envidia en quienes aprobaban la provocación y estimaban aquel oficio. El pintor... venía a ser el gallo de un universo de hembras jóvenes...”*

En agosto del sesenta y ocho se encuentra veraneando en la Alberca mientras prepara una exposición individual en Burgos; otra en Munich, patrocinada por el Instituto Español de la capital Bávara y aún tiene en perspectiva otra muestra a celebrar en Tokio el año próximo. Ceferino trabaja sobre una serie de *collages* al tiempo que diseña el cartel de la FICA.

A finales de octubre la prensa informa de los acuerdos y temas tratados en la Sesión Plenaria del Comité Ejecutivo de la FICA: Se espera que concurran al certamen de 1969 veintidós países (Japón, Sudáfrica, China Nacionalista, Polonia...), y se maneja, para desarrollar la Feria, un presupuesto de siete millones de pesetas; se aprueba levantar un pabellón para exponer maquinaria y se cuestionan las fechas en que tiene lugar la exposición, planteando pasar a octubre el certamen en 1970. En el transcurso de la Sesión Plenaria es presentado al Comité el cartel de Ceferino (Fig. 126), que la prensa hace público el 20 de febrero de 1969. Apenas mes y medio antes de que dé comienzo la Feria.

Es un cartel realizado en los supuestos de la abstracción geométrica, a partir del desarrollo de módulos rectangulares: negros, amarillos, rojos y verdes; coronado por una tipografía de la familia de las helvéticas, en negro sobre amplia franja blanca. El cartel fue utilizado, como era habitual, de portada del catálogo ferial. Es un cartel atrevido, en la línea de otros *afiches* de la época: Julián Santamaría había ideado para la *Feria Muestrario Internacional* de Valencia, en 1967, un cartel abstracto construido con topos amarillos, rojos y azules sobre fondo negro; y Rafael García dos años antes, en 1965, resolvió el cartel de las *Fallas de Valencia* con una idea muy próxima a la después utilizada por Ceferino, aunque allí los módulos rectangulares se maticen y difuminen del negro al



(Fig. 126) Ceferino Moreno. *FICA 1969*. Murcia.

(102) Exposiciones en la galería Chys, la CASE y en la Casa de la Cultura de Murcia. Colaboraciones con el TEU de Murcia. Creador y director de la colección poética “Laurel del Sureste”. Murales. Carteles. Miembro de “Puente Nuevo”. Desde los años sesenta participa en importantes bienales y muestras internacionales de arte: Sao Paulo, Venecia, Alejandría... Teórico del arte, ha sido comisario de relevantes manifestaciones artísticas. Entre los años 1980 y 1983 se vincularía a la muestra “Contraparada Arte en Murcia”; en la Primera Contraparada exponiéndose su obra como miembro de “Puente Nuevo” y en la Segunda, Tercera y Cuarta colaborando con la organización de la muestra. Ceferino fallece en Madrid en 2008.

rojo y al amarillo dorado con clara referencia al fuego. Ceferino ha diseñado un memorable cartel radicalmente abstracto, en la estela de lo que constituyen sus investigaciones plásticas que pretenden contraponer la expresividad constructiva como alternativa al postinformalismo; una constante en su obra, que busca *“la estructuralización del espacio con elementos de raíz geométrica”*, según señalaría el propio artista en su exposición celebrada en la galería Tórculo en 1987.

El certamen internacional de la conserva y la alimentación encargaría a Cayetano Molina, crítico de arte del periódico *Línea*, el cartel *FICA 70*. Cayetano Molina, *“que se estrena en estos menesteres”*, propone una ambigua imagen; una mancha multicolor, en dominantes ocres y marrones, constituye la ilustración del *afiche* que la prensa considera dentro de *“la línea moderna y discutida”*, se refiere a la vigencia creciente de la abstracción; a la que otorga la virtud y la capacidad de *“despertar la curiosidad de quién lo contempla”*. Un cartel que más parece un montón de leños abandonados.

El cartel de Cayetano Molina no es sino una manifestación de la situación que en ese momento tiene la Feria Internacional de la Conserva: Falta de definición del ámbito de actuación y necesidad de replantear y concretar los temas del certamen. Un evento que en esta ocasión tuvo lugar en octubre, desconectado de los festejos de abril y de la feria de septiembre, y con bandazos en sus propuestas, pues se programó un salón monográfico denominado *“Verano 70”* dedicado a la moda veraniega. Polonia acudiría al certamen como país más relevante.

Seis meses antes se había realizado en el recinto de la FICA, del 29 de marzo al 7 de abril, un certamen que pretendía ser continuación de aquellos celebrados entre 1952 y 1958 y abrir nuevas expectativas: La *“Feria de Muestras del Sureste”*, FESE (Fig. 127). Para publicitarla se imprimió un cartel de Párraga; una flor emergiendo de la tierra –o del mar– construida a la manera del *collage*, rodeada de manchas obtenidas con el arrastre de las tintas. Esta duplicidad de eventos en el recinto de la FICA, auspiciados por la Cámara de Comercio, no hicieron más que consumir esfuerzos y diluir objetivos.

El 3 de julio de 1971 se da a conocer en la prensa el original que Mariano Ballester ha realizado para su utilización como cartel de la *FICA 71*. El boceto lógicamente carece de textos y *La Verdad* escribe: *“Ahora solo falta rotular y a continuación imprimir”*. Evidentemente la imagen que Ballester propone está dentro de sus inquietudes pictóricas, un cuadro de semejante estética al realizado por el pintor de Alcantarilla para cartel del certamen en 1968; un bodegón expresionista con matizados azules, violetas, verdes y rojos que han reservado en blanco la forma de un tenedor en el centro del cartel (Fig. 128). El 5 de octubre ya están en la imprenta los carteles; tiempo escaso para su distribución aprovechada, pues la FICA comienza el 20 de ese mes. Es manifiesto, contemplando los resultados del cartel, que los textos, compuestos en tipografías bold de palo seco y serifas, se han superpuesto a la pintura de forma inconexa y sin una concepción previa. El cartel de Ballester se editó a un tamaño más pequeño de lo normal y se reprodujo –venía siendo habitual– en forma de tarjetas postales.

La Feria, que contó con fuerte presencia de Italia, organizó un ciclo de conferencias que versaron sobre *“Aditivos en la industria conservera”*; y dedicó un día a los Altos Hornos de Vizcaya y otro al café portugués. Con la Feria inaugurada, el 21 de octubre, *Línea* publica una antología retrospectiva de antiguos textos feriales que dejan entrever que el certamen ha ido perdiendo empuje, fresca y compromiso institucional. Cuando Radio Popular se propone realizar un programa especial *“Popular FICA-71”* el día 22, se plantea al anunciarlo: *“La ciudad y la provincia, con su riqueza espiritual y material, con su pobreza en cosas que podrían llegar a más, desarrollarse, si cada uno pusiera de su parte ese poquito que le corresponde. «FICA 71» un certamen comercial, en efecto. ¿Por qué lo comercial, signo del empuje de un pueblo, ha de quedar relegado?...”*. Premonitorio o no, con la Feria a pleno rendimiento, un rayo inutilizó el transformador que alimentaba de electricidad el recinto dejándolo a oscuras.

Tres días antes de finalizar la edición del setenta y uno de la Feria Internacional se presenta el cartel del próximo año, ¡con doce meses de antelación! Lo ha realizado el artista madrileño Emilio Pérez; es la imagen de un pescador, tras lo que parece, en primer plano, un instrumento calibrador del tamaño de los frutales. Una imagen de aromas pica-



(Fig. 127) José María Párraga. FESE 1970. Murcia.

sianos que recuerda las pinturas de Zabaleta. El cartel hace referencia a las conservas de pescado y vegetales. Se aclara a la opinión pública que el Comité de la FICA estudiará si es o no conveniente su edición. El cartel de Emilio Pérez no sería finalmente editado, utilizándose de portada del folleto que imprimió Belmar para divulgar el certamen en 1972.

Sería Carbonell el autor del cartel *FICA 72* (Fig. 129). El 3 de agosto, casi tres meses antes de la apertura del certamen, que volvió a tener lugar entre el 20 y el 30 de octubre, *La Verdad* escribe: “Antonio Carbonell, quién hace algún tiempo simplificó el antiguo escudo del certamen hasta dejarlo en su forma actual, será el encargado de realizar el cartel de la Feria”. La propuesta de Carbonell es un cartel abstracto, cuatro romboides, en añil, verde y rojo, cierran un espacio –en evidente referencia al recinto ferial– donde se recoge el logotipo de la Feria; una composición que recuerda la cinta de Moebius, a la que se añade una tipografía elegante que acentúa la limpieza geométrica y abstracta del cartel. Se editaron miles de carteles en español, francés, alemán e italiano, que se distribuyeron por Europa y algunos países africanos.

El certamen contó con la participación de ocho países, de grandes firmas nacionales y organismos institucionales relacionados con el sector, entre ellos la Comisaría General de Abastecimientos y Transportes. Pero la paradoja es que se organizara un popular concurso de platos regionales, al que pueden concurrir amas de casa, alejando el evento de su estricto carácter profesional. Cada edición la prensa dedica menos atención y espacio periodístico a la Feria; y cuando lo hace es para recordar grandezas y emotivos tiempos pasados. El 21 de octubre, con el recinto recién inaugurado, Ismael Galiana escribe en *Línea* en la sección “Los malos ratos pasados”: “Cuando se llenaban misteriosamente de mercancías los stands eran otros tiempos. ¡Dichosos tiempos! ...los redactores de los periódicos locales acudían dispuestos a colaborar en el engrandecimiento de la incipiente FICA.”

No parece que la Feria esté discutiendo por los derroteros ansiados. Recién clausurado el certamen, Jerónimo García Ruiz publica en la *Hoja del Lunes* el 6 de noviembre: la “FICA cumplió una edición más. Nada brillante, por cierto, pero puede que decisiva para servir de plataforma a lanzamientos más positivos, reales y de una mayor eficacia. Se ha tomado conciencia de sus males y diagnóstico, médicos y medicinas están a la vista”. El texto es un preámbulo a la entrevista realizada a la familia José Hernández Pérez; en la que el conservero manifiesta rotundo y conciso: “La FICA progresa muy poco. Está anquilosada. Ha perdido interés incluso para los asistentes extranjeros porque se ha convertido en una especie de rutina que nada nuevo dice y a nadie atrae.”

Es evidente que la Feria ha ido perdiendo apoyos institucionales, ha mostrado su incapacidad de poner en pie algunas propuestas que fueron lanzadas a los cuatro vientos, ha sufrido la competencia de otros certámenes claramente apoyados por el estado y por sus instituciones regionales o provinciales, no ha podido lograr la puesta en marcha de infraestructuras vitales para el desarrollo y el mantenimiento del proyecto, se ha ido desvinculando de la sociedad murciana y se ha convertido en una entidad agobiada por las deudas. La FICA parece una brillante idea sí, pero una idea ahora insostenible.

El 25 de febrero de 1973 Murcia sabe ya que el Ayuntamiento –cuyo alcalde era entonces Clemente García– ha adquirido 40.000 metros cuadrados, convirtiéndose en propietario del recinto de la FICA, terrenos y edificaciones, para convertirlos en antesala de un gran parque público. Esto ha permitido liberar a la Feria Internacional de la Conserva y la Alimentación de los 30.000.000 de pesetas que debía pagar a la Caja de Ahorros del Sureste de España.

Si bien es cierto que el Ayuntamiento se planteó reorganizar el certamen y darle luz verde con una nueva proyección, este supuesto no tuvo lugar. *FICA 73* fue cartel anunciador que no se pagó, realizado por Miguel López-Guzmán, hijo del director del certamen. Un cartel ingenuo, lleno de gracia, con rojos y amarillos crudos sobre una mancha azul haciendo referencia al mundo frutal y también a la expansión que parece deducirse de los círculos.

Terrible anticipo al colofón de un memorable evento, el discurso de apertura de la Feria de 1973 se acabaría convirtiendo en oración fúnebre, sentida y apasionada. La fiesta, que suponía cada año la apertura del recinto ferial, mudada en duelo. “Murcia está llorando” escribe la *Hoja del Lunes* el 22 de octubre. El agua, las aguas, que han



(Fig. 128) Mariano Ballester. FICA 1971. Murcia.



(Fig. 129) Carbonell. FICA 1972. Murcia.

arrastrado más de cincuenta cadáveres, son las causantes de una nueva desgracia. Lorca envuelta y anegada en barro, el Reguerón desbordado, y Puerto Lumbreras que ha sufrido una gran tragedia.

El 6 de febrero de 1974 el Ayuntamiento de Murcia firma los documentos por los que adquiere la titularidad de los terrenos de la FICA, pagando a la CASE 35.000.000 de pesetas. Parque público, posible parque de atracciones, parque infantil de tráfico, incluso llegaría a plantearse la creación de un teatro municipal que contaría con el apoyo del TU, son las ideas a las que podría ser destinada la superficie del recinto. Con Montjuich llegó a establecerse comparación, dado el doble uso al que piensa destinarse la FICA. El alcalde encarga a su concejal de Parques y Jardines –arquitecto de profesión– Demetrio Ortuño, la rápida proyección de un *“futuro y delicioso nuevo jardín murciano”*. Apparently todo sigue normal pues la FICA expone conservas murcianas en el stand que ha instalado en la feria de la alimentación de Utrech, que se celebra en marzo en la ciudad alemana. Además, el Ayuntamiento había declarado al periódico *Línea* en febrero: *“La Feria se celebrará en sus fechas habituales, para lo cual el municipio prestará su total colaboración. A este respecto señalar que la documentación correspondiente al Consorcio de la FICA se encuentra en el Ministerio de Comercio”* que es quien tiene la última palabra sobre la Feria. Varias noticias se ciernen sobre el certamen a la manera de negros nubarrones: En la revista *Agro*, que se edita en Madrid, aparece en marzo un artículo, titulado *“Requien por la Feria de la Conserva en Murcia”*, que hace referencia al mal estado de los stands –en ruinas– y el abandono de paseos y jardines del recinto; Valencia anuncia para mayo un certamen de la alimentación, lo que da pie a que García Martínez titule un breve de *La Verdad* *“¿La FICA en Valencia?”*; para añadir más leña al fuego en el Pleno Municipal de finales de abril se pide que el bronce de Planes, *La Fama*, vuelva a la Plaza del Romea.

En mayo es designado Enrique Egea secretario técnico de la FICA. Mes en el que la Feria andaba ya preparando el próximo certamen y estaba pendiente de cerrar compromisos con Portugal, Polonia, Sudáfrica e Italia. Al no pronunciarse el Ministerio sobre el proyectado Consorcio, el presidente por delegación del Comité Ejecutivo de la FICA, Medina Bardón, comienza a plantear un futuro certamen con carácter bienal de tipo técnico, marcándose como prioridad satisfacer las deudas contraídas por el evento. La idea es que la Feria se realice cada dos años y se intercale una feria muestrario del Sureste coincidente con las Fiestas de Primavera. Como consecuencia de la propuesta la FICA pasaría a denominarse FIMTA (Feria Internacional de la Máquina y Técnicas de Alimentación) que comenzaría su andadura en 1975 y con una prevista Feria de Muestras del Sureste desde 1976. La FIMTA respondería a un evento muy especializado bajo las directrices del Ministerio de Comercio.

El 1 de agosto García Martínez había hecho, desde las páginas de *La Verdad*, una pregunta a la sociedad murciana: *“¿Por qué han matado la FICA?”*. Concluyendo, tras incisivas críticas: *“En una palabra prescindir de la FICA para crear la FIMTA viene a ser como destruir un jardín para poner un geranio. ¿No será más sensato plantar el geranio en el mismo jardín?”*

...Me consta que alguien muy vinculado a la FICA desde su fundación, personaje influyente de esta feria que ahora se disponen a enterrar, tiene las maletas hechas y la dimisión preparada.” La FICA se convertiría en tema polémico. Ningún sector industrial, económico o social consideró que debía eliminarse o sustituirse la Feria. Aún así, a principios de septiembre, el día 5, Miguel López Guzmán, abrumado por la muerte reciente de su hija, presentaría su renuncia, pasando el secretario técnico a ocupar el cargo de director del certamen. En la mente del Comité está presente la pretensión de Barcelona de organizar un salón internacional de la alimentación. Se solicitó la ayuda económica de 5.000.000 de pesetas al Ministerio para poner en pie la FICA de 1974; se dijo ¡no! a la FIMTA; se pidió a Madrid que no se autorizara otra feria de la alimentación o certamen similar a la *“renovada feria que proponemos”*, que no es otra que la FICA. Ángel Campos sustituye a Medina Bardón como presidente del Comité Ejecutivo de la FICA el 27 de septiembre y plantea que la Feria se gestione y financie igual que una empresa.

FICA 74 se celebró finalmente entre el 19 y el 27 de octubre. Para publicitarla se editó un cartel impreso en Nogués y realizado por Miguel –de nuevo es el hijo de Miguel

López Guzmán el autor del cartel anunciador del evento, que de nuevo no se pagaría–; la imagen es una flor de trazado curvilíneo, un poco en la estela de Párraga –en 1970 Miguel López-Guzmán ya había utilizado una ilustración de aspecto parraguiano para la publicidad de CIMA–, en la que uno de sus pétalos muda en el logotipo ferial. Sería la XIII y última edición de la FICA. Una muerte anunciada. Nueve días antes de la apertura del recinto los stands estaban sin concluir, y una inoportuna lluvia vino a complicar aún más las cosas. El Ministerio aportó 1.000.000 de pesetas, lejos de la cantidad solicitada, y en el Calendario Oficial de Ferias del Estado, que publica el BOE, no aparece la FICA. Cuando se inaugura el recinto los momentos son dramáticos, *“la Feria no se rinde”* comenta la prensa. Pocos exportadores se reunieron ese año en la FICA, mostrando algunos su descontento con la organización. *Línea* señala, el día 22 de octubre, el escaso público: *“se podían contar los asistentes, estaban en familia”*. Galiana al hacer balance el 10 de noviembre señala sus grandes hándicaps, su aburrimiento, su falta de infraestructuras –fallaron la luz y el agua–, un frío de mil demonios, la necesidad de redefinir sus metas y la posible coincidencia con el salón de Barcelona en 1976. Pronto volvió a hablarse del parque de atracciones en el recinto, y con las 300.000 pesetas de superávit se paliaron deudas anteriores.

La Feria Internacional del Comercio y la Alimentación que tantas expectativas había creado, que tantas voluntades había aunado; ese jardín platónico, ese Parnaso industrial, punto de encuentro, durante años, de los artistas murcianos desde diferentes ámbitos y especialidades, ha sido sentenciada y definitivamente clausurada. Aún tendría lugar un año después, anunciada con carteles de Párraga –paloma incluida–, FERES 75, Feria Regional de Muestras del Sureste, que expone maquinaria usada –un intento de recuperar aquellas ferias de los años cincuenta–, en la que preguntados asistentes y participantes manifiestan las quejas por la desaparición de la extinta FICA.

Otras ferias y certámenes, que aquí consideraremos, desde el punto de vista del cartel, si se nos permite la licencia, herencia de la recordada y añorada FICA, tendrán continuidad en la región llegando al presente. La Feria del Mueble e Industrias Afines, que se celebra en Yecla desde 1962; la Feria Porcina de Lorca, que comienza su andadura en 1968; y la más reciente feria de Torre Pacheco, que celebra la Institución Ferial, IFEPA, de la ciudad del Campo de Cartagena desde los años ochenta.

La Feria del Mueble de Yecla se irá afianzando. Tendrá su mayor auge y desarrollo económico ente 1964 y 1975, gracias al mueble de madera clásico y los tapizados. Veamos algunos carteles de los que fueron impresos para su promoción.

Antonio Carbonell resulta ganador en 1963 del concurso de carteles anunciadores de la II Feria Provincial del Mueble de Yecla –ese año se amplió y reformó el recinto ferial–, obteniendo las 5.000 pesetas del premio. La impresión del cartel, con la imagen de una mesa y sillón de redondeadas formas con líneas y cuadrados actuando de fondo costó 27.000 pesetas. Varias decenas de millares de reproducciones de un cartel que *La Verdad* tacha, el 24 de septiembre, de *“maravilla de forma y color, con un estilo muy moderno”*.

Para difundir la III Feria Provincial del Mueble de Yecla se editaron –el 18 de agosto de 1964 estaban ya en la calle– 20.000 carteles pequeños y 2.000 grandes. Un cartel impactante, moderno, de líneas envolventes figurando dos sillones, casi abstractos, contruidos con tonos rojos sobre fondo azul. En una línea opuesta la propuesta de Párraga uniría, en 1966, tradición y modernidad con el voluptuoso dibujo de un gato plácidamente recostado en una silla de anea. Y el anunciador de 1969, *VIII Feria Provincial del Mueble de Yecla*, con tipografía Pop, representó un círculo de madera, la sección de un tronco del que se desprende un fragmento, sobre el que unas líneas quieren remitir a la más pura artesanía, pues recuerdan la mecedora balancín *Tonet*. Entre 1970 y 1973 los carteles de la feria provincial tuvieron sus referentes en el Pop y la psicodelia. En 1970 el propio tronco, materia prima de la industria del mueble aparecía sentado y apoyado en el respaldo de una silla. El cartel de 1971 era un círculo, a modo de lámpara sostenido por dos volutas psicodélicas. En 1972 una moderna, casi simbólica mesa curva y sillón, de trazos sinuosos como las ramas del árbol bajo el que se encuentran, anunció la XI Feria Provincial del Mueble de Yecla. Y en 1973 se volvió a la silla balancín *Tonet* ahora redidujada con franjas del más puro estilo Pop.



(Fig. 130) EKIPO. Feria del mueble 1989. Yecla.

Los carteles de la Feria del Mueble recurrieron a la madera, a su textura, y a las herramientas utilizadas para trabajarla como imagen de su cartelística a lo largo de los años. El cartel de 1974 es un precedente, con ese tronco medio cortado por una sonriente sierra. En 1977 y 1978 la numeración de la 16 y 17 edición se compuso con texturas de madera. Para anunciar la Feria Regional en 1980, el número 19, correspondiente a la edición –simulando madera o formica–, salía rompiendo el envoltorio.

En 1981 la organización de la 20 edición de la Feria del Mueble rechaza el cartel presentado, pidiendo tres nuevos bocetos para elegir uno, pues la idea es presentar el cartel por todo lo alto en la Diputación Provincial de Murcia y en algunas Cámaras de Comercio del territorio nacional. Se recurrió, finalmente, a un cartel que tenía como imagen un berbiquí –antigua herramienta manual usada en carpintería y ebanistería– perforando una plancha de madera. En marzo de 1981, en la apertura de la 20 edición, se propone concurso de carteles anunciadores de la XXI Feria del Mueble de 1982, con premio de 40.000 pesetas y un plazo para presentar bocetos que expira en septiembre, aunque se prorrogó otro mes. Se presentaron 4 carteles y se declaró desierto. El cartel, según anuncia la prensa, se realiza finalmente en graficas Vicent S.A. de Paterna, Valencia. La realidad es que la 21 Feria del Mueble yeclana se anunció con una gran “Y” griega con texturas de madera ocupando el *afiche*, y pie de imprenta que señala que, como ocurrió en 1980, imprime y diseña J. Doménech S.L. de Burjasot, Valencia. Dejándose así, en manos de empresas gráficas foráneas a la provincia el diseño e impresión del cartel de la Feria.

La 22 Feria se anunció con los números indicadores de la edición recortados en madera, al fondo un sillón; cartel realizado por la firma Doménech de Valencia. La madera dio forma a un plano curvado simulando una silla en la 23 edición de 1984.

En 1985 la Feria contaría con nuevo logotipo que recogió el cartel. Una “Y” griega formada por tres fragmentos de madera iluminados con una luz trasera que referencia *Yecla y Mueble*.

Para celebrar en 1986, el Veinticinco Aniversario de la Feria del Mueble se plantea que el certamen pase a denominarse FIMA, y anunciarse con una gran campaña publicitaria y el lema «*Le vamos a sorprender*». En el cartel una serie de formas cuadradas, que semejan tacos de madera, de absoluta pobreza visual y conceptual.

En 1987 se insistió en las herramientas de carpintería para anunciar la 26 Feria del Mueble; en el cartel, con logotipo en rojo, un cepillo saca anchas virutas de madera. Herramientas: brochas, tijeras, metro, limas... y el eslogan «*Yecla es mueble*», componen cruzadas el cartel de la 27 edición del año siguiente; edición que tuvo lugar en mayo, dos meses después de la fecha inicialmente anunciada en los carteles prevista entre el 1 y el 6 de marzo.

En 1989 Ekipo diseña el cartel de la XXVIII edición de la Feria del Mueble (Fig. 130). Un cartel de aire más gráfico y moderno. El logotipo de la “Y” griega insertada en planos rojos, acompañado de otros dibujos y el lema «*Yecla es el mueble*» que, sustituyendo las tres formas geométricas que conforman la “Y” en la disposición del logo, hacen referencia al mueble y la madera.

No parece que la publicidad de la Feria yeclana del mueble encuentre un lenguaje innovador propio; eso a pesar de los esfuerzos de la administración regional que apostó, desde los años noventa, por el mueble yeclano como motor industrial dinamizador del altiplano. Al comenzar los años noventa el sector de la madera constituye el 5,5 del PIB industrial de Murcia y da empleo a 7.000 trabajadores, la mayoría en las fábricas de muebles de Yecla. “Productos de Murcia” y, específicamente, “Muebles de la Región de Murcia” fue la cobertura bajo la que se recogería y promocionaría, al cambiar la década, la industria yeclana del mueble con excelentes diseños publicitarios salidos muchos de ellos de Tropa, el estudio que dirige Montero.

En 1990 se volverían a utilizar las formas del berbiquí, ahora más coloridas y sintetizadas, en una composición sujeta a la geometría, para el cartel de la 29 edición que diseñó Publicidad Ekipo. Y el perfil insinuado, apenas una grafía, en rojo sobre fondo azul, de la silla *Tonet* anunció el 30 certamen en 1991.

Entre 1992 y 2007 los carteles de la 31 a la 46 edición adolecen de falta de una marcada personalidad. Son carteles complejos, de difícil y confusa lectura, incapaces de conectar con el público y publicitar las cualidades de la industria del mueble yeclano. En 1992 para el cartel de la XXXI edición –que contó con amplio presupuesto de 12 millones

de pesetas para la edición de carteles, pegatinas y calendarios–, A Tres Bandas planteó una imagen segmentada en casetones rojos, amarillos y negros, uniendo los planos de color con un módulo que remite a las cuñas de ensamblaje entre las partes de un mueble. Más confuso el anunciador, en el año 2000, de la XXXIX Feria del Mueble de Yecla, a celebrar en abril, un muñeco de madera sentado en un sillón junto a una estantería que semeja maquetas o patronajes de mobiliario por construir, y eso que la industria del mueble es el segundo sector que más empleo ha creado y factura al año: 100.000 millones de pesetas. En 2001 el cartel abundó en textos, aportando como lema «*Una ventana al futuro*», aunque la imagen presentaba a varios personajes movidos y borrosos recorriendo los stands de una feria indeterminada, probablemente una feria del mueble anterior organizada en Yecla. En 2002 una composición abstracta, curvilínea, donde dominan los números que indican el año y el orden de la edición. En 2003 en el cartel se superpone Yecla –con la “Y” griega sustituida por el logotipo– y *Feria del Mueble*, a una desdibujada y etérea silla. Grafías curvas y abstractas, componiendo una silla, se unen a una simplona mezcla de tipografía de palo seco, en relieve, para anunciar en 2004 la 43 edición –momento en el que se ha pasado de las 15 empresas del sector, presentes en la feria de 1961, a 600 empresas que apuestan por el diseño y la calidad, en un sector en el que trabajan 8.000 personas en la localidad de Yecla–. El cartel de 2005 une a una “M” historiada una “Y” de palo seco y una confusa imagen del evento. Que no se clarificó en 2006, superponiendo lutos y tipografías a foto de lo que parecía un stand con estanterías, silla, sofá y dormitorio; eso a pesar de un estimulante eslogan: «*¡Creemos nuestro futuro!*».

Habrà que entrar en los últimos años del primer decenio del siglo XXI para percibir una clara voluntad de cambio y continuidad en la cartelería de la Feria. Para anunciar la 47 edición, en 2008, se recurrió a un cartel dividido en dos campos: negro y blanco, con un sofá que es a la vez clásico sobre el fondo blanco y rojo, de diseño, sobre fondo negro, y un lema que es manifiesto de continuidad: «*Nuestra tradición nuestro futuro*». Un diseño –que viajó a Dubai con texto en árabe– aportado por Néctar Estudio, una empresa valenciana en la que trabaja un joven diseñador yeclano, que ha sido elegido entre los seis proyectos presentados a la elección de imagen de la Feria en julio de 2007. Cuatro meses más tarde, en noviembre de 2007 se celebró la Primera Edición de Yeclahogar, feria complementaria a las Ferias del Mueble de la localidad del altiplano. Para la Segunda Edición de Yeclahogar el cartel anunciador se sacó a concurso con premio de 1.000 euros que obtuvo, en marzo de 2008, Marta López Montes con la obra «*Blanco y azul en negro*», Juan Ibàñez obtuvo el Segundo Premio y Marta Pina el Tercero.

La Feria de 2009 volvería a insistir en la afirmación del certamen y apostó por revitalizar el sector; «*Caminamos hacia el futuro*» fue el lema del cartel de la 48 edición, en el que unas sombras contemplan proyectos de mobiliario. Los lemas son verdaderos protagonistas del cartel, complementados por atractivas imágenes no carentes de humor. La Feria del Mueble en su 49 edición de 2010 se presenta con un gorila sentado en delicado sillón y la frase: «*La evolución de la especie*». La idea alude al cambio producido en el mundo del mueble, a su adaptación a la crisis sin renunciar al diseño. La organización de la Feria había presentado, conforme a esta voluntad, la nueva imagen del certamen yeclano en la Feria Hábitat de Valencia.

El 30 de septiembre de 2010 se presenta, en la feria Hábitat, nuevo logotipo y marca por la que apostó la Feria del Mueble de Yecla, un nuevo concepto corporativo que permita afrontar el horizonte futuro del certamen y del sector industrial yeclano; visualmente resulta una original propuesta gráfica; una chica, de la que vemos solamente sus piernas avanza descalza, apoyada en unos tacones que han sido sustituidos por dos reconocibles elementos de mobiliario: dos sillas; y el lema «*Artisanos de la innovación*». El cartel que propone García Trejo para anunciar la 50 edición de marzo de 2011, un sillón rojo que proyecta su sombra sobre textos en diferentes lenguas, recoge de forma certera este decidido objetivo de la Feria de expandir su horizonte. Una propuesta que, sin embargo, no ganaría el concurso de carteles. El cartel impreso para la 50 edición, de lema «*Espíritu de superación*», que también fue presentado en la feria valenciana, tenía como imagen un pájaro, un colibrí que revolotea incansable alrededor de una esfera de madera; un cartel de Código Gráfico, una empresa de Yecla dedicada a fotografía de producto y publicaciones de empresa. Un cartel que quiere significar la capacidad de trabajo, de persistente innovación, del mueble yeclano.

Aunque el anunciador de la Feria en 2012 sería menos atrevido; una pajarita construida con distintas texturas y el lema «*artesanos de la innovación*» anunció el evento de marzo.

María Inmaculada Puche Prieto gana el concurso de carteles de la 52 edición de la Feria del Mueble de Yecla en 2013. Un tronco que es a la vez una gran “Y” griega que conforma la estructura de un sillón, mullido con las curvas que remiten a la Basílica de la Purísima; y un lema, «*El mueble que deja huella*», para la memoria (Fig. 131).

La 53 Feria del Mueble de 2014 se anunció con un cartel en el que cubos de colores y diferentes texturas de madera aparecían apilados «*Construyendo el futuro juntos*».

Un curvilíneo sofá violeta anunció la 54 edición de 2015. Y «*Tu hábitat nuestro mundo*» fue el lema de la 55 Feria de 2016. Una bola llena de iconos de mobiliario, un globo terráqueo, conformó un cartel elegante en tonos grises y amables. Domestika presentó otra propuesta para cartel con interesante lema: «*Donde nacen los objetos*». El estudio de diseño e interiorismo, eCa, propuso otro interesante eslogan en 2017 «*Profesionales del Hábitat*» y aún más atrevido el eslogan, que parece gritar la chica tocada con silla-peineta, para presentar la edición de 2018 «*Donde nació la innovación*».

Una Feria, en fin, con clara determinación de continuidad y evidente voluntad de cambio visual.

En 1968 la Semana del Cerdo en Lorca –la más antigua de España y tercera en datación en Europa en su género–, que se celebra en septiembre, es anunciada ya por medio de cartelería. Para anunciar la II Semana Provincial del Cerdo se convoca en Lorca concurso de carteles, en marzo de 1969, con premios de 10.000 y 5.000 pesetas, a tres tintas y tamaño de 70x50 cm. Se presentaron y expusieron 18 bocetos, tras declararlo desierto se encargó el cartel a Juan Sicilia.

Salinas Correas obtiene el premio de 15.000 pesetas con su boceto anunciador de la III Semana Provincial del Cerdo en 1970; una cabeza de cerdo sobre el perfil de Lorca y la Torre Alfonsina.

«Post» de Joaquín Jimeno Mouliá anuncia la Semana Porcina de Lorca en 1971, resultando ganador ante los 11 bocetos presentados.

El lorquino Francisco Salinas volverá a resultar triunfador en el concurso de carteles anunciador de la semana porcina, ahora II Semana Porcina del Sureste, de 1972; con un cartel de trazo sintético que representa un cerdo, casi abstracto bajo los banderines de distintas provincias y localidades. Salinas será también el autor del cartel III Semana Porcina del Sureste en 1973. En un sol –casi de Festivales de España– se trasmuta la cara del cerdito en 1975 y un año después es alargado, como chorizo, al tiempo que anuncia la VI Semana Nacional de Ganado Porcino y del Sureste. La imagen de los carteles de la Semana Nacional de Ganado Porcino y del Sureste es indisoluble de Salinas Correas; con esos cerdos felices e ingenuos, orondos, casi huchas infantiles construidas con esquemáticas y rotundas líneas geométricas y llamativos colores planos, que aparecen en la cartelería a lo largo de las sucesivas ediciones celebradas en Lorca en los años setenta. Carteles que se encargarían a otros artistas lorquinos puntualmente. Todavía en 1980 Salinas Correas realizará el cartel de la Semana Nacional de Ganado Porcino, que se celebra a finales de septiembre: un lustroso cerdo al que le brotan tres hojas; cartel que mantiene el gusto por lo cómico y lo *naïf*, una pervivencia de aquellos carteles de los setenta.

La Semana Nacional de Ganado Porcino volvería a anunciarse con un cerdo-sol iluminando Lorca sobre la línea de horizonte que dibuja la torre del castillo en 1981; con esquemáticos cerdos en 1982 y con una pequeña piara formada por cuatro cerdos de colores imposibles en 1983. La CAAM otorgaba 100.000 pesetas al ganador del concurso de carteles que debían presentarse a un tamaño de 80x55 cm para ser expuestos, o basarse en composiciones fotográficas. En los primeros años de los ochenta Antonio Carbonell Parra ganó el certamen, pero era evidente la cansina repetición de motivos sobados.

José Antonio Ruiz obtuvo en 1984 las 100.000 pesetas ante 32 propuestas. Una piara, formada ahora por treinta y cinco cerditos rojos, naranjas y amarillos, anunció la SEPOR.

En 1985 la Semana Porcina convoca concurso de carteles para anunciar la septembrina SEPOR; idénticas medidas, 80x55 cm; idéntica dotación, 100.000 pesetas. Se



(Fig. 131) Inmaculada Puche. 52ª Feria del Mueble. Yecla. 2013.

presentan 16 originales a un concurso que gana José María Carrasco Jimeno con un cerdo de diseño y aire infantil que parece girar la cabeza. Los pocos carteles presentados impidieron la habitual exposición.

Si se expusieron, en los salones de la CAAM de Lorca, los 18 carteles presentados al concurso en 1986. El cartel *SEPOR 86* que resultó vencedor tenía por imagen cubos componiendo puzzle infantil con cerditos en las caras. El cartagenero Agustín Sáez obtendría las 100.000 pesetas. Un año marcado por la entrada en el Mercado Común; una nueva situación para el país que, aunque deseada, alteraría profundamente en la región, sobre todo, los sectores agrícolas y ganaderos.

Solo 16 bocetos se presentaron a la convocatoria para anunciar la SEPOR 87, un concurso en el que obtuvo de nuevo el lorquino Antonio Ruiz las 100.000 pesetas.

Aún menos originales optaron al concurso de carteles anunciadores de la Semana Nacional de Ganado Porcino de Lorca en 1988, solamente 14. Las 100.000 pesetas las ganaría Concha Martínez Ruiz por «*Alberca*». Por primera vez una mujer había ganado el concurso. Un cartel azul con esquemáticos cerditos corriendo por la superficie del pliego. Esa idea de representar cerdos que parecen desfilar en el cartel se repitió con distinta estética, pero el mismo sentido de ingenuidad en los *afiches* de 1989 y 1991. Los 5.000 carteles impresos en 1990 para anunciar la Semana Porcina reprodujeron una ilustración de Muñoz Barberán. Y los llamativos fondos azules volvieron a utilizarse en los carteles de 1993 –aquí los pequeños cerditos aparecen enganchados a su madre– y 1994.

Siempre cerditos felices en los carteles de la SEPOR de 1995 –un rompecabezas–, 1996, 1997 y 1999 –convertido en casi una mascota doméstica–. Dibujados o fotografiados los carteles de la SEPOR semejan una caricatura del animal protagonista de la Feria, hasta 2001 en que fueron apareciendo otros animales de la cabaña ganadera en el cartel. En 2002 la XXXV Semana Nacional de Ganado Porcino ya incluía en el cartel el subtítulo *Feria Ganadera*; aunque el protagonista del cartel seguía siendo el porcino, con el dibujo de dos cabezas de cerdo bajo la Torre Alfonsina, y vacas, ovejas y cabras recogidas en el pliego en forma de sello de pequeñas dimensiones. Vacas, ovejas y cabras volverían a aparecer en segundo lugar en la foto del cartel de 2003 y tras el símbolo del cerdo que, a dos tamaños, representa cerda y lechón en la composición gráfica de 2006, y protagoniza el cartel en 2007.

En el cartel *SEPOR'08*, cerdo, vaca, cabra y oveja comparten presencia; símbolos gráficos con idéntico tratamiento, incluidos en pequeños campos de color, con una "O" convertida en rueda dentada y *Feria Ganadera* que ha obtenido protagonismo, perpetuándose como titular del cartel. En la SEPOR 2010 y 2011 los animales, con protagonismo del cerdo, aparecen en el paisaje con el castillo de Lorca al fondo.

Los últimos carteles de SEPOR a los que nos referiremos, de 2013 a 2017, retoman la idea de continuidad gráfica y, en curiosa piraeta, inintencionado homenaje a aquellas primeras imágenes de la Semana Porcina; vuelven símbolos e iconos ingenuos y graciosos para anunciar y difundir una Feria que era en la 47 edición de 2014 «*La mejor inversión*» y ha ampliado su campo de acción y sus horizontes; pues ahora es ganadera, industrial y agroalimentaria; en la estela de la publicidad de 2013, que consideraba la Feria ganadera, industrial y agroalimentaria la «Feria más rentable». En los carteles de Báltico la rueda dentada ha establecido plenamente su significado, y un cartel, el de la SEPOR 2015 (Fig. 132), la 48 edición de una Feria «*En constante evolución*», lo deja muy claro; pues basta regar el campo murciano para que de él broten, en simbólica maceta, divertidos dibujos, casi iconos de una señalética creada exprofeso, que muestran todos los aspectos de la Feria. Una Feria que en 2016 aseguraba en el cartel: «*Trabajamos para ti*». Y en 2017 celebraba su Cincuenta Aniversario –con exposición de carteles anteriores– y colocaba en el cartel, jugando con la numeración bold, símbolos que remitían, junto a la rueda dentada que compone SEPOR, a ganadería y agricultura. Una Feria que ha demostrado que bastaba un poco de esfuerzo y apoyo para convertir la vieja Feria lorquina en un certamen innovador, capaz de acoger amplios sectores de la ganadería, la industria, y la agroalimentación.

Se presenta, el 16 de septiembre de 1981 en Torre Pacheco, el cartel de la VII Feria de Maquinaria Agrícola y II de Ganado Ovino a celebrar entre el 4 y el 12 de octubre de ese año; informando, en el acto de presentación, de la voluntad de convocar concurso de carteles anunciadores con premios de 100.000 pesetas para la futura feria de 1982.



(Fig. 132) Báltico. SEPOR 2015. Lorca.

Dos años más tarde, en 1984, el Ayuntamiento de Torre Pacheco se plantea construir un recinto ferial permanente, para acoger las tres ferias que tenían lugar en la localidad: la hortofrutícola de julio, la agroalimentaria de agosto y la de maquinaria en octubre.

Se editan en 1985 carteles anunciadores de la Semana Verde de Torre Pacheco; un bodegón con frutas y verduras. Una campaña apoyada por la Comunidad Autónoma, que pretende favorecer las exportaciones hortofrutícolas de cara a afianzar los mercados ante la próxima entrada en el Mercado Común. En 1985 Frutos Llamazares comienza a crear los carteles de las ferias que tienen lugar en Torre Pacheco: *Constru-Murcia 85*, un ladrillo sujeto a una maroma; el de la *Feria de Ocasión*, paquetes y cajas apiladas, empaquetados y atados, casi una imagen de pintura hiperrealista. Llamazares recibiría el encargo de realizar todos los carteles de la Feria de 1986.

El Comité de Ferias y Exposiciones de Torre Pacheco presenta en enero los carteles de las ferias programadas para 1986: *Ocio-Murcia 86*, en julio; *Constru-Murcia 86*, en octubre; y *Murcia Ocasión 86*, entre diciembre y enero del 87. Los carteles los ha realizado Manuel Frutos Llamazares, leonés afincado en Murcia, y autor de la cartelería con que Torre Pacheco anunciará sus ferias. Son carteles figurativos, bodegones, elementos de construcción... o una pajarita de papel que utiliza para hacer referencia al ocio y al tiempo libre; pinturas descriptivas muy sintetizadas para dotarlas de un aire hiperrealista, a veces claramente expresionistas con texturas que hablan del dominio técnico de Frutos Llamazares. Cuando en un futuro próximo la feria mute en IFEPA, Llamazares seguirá siendo el alma de la cartelería de la Institución Ferial.

En 1988 la Concejalía de Agricultura del Ayuntamiento de Cartagena repartirá 1.000 carteles en la "Semana Verde" de la Feria de Torre Pacheco desde el stand instalado bajo el eslogan: «*Campo de Cartagena, nuestro futuro para apoyar la agricultura*». Un año en el que se cuelga en IFEPA el cartel *Construmur 88*, y junto a él los carteles anunciadores de años anteriores y ediciones varias. "Los hay de todos los estilos, de colores muy vivos, de mensajes claros más «modernistas» pero todos hacen una perfecta colección que dice al público lo que se ha hecho y lo que todavía queda por hacer". El cartel *Construmur 88* lo presenta su autor, Manuel Frutos Llamazares. La Feria propone crear un gabinete de imagen reforzando una iniciativa que ya venía funcionando desde 1987.

Fruto de esa voluntad de reforzar el carácter propio de la Feria y contar con una marca identificadora, la Institución Ferial convoca concurso de logotipo y mascota. Alzarco, Gabinete de Comunicación, es la empresa ganadora en la modalidad de logotipo, con un trabajo de Pedro Manzano de aire mironiano; una flor en azul, rojo y amarillo sobre un luto gris que quiere simbolizar el empuje que el sector hortofrutícola y las nuevas iniciativas están logrando conseguir en el antaño yermo y desolado Campo de Cartagena. En mayo de 1989 abre al público la Semana Verde de Torre Pacheco imprimiéndose miles de carteles: *ConstruMurcia 89*, *Alimentación 89* (Fig. 133) y *Feria regional de la automoción 89*; Llamazares realizó todos los carteles que desde 1989 incluyeron el nuevo logotipo de la Feria, IFEPA, recién elegido, en los pliegos.

Año tras año los carteles de Llamazares –catedrático de Dibujo Técnico del instituto Luis Manzanares de Torre Pacheco, autor de gran número de carteles, que fallecerá en la localidad en 2013– son mensaje de los certámenes que celebra la ciudad del Campo de Cartagena; los que se celebraban tradicionalmente y los referidos a las nuevas propuestas como el de Automoción en 1989. Con gran despliegue publicitario anuncio IFEPA el primer encuentro "Murcia-Moda" celebrado en Torre Pacheco en marzo de ese año.

Una gráfica que llegaría al agotamiento a finales de los noventa. En 1996 SAGA, Pedro Sánchez Gallego realizó el cartel de la feria del caballo de Torre Pacheco. Casi un adelanto a los carteles fotográficos que serán habituales desde el comienzo del siglo XXI. En marzo de 2003 el Salón Nacional de Turismo, Turismur, se anunciaría con carteles fotográficos, en la línea de SAGA, que aún incorporan el logotipo diseñado por Pedro Manzano.

En la primera década del siglo XXI se encargaría de la nueva imagen de la Institución Ferial Germinal Comunicación; el 15 de enero de 2008 se presenta a los medios junto a un eslogan determinante: «*"Entérate" Ifepa Palacio de Ferias y Exposiciones*». Germinal modificó el logotipo de la Institución, ahora segmentando y desplazando el acrónimo IFEPA –una forma de indicar avance y movimiento–, e incluyendo un asterisco para remarcar su importancia como referente, a la vez que unificó los tipos empleados, y con-



(Fig. 133) Manuel Frutos Llamazares. Feria de la Alimentación 89. Torre Pacheco.

cibió la cartelería desde semejantes planteamientos gráficos: para anunciar el XVII Salón Nacional de Turismo y Tiempo Libre, celebrado en Torre Pacheco en febrero de 2008, segmentó y desplazó "Turismur", añadiendo un pequeño globo viajero en sustitución del asterisco; en el anunciador del XIII Salón Nacional de Caballos de Razas Puras Región de Murcia, de marzo de 2008, desplazó "Equimur" y añadió, en sustitución del asterisco, la imagen de un caballo; y en el cartel *XXV Feria Agrícola del Mediterráneo*, editado en abril, partió "Fame" añadiendo un brote a la "a"; adaptando así los carteles de IFEPA a la nueva imagen de marca y partiendo como base visual de impactantes detalles fotográficos, a veces sometidos a manipulación: un panel indicando llegadas a un aeropuerto sirvió en febrero de 2009 para anunciar "Turismur" una vez sustituidos los textos. Y es que desde el año 2000 la cartelería de antiguos certámenes y otros más novedosos: "Boda y Hogar", "Equimur", "Desembalaje de Antigüedades", "Salón del Vehículo de Ocasión", "Automoción e Industrias Afines", "Erótico", "Hecho a Mano"... pasó a tener en la fotografía, a veces de catálogo, intervenida o modificada por medios informáticos, su base argumental, como es evidente en el cartel anunciador de la VII muestra Equimur 2002 (aunque el año anterior, el cartel de Equimur se diseñó a partir de una pintura que representaba dos caballos). Fotos unas veces evidentes y redundantes –es el caso de los *afiches Murcia Gourmet* de mayo-junio 2009, *Feria Agrícola del Mediterráneo* de 2010, *Equimur* de abril de 2011, 2013 y 2014 (carteles que fueron asumidos con idéntico planteamiento gráfico por Fericab, la Feria del Caballo que celebra Lorca), *Exposición Canina* de diciembre 2013...–, otras con voluntad de causar asombro y provocación –caso de la zanahoria con que se anuncia el Salón Erótico, celebrado por primera vez en marzo de 2012–, despertar emotivos recuerdos –caso de los anunciadores de desembalajes y antigüedades–, o una sonrisa –como ocurre en los carteles *Boda y Hogar* de 2011 y 2015–. Solo raramente, y en los primeros años del nuevo siglo, se recurriría al cartel construido desde la grafía o la pintura; el anunciador en 2002 de la XIX Feria Agrícola del Mediterráneo, que ilustra un tractor en el campo, o la paleta alisando una pared de la XIV Feria de la Construcción y Afines, "Construmur 2002", supone una vuelta a los carteles de Llamazares; vuelta que recurre a antiguas propuestas del pintor, aquí una ilustración realizada por Llamazares en 1987. Fame 2011 se anunció con un cartel en la ortodoxia de las grafías curvas y sinuosas de aspecto modernista que aquí indican las raíces y el tallo de una planta. El Grupo Clickché diseñó en 2013 el cartel anunciador *XI Salón del Vehículo de Ocasión*; un cartel en una línea muy actual, ligero, sin ánimo de provocar o llamar excesivamente la atención, con un coche rojo sobre fondo tostado construido con cientos de pequeños cochecitos y estrellas, en sintonía con los anuncios de Repsol y con el cartel de las Octavas Jornadas Gastronómicas de Escuelas de Hostelería realizado en las mismas fechas por Jesús Herrero y Pedro Manzano. En 2017 el Salón de la Automoción se anuncia con un cartel de composición casi icónica, con esos coches que refleja el espejo retrovisor. Y es que el excelente planteamiento gráfico propuesto por Germinal se ha terminado aplicando de forma un tanto descuidada.

Cárnicas, vino, muebles, agrios y otros productos hortofrutícolas y alimentarios, determinan los sectores productivos murcianos, desde los años sesenta hasta la actualidad. Sectores siempre necesitados de contar, para su implantación en el mercado, con importantes campañas publicitarias, especialmente desde el ingreso español en la CEE.

Pero no adelantemos acontecimientos y volvamos, en el próximo capítulo, al periodo que media entre el final de los cincuenta y los años setenta.



José María Párraga. *Fiestas de Primavera*. Murcia. 1965.

3 LA IRRENUNCIABLE MODERNIDAD

El 5 de marzo de 1960 Baldo escribe en *La Verdad*, en la sección “Desde la Torre”, un ilustrador texto, “FERVOR”, en el que se refiere a los recién impresos carteles de Semana Santa y Fiestas de Primavera. Un texto desde el que parece pedir, en voz baja, la ruptura con modelos gráficos anticuados y la necesidad de desprenderse de tópicos manidos y trasnochados para difundir el carácter y las tradiciones murcianas:

“Paso a paso nos adentramos en la austera geografía espiritual de la cuaresma.

...En escaparates, oficinas y autobuses, se exhiben ya los primeros carteles de las fiestas. Como hablar no cuesta nada, mucho se está hablando –como casi siempre ocurre– sobre la inspiración de los autores de dichos carteles.

No faltan los consabidos «ultras» que despotrican sobre el aire moderno de algunas de estas realizaciones. Y es que, amigos, no resulta sencillo terminar de despertar a esta Murcia de nuestras entretelas, de su siesta dieciochesca, incompatible con todo lo que –en cuanto a artes plásticas se refiere– no sea rendir tributo a la «torrecica», a la «huertanica», a la «floreica» y restantes diminutivos indígenas que recogen los tópicos resobados a los que ya hay que ir dejando de lado.

Afortunadamente la inmensa mayoría –cultos o simplemente inteligentes– han aceptado de buena gana nuestros carteles y aplauden la «tempranera» del Ayuntamiento en lanzarlos en estas fechas.”

Esa modernidad a la que alude Baldo, referida a los carteles festeros de 1960, no era nueva, la voluntad de cambio en la cartelería murciana se venía respirando ya en años anteriores, en la capital y en el resto de las poblaciones más importantes. Murcia, Cartagena y Lorca, los pliegos anunciadores de sus festejos, son buenos ejemplos de la evolución seguida por el cartel entre 1957 y 1975. Una evolución inseparable de la influencia de la publicidad americana y europea, sobre todo suiza; la llegada de publicaciones y revistas especializadas; la aparición de diseños anunciadores de novedosos productos que atienden al cuidado personal, a la mejora de las condiciones de vida del individuo, al goce del entorno y al fenómeno del turismo: bebidas, artilugios domésticos, artículos para el cuidado personal, vehículos...; la asunción creciente, por parte de los artistas plásticos, de las nuevas corrientes de la abstracción y el informalismo, que se fueron incorporando al diseño de la cartelería y la edición; la rápida irrupción de la televisión⁽¹⁰³⁾; la influencia del cine en los creativos publicitarios, sobre todo en las soluciones aportadas en los créditos de algunas películas a mediados de los sesenta –Saul Bass para *El Mundo está loco, loco, loco* de Stanley Kramer, o Maurice Binder en *Charada* de Stanley Donen, ambas estrenadas en España en 1964–; y la popularización de la fotografía, que favoreció que participaran aficionados, muchos de ellos miembros de las cofradías, en la realización de carteles, cosa que se hizo posible gracias a procedimientos de selección de color e impresión más fiables, rápidos y baratos, menos necesitados de un dominio técnico previo.

A lo largo de los años sesenta se perderán, definitivamente, esos carteles de narrativa heroica y rimbombante. La publicidad, el diseño y la cartelería europea y americana

(103) Entre 1956 –año en el que se emite, en octubre, el primer programa de Televisión Española– y 1965, se instalaron en nuestro país más de un millón de televisores.



(Fig. 134) Tomás Egea Azcona. *Semana Santa*. Murcia. 1957.

lo ha invadido todo con imágenes de fina ironía, dobles lecturas y felices y añiñadas escenas protagonizadas, muchas veces, con muñecos y mascotas que muestran, desde el anuncio, el triunfo merecido de la pequeña y esforzada burguesía de clase media, una época de bienestar y autocomplacencia que irá poniéndose de manifiesto con el *boom* del consumo y el disfrute del ocio y el turismo. Sin olvidar la influencia gráfica que irán ejerciendo, desde finales de los sesenta y comienzos de los setenta –más allá de la estética Pop, difundida masivamente a través de carátulas de discos–, algunos proyectos editoriales sobre los grupos sociales más concienciados políticamente, y sobre el mundo del arte y la cultura: *Ciencia Nueva*, *Visor...* al cuidado de Alberto Corazón; *Fundamentos*, *Siglo XXI*, *Nostramo...* concebidos por Diego Lara; las portadas de *Alianza Editorial* de Daniel Gil...; por citar algún ejemplo. Lo que Valeriano Bozal llamaría en el número 478 de *Triunfo*, publicado el 27 de noviembre de 1971: “*La Revolución de la Imagen*”.

Otro de los factores a tener en cuenta, junto al auge exponencial de la televisión, será el desarrollo del *medio exterior*⁽¹⁰⁴⁾, que marcará la muerte anunciada del clásico cartelito publicitario referido a la venta de producto. Términos como *medio* y *soporte* publicitarios irán quedando claramente delimitados; entendiéndose el primero como diferenciado canal de comunicación (prensa, radio, tv...) y el segundo como elemento y apoyo (cartelería, anuncio impreso, cuña radiofónica...) a través del cual podemos transmitir el mensaje. Un complejo engranaje en manos de publicistas y comunicadores. El cartel irá arrinconándose, quedando relegado, mero soporte difusor de iniciativas institucionales, festeras, culturales o de ocio⁽¹⁰⁵⁾. Pero veamos cómo va materializándose en la región esta evolución.

El Ayuntamiento de Murcia, dispuesto a eludir las habituales críticas, convoca a mediados de octubre de 1956 concurso de carteles para anunciar por separado la Semana Santa y las Fiestas de Primavera del cincuenta y siete. *Línea* se había atrevido a comentar el 3 de octubre: “*Puesto que este año vemos al señor Palazón Godínez –presidente de la Comisión de Festejos– dispuesto a hacer bien las cosas, nos permitimos aconsejarle que las hiciera bien del todo, ¡nada de carteles de encargo!, se debe convocar un concurso nacional, o al menos regional en el que acudan auténticos artistas cuya categoría garantice de antemano un cartel digno de ser presentado en cualquier parte*”. El concurso, finalmente convocado, quedó abierto a todos los artistas españoles que lo desearan; presentarán originales a un tamaño de 120x80 cm con las leyendas *Murcia*, *Fiestas de Primavera 1957* y *Murcia, Semana Santa 1957*. El plazo de presentación es suficiente para acometer una obra de calidad pues finaliza el 30 de noviembre; otorgándose un solo premio por modalidad de 5.000 pesetas, indivisible, que no podrá declararse desierto; las bases especifican que un jurado, desconocido cuando estas bases son difundidas, de absoluta garantía técnica, será el encargado de proponer a la Comisión de Festejos los bocetos que estime dignos de premio. Se seleccionaron 37 carteles, que el 3 de diciembre quedaron expuestos en el patio central de la Real Sociedad Económica de Amigos del País. De éxito se califica la convocatoria –parece que se enviaron carteles desde Port Said–, recibiendo elogios los originales presentados a concurso. «*Camino*» (Fig. 134) y «*Jota*» obtienen el triunfo para anunciar la Semana Santa y los festejos de primavera respectivamente; los dos carteles los ha realizado el artista local Tomás Egea Azcona. Emilio Bragante, de Orihuela, consiguió un accésit por «*Promesa Murciana*» y Juan Mechó –que en mayo realiza la imagen de las fiestas patronales del nuevo barrio de Vistabella, reciente Ciudad Jardín– otro por «*Hachonero Mayor*». Los carteles se mandaron imprimir en Valencia y aparecieron en la cabalgata de las fiestas de la Candelaria que en Murcia era, tradicionalmente, acontecimiento previo y anunciador de los festejos abrilieños. Los dos accésits también se imprimieron en Ortega a un tamaño de 50x34 cm; representan un nazareno *colorao* portando una cruz, sobre fondo negro estampado con las siete coronas de Murcia, el titulado «*Promesa Murciana*»; y la torre de la Catedral travestida de alegre huertano con encendida tea, que arroja claveles, el presentado por Mechó con el lema «*Hachonero Mayor*»; este último cartel más parece aludir a las fallas valencianas y al tipo de imágenes que las anunciaban. Mechó realizaría una imagen genérica de Semana Santa y Fiestas de Primavera, una rosa roja anudada con corona de espinas, utilizada de portada del folleto festero editado por el Ayuntamiento e impreso en Sucesores de Nogués. El 24 de febrero *Línea* escribe en “*Carteles y Pregón*”: “*¡Eureka! Por vez primera*

(104) En 1962 comienza a desarrollarse la publicidad en el medio exterior. Los formatos de las carteleras se unifican en dos tamaños estándar: 8x3 y 4x3 metros. Son vallas dirigidas al automovilista, que proliferan como setas en nuestras carreteras y poblaciones. Publivia, Red de Publicidad Exterior, Expuluz de Publicidad Exterior S.A. –que es autorizada en junio de 1972 a colocar carteles en diversos solares de Murcia–, serán las empresas encargadas de gestionar el medio. La colocación de las vallas en carretera será regulada en el artículo sexto del Decreto de 8 de agosto de 1962 del Ministerio de Obras Públicas, que prohíbe su instalación si perjudica la estética del paisaje o la contemplación –desde la carretera– de bellezas naturales o artísticas, indicando que tampoco pueden colocarse o pintarse sobre elementos naturales del paisaje.

(105) La última gran campaña publicitaria de producto con masivo apoyo de carteles, editados tras un importante concurso con premios de 50.000 pesetas al ganador, sería llevada a cabo entre 1961 y 1964 por la firma Nestlé. Una campaña con autores de la talla de Laperal, Moradell o Pla Narbona, de gráfica amable y divertida, buscando el *gag* cómico, dirigida a toda la familia, que tendrá eco, e influencia, en la cartelería nacional durante más de una década.

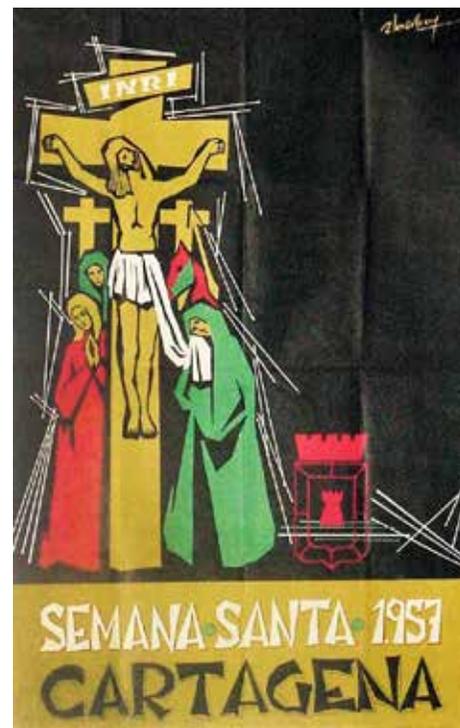
se ha dado el caso de que los carteles de Semana Santa y Fiestas de Primavera que eran un trámite rutinario, han salido a los cuatro puntos cardinales.

Antes los paquetes se depositaban en correos cuando estaba saliendo de la Iglesia de Jesús la procesión de Viernes Santo y llegaban cuando la gente estaba en las playas y no se acordaba siquiera que había existido la Semana Santa". Pareciera que, por una vez, el Ayuntamiento ha hecho un verdadero concurso y agilizado la distribución de los carteles.

Tomás Egea Azcona (TEA) cuenta veinticuatro años en 1957, y ha concebido los carteles ganadores desde un planteamiento un tanto ecléctico, que alude al interés del artista por la decoración mural, con aromas picasianos y cierto vínculo con la abstracción geométrica. «Camino» es un cartel realizado a partir de la rotundidad aportada por las formas de cuatro nazarenos, cuatro volúmenes triangulares, contruados rojos y negros, que parecen disminuir de tamaño al acercarse a la fachada de la Catedral, un camino, desfile, procesión, reforzado con quebradas manchas de tono grisáceo. «Jota» presenta, en primer plano, una huertana bailando que parece acercarse al espectador y escapar de los límites del pliego de papel, y tras ella otras dos figuras, masculina una, un huertano, femenina, aunque incompleta, la más alejada; el cartel simula la idea de un baile en progresión y los tonos negros, rojizos y tostados lo dotan de singular estilo idéntico al *affiche* de Semana Santa. Egea Azcona, finalizados los estudios de Bellas Artes en San Fernando –allí entablaría amistad con Antonio López–, tras contraer matrimonio con la pintora cordobesa Lola Valera, en 1958, se establecerá en Córdoba, donde impartirá decoración en la Escuela de Arte Mateo Inurria –el mismo centro docente donde el escultor Antonio Campillo ejerce como profesor de modelado–; ilustrador, pintor, dibujante de cómic, realizador de vidrieras y murales... Egea Azcona, que ha aportado a la cartelera murciana uno de los primeros acercamientos a las vanguardias, no volverá a realizar para los festejos murcianos *affiche* alguno, aunque se mantendrá conectado a la tierra de su infancia con el aporte de su arte, recibiendo en 1986 el Primer Premio para el proyecto de mural en la Casa de Cultura de Lorca. Egea Azcona desarrolló trabajos de decoración mural para el Meliá Don Pepe de Marbella y el Tropicana de Torremolinos, entre otros clientes; se relacionó con Moreno Galván, J. Francisco Aguirre y Rafael de la Hoz; incursionando repetidas veces en el arte del cartel: En 1977 realizó el *affiche* *Manifestación por la autonomía andaluza*; en 1982 el *V Aniversario de la Autonomía de Andalucía*; en 2003 el titulado *25 Aniversario Constitución de la Concordia*, este último para la Diputación de Córdoba y, como los anteriores, con la paloma –un guiño picasiano– como motivo principal. En 1981 realizaría para el Ayuntamiento cordobés el cartel *Velada de Nuestra Señora de la Fuensanta*, donde demuestra su dominio del color y la composición; y en 1988 el cartel institucional *Asesor del ciudadano* para la diputación cordobesa, un ejemplo de su pasión por el dibujo cómic y por Chumy Chuméz. TEA, nacido en 1933 fallece en Córdoba en 2018.

En Cartagena la modernidad parece no ir a la zaga. Ramón Alonso Luzzy gana en 1957 –a los treinta años–, por primera vez, el concurso de carteles anunciadores de la Semana Santa cartagenera, convocado por Aula en octubre del año anterior. María y otras mujeres lloran a los pies de la cruz; un fondo oscuro ocupa casi todo el cartel (Fig. 135), pues la escena está situada a la izquierda del *affiche*, aportando una tensión dramática acentuada por incisivas líneas blancas, que se cortan encerrando las figuras, y por una tipografía de agudas letras en caja alta; los colores oliváceos y lagunares cohesionan y dan sentido a la dolorosa escena no carente de sutil humor, la virgen seca sus lágrimas con el paño que cubre la desnudez de Cristo. Luzzy ha planteado, para los desfiles cartageneros, un cartel con voluntad de acercar la Semana Santa a las modernas corrientes del arte. En la obra de Luzzy, ya en sus inicios, encontramos ese acercamiento a las vanguardias, a la abstracción, siempre con ciertas reservas y pervivencia de lo figurativo. En sus composiciones plásticas, en sus murales y, sobre todo, en sus propuestas gráficas afloran estos ecos abstractos que tienen como base el color rotundo y la línea incisiva. No solo carteles, Luzzy realiza también portadas de libros con estos planteamientos: *Universal Cartagena* de Ernesto Giménez Caballero, editado por Baladre, es buen ejemplo.

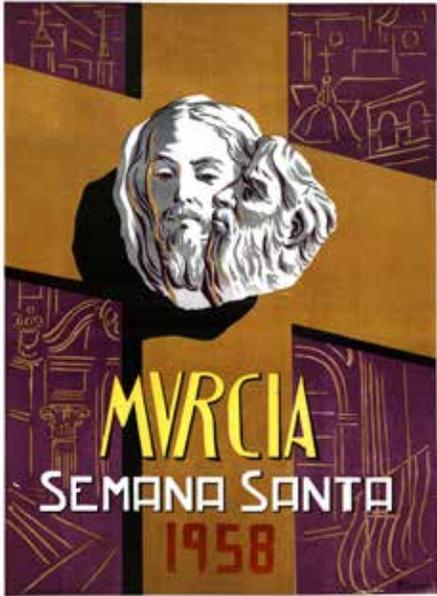
El 30 de enero de 1957 el Ayuntamiento lorquino hace público el acuerdo de convocar concurso anunciador de sus desfiles bíblico-pasionales. Los premios son de 2.500 y 1.500 pesetas para ganador y accésit; los bocetos, a un tamaño de 100x60 cm y a cuatro tintas, se exponen en los locales del Círculo Mercantil e Industrial. Ruiz Guzmán (Fig. 136)



(Fig. 135) Ramón Alonso Luzzy. *Semana Santa*. Cartagena. 1957.



(Fig. 136) Joaquín Ruiz Guzmán. *Semana Santa*. Lorca. 1957.



(Fig. 137) Muñoz Barberán. *Semana Santa*. Murcia. 1958.

gana el concurso con el lema «*Bastidor Lorquino*»; un manto bordado, un relieve en piedra con motivos egipcios y un casco romano, componen el bodegón anunciador de la Semana Santa lorquina, del que se hizo una edición de cartel de mano a semejanza de los prospectos cinematográficos. Las 1.500 pesetas fueron para la obra presentada con el lema «*La Palma*» de Cristóbal León.

Estos carteles anunciadores de festejos regionales, que marcan el paso de los cincuenta a los sesenta, recogen ya, en conjunto, con ironía e ingenuidad, la variedad de estilos y referencias propias de la época, a los tebeos, al cine y al cómic americano, siguieron dotando de cualidades humanas elementos inanimados y arquitectónicos, y recurriendo a la influencia, cada vez mayor, de la abstracción sin abandonar la pervivencia de escenas de remembranza costumbrista.

En la Capital del Segura no parece que las autoridades vayan a dar continuidad a los ensayos capaces de producir óptimos resultados. En 1958 no se convocaría concurso de carteles para los festejos primaverales, eso a pesar de las alabanzas recibidas el año anterior. A mediados de enero del cincuenta y ocho la Comisión de Festejos autoriza a los señores Palazón Godínez y Úbeda Romero para que, en base a unas directrices y sugerencias previas, encarguen directamente carteles de Semana Santa y Fiestas de Primavera, pues las fechas se han echado encima y se pretende tenerlos para las fiestas de la Candelaria. «*Esperamos que sean bonitos, modernos y característicos*», escribe *Línea* el 26 de enero. El 1 de febrero el mismo periódico informa que la Comisión ha elegido los bocetos presentados por el artista Juan Mechó para anunciar los festejos; el 4 de febrero se reproducen en la prensa. Tres clavos sobre corona de espinas es la propuesta del cartel de Semana Santa; fuegos artificiales sobre el Puente Viejo la presentada para anunciar las Fiestas de Primavera. Es la última decisión de la Comisión de Festejos antes de su cese.

El mismo día que estos carteles se han hecho públicos, el nuevo teniente de alcalde reúne, en sesión extraordinaria, a la nueva Comisión de Festejos –al frente de la cual está ahora Juan García Abellán– y, tras someter a consideración los carteles de Mechó, se acuerda encargar a Muñoz Barberán y Ceferino Moreno Sandoval nuevos bocetos, dejando sin efecto la elección de la cartelería festera realizada por la Comisión saliente. A la reunión se había invitado a los dos artistas y de allí salieron con el encargo, y el compromiso, de ejecutar las obras con rapidez, la idea es imprimir en Murcia los carteles.

El 7 de febrero, en la sección “Hoy habla” del diario *Línea*, se entrevista al flamante presidente de la Comisión Municipal de Festejos Juan García Abellán. Tras preguntar por el programa festero y por las primeras iniciativas abordadas en relación con las fiestas, y contestar García Abellán que apenas han comenzado a prepararlas, el periodista acusa: “–*¡Pero ya os habéis «cargado» los carteles!*

–*No por malos ¿eh? Pues están hechos con dignidad, sino porque la Comisión aceptó unánimemente mi criterio de que los proyectados eran muy difíciles de realizar por no haber utilizado el artista la conocida técnica del cartel.*

–*¿No será que no te era simpático el autor?*

–*¡Por Dios! Ni lo conozco siquiera. En cuanto artista que estoy seguro de que tan pronto lo vea seremos amigos.*

–*En cambio, de quién ya lo eres es de Ceferino.*

–*Y mucho. A él y a Muñoz Barberán los llevé a presencia de la Comisión y les pedí, sin ulterior compromiso, que nos presentasen otros carteles. E invité a todos los miembros de la Comisión que conozcan artistas locales a que les pidan bocetos.*

–*También por amor al arte*

–*He dicho «sin compromiso». Después a la vista de todos los carteles la Comisión resolverá. Y a quién Dios se la dé, San Pedro se la bendiga.*

–*Yo juraría que se la bendice a un «abstracto»*

–*Pues hombre no te ocultaré que me gusta ese estilo cuando es arte, no truco. Me pasa lo mismo con la pintura decorativa.*” Sigue luego García Abellán tratando otros aspectos de las fiestas. La entrevista deja claro hacia donde caminan los nuevos gustos estéticos y la necesidad de adaptarse a los tiempos modernos. Una modernidad, como vemos, favorecida y auspiciada por escritores e intelectuales locales –cómo es Juan García Abellán– próximos al *régimen*.

El día 8 de febrero vuelve a reunirse la Comisión de Fiestas y aprueba, por unanimidad, los nuevos bocetos. Juan García Abellán que preside la Comisión, lee una carta de Ceferino Moreno en la que este, renuncia a cobrar y cede, desinteresadamente, su cartel por tratarse del primer encargo que le hace el Ayuntamiento. El cartel *Murcia Fiestas de Primavera 1958* es una atrevida composición abstracta, realizada con manchas de color y líneas negras que evoca las flores primaverales, una referencia reforzada por el texto. Muñoz Barberán recoge en su cartel (Fig. 137), *Murcia Semana Santa 1958*, un detalle del *paso del Prendimiento* de Salzillo, *El beso de Judas*; que, a modo de relieve roto, ha situado entre las dos anchas franjas de color que conforman la cruz, que destaca de un fondo malva significado con las vistas de torres y portadas de las iglesias de Murcia. Vistos en la distancia son dos *afiches* elegantes y atrevidos, aunque no tuvieran feliz enjuiciamiento en la época. Suponemos que para no herir susceptibilidades se encargó a Mechó una imagen conjunta para Semana Santa y Fiestas de Primavera. Los carteles de Barberán y Ceferino, desdiciendo una de las excusas aportadas para la elección apresurada de estos autores, se imprimieron en Granada y hasta mediados de marzo no comenzaron a ser distribuidos. La peor crítica se recibiría el 14 de marzo en la sección "Glosa de la Ciudad", que publicó *Línea* con el título de "CARTELES", y que refleja bien la resistencia a lo novedoso, a lo ¿vanguardista?, a la modernidad, en suma: "Con algún retraso y mayor desacuerdo han aparecido en nuestras esquinas los carteles anunciadores de la Semana Santa, que este año hacen buenos a sus inmediatos anteriores. Parece que pesa sobre tales carteles una maldición, un sino fatal al que no pueden sustraerse bajo ninguna circunstancia.

Hemos de reconocer que tampoco en esta ocasión han estado inspirados sus autores. Elegir precisamente como motivo de la Semana Santa el beso de Judas, símbolo de traición y la falacia no creemos que sea lo que se dice un éxito. Y aún se podría tolerar si estuviese ejecutado con cierta dignidad, pero el hecho es –y que nos perdonen los abstractos– que lo mismo puede representar una procesión de la Semana Santa murciana que una caza de patos salvajes en el Congo.

Del mismo modo que condenamos por amanerados, cursis y pueriles los carteles de otros años, hemos de repudiar los del actual, que incurren o quieren incurrir en el otro extremo: el del rabioso «vanguardismo» sin pies ni cabeza. En una exposición de arte existencialista quizá tuvieran éxito... como reclamo de las fiestas más solemnes y severas de nuestra ciudad, nos parecen, sencillamente, una broma pesada.

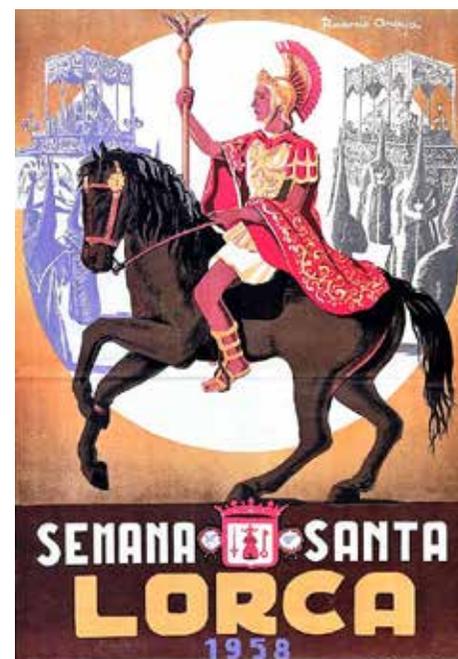
Mientras el Ayuntamiento no se decida a proceder como es de rigor general en estos casos, convocando en tiempo, forma y condiciones debidas un concurso de carácter nacional y se terminen de una vez los encargos «particulares» no tendremos carteles dignos de tal nombre... lamentable." Aunque a la vista de los carteles no ha sido para tanto, las espadas están en alto y los contendientes se observan con cuidado y atención.

En Cartagena, a finales de enero, el jurado calificador del concurso de carteles anunciadores de la Semana Santa cartagenera de 1958 declara desierto el Primer Premio y crea un tercer accésit de idéntica dotación de 1.500 pesetas. Rafael Puch López, pintor madrileño afincado en Cartagena debido a su trabajo en la Bazan, obtiene por «*Pasión y Fe*» el primer accésit; el boceto se lleva a imprenta en Valencia, presenta un soldado romano, un motivo procesionista y el *Monumento a los Héroes de Cavite*. «*Inri*», de Jorge Sánchez Creus obtiene el segundo accésit. Enrique Gabriel Navarro conseguirá el tercer accésit por «*San Juan y la Virgen*».

Los hermosos carteles lorquinos de 1958 (Fig. 138) aparentan unir modernidad y tradición, fueron realizados por el cordobés Ricardo Anaya⁽¹⁰⁶⁾. Un soldado romano, a caballo, en primer plano, entre los troncos con las imágenes titulares de los Pasos Blanco y Azul, que parecen salir de un mágico círculo lunar. El cartel lorquino, se imprimió, era lo habitual, en Granada.

Cuando se estrena en noviembre, en el Teatro Romea, *Cesarión*, drama amoroso en siete cuadros creado por el escritor y poeta lorquino Rafael Sánchez Campoy, con música del maestro aguileño Sánchez Manzanera, la obra se publicita en prensa con un cartel-anuncio que parece inspirado en la cartelería pasional lorquina.

En realidad, estos carteles, sobre todo los de Cartagena y Lorca, no logran romper, de forma definitiva, con planteamientos gráficos anclados en propuestas tradicionales.



(Fig. 138) Ricardo Anaya. *Semana Santa*. Lorca. 1958.

(106) Ricardo Anaya Gómez (Córdoba 1913-1981). Dibujante y pintor. Realizó estudios en la Escuela de Artes y Oficios de Córdoba que ampliaría en la Escuela de Bellas Artes de Madrid. Su trayectoria como cartelista comienza hacia 1947. Ha realizado carteles para fiestas profanas y religiosas de Cádiz, Sevilla, Almería, Córdoba, Toledo...



(Fig. 139) Carbonell. *Semana Santa*. Murcia. 1960.

En un intento de no incurrir en nuevas críticas, la Comisión de Festejos del Ayuntamiento de Murcia retomó la convocatoria de concurso anunciador para elegir los carteles de sus fiestas primaverales de 1959. En noviembre del cincuenta y ocho se hacen públicas las bases del concurso, abierto a cuantos artistas lo deseen. El formato de los bocetos, a cuatro tintas planas máximo, será de 94x62 cm con margen blanco de dos centímetros y montados en bastidor para permitir su exhibición. El Primer Premio de cada modalidad, Semana Santa y Fiestas de Primavera, asciende a 7.500 pesetas y habrá un segundo de 3.500. Cinco miembros, cuyos nombres no aparecen en las bases, formarán el jurado; el plazo para recepcionar obras expira el 15 de diciembre que comenzará la exposición de los presentados. Juan García Abellán firma, como presidente de la Comisión, las bases publicadas.

En la Real Sociedad Económica se inaugura el 18 de diciembre la exposición con los más de cuarenta trabajos presentados –se ve difícil la labor selectiva del jurado dada la calidad de los bocetos–. Carlos Valcárcel señala, en la crítica que realiza el día 22 de diciembre en *Línea*, cuales son, según su parecer, los merecedores de galardón: “...*Sin restar calidad a otros bocetos consideramos más acertado el que representa una Cruz y tres capuces –rojo, morado y negro– alineados bajo los brazos del símbolo redentor; un capuz rojo vuelto hacia arriba rebosante de claveles rojos y un andero «colorao», ágil, graciosamente barroco, que anuncian la Semana Mayor. En los de Primavera, el que figura la torre de la Catedral, como recortada de un periódico, rodeada de muñecos de papel, que representan los Juegos Florales, el toreo, el Bando, la Batalla de Flores, el Entierro de la Sardina y los fuegos artificiales...*”

También es de mucho interés el que muestra un hachonero vestido de verde y blanco; una huertana compuesta con simulación de recortes; la torre partida en dos, una de cuyas mitades se viste de flores, etc, son a nuestro juicio los más logrados...” El jurado finalmente designado estuvo formado por el alcalde y los vocales: García Moya, Úbeda Romero, Sobejano Alcayna, Torres Fontes y Daniel Carbonell Ruiz. Se sacó a concurso la edición de los 2.000 carteles de 94x62 cm y los 6.000 a 47x31 cm, todos impresos a cuatro tintas planas; Ortega imprimiría la cartelera primaveral murciana. Laorden fue absoluto ganador del concurso en las dos modalidades; *Murcia Semana Santa 1959* con el lema «Paz» –los tres capuces descritos por Valcárcel, construidos desde el acercamiento plástico a las corrientes de la abstracción geométrica con un punto de sabiduría publicitaria–; y el de *Fiestas de Primavera Murcia 1959* con la imagen del también descrito «Hachonero» –irónico incendiario frente al perfil de una Murcia dibujada en tonos rojos– que dio nombre al lema. El Segundo Premio para la modalidad pasional lo recibió Francisco Martínez Cano por «Viernes Santo», que muestra un detalle de la procesión de los *Salzillos*, en primer plano las bocinas de *la Burla*, al fondo una fila de nazarenos penitentes, un cartel de modernizada estética costumbrista; y obtuvieron accésit «Tradición» y «Pasión» de Fuentes y Luis Abadía Llobregat. El Segundo premio de Fiestas de Primavera fue para «Carroza» del alicantino Juan Bautista Sanchís –autor ese año del cartel *Hogueras de San Juan*–; un huertano, con gorro de arlequín, cabalga la sardina del entierro. Los accésits de las Fiestas primaverales recayeron en Fernando Oliver Narbona de Cartagena y José María Párraga, cartagenero de Alumbres afincado en Murcia.

El 6 de febrero ya estaban distribuidos los carteles en sus distintos formatos, pudiendo ser vistos pegados en los escaparates de los comercios. Por una vez se comenta que están a tiempo y han gustado bastante a la ciudadanía, siendo tachados de *originales, expresivos y bonitos*. Los carteles se enviaron a todo el territorio nacional y se presentaron en Barcelona, en la Casa Regional, con fiesta y acto propagandístico. Una composición con los primeros y segundos premios sirvió de portada al programa municipal de festejos que imprimió Nogués.

Es curioso que Lorca no hubiera convocado concurso, ni encargado los carteles de su Semana Santa, a finales de enero; y que Cartagena, tan diligente, años anteriores, en tener impresa su publicidad pasional, imprimiera para la Semana Santa de 1959 un cartel de Jorge Sánchez Creus vulgar y recurrente, con los consabidos tres clavos componiendo una cruz que dos golondrinas rematan con corona de espinas. Con temática pasional se editó en Pau, Francia, un cartel anunciador de la exposición que celebró, en dicha ciudad, el pintor cartagenero Nicomedes Gómez entre el 14 y el 21 de marzo; los motivos colgados en la localidad de residencia del pintor, una serie de plumillas junto a

otras obras, son consecuencia de la estancia de Nicomedes en Cartagena en 1957 –los vínculos de Gómez con la Semana Santa cartagenera se estrecharán en los años sesenta, cuando realice, con aire de cartel, distintas portadas del *Libro de Oro de Cartagena y sus procesiones*, entre 1963 y 1976–.

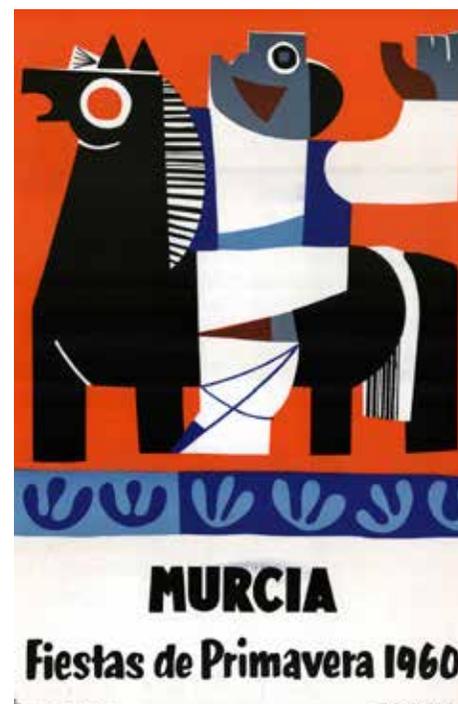
Otros pueblos y ciudades murcianas comienzan a sopesar, a finales de los cincuenta, la importancia de difundir con cartelera la singularidad de sus fiestas y solemnidades. Yecla se propone anunciar sus procesiones con carteles y hacerlos llegar a todos los rincones patrios.

El Ayuntamiento de Murcia, consciente del éxito cosechado con la cartelera festera de 1959, o al menos de la ausencia de críticas feroces, decide, a finales de noviembre del cincuenta y nueve, convocar de nuevo concurso de carteles anunciadores de la Semana Santa y las Fiestas de Primavera de 1960. Las bases son muy semejantes: tamaño de 92x60 cm, con borde blanco de dos centímetros; cinco tintas planas; imposibilidad de dividir o declarar desierto el premio y exposición pública de los trabajos presentados, si se estima conveniente. Sin embargo, los galardones son de 3.000 pesetas para el Primer Premio de cada modalidad y 1.000 para los accésits, a límites famélicos han quedado reducidos los premios. El 15 de diciembre finaliza el plazo de entrega de los bocetos concursantes. Se presentan más de cuarenta obras de 28 artistas, 23 carteles optan a poder anunciar la Semana Santa y 17 las Fiestas de Primavera. Los carteles son expuestos en el Casino de Murcia. García Moya es ahora el presidente de la Comisión de Festejos y forma parte del jurado calificador junto a Gómez Jiménez de Cisneros, Úbeda Romero, García Abellán, Palazón Godínez, Fernández-Delgado Maroto, Daniel Carbonell Ruiz y Torres Fontes. Justo antes de fin de año, el 29 de diciembre, Baldo glosa la exposición en la sección de *La Verdad* “Desde la Torre” y señala las excelencias de los trabajos de Laorden, Párraga y Carbonell Artus. Juan Mechó, Aurelio Pérez, Ceferino Moreno, Jorge Sánchez Creus y Pina Nortés están entre los numerosos artistas participantes.

Carbonell obtiene el triunfo del certamen en la modalidad de Semana Santa, con un cartel (Fig. 139) de planos triangulares y líneas superpuestas –remitiendo a capuces y cruces– que generan una imagen sobria y vibrante, de austeros colores violáceos, verdes y amarillos, para simular el paso del desfile nazareno. El accésit de la cartelera pasional se le otorgó a Juan Bautista Sanchís Mira, de Alicante, que presentó en su cartel la rotunda forma, casi escultórica, de Cristo arrodillado bajo el peso de la Cruz; es un cartel con planteamientos de vitral, los contrastados colores, rosáceos, lilas y amarillos, se recogen con un rotundo trazo negro que cerca la composición aislando la doliente figura de Cristo aquí representada con total ausencia de drama.

Para las Fiestas de Primavera, tal como se hizo para Semana Santa, se imprimieron dos ejemplares. El ganador, Aurelio Pérez, que obtuvo el Primer Premio con un huertano tocando la bandurria, mientras de uno de sus brazos cuelga la sardina. El accésit salió de los pinceles de Párraga; a lomos de un caballo se acerca o desfila el huertano a la ciudad, a disfrutar o participar del festejo del Bando; es un cartel que nos deja ver, con total claridad, la impronta y el estilo del artista, las influencias en su obra del Pop y la Psicodelia, con esa figura hierática, de rotundas formas y volúmenes, colorista y atractiva, que resulta impactante a la vez que entrañable, un mural gigante, semeja el jinete, sujeto a las costuras que impone el margen del papel (Fig. 140).

Estos son los carteles a los que se ha referido Baldo “Desde la Torre”, un soplo de modernidad –modernidad controlada, en cualquier caso, en todo lo relativo a los creadores plásticos y a los intelectuales– que ya venía aventándose tímidamente, aunque aún cueste creerlo a la mayoría de la población que los contempla, y algunos dirigentes institucionales sigan sin apostar claramente por los efectos de la publicidad en la economía, o no se termine de hacer coincidir lo que se pretende con los esfuerzos que hay que poner en juego. Cuando el 2 de febrero de 1960 se pregunta, desde las páginas de *Línea* a García Moya, el ya citado presidente de la Comisión de Festejos Municipal, por qué se ha retrasado la difusión de los carteles, responde: “*Un poquito pero pronto estarán en la calle*”; y es capaz de justificar esa tardanza en la distribución de los carteles y la baja intensidad de las campañas publicitarias en torno a los festejos primaverales, manifestándole a Francisco Capote, en *La Verdad*, que no se puede hacer mucha publicidad de



(Fig. 140) José María Párraga. *Fiestas de Primavera*. Murcia. 1960.

nuestras fiestas al no estar Murcia preparada para recibir una excesiva afluencia de turistas. Y es que Murcia seguía sin resolver antiguos problemas vinculados a la promoción turística, y sin atender a la creación de las infraestructuras necesarias.

Dos días antes, el 31 de enero, *La Verdad* había recogido, en una encuesta dirigida por Capote y publicada en la sección “Tribuna Pública”, las respuestas del pintor Muñoz Barberán, el floricultor José Moreno «Manu», el publicista Federico Hernández Luna, el periodista Carlos Valcárcel, los comerciantes Adrián Massotti y Julio Torres Gosálvez, y anónimos lectores, a las preguntas: *¿Qué programa realizarían para las Fiestas de Primavera? ¿Qué falta o sobra en los festejos? ¿Cree que la propaganda actual es eficaz, cómo la llevaría a cabo? ¿A quién debe corresponder su montaje económico? Se responde haciendo referencia a la desorganización de los festejos; a la necesidad de marco adecuado para la Batalla de las Flores; a los días intermedios sin actividad; a lo conveniente de incorporar actividades culturales, música, teatro, exposiciones... de más talla y fuste; a la necesidad de crear infraestructuras inyectando más dinero en nuestros festejos, dotarlos de más calidad y menos populacherismo. Y cuando las respuestas se refieren a la eficacia de la publicidad se comenta: “¿Qué propaganda? No recuerdo una sola vez que, en una estación de Madrid, en un escaparate de turismo valenciano o en una esquina de Barcelona, me haya salido al paso un cartel de las fiestas de Murcia” “...cuando los carteles anunciadores salen a la calle después de haberse celebrado los festejos que anuncian, entonces llegan muy a tiempo de hacer la propaganda a los del año siguiente” “La propaganda es ineficaz, se ha pensado que las Fallas de Valencia se están anunciando en España y el extranjero desde diciembre del año anterior” Pareciera, a la vista de estas respuestas, que Murcia, sus instituciones, sus prohombres, no creen en la difusión que se hace de sus propios festejos, de las bondades económicas que podrían derivarse de publicitarse los mismos con acierto y prontitud. La España de 1960 recibió la visita de más de cuatro millones de turistas extranjeros; y la Dirección General de Turismo, que se encarga de la organización turística del país, buscaba romper estereotipos, toros, flamenco, playas... y promocionar ciudades y zonas distintas a Sevilla, Mallorca, la Costa Brava o Galicia; Murcia podía haber encajado en este intento de diversificar la oferta.*

Antonio Carbonell diseñaría la portada del programa de fiestas que edita el Ayuntamiento de Murcia para Semana Santa y Fiestas de Primavera de 1960, es relevante comentarlo pues en la vertical ilustración⁽¹⁰⁷⁾ vemos clara la relación de las artes gráficas con el procedimiento artístico más relevante y lucrativo –generó numerosos encargos– de la época: la pintura mural.

Contrapunto a la modernidad, o si se quiere una reflexión crítica, la aporta Pedro Flores –aquel vanguardista enamorado del bullicio creativo del París de los años veinte y treinta– que se encuentra en Murcia, en 1960, para abordar las pinturas murales de la Cúpula del Santuario de la Fuensanta. Finalizando enero Adelaido Gómez Muelas le somete a una serie de preguntas que publicará *La Verdad* el día 24: “... –¿Y los existencialistas?

–Desaparecieron. Se lavaron, vistieron correctamente, se casaron y ya pasean empujando el cochecito del hijo...

–Entonces ¿qué queda?

–Eso. La sinceridad... Pedro Flores es aún más radical cuando se le plantea –¿Y la pintura abstracta? ¿Se afianza?

–No puede afianzarse. Esa pintura es la coraza tras la que se esconde la ignorancia artística.

–Pues tiene su público.

–Medianías nada más.” Una brecha generacional, reflejada en las distintas formas de enfocar el arte que, si atendemos a las respuestas de Pedro Flores, parece insalvable.

Cartagena imprimió para publicitar su Semana Santa de 1960 un cartel de Durban. El detalle de un *paso marrajo*, los pies del *Cristo de la Agonía* en la cruz, con corona de espinas y humeantes faroles. Un cartel de sabor antiguo que pretende despertar los profundos sentimientos religiosos que acompañan a la *Semana de Pasión*.

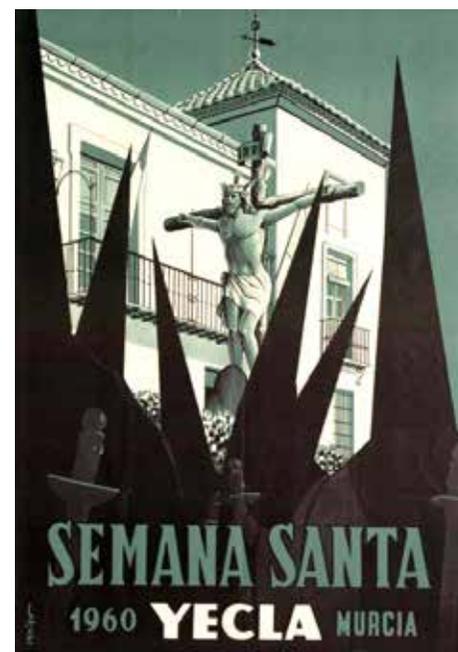
A principios de febrero la prensa echa en falta que Lorca no hubiera convocado concurso de carteles para sus desfiles pasionales –Caravaca si convocó en 1960 concurso de carteles para anunciar sus Fiestas de Mayo en Honor de la Santísima y Veracruz. El boceto de López Chico, un artista de Cehegín, obtuvo el galardón frente a otros 15 concursantes– y comenta: “después de tanto como costó que las procesiones lorquinas

(107) Con planos rotos, de marcadas referencias cubistas, Carbonell crea una imagen ascendente; el rostro de la huertana, el huertano a caballo, la sardina y el estallido, en la parte superior, de fuegos artificiales, sugieren una composición que se lee de abajo hacia arriba, susceptible, si fuese ampliada, de constituir la decoración mural de la fachada de un edificio y que deja patente la capacidad del artista para poder abordar este tipo de obras. En los sesenta Carbonell dirigirá el gabinete de dibujo de Gráficas Belkrom, donde se formarán muchos de los profesionales de las artes gráficas murcianas, pasando más tarde a impartir docencia en las áreas de Cerámica y Dibujo Publicitario en la Escuela de Artes y Oficios de Murcia.

gozasen de justa resonancia nacional". Quizá por eso en junio se convoca concurso de carteles anunciadores de la Semana Santa lorquina para 1961; los premios ascienden a 3.000 y 2.000 pesetas; se presentaron 20 originales; 12 fueron expuestos, en la Feria lorquina de septiembre que se celebra en honor a Nuestra Señora de las Huertas, en la Sala de la CASE y juzgados de poca calidad, echándose de menos la falta de artistas relevantes –solo el que lleva por lema «*Consummatum est*» es considerado digno–, se considera además que los carteles modernos no son apropiados para difundir los desfiles lorquinos aún no suficientemente conocidos, por eso se propone elegir un cartel de corte más realista; en octubre se designa ganador al lema «*Morado y Rojo*» de Ricardo Montoya; el cordobés Ricardo Anaya obtiene el Segundo Premio por «*Consummatum est*» y el lorquino Cristóbal Leal el Tercero por «*Tres Clavos*». En enero de 1961 los carteles lorquinos, de formato mural, impresos en la litografía Ventura de Granada ya han comenzado a distribuirse. El cartel de Ricardo Anaya –un carro romano, tirado por tres caballos, ante una cruz envuelta en paño blanco que sostienen dos golondrinas– se usó como portada en el programa de mano; es un cartel que volvería a utilizarse en 1963 –por designio de la Unión de Cofradías– como cartel pasional.

Más interesantes resultan los carteles anunciadores de la Semana Santa de Yecla. La ciudad del altiplano editó una magnífica serie de carteles pasionales entre 1960 y 1967. Austeros de color, a imitación de los bitonos fotográficos, realizados a dos ó tres tintas planas, con dominantes verdosas, naranjas o malvas –los de 1960, 1961, 1962 y 1963– (Fig. 141) y detalles de gran realismo expresionista, tal como se refleja en el de 1967. Son carteles que parecen salidos de la mano de un único autor, aunque los primeros citados sean de Damián y el último –un Cristo sangrante en la cruz, y anhelantes manos que solicitan ayuda o perdón– de Navarro.

El 10 de noviembre de 1960 *Línea* publica la recién aprobada convocatoria del concurso de carteles anunciadores de la Semana Santa y las Fiestas de Primavera murcianas de 1961. La Comisión Permanente, que preside ahora Manuel Fernández-Delgado, destina 5.000 pesetas al Primer Premio y 1.000 al accésit para cada modalidad. Los bocetos, a cinco tintas, se presentarán montados en bastidor, tendrán 90x58 cm y un margen blanco de dos centímetros, aptos para ser colgados y expuestos. El premio no podrá ser declarado desierto ni divisible. El plazo de presentación de originales finaliza el 15 de diciembre. Más de cuarenta obras se expusieron en los salones de la Económica a finales de diciembre. El jurado seleccionador estuvo formado por: El alcalde, Jiménez de Cisneros; Julio García Moya; García Abellán; García Izquierdo; Daniel Carbonell; Torres Fontes y Bañón Saura. El 3 de enero del sesenta y uno la prensa hace público que el Primer Premio de cartel de Semana Santa ha sido otorgado a «*Tambores*» de Antonio Laorden y el accésit recae en «*Cruces*» del valenciano Mínguez Benlloch. En la modalidad de Fiestas de Primavera el premio fue para «*Danza Panocha*» de Carbonell –que realizó ese año el anunciador del XV Campeonato de Europa de Billar, a celebrar en abril en el Romea– y el accésit lo obtuvo Párraga por «*Entierro de la Sardina*». Carlos Molina escribe en *Línea* ese mismo día: "Alguien ha definido el cartel –y muy bien, por cierto– como un grito en la pared. Si hemos de enjuiciar, a la vista de tan exacta definición, los carteles de este concurso generoso es reconocer que nada tienen de grito y que, a lo sumo, no pasan de ser meros susurros o vocecillas afónicas". Los carteles ganadores, que se han reproducido en *La Verdad*, representan un grupo de anónimos nazarenos *coloraos* –de desdibujada faz– tocando al tambor los toques de *la Burla*, el de Semana Santa; y el baile de *la Jota*, protagonizado por dos panochas con atuendo huertano, el de las Fiestas de Primavera. Ambos carteles resultan poco sugerentes. Por excesivamente plano y no aportar novedad gráfica, a una idea en principio tan plástica y significativa de la Semana Santa murciana como era el tema de *la Burla*, el realizado por Laorden; y por la incapacidad de adaptar al espacio del pliego del cartel lo que debía haber sido una imagen impactante, de evidente alarde gráfico, aromas cubistas y aire de pintura mural, el de Carbonell. Los accésit tampoco resultaron atractivos, incapaces de generar una corriente de interés hacia las fiestas; las formas geométricas y las transparencias tonales aportadas por las *cruces* superpuestas de Miguel Mínguez Benlloch –que realizará en 1962 y 1967 los carteles *Fallas de Valencia*– son simplistas y resultan muy vistas ya; y el cartel de Párra-



(Fig. 141) Damián. *Semana Santa*. Yecla. 1960.



(Fig. 142) Antonio Laorden. *Fiestas de Primavera*. Murcia. 1962.



(Fig. 143) Aurelio. *Fiestas de Primavera*. Murcia. 1962.

(108) The Puppet Master –el Amo de las Marionetas– es un personaje de cómic, creado por Stan Lee y Jack Kirby, que aparece por primera vez, como antagonista de los Cuatro Fantásticos, en 1962; lo que hace difícil, aunque parezca lo contrario, que Antonio Laorden hubiera podido acceder tan prontamente al conocimiento de la iconografía del personaje.

ga, con ese tenedor que pincha la sardina, de pobre composición pretendidamente rompedora sobre fondo blanco, es conceptualmente incapaz de atraer la mirada y resulta inapropiado para el objeto –el deslumbrante festejo primaveral– que pretende anunciar.

No es por lo tanto extraño que se echara en falta una auténtica escuela de cartelistas murcianos.

El 16 de agosto de 1961 Lorca convoca concurso de carteles para sus desfiles Bíblico-Pasionales del sesenta y dos. Inicialmente los premios ascienden a 3.000, 2.000 y 1.000 pesetas; que al considerarse escasos se ajustaron en un solo premio de 4.000 pesetas. El boceto, que se decidió se ejecutara a cuatro tintas, fue posteriormente reajustado a seis tintas planas y se mantuvo un formato de 90x60 cm. Es curioso que entre la comunicación de ampliación de cuatro a seis tintas y el final del plazo para recepcionar obras solamente mediaran siete días. Se presentaron 14 obras, aunque solo se expondrían 13 en la sala de exposiciones de la Caja de Ahorros que eran las únicas que se ajustaban a las bases; obras consideradas de poco mérito, aunque coloridas. El anunciador *Semana Santa lorquina 1962* fue «*Lanzas*» de Cristóbal Leal, ganador del Primer Premio. Ventura Hita imprimió 700 carteles murales y 3.000 de mano. Y, como se ha señalado, se repitió en 1963 el cartel de Ricardo Anaya. Lorca editaría cartelería en marzo del sesenta y tres, llamando a participar en la escuela de equitación del Paso Azul.

Cartagena convocó su concurso anunciador de los carteles de *Semana Santa 1962* a finales de octubre del sesenta y uno –año en que Cartagena imprimió el cartel *Semana Santa 1961*, un cartel anodino, semejante al de 1956, aunque aquí el nazareno mire de frente y veamos al fondo la cúpula de La Caridad y el desfile procesional–; en diciembre se había recibido la escasa cantidad de nueve bocetos; eso a pesar de un premio nada desdeñable de 8.000 pesetas. El Primer Premio recayó en «*Pilatos*» del cartagenero Inocencio García Coterruelo (Garcot); el cartel *Cartagena, Semana Santa 1962* nos presenta la figura de un *armao* romano que lee la sentencia condenatoria de Jesús; un guiño moderno y atrevido pues la figura está compuesta por los ropajes del personaje y la ausencia premeditada de este; parece una interpretación libre de Griffin, *El Hombre Invisible* de H. G. Wells. Los accésits los obtuvieron: «*Promesa*», del alicantino Otilio Serrano y «*Penitente*» del lorquino Cristóbal Leal.

La Comisión de Festejos del Ayuntamiento de Murcia decidió no sacar a concurso carteles de Semana Santa ni Fiestas de Primavera para el año 1962, prefiriendo invitar a los artistas a presentar sus bocetos y propuestas, con suficiente antelación, en noviembre de 1961. Un mes después, el 12 de diciembre, se publican en prensa los encargos. Antonio Laorden (Fig. 142) realiza los carteles de Semana Santa y Fiestas de Primavera; Aurelio Pérez y Párraga verían también aprobados sus bocetos para Fiestas de Primavera y la Semana Santa. Para anunciar la Semana Santa Laorden recurre a la elegante figura de un mayordomo –representado por primera vez en la cartelería pasional murciana– de La Sangre, que avanza sobre la sombra que proyecta una cruz; es un cartel sobrio de contrastados rojos vibrantes y grises, con una tipografía Helvética de palo grueso que parece abrirse al paso del nazareno cofrade. Para Fiestas de Primavera la propuesta de Laorden resulta cuando menos curiosa, aunque no original; un macero del Ayuntamiento mueve los hilos del baile que ejecutan huertana y huertano; es una metáfora de esos años, el Ayuntamiento mueve los hilos ciudadanos; un cartel que hoy nos parecería poco apropiado, alejado de lo políticamente correcto y de las ideas actuales relacionadas con la participación ciudadana. Es posible que Laorden conociera algunos cómics americanos en los que los supervillanos manejan los designios de los mortales⁽¹⁰⁸⁾ pero lo que seguro que ha tenido que ver, pues es de idéntica composición conceptual y formal, es un cartel publicado por el Ayuntamiento de Cáceres para su *Feria y Fiestas de Mayo de 1945*, diseñado por Juan Caldera y editado en Ortega; el macero es allí un lugareño de Cáceres que dirige, cual marionetas, la danza de dos rústicos, que se mueven al son del *Pindango* o de la *Jota Extremeña*. Es otro claro ejemplo de la referenciada pervivencia tardía de modelos semejantes a lo largo y ancho del país. Aurelio planteó (Fig. 143) para difundir la imagen de los festejos primaverales un cartel casi abstracto; un árbol de rotundos trazos negros, rematado por una flor roja, del que cuelga, a modo de frutos, sardina y bandurria huertana; un pequeño pájaro posado en una de sus ramas pone la nota de gracia infantil; es un cartel no exento de atrevimiento y osadía, aunque resulte gráficamente pobre, inaca-

bado. El cartel de Párraga –que realizó otros bocetos para la convocatoria–, de Semana Santa, presenta un nazareno estante de simplificado dibujo, ingenuista, casi *naïf*⁽¹⁰⁹⁾; en línea con trabajos ya citados, esa especie de *gags* gráficos, realizados por Pla Narbona y otros publicistas para algunas marcas que se impusieron en estanterías y escaparates de comercios, jugueterías y tiendas de comestibles de la España de los sesenta. Estos cuatro carteles festeros fueron saludados con un “¡Muy bonitos, sí señor!”.

La influencia de este tipo de cartel de dibujo sencillo y rasgos infantiles, con colores primarios y contrastados, se dejó sentir en todos los ámbitos de la publicidad, sin atender a la idoneidad del tema que se pretendía resaltar o difundir. En Cartagena produjo un cartel desligado de tradiciones previas, no solo en 1962 también en 1963, 1964 y 1965 para anunciar la Semana Santa y las Fiestas del Corpus –buen ejemplo el cartel de Sáez de las Ferias del Corpus de 1962 con esos globos disfrazados de motoristas, payasos y toreros–.

El 24 de enero se hace público el concurso de carteles de la Semana Santa cartagenera 1963, con un plazo escaso de veinte días para presentar bocetos y premios no excesivamente atractivos: 5.000 y 1.500 pesetas para el Primer y Segundo Premio. El cartel ganador de los desfiles pasionales cartageneros representa un *armao* romano conduciendo un carro tirado por un caballo; al fondo, componiendo perfil en el horizonte, nazarenos y la silueta del edificio municipal; es un *affiche* de dibujo esquemático, casi infantil, y colores llamativos, rojos, amarillos, azules celestes, rosas y blancos, sobre un lila intenso.

Para los carteles de Semana Santa 1964, el Ayuntamiento de Cartagena volvería a convocar concurso de bocetos –*El Noticiero* publica las bases el 30 de septiembre de 1963– de ámbito nacional; los trabajos se presentarán a cinco tintas, a un tamaño de 100x70 cm; el premio asciende a 10.000 pesetas. En el jurado Federico Trillo-Figueroa (alcalde), Dionisio Martínez, Isidoro Valverde, Vicente Ros, Luis Roch, Álvarez Ausejo, Luzzy y Domenech. El día 30 de noviembre se exponen en el Ayuntamiento los carteles presentados. Otra vez resulta ganador un trabajo presentado por Garcot (Inocencio García Coterruelo); sobre fondo negro tres cruces blancas componen el cartel (Fig. 144), el rojo, azul y morado de tres idealizados y esquemáticos capirotos ponen la nota de color. En *El Noticiero*, del 11 de febrero de 1964, en la sección “Procesiones”, preguntado el mayordomo guardalmacen de la Cofradía California, Balbino de la Cerra, que ha presentado dos bocetos al concurso de carteles convocado por el Ayuntamiento, por su opinión sobre el cartel ganador, contesta: “–Dejando a un lado el que yo por primera vez me haya presentado, por curiosidad tal vez, pues esta clase de pintura no me vá (te lo digo de antemano) no me veo capacitado para juzgar la decisión de todo un jurado; ahora si es que me pides mi opinión te diré, que según mi criterio veo desacertada la elección un año más; considero que el cartel de Semana Santa debe oler a Semana Santa, dejando a un lado por mi parte, esos modernismos semejantes a los primeros dibujos de un niño que promete; pues puede ocurrir (y es sólo suposición) como en el cine, que según las estampas de la cartelera, gusta o no gusta la película antes de verla. La mejor propaganda hoy creo que es la televisión o un documental cinematográfico en color, para que así los ojos extraños puedan hacerse una idea casi palpable de lo que son las procesiones de Cartagena...” Quizá Balbino ha hecho explícita la opinión popular y señalado la importancia de la TV en la publicidad y difusión de eventos y festejos.

Para las Fiestas del Corpus cartageneras se elegirían carteles, procedentes de concursos, de parecida estética ingenuista y *naïf*. Los premios no son excesivos –se mantuvieron en torno a las 5.000 pesetas–, tampoco el resultado, de evidente parecido formal y conceptual entre los carteles anunciadores de Semana Santa y los de las Fiestas del Corpus. Valga como ejemplo el cartel de factura *naïf* de Fernando Carcellé, ganador del concurso de anunciadores de las *Fiestas y Ferias del Corpus* 1964 en Cartagena; un guardia urbano, junto a una farola, dispuesto a soltar un cohete, al fondo el escudo de la ciudad y una embarcación fenicia⁽¹¹⁰⁾.

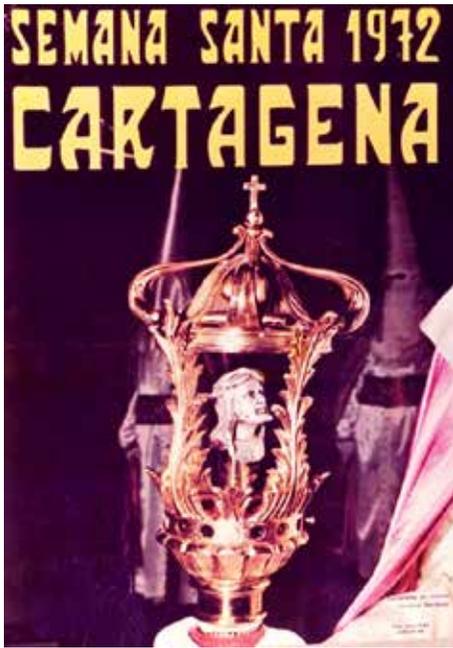
Para anunciar las procesiones de 1965 se recurrió a un cartel de semejante estética a los anteriores; Cristo parecer desfallecer bajo el aplastante peso de la cruz, pero los colores y el trazo que encierra los volúmenes lo aleja de sentimientos dolorosos y apariencia dramática.



(Fig. 144) Garcot. *Semana Santa*. Cartagena. 1964.

(109) Existen tres bocetos de José María Párraga para *Semana Santa* y *Fiestas de Primavera* 1962. El primero con la representación de Cristo en la cruz al que implora una esquemática Virgen Dolorosa; los otros nos muestran una paloma que alza el vuelo desde la silueta de la Catedral y la torre, y un personaje junto a un caballo azul (ver imagen página 4).

(110) Con parecido motivo gráfico gana en 1973 la dotación, 10.000 pesetas, del concurso de anunciadores de las fiestas de San Pedro del Pinatar: farola y guardia ante fuegos artificiales.



(Fig. 145) Cine-Foto. *Semana Santa*. Cartagena. 1972.

Pronto veremos que, en Cartagena, la fotografía será la base procedimental de su cartelería pasional. A partir de una diapositiva, que recoge un tramo del desfile de los albos nazarenos del *paso de San Juan*, se realizó el cartel de 1966, y un detalle fotográfico de la *Soledad* marraja, realizado por Asensio Sáez, sirvió de partida para la cartelería de la Semana Santa cartagenera de 1967 impresa en Gráficas Belkrom. Instantáneas de cofrades nazarenos, portando farol y estandarte, serían imágenes de los carteles de 1968 y 1969. Cartagena editó más de 10.000 carteles, a dos tamaños –el mural tenía unas dimensiones de 100x85 cm–, para difundir su *Semana Santa 1968*; en huecograbado⁽¹¹¹⁾; la imagen, de Eduardo Borgoñós Gómez, nos presenta, ocupando toda la superficie del cartel, un nazareno penitente de la agrupación California de San Pedro portando el hachote. De nuevo volvería a ser el doctor Eduardo Borgoñós, fotógrafo aficionado, quien prestaría diapositiva para el cartel de la Semana Santa cartagenera de 1969; aquí el nazareno porta estandarte con el sudario de la agrupación del Santo Sepulcro; se editaron 10.000 carteles grandes y 5.000 pequeños pero no escapó el Ayuntamiento y las agrupaciones pasionales a la crítica por la tardanza en imprimir y distribuir los carteles, cosa que se realizó el 13 de marzo: “No entendemos cómo puede suceder esto con todo un año de una Semana Santa a otra”. Diapositivas, instantáneas fotográficas, que el Ayuntamiento cartagenero solicita al ciudadano que ponga a disposición del consistorio. Aunque se volvería puntualmente a un cartel realizado a partir de una pintura –en 1970 los carteles de los desfiles cartageneros de Semana Santa reproducían, en amplia tirada de 18.000 ejemplares, el *Cristo* de Pedro Bas, con manifiesta impronta pictórica de estilo expresionista–, la cartelería pasional cartagenera retomaría de nuevo el procedimiento fotográfico. La reproducción de una diapositiva con el *paso de Jesús Nazareno* en 1971; el trono de *San Juan* en 1972, año que se editó otro cartel, con otro detalle fotográfico de Cine-foto, de un farol nazareno (Fig. 145); la *Virgen de la Piedad*, de Capuz, que procesiona Lunes Santo, en 1973 –provocando cierto revuelo que, en la foto del cartel oficial, realizada por Cine-foto 2000, a los pies de Cristo, se viera un trapo olvidado, lo que motivó que se crearan las Comisiones de Iglesia–; en 1974 se editaron dos carteles: uno mural con la foto del trono de la *Santa Agonía* y otro de escaparate con la imagen del *Cristo del Prendimiento*.

En mayo del setenta y cuatro Cartagena volverá a plantear la realización de un concurso de carteles para difundir la Semana Santa de 1975, aunque admitirá que puedan presentarse pinturas o diapositivas, en bases diferenciadas para una u otra modalidad; 65x95 cm y técnica libre en cuatro tintas para los pictóricos, y diapositivas que puedan ser proyectadas con proyectores comerciales acompañadas de una foto de 20x25 cm para fotografía. Ese mes en las páginas de *Línea*, en la sección “Cartagena Atalaya” se escribe: “Desde hace unos años estamos acostumbrados todos los cartageneros a soportar unos carteles bastante deficientes que anuncian nuestra Semana Santa. No es nuestra intención echarle la culpa a nadie, ni al autor o autores de las diapositivas correspondientes, ni a la Delegación de Festejos del Ayuntamiento, ni a la casa que realiza la tirada de los carteles”. Una crítica referida a las prisas, la improvisación y la mala calidad de la impresión. A 12.000 pesetas asciende la dotación del premio; al que concurrieron cuatro carteles realizados desde un procedimiento pictórico y 10 diapositivas, obligando a prolongar hasta el 13 de julio el plazo de admisión de obras. Para el cartel *Semana Santa Cartagena 1975* optarían finalmente 10 bocetos de cartel y 30 diapositivas, que según la prensa carecen de calidad y han realizado aficionados, echándose de menos a profesionales como Mustieles o Antulio, y aconsejándose ver dónde están los problemas que han hecho fracasar la convocatoria. Declarado desierto el concurso, el cartel que acabó imprimiéndose fue realizado por el pintor unionense Asensio Sáez que pretende –según sus propias palabras– plasmar el ambiente que rodea el paso de los desfiles; es un cartel de tonos pastel nacarados y blancos, recoge la fila de nazarenos arrojando la imagen de *San Juan* que destaca en un rojo intenso; un cartel que parece venir de aquella atmósfera religiosa y mística que se desprendía de los *afiches* de Mustieles. A finales de marzo, antesala de la Semana Santa, en la Cámara cartagenera de Comercio se expuso una muestra de carteles pasionales que abarca las imágenes creadas para difundir la Semana Mayor de la Ciudad Portuaria desde 1941 a 1975.

Parece claro que la fotografía es ya procedimiento estrella para componer los carteles⁽¹¹²⁾ entre mediados los sesenta y a lo largo de la década de los setenta. Los motivos, ya

(111) El huecograbado es una técnica de impresión en la que la tinta se transfiere al papel desde pequeños huecos de diferente tamaño y profundidad; celdas excavadas en la plancha –una para cada color de la cuatricromía– por una aguja de diamante que recibe señales producidas por un cabezal que explora metódicamente la imagen a reproducir, indicando áreas y profundidades de los huecos que obtendrán la intensidad y el claro-oscuro de la reproducción. El fotograbado es un procedimiento caro, apto para trabajos que requieren velocidad y amplias tiradas; su característica es un resultado final en el que todo queda tramado, tanto imágenes como texto.

(112) AFHA, para publicitar sus cursos de fotografía, delineación y dibujo, elogiaba a los creadores de carteles y a los publicistas.

señalados, resultan evidentes. El desarrollo de las nuevas técnicas de impresión off-set, su costo más accesible, y la perfección lograda en las selecciones de color. La prensa lo señala: “*impreso en cuatricromía, ¡a todo color!*”. La posibilidad de acceso, reconocimiento público y visibilidad a numerosos aficionados no profesionales⁽¹¹³⁾ a los que la fotografía permite recoger detalles de la fiesta y de las imágenes pasionales, ofreciendo, mediante su impresión en formato cartel, un claro homenaje a los imagineros y escultores que las han realizado, y pudiendo así difundirlas como base de un cierto prestigio local. Los gustos de agrupaciones y cofradías que se ven directamente representadas en los *afiches*, lejos de otras disquisiciones estéticas y artísticas. Y el propio ejemplo del estado, que ha concurrido con este tipo de carteles fotográficos, que presentan detalles y momentos impactantes, casi conceptuales, a premios y concursos internacionales de carteles turísticos obteniendo relevantes galardones⁽¹¹⁴⁾.

Todos los pueblos y localidades de la provincia comienzan a editar en los años sesenta carteles con base fotográfica para difundir las peculiaridades de sus festejos y su Semana Santa, dando a conocer sus *pasos* más representativos, pues han sido realizados por imagineros y escultores de prestigio: Para imagen del cartel de la Semana Santa de Yecla se recurrió en distintas ocasiones, a finales del los sesenta, a un detalle de *Nuestra Señora de las Angustias* de Salzillo; de nuevo se recurriría a una fotografía de la talla de Salzillo para anunciar los *días de pasión* en 1973 y 1975, y a la *Virgen de la Esperanza* en 1974. Con 5.000 carteles, que reproducían una diapositiva de Juan López, divulgó Jumilla su Semana Santa en 1968; otra fotografía del mismo autor, un nazareno ante el histórico portalón del atrio de la iglesia renacentista de Santiago Apóstol, de la que se hicieron 10.000 reproducciones, fue cartel pasional en 1969; volvió Juan López a prestar diapositiva, esta vez del *Cristo Amarrado a la Columna*, otra talla de Salzillo, habitualmente ubicada en el convento de Santa Ana, para los 11.000 carteles editados en la Semana Santa de 1970; un año después sería una *manola* la imagen que representará la pasión jumillana; y en 1972 será una foto del *Cristo de la Salud* atribuido a Montañés, realizada por el fotógrafo local Luis Canicio –“*no siendo necesario recurrir a artistas foráneos*”– el icono de la cartelería; para la Semana Santa de 1973 el cartel fotográfico representaba un detalle del *Cristo Yacente* de José Planes; y la *Virgen de la Soledad* de Pinazo sirvió de representación pasional un año más tarde. Para anunciar las fiestas de mayo en Caravaca –los carteles anunciadores de fiestas en honor a la patrona de Caravaca de la Cruz serán habituales, y tendrán de protagonistas escudos en 1965, simbólicos naipes en 1971 y motivos heráldicos en 1972, con la Cruz, los Caballos del Vino o incruentos enfrentamientos entre moros y cristianos– se recurriría en 1969 a una fotografía del padre carmelita caravaqueño Juan de Dios Morenilla, representando al Tío de la Pita, o dulzainero, y al tamborilero que le acompaña; y, en acomodo al recurso fotográfico, la foto de un melón sirvió de evidente, y retórico, cartel anunciador de la Fiesta del Melón que celebraba Torre Pacheco en agosto de 1972. Alguna excepción hubo: en Cieza Toledo Puche resulta ganador, con el lema «*Herradura*», de las 5.000 pesetas de premio del concurso de carteles anunciadores de la Semana Santa de 1971, un sol –o luminosa corona de espinas– que lleva en su interior a Cristo crucificado, un cartel que más parece anunciar los Festivales de España en alguna de sus modalidades; en San Pedro del Pinatar Rafael Mellado vio impreso en 1973 su cartel, un dibujo tópico y repetitivo, que presentaba la consabida fila de nazarenos ante la fachada de la iglesia parroquial; y en Abanilla no se abandonó el cartel de corte gráfico, ingenuo y *naïf*, para anunciar las *renacidas* Fiestas de Moros y Cristianos en 1973 y 1974. Y alguna curiosidad extraprovincial, el cartel del carnaval de Cádiz de 1967, editado por el Ministerio de Información y Turismo, escoge como imagen de las fiestas una carroza de Conte.

Pero es sobre todo Salzillo, siempre Salzillo, la relevante y prestigiosa imagen regional de marca en los anunciadores pasionales.

Otras localidades intentaron mantener un equilibrio procedimental en la realización de su cartelería procesional o festera. Es curioso que Lorca, cuando convoca concurso de carteles para los desfiles pasionales del sesenta y cuatro, admita en las bases del concurso no solo bocetos pictóricos, también obras realizadas a partir de diapositivas.

Cuando en abril de 1964 la Unión de Cofradías convoca concurso, cuyo plazo finaliza a 31 de agosto, con el fin de exponerlos, era lo habitual, en la feria de septiembre,

(113) el fotógrafo y diseñador Paco Salinas apunta un dato importante, los 100 socios que llegaría a tener la Agrupación Fotográfica Murciana de Educación y Descanso fundada en 1960; a la vez que señala el ambiente, las discusiones y debates, el aprendizaje, en suma, que aficionados y amantes de la fotografía respiraban en las animadas tertulias que tenían lugar en la droguería de Juan Orenes, situada en la murciana plaza de San Julián.

(114) La fotografía del detalle de una reja andaluza sobre pared blanca es el cartel con que España ganó, en 1964, el Certamen Internacional de Carteles Turísticos celebrado en Milán. Certamen en el que volverá a obtener galardones en 1966 por *Semana Santa*, un primer plano de velones encendidos y *Fiesta Brava*, la negra y poderosa mancha del lomo de un toro saliendo al ruedo. Un año después obtendría la Sirena de Oro, de nuevo en Milán, ante los carteles turísticos presentados por 45 países; e idéntico triunfo fue el obtenido en 1969. En 1972 España será la ganadora del concurso de carteles turísticos que se celebra en Catania, Italia, por un cartel, que recoge fotos de puertas y tiradores, cuyo texto resume toda una época de apoyo nacional al turismo: *Entre en España sin llamar*. En 1975 vuelve a obtener galardón en Catania, ahora por la fotografía de una típica calle ibicenca. Como curiosidad señalar que una foto del Club Náutico de Santiago de la Ribera protagonizó un cartel turístico de España en 1971.

para los desfiles pasionales de 1965, se presentan ocho carteles –cierto que el premio es de unas escuetas 5.000 pesetas– que no parecen reunir calidad necesaria; el concurso se declaró desierto convocándose otro, ahora de composición fotográfica a color y nuevos plazos que expiran a 30 de noviembre; ni así se pudo contar con carteles donde elegir pues se presentó una sola propuesta. El 15 de enero el concurso estaba sin decidir y hubo que esperar al 27 de marzo para comenzar a enviar a agencias de viajes y casas regionales el cartel finalmente impreso encargado al lorquino Agustín Peñas Manchón, una obra de lema «*Lorca Bíblica*» que recibió la asignación económica.

Para difundir los desfiles pasionales lorquinos de 1966 la Unión de Cofradías recurriría a una obra de encargo que realizó el lorquino Joaquín Ruiz Guzmán. Ese año el Ministerio de Turismo declara la Semana Santa de la capital del Guadalentín fiesta de Interés Turístico. El lorquino volvería a realizar el cartel del año siguiente: «*Joakín*» es el lema del cartel de la *Semana Santa, Lorca 1967; Declarada de Interés Turístico* como recoge el texto impreso, en un *afiche* que pretende transmitir la riqueza y magnitud del desfile, con un estandarte bordado que presenta en el círculo central la efigie de un romano.

En la Capital del Guadalentín se siguió prefiriendo recurrir a una obra pictórica como base de la cartelería pasional. En 1969 una pintura del también lorquino Manuel Segura Clemente, profesor de dibujo en Valladolid, sería la imagen del cartel de Semana Santa; un egipcio llama al desfile ante otros símbolos habituales de la pasión lorquina: caballos y carros, y el acrónimo SPOR semejando Faro de Alejandría rematado en cruz.

El 2 de agosto de 1969 se convoca concurso de carteles para la Semana Santa de 1970; el premio, de ámbito nacional, asciende a 15.000 pesetas y los originales, a cuatro tintas, deben presentarse antes del 20 de septiembre; se presentan 26 carteles y el Primer Premio recae en «*Centurión*» del madrileño, afincado en Cartagena, Rafael Puch; otorgándose accésit a «*Biblia y Pasión*» del lorquino Francisco Salinas. A finales de enero de 1970 ya estaban los carteles de Puch, que se han editado en Granada, en la calle. “*Cartel llamativo y a tono con la característica de estos desfiles*”. De un casco romano, sobre *La Dolorosa* aclamada por las gentes de Lorca, salen dos figuras a caballo. Subrayando la singularidad de la Semana Santa lorquina, en 1970 se sumó, a la declaración de Interés Turístico, la concesión, por parte del Ministerio de Información y Turismo, de la Medalla de Plata al Mérito Turístico. Pero en referencia al cartel lorquino la prensa se pregunta⁽¹¹⁵⁾: “*¿Tienen que ser los carteles de Semana Santa necesariamente pintados y rotulados?... Es decir que también los aficionados a la fotografía podrían presentar sus muestras artísticas y un jurado competente calificarlas, porque todos sabemos que algunos años el cartel anunciador resultó francamente defectuoso y con poco mensaje, que a la par y a la postre es lo que importa... Hay ocasiones en que el pintor no puede dejar su pensamiento en el lienzo y puede ser una fotografía la que dé lugar a sorprender y cautivar a los que aún no conocen nuestra gran «batalla»*”.

A pesar de estas llamadas de atención la influencia de la fotografía, como procedimiento publicitario, no caló en el consistorio y las cofradías de Lorca pues el 24 de enero de 1971 se volvió a convocar concurso de carteles anunciadores de la Semana Santa lorquina, entre artistas españoles, a cuatro tintas planas, con motivo alegórico y un tamaño de 77x55 cm, idénticos premios al año anterior y un reducido plazo –finaliza el 30 de enero– para presentar bocetos. Se presentaron 13 obras a la convocatoria de la Unión de Cofradías, que otorgó el galardón máximo al lema «*Caballos*» del autor lorquino Joaquín Castellar; un nubio, vestido con ricos ropajes bordados, lleva de la brida un caballo que levanta, a modo de saludo al público, una de las patas delanteras. A finales de febrero, en la reunión que mantiene la Unión de Cofradías, se trata el recurso presentado por el pintor Juan Jiménez Asensio, que pretende invalidar el cartel premiado por no ajustarse a las bases, pues es evidente que el cartel galardonado no está ejecutado a cuatro tintas planas, más parece una pintura expresionista; tratado el tema se decide declarar nulo el concurso y desierto el premio, pero a Castellar se le hace directamente encargo de nuevo del cartel.

Es normal que con tales antecedentes solamente fueran 10 los carteles presentados al concurso para elegir el anunciador de la Semana Santa de 1972, al amparo de bases semejantes a los dos años anteriores. En 1973 volvería a ser Joaquín Ruiz Guzmán el autor del cartel, que imprimió Belmar en tiradas de 500 tipo mural y 4.000 de mano, con la imagen de un personaje a caballo. En 1974 y 1975 las cofradías lorquinas admitían

(115) Lo hace Pedro Pueblo (M. M. Campoy), en el *Diario Línea*, el 31 de enero de 1970.

en las bases del concurso de carteles de Semana Santa que pudieran concurrir pinturas o composiciones fotográficas. En 1974 se imprimió un cartel de Joaquín Ruiz basado en una ilustración resuelta con apenas tres tintas. La polémica surgirá de nuevo en octubre del setenta y cuatro, cuando se expongan, en el Casino Artístico y Literario, los carteles que optan a difundir los desfiles pasionales lorquinos de 1975; pues se han colgado sin preselección y se invita al público a votar y dar opinión en urnas colocadas al efecto; parece –pues no hay un claro procedimiento selectivo– que ganó «Los Pueblos» del lorquino Santiago Cruz Pallarés.

En Murcia se recurriría entre 1963 y 1970 a encargos directos, rara vez a concursos, utilizándose como base de los carteles anunciadores pinturas o fotografías.

En 1963 no se convocó concurso de carteles anunciadores para la Semana Santa y las Fiestas de Primavera. El 2 de febrero se reproducen los carteles anunciadores en *La Verdad*, que no cita autoría. Una fotografía de *La Dolorosa* de Salzillo a su paso por el Arenal –que procesiona la mañana de Viernes Santo– con faldón de tipografía con puntiguda y pronunciada serifa, anunciará los festejos religiosos; y el detalle de una carroza de la Batalla de Flores –con tipografía de palo seco– servirá de divulgación de las fiestas laicas. Las fotografías, que ha realizado Juan López, son causa de polémica y los carteles tachados de flojos y pobres. La prensa pidió volver a los concursos de pintores y no a la utilización de diapositivas. El 3 de marzo en “Buenos días” *La Verdad* se refiere a los carteles: “*Ya están en la calle –en los escaparates al menos– los carteles anunciadores de Semana Santa y Fiestas de Primavera en Murcia. Este año la novedad ha consistido en que se han utilizado dos fotografías en color en vez de dos obras en pintura. Ignoramos las razones... tales fotos no sirven para carteles... son simples postales, sugerimos a la comisión, para ocasiones sucesivas piense en un concurso no de carteles hechos sino de bocetos en color*”. La idea es que se presenten artistas en número suficiente y no les suponga tanto esfuerzo. La *Hoja del Lunes*, sin embargo, calificó de magníficas las fotos, y consideró malo y endeble el resultado; “*la comisión de festejos, por lo visto, está empañada que Murcia no disfrute jamás de unos buenos carteles ¡para esto nada!*”.

Preguntado en la sección “Hoy habla” del diario *Línea*, el 15 de marzo, el presidente de la Comisión de Festejos, por la polémica resultante de la cartelería festera, contesta que se ha hecho lo que se hace en otras provincias, Valladolid, Sevilla o Granada; y asegura que para que se realicen carteles por parte de artistas de renombre, hace falta dinero y no un presupuesto para festejos que en 1963 se redujo 500.000 pesetas.

Fruto del rifirrafe entre la Comisión y la opinión pública –o publicada–, a finales de mayo la Permanente Municipal del Ayuntamiento de Murcia aprueba concurso de carteles en las modalidades de Semana Santa y Fiestas de Primavera para 1964 con carácter nacional. Los premios, no divisibles, ascienden a 10.000 y 2.000 pesetas –Primer Premio y accésit– para cada modalidad; se presentarán montados en bastidor a un tamaño de 90x58 cm y ejecutados a cinco tintas; el plazo de recepción finaliza el 17 de agosto, pues la idea es exponerlos durante los festejos de septiembre. La prensa escribe: “*Ya pueden los artistas murcianos que piensen concurrir ir afilando los lápices*”.

El 2 de septiembre de 1963 se inaugura, en los locales de la Económica, la exposición de los 28 carteles presentados al concurso de *afiches* anunciadores de las fiestas abribeñas murcianas de 1964. El día 6 del mismo mes *Línea* escribe “*no tenemos suerte con los carteles*”. El jurado, formado por Atiénzar Cremades (alcalde), Eugenio Úbeda, Elías Ros, Alfonso Sánchez, José Ballester, Cayetano Molina y Carlos Valcárcel, estos últimos cinco etiquetados como críticos de arte, declara desierto el concurso. En noviembre parece que el Ayuntamiento capitalino se decanta por encargar los carteles a artistas que no han participado en el concurso y un mes después no está claro si los carteles recurrirán a una composición fotográfica, pues la cuestión no está decidida; el 27 de diciembre parece que Laorden es quien finalmente los preparará. A pesar de tanta premura tomada en decidir la cartelería festera de 1964 Ismael Galiana escribe en *La Verdad* el 26 de enero: “*Los carteles de Semana Santa y Fiestas de Primavera se retrasan*”. Cinco días más tarde *Línea* los reproduce en sus páginas. Una foto del *San Juan* de Salzillo, en andas bajo la luz murciana, realizada por Tomás, es el anunciador de la Semana Santa, en el lateral del cartel los símbolos de las cofradías. El detalle del torso de un huertano, portando sombrero calañés, junto al Puente Viejo, dibujado por Laorden, es la imagen de



(Fig. 146) José María Párraga. *Semana Santa*. Murcia. 1965.



(Fig. 147) José María Párraga. *Valle Inclán*. T.U. de Murcia. 1967.

las Fiestas de Primavera. *"Tarde y malos –como es tradicional–"*, vuelve a escribir Galiana. El asunto de los carteles anunciadores fue tema de tertulia radiofónica. La prensa llegó a tacharlos de horribles –aunque visto en la distancia el cartel de Laorden resulta elegante, incluso sofisticado, con un blanco dominante que envuelve la figura del huertano y la vista de Murcia–, y hasta Francisco Alemán Saínz comenta: *"La primavera no llega, aunque la estemos aguardando para sus fiestas. Quizá no le han gustado los carteles"*. El tiempo atmosférico ha dado pie a este demoledor comentario. Los carteles editados para dar a conocer los festejos religiosos y profanos de la primavera murciana rara vez serían de útil difusión, de cara al turismo, para promocionar la ciudad y sus encantos. Vázquez Cano escribirá en *La Hoja del Lunes*, el 18 de mayo, un artículo titulado "Murcia y el turismo" en el que señala: *"¿Saben los turistas lo que Murcia atesora? ...Murcia se ha mostrado siempre perezosa y poco interesada en hacer la necesaria propaganda..."*. Parece que los años no logran resolver el tema de la promoción turística de la capital murciana ni de su provincia, pese a iniciativas interesantes. En marzo de 1963 ya se había sugerido, por parte de la Junta Provincial de Información y Turismo y Educación Popular, realizar carteles conjuntos anunciadores de las procesiones de Lorca, Cartagena y Murcia para incentivar el turismo, destinados al extranjero, pues el número de visitas turísticas se incrementa de año en año en casi 20.000 personas. ¿Falta de voluntad por parte de las autoridades locales? ¿Acaso falta de previsión? Provincias limítrofes como Almería publicitaban con carteles las bondades de su costa a través de iniciativas novedosas.

En 1965 los carteles de la Semana Santa y las Fiestas de Primavera fueron realizados con un encargo directo al joven pintor José María Párraga Luna (Fig. 146). El 31 de diciembre del sesenta y cuatro estaban ya terminados, según se desprende de la entrevista que le hace al artista, en la terraza de su estudio del Puente Viejo –la Catedral al fondo–, el periodista García Martínez:

–¿Muchos días de pinceles joven?

–Bastantes, resulta muy difícil armonizar lo que es puramente localista -nuestras costumbres y tipismos- con algo tan universal como la pasión de Cristo.

–¿Has logrado tu propuesta?

–Hombre en principio creo que sí. Falta saber que opina la Comisión de Festejos que me hizo el encargo.

Así, con tiempo es como salen las cosas bien. Porque luego a última hora todo son prisas e improvisaciones. Párraga tiene entre manos, además, el cartel anunciador de las Fiestas de Primavera.

¡Que el invierno está superado amigo, que está superado!

–Usted sí que es optimista". El cartel de Semana Santa representa el paso de los *coloraos* por el Puente Viejo bajo la hornacina de la *Virgen de los Peligros*. En tres colores dominantes, rojo, negro y lila para nazarenos, cielo, textos y hornacina de la Virgen, ha resuelto un cartel cuyas líneas curvas y envolventes y la tipografía escogida, remiten a la influencia del Pop americano.

El de Fiestas de Primavera resulta más irónico y divertido (ver imagen página 212). Las dos fiestas abrieñas separadas por una línea verde –que simboliza la huerta– rematada en palmera; en la parte superior un gallo travestido de huertano, en la inferior un pez, para referenciar Bando y Entierro. Es un cartel memorable, que al igual que el de Semana Santa, con apenas tres colores primarios y el dominio del fondo blanco logra una verdadera llamada de atención. Carteles que conectan bien con la técnica de la pintura decorativa mural que constituye una especialidad del pintor.

Además de estos carteles, Párraga realizó algún boceto, pues en el reportaje gráfico que acompaña la entrevista de García Martínez aparece el pintor ejecutando una obra para el cartel de Semana Santa que no corresponde con la que finalmente fue impresa.

Párraga marcará el diseño de la cartelería de la época. Nacido en Alumbres, Cartagena, el 20 de mayo de 1937, hijo de maestros, se traslada a Murcia con diez años. En 1955 obtiene el título de maestro de Primera Enseñanza, una profesión que no ejercerá. A los diecisiete años lo encontramos matriculado en la Escuela de Artes y Oficios, ubicada en el edificio de la Graduada "Cierva Peñafiel"; sus maestros: Garay y Clemente Cantos. En 1956 expone por vez primera en la Casa de la Cultura de Murcia, dibujos, gouache, acuarelas y decoración sobre cerámica; técnicas y procedimientos artísticos que serán una

constante en la obra del pintor. Al comenzar los años sesenta la labor de José María Párraga es incesante: pinturas, carteles, murales, decoraciones teatrales... En 1960 obtiene el Segundo Premio Nacional de Grabado. Esa diversificación de tareas, esa contaminación de campos tan diversos del arte, su dominio del dibujo, el pirograbado y el *collage* –numerosos bocetos para carteles: 3.^{er} *Certamen Maestria Industrial o Exposición de Escultura*, ambos en 1961, están realizados con este procedimiento–, sus envolventes formas y colores planos, darán como consecuencia que sus figuras –Párraga es pintor figurativo, aunque, así lo manifiesta a Ismael Galiana, acepta las últimas tendencias y las respeta– parezcan gigantes atrapados en las dimensiones que imponen las superficies que aborda, tanto da que sean papeles o superficies de edificios, murales de interior o exterior. Obras donde predomina la línea, un trazo expresivo –como en el cartel *Arlequín* de 1963–, sinuoso, austero de color, que a veces recuerda la cadencia del modernismo o mejor aún de la psicodelia. En 1964 crea, con Medina y Gómez Estrada, el grupo AUNAR que expone en la galería Chys. Seis años después, tras cambios continuos en los artistas integrantes del grupo y con la única pervivencia de Párraga, AUNAR ha mutado en nueva denominación: “Grupo de los Seis”, que presentan obra en 1970 en el espacio urbano conformado por la Plaza de la Cruz. Entre 1960 y 1970 la presencia de Párraga es apabullante; dejando a un lado premios, reconocimientos, exposiciones y trabajos vinculados a la decoración mural en espacios y edificios públicos o en tiendas y locales privados; si nos circunscribimos a su relación con las artes gráficas vemos infinidad de colaboraciones en la edición, como ilustrador de textos o autor de portadas: *Razón de lo cotidiano* y *La sed y el éxodo* para Francisco Sánchez Bautista; *Tres estrellas en la barba*, *Coro de alucinados* y *¿Qué haré con tus rosas?* para Salvador García Jiménez; *Ejes de Vida* para Muñoz Hidalgo; *Antifonas* para Dionisia García; *Murcia andanza y mudanza* para José Mariano González Vidal; *Murcia de la A a la Z* para Antonio Martínez Cerezo... Párraga jamás niega colaboración o defrauda las expectativas en él puestas por sus amigos. En 1965 participa, con otros pintores, en el concurso de bocetos que el Consejo Regulador de la Denominación de Origen del Vino de Jumilla ha organizado para elegir sello para el vino –concurso en el que obtendrá uno de los premios de carteles, para la emisión de sellos de la Feria del Vino, el entonces joven estudiante de bachillerato Vicente Martínez Gadea–. Realizará en 1968 el cartel anunciador y logotipo de los *Premios Nogués*⁽¹¹⁶⁾. Con el TEU de Murcia mantendrá habitual colaboración: en 1967 retrata a Valle Inclán (Fig. 147) para el diseño de la gráfica de *Farsa y Licencia de la Reina Castiza*; en 1969 realiza el cartel de la *Farsa de la Molinera y el Corregidor*, cartel tipo *aleluya*⁽¹¹⁷⁾, que se realiza a una tinta, sobre distintos papeles, y se imprime en Nogués con un formato de 37x69 cm –las dieciocho viñetas del *aleluya* servirían para componer programa de mano–; y en 1970 diseña el cartel de *El Fernando*, un *collage* que retrata al rey Fernando VII con fina e intencionada burla, en la mano derecha el cetro que señala su poder, en la izquierda los dedos que aplastan al pueblo insignificante. La relación de Párraga con el mundo de la literatura murciana, en especial la poesía y el teatro –ya en 1959 realizó la escenografía de *Las aceitunas* de Lope de Rueda– siempre fue intensa. *Zauma*, revista oral de poesía, aparece en 1967 acogida a la Universidad, al Aula de Escritores; como señala Victorino Polo una feliz ocurrencia vinculada a la sensación de libertad y apertura del momento, y aquel verso de Blas de Otero publicado en 1955: “*si he perdido la voz me queda la palabra*”; daría lugar a los *jueves de la poesía* o las *tardes de Zauma* en el Hemiciclo de letras; Andrés Salom, Carlos Clementson, Sánchez Bautista, Martínez Valero... y una pléyade de jóvenes poetas y artistas pululan a su alrededor; sesiones siempre anunciadas por un caballo: Ángel Haro, Ramón Garza o Aurelio fueron algunos de los pintores que dieron forma al equino; de los rotuladores de Párraga saldría, en mayo de 1985, un caballo de crines ardientes para el díptico anunciador de la revista número 6 y el cartel marco, impreso en Nogués, con idéntico motivo (Fig. 148). Ilustra en los 80 la portada del número 48 de la Colección Poesía “*Llanto general por Guatemala*”. Todavía en 1987 creará para Aftalia Teatro la escenografía de *Una Princesa de Nueva York*, obra de Píriz Carbonell que dirige Inma Martín. Párraga constituirá un nexo entre los artistas de posguerra y los jóvenes e inquietos creadores de la nueva generación.

Pero sigamos nuestro hilo narrativo. La Comisión de Festejos del Ayuntamiento de Murcia volvió a encargarse de forma directa los carteles de primavera 1966 y 1967. El encargo, realizado a Antonio Laorden, establecía la edición de un solo cartel que reco-



(Fig. 148) José María Párraga. *Zauma*.

(116) La Mancomunidad Sucesores de Nogués crea en 1968 –año del 150 aniversario de los talleres– diferentes premios, entre ellos uno de novela dotado con 50.000 pesetas que es anunciado con carteles desplegables que incluyen graciosos dibujos de Baldo. En 1969 volvieron a anunciarse los premios otorgados por Nogués con esmerados carteles, dedicando los de pintura y dibujo a la aplicación de estas técnicas a las artes gráficas. El cartel *Premios Nogués* 1970 lo realiza Barberán y el de 1971 lo hace María Dolores Andreo. (117) Los carteles tipo *aleluya* provienen de una tradición popular que en España se remonta al siglo XVI. Pliegos, estampas populares de evidente vinculación a los pliegos de cordel, que recogen en forma de tiras, dibujadas en cuadrículas secuenciadas, hechos y milagros de santos, asuntos religiosos varios, historias, oficios, juegos, costumbres o vicios con tono humorístico y moralizante. Se imprimió con este formato, en las primeras décadas del siglo XVII, la dedicada a Nuestra Señora de las Huertas –perteneciente al Fondo Cultural Espín– y la retocada por Juan Bautista de Láziz, hacia la mitad del siglo XVIII, para festejar la resurrección de Cristo, que pudo ser, como era costumbre, tirada desde los balcones el Sábado de Gloria o repartida a la puerta del templo parroquial. *Aleluyas* difundieron por la geografía nacional la muerte de Joselito y Granero o la catástrofe de Annual. Las *aleluyas* son consideradas precursoras de los cómics. En 1948 Mariano Ballester realiza un pasquín tipo *aleluya*, *Vida y Aventura del escultor Juan González Moreno*, para el homenaje que le otorgan al escultor sus amigos con motivo de haberse concedido la Tercera Medalla en la Exposición Nacional de Bellas Artes. Puede que el citado cartel de teatro, para la obra de Pedro Antonio de Alarcón –que se estrenó en Santa Isabel en septiembre– lo realizara Párraga siguiendo las indicaciones de César Oliva que la dirigió. En octubre de 1977 Párraga realizó el cartel *Juegos Típicos Regionales* siguiendo el modelo de los *aleluyas*, cuatro viñetas que representan: bolos, caliche, colombicultura y truke; el propio pintor explica en *La Verdad*, el 23 de octubre, que la composición se ha inspirado en los *aleluyas* con un resultado que considera satisfactorio.

giera la Semana Santa y Fiestas de Primavera. En diciembre de 1965 se había dado ya a conocer el anunciador de los festejos de 1966; un *collage* que aúna dibujo y fotografía. Un simpático macero del Ayuntamiento avanza, cruzando el *afiche*, con una carpeta de la que caen fotos, con vistas de Murcia y de sus fiestas; fotografías que ha realizado Juan López, redactor gráfico de *Línea*.

Para el cartel festero de 1967 Laorden recurrió a un clásico, nazareno y huertano que acompañan a la moza, vestida de refajo y camisa blanca, a la ciudad a disfrutar de los festejos. Este cartel incluiría por segunda vez el ansiado: *Declaradas de Interés Turístico*. El 12 de enero *Línea* había escrito una columna, "La publicidad natural", en la que señalaba: "*La publicidad turística en España –esa que canta las excelencias de las ciudades y los parajes– estaba prácticamente sin estrenar hasta que el Ministerio de Fraga hizo estallar un «boom» cuya cosecha se cuenta ya por diecisiete millones de turistas al año. Carteles, folletos, páginas, emisiones, etc, están haciendo más viable –para propios y extraños– la conquista de una meta que representa el ya famoso slogan «Conozca usted España»...*

Estábamos esperando que Murcia se sumara un día a esta cadena de eficaces y felices publicidades, y hay que ver por donde el año nuevo nos ha deparado la satisfacción de ver en los diarios de Madrid anunciada Murcia como «capital de la primavera» deseando a todos los españoles «una cosecha de felicidad»". Pero, aunque Murcia goce de unas fiestas declaradas de interés turístico, el cartel no gustó, al menos no a todo el mundo, pues el mismo diario publica el 28 de enero "Cartel desafortunado": "Franca-mente ... Hemos de decir que nos parece un completo desacierto y un atentado al más elemental respeto a cuanto significa la Semana Santa, que aquí aparece como un secundario y acaramelado novio de la moza que, por lo visto, representa la estación florida –la huertana en cuestión lleva entre sus brazos un ramo de rosas–. Esto pasa –creemos nosotros– por no hacer dos carteles. Uno para el dolor y otro para el clamor... ¿cómo es posible que esto ocurra en una tierra de artistas tan extraordinarios como los que aquí tenemos...?". Ambos carteles, que se enviaron a toda la península y al extranjero, están realizados a partir de un dibujo preciso y esquemático, buscando compartir con el receptor de la imagen un guiño de simpática complicidad.

Esta forma de encargar los carteles festeros por parte del Ayuntamiento, a un número restringido de pintores y grafistas, no parecía ser del agrado y conformidad de todos los creadores locales. Cuando Serafin Alonso, en compañía de Saura Mira y Jara Navarro, visita el taller del escultor Nicolás Martínez –lugar de tertulia y encuentro de artistas–, que prepara las carrozas de las Fiestas de Primavera, para realizar la entrevista que publica el 24 de febrero de 1967 en el *Diario Línea*; el escultor y el resto de amigos presentes manifiestan la necesidad de volver a los concursos de carteles.

Aunque volvieron a editarse dos carteles diferentes, anunciadores de la Semana Santa y las Fiestas de Primavera, en 1968 no se convocó concurso alguno. Medina Bardón, teniente de alcalde de Festejos, anuncia, a mediados de enero, que los carteles que difundirán la Semana Santa, el Entierro de la Sardina, el Bando de la Huerta y la Batalla de Flores serán editados y distribuidos por el Ministerio de Información y Turismo como consecuencia de haberlos distinguido con la declaración de *festejos de interés turístico*. A comienzos de marzo la Comisión de Festejos se expone a duras críticas; en las carteleras municipales pueden verse pegados carteles de otras provincias, pero no hay rastro de los carteles precursores de los festejos primaverales pues aún no se han editado. "*Esperemos –dice la prensa– que estén a la vista el Domingo de Ramos, que no parece mala fecha*". La Comisión de Festejos envía a Madrid, con premura, "*interesantes fotografías y diapositivas realizadas por los primeros fotógrafos de Murcia*" para que con ese material el Ministerio componga los carteles. El 15 de marzo los carteles están impresos y da comienzo su difusión. Un detalle del ángel de la *Oración del Huerto* de Salzillo, que procesiona Viernes Santo, con la Catedral al fondo, es la imagen elegida para la cartelera de Semana Santa; un huertano, subido en una carroza del Bando, ante la fachada del Ayuntamiento, el icono de las Fiestas de Primavera. Catedral y Ayuntamiento subrayan lo religioso y profano de las festividades, en las fotografías realizadas por Juan López.

Tomás y Juan López son los dos reporteros gráficos que prestarán, con asiduidad, diapositivas para realizar, a partir de ellas, los carteles festeros de Murcia capital y otras

poblaciones de la región. Distinguidos miembros de una generación de fotógrafos que representan, en palabras del fotógrafo Paco Salinas: "...la fotografía pública, la noticia, el espejo de lo real, el mundo oficial y que de alguna manera recogen el desarrollo del fotoperiodismo que se había producido después de la Segunda Guerra Mundial y que tímidamente comienza a filtrarse en nuestro país a pesar de las barreras que establece el régimen"⁽¹¹⁸⁾.

Tomás Lorente Abellán nace en Murcia en 1931 y con apenas veinte años ingresa, en 1950, como reportero gráfico del diario *La Verdad*. Su dilatada trayectoria profesional –fallece en 2010– le ha convertido en testigo excepcional de lo acaecido en Murcia y su región durante más de 50 años. Los reconocimientos y premios recibidos: "Europa Press", "Ciudad de Murcia", "Premio Nogués", "Premio Diputación Provincial", hacen de él uno de los profesionales de más prestigio de la fotografía murciana. Sucesos, vida social y política, tradiciones, acontecimientos, han quedado recogidos en el objetivo de su cámara. Miguel López-Guzmán escribe: "Tomás es el notario silencioso y picarón que siempre fue, el que sabía caminar de espaldas como nadie; el enamorado del Viernes Santo, el que se marchó para siempre sin ruido dejándonos su hermoso y máspreciado legado: las imágenes de una Murcia modesta y feliz que también se fue. Fotografías desgajadas de nuestra memoria: familiares, amigos, coetáneos de la calle llenos de vida y con todos sus enseres; la narración verdadera de una ciudad de la que nadie supo escribir su historia con el acierto que proporcionan las instantáneas fotográficas y el arte de Tomás".

Juan López nace en 1914 y fallece en 1985. Redactor gráfico de *Línea* y la *Hoja del Lunes*. Sus objetivos recogieron instantáneas referentes a la Semana Santa, el Bando de la Huerta, la Batalla de Flores, la Feria de Septiembre, el Entierro de la Sardina, el Festival de Folklore y, ya más tardíamente, las Fiestas de Moros y Cristianos. Enamorado de Murcia, de sus plazas, sus calles, sus gentes y sus festejos populares.

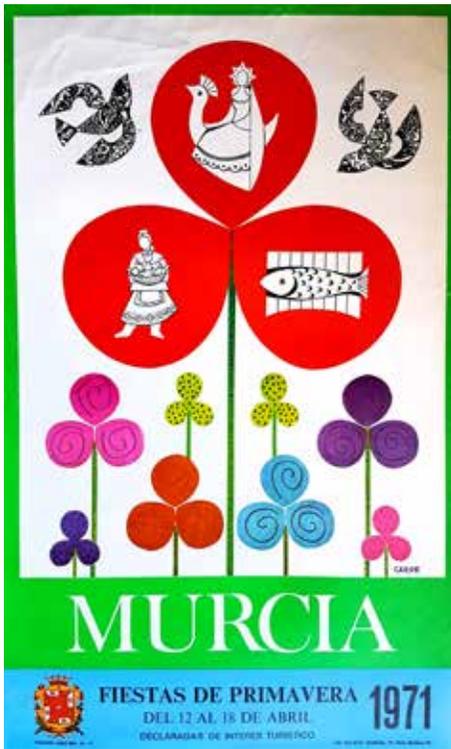
La edición de los carteles anunciadores de la Semana Santa y las Fiestas de Primavera murcianas de 1969 volvió a correr a cargo del Ministerio de Información y Turismo, que los ha incluido en su campaña nacional de promoción de fiestas y ferias. El 25 de febrero los publica *Línea*; una foto de Catalá Roca, el *Beso de Judas* de Salzillo, difundirá nuestra Semana Santa y huertanos bailando la *Jota* dará a conocer los festejos primaverales. Se ha vuelto a recurrir a dos fotografías. "Si señores –escribe Serafín Alonso en "La calle" casi a pie de las reproducciones publicadas en *Línea*– las cosas como son, los carteles recién llegados a Murcia y editados por el Ministerio de Información y Turismo para llevar por el mundo el pregón de nuestras incomparables celebraciones de Semana Santa y Fiestas de Primavera han constituido un acierto. ...El procedimiento en offset es impecable, finalizan con una franja donde aparece con letras contrastadas la palabra Murcia. Un acierto". Cuanto autobombo para unos pequeños carteles de 60x40 cm, vulgares y poco llamativos; impresos en Madrid en Gráficas Reunidas, con un motivo de Semana Santa tachado, años atrás, de mal gusto y poco apropiado.

Volvería hacerse cargo el Ministerio de Información y Turismo de la edición de la cartelería en 1970. A mediados de enero el presidente de la Comisión de Festejos, Medina Bardón, viaja a Madrid para resolver la cuestión de los carteles anunciadores. Dos meses después *La Verdad* reproduce el cartel anunciador impreso a cuenta del Ministerio; una sardina se debate entre los tentáculos de un pulpo de cartón piedra; la foto de una carroza del *Entierro* es la base de partida del cartel genérico anunciador de la Semana Santa y las Fiestas de Primavera. "Tardío y poco acertado, en la opinión de muchos, llega el cartel... Nos parece demasiado pretencioso querer reflejar, en una como orgía infernal de conchas marinas con señoritas dentro, una celebración tan importante, seria y grandiosa, como es la Semana Santa murciana"; señala la prensa.

En 1970 Serafín Alonso será el autor de un cartel anunciador del Bando de la Huerta, utilizado de portada de la revista que edita la Junta Central del Bando; un huertano, de trazo infantil, porta, bajo un arco, una pancarta que indica "Bando de la Huerta", a lo lejos la Catedral.

El diario *Línea* publica, el 17 de febrero de 1971, la entrevista que Galiana le hace al nuevo teniente de alcalde de Cultura y Festejos, González Vidal, que se compromete a recuperar el cartel pintado para anunciar las fiestas murcianas, planteando encargar con rapidez los bocetos y, para reforzar las actividades festeras, hacer de la sala de ex-

(118) Así expresa Paco Salinas el auge del fotoperiodismo en el texto: "Entre las vanguardias históricas y el realismo social. La generación de los sesenta en Murcia", publicado en el catálogo *Contraparada 21, Murcia, 1956-1972, una ciudad hacia el desarrollo*, editado en 2000 por el Ayuntamiento de Murcia.



(Fig. 149) Carpe. *Fiestas de Primavera*. Murcia. 1971.

posiciones municipal situada en la Plaza de Santa Isabel un escaparate cultural. Apenas unos días después, tras la abierta crisis municipal, González Vidal abandona el cargo de teniente de alcalde de Cultura y Festejos y de nuevo vuelve a desempeñar esas funciones Medina Bardón que encarga a Tomás Lorente el cartel de Semana Santa, la foto de un detalle de *Nuestro Padre Jesús*, con orla morada y fondo azul celeste; y a Hernández Carpe –que diseñará, como si de un cartel se tratara, la portada del programa festero– el de Fiestas de Primavera, palomas y coloridas flores con esquemáticos motivos festeros en los pétalos (Fig. 149).

En 1972 se volverá a un cartel genérico, de los que se hicieron en Belmar 8.500 reproducciones –6.000 a un tamaño de 88x58 cm y 2.500 a 28x18 cm–, para anunciar los festejos primaverales religiosos y profanos; ahora será Tomás Alarcón el encargado de prestar diapositivas en las que basar la composición del *afiche*. Un gran girasol ocupará la superficie del cartel, ¿para indicar la florida primavera murciana?, y calado en un círculo, situado en el margen inferior izquierdo, un detalle de la procesión de los salzillos con *La Dolorosa* cruzando el umbral de la iglesia de Nuestro Padre Jesús. Alemán Sainz escribe: “*Primavera en los carteles*”. Una primavera más bien castellana si atendemos al motivo principal representado en el cartel.

El propio Francisco Alemán Sainz había hecho sus pinitos como autor de carteles –sin mucha fortuna al parecer– ideando el cartel anunciador de los premios de novela, pintura y periodismo *Ciudad de Murcia 1969*; con la imagen de la torre de la Catedral, los márgenes de un libro y un cuadro a sus flancos, en la parte inferior un recorte de prensa. La impresión del cartel fue objeto de quejas ya que se retrasó, pues parece que el recorte periodístico nada tiene que ver con Murcia y se ha tratado de ocultar el texto en la imprenta.

Se optaría de nuevo, en 1973, por un cartel conjunto para las celebraciones religiosas y profanas, aunque se decidió encargarlo a un pintor, Ángel Hernansáez⁽¹¹⁹⁾, que había obtenido recientemente el Caballero de Plata otorgado por la Galería Delos. Hernansáez realizó varios bocetos, imprimiéndose finalmente un cartel, a distintos tamaños –de pared y escaparate– ¡cómo era habitual!, que recoge un esquemático pájaro posado entre flores para señalar el despertar de la naturaleza y la vida en primavera. Un cartel que aúna composición geométrica en el diseño del pájaro y las flores y un fondo con clara voluntad abstracta y expresionista.

El cartel conjunto de 1973 no satisfizo al Cabildo de Cofradías Pasionarias que pondría, en 1974, editar por su propia cuenta un cartel anunciador de la Semana Santa murciana a partir de un *collage* representativo constituido por diversas diapositivas de Juan López.

Nogués imprimió 5.000 carteles de la *Semana Santa, Murcia 1974*, con la imagen de la *Verónica* de Salzillo; la foto la ha realizado efectivamente Juan López y el presidente del Cabildo justifica su elección apelando a la premura necesaria para difundirlos: “*Lo hemos tenido que improvisar, casi por falta de tiempo. Nos hemos limitado a reproducir una hermosa fotografía de uno de los pasos más hermosos de la procesión de la mañana de Viernes Santo, la Verónica.*” Contemplados en la distancia del tiempo, todos estos carteles de Semana Santa, realizados a partir de instantáneas que recogen los *pasos* de Salzillo procesionando con la Cofradía de Jesús la mañana de Viernes Santo resultan repetitivos, con un punto de vista contrapicado de tal semejanza que los hace monótonos y faltos de interés, incapaces de atraer la atención sobre la belleza y las peculiaridades de nuestra Semana Santa y su imagería. Monótonos incluso en la resolución final del *afiche*, con idéntico o parecido faldón para texto donde apenas varían los tonos de color o la tipografía elegida. El cartel anunciador de las Fiestas de Primavera se imprimió en Belmar, en cuatricromía, a un tamaño de 100x70 cm y con tirada de 4.000 ejemplares; representa al público contemplando la quema de la sardina; la autora de la ilustración del cartel es la niña Gemma Sánchez Fresneda y el motivo fue seleccionado por UNICEF para ilustrar su calendario internacional, motivo por el cual la Corporación Municipal ha acordado su edición.

El diario *Línea* informa, el 31 de octubre de 1974, del acuerdo tomado en la Permanente Municipal del Ayuntamiento de Murcia, fuera del orden del día, de aprobar las bases para convocar concurso de carteles anunciadores de la Semana Santa y las Fiestas de Primavera de 1975, otorgando un premio de 25.000 pesetas a cada modalidad, y co-

(119) Nacido en 1937 se había formado como pintor en las Facultades de San Carlos, de Valencia y San Fernando, de Madrid. En 1973 ya había expuesto en la sala Style, y en las galerías Zero y Nuño de la Rosa de Murcia.

riendo la dotación a cargo del Cabildo y el Ayuntamiento. El tamaño se ajustará a 88x62 cm. El día 1 de diciembre *Línea* escribe: “Vuelve el concurso de carteles al Ayuntamiento de Murcia –y aclara– Nos ha sorprendido...” Al concurso se presentan algunos artistas habituales del género. A mediados de enero de 1975 se cuelgan, en la Sala Municipal de Exposiciones de Santa Isabel, 16 carteles que optan a difundir los festejos de primavera y 5 la Semana Santa. Entre los miembros del jurado se encuentran Muñoz Barberán y Baldo. Joaquín Ireno Fernández, Juan Mechó Sánchez, Joaquín García Ferrer, Jaime Delgrá, Antonio Laorden, Julio Arruga y un joven Julio García Abril –que presentó dos bocetos–, están entre los participantes. La exposición fue tachada de exigua y de calidad lamentable, valorándose solamente la obra presentada por Laorden. “*El Ayuntamiento ha cumplido, pero no los artistas*”, cita la prensa, muy consciente de los sustanciosos premios que pretenden otorgarse. El pintor y publicista cartagenero, muy vinculado a Murcia, Juan Mechó Sánchez obtiene el premio en la modalidad de Semana Santa; un atrevido punto de vista, un picado desde lo alto, de un nazareno penitente que avanza en el cortejo, y que deja ver solo el pie desnudo saliendo de la túnica y parte de la cruz (Fig. 150). Laorden obtiene el galardón para divulgar las Fiestas de Primavera; una secuencia de hachoneros que parecen recortados en una tira de papel. Belmar imprimió 5.000 ejemplares de cada modalidad. Preguntado Laorden por el triunfo obtenido confiesa: “*He ganado bastantes años los concursos de carteles, en una ocasión me lleve dos*”. En la entrevista a Juan Mechó, que edita *Línea* el 11 de febrero el pintor aclara su vinculación con la Semana Santa murciana al responder a la pregunta “–¿conoce usted la Semana Santa de Murcia? –Mucho, aunque nació en Cartagena conozco las procesiones murcianas; por ello creo que en la realización de este cartel premiado he conseguido imprimir esas fiestas pasionales de la capital del Segura.” Y continúa luego “–Sí, yo tengo reproducidos diferentes carteles con diversos premios. Me gusta el cartel –había realizado en 1957 el de las Fiestas Patronales de Vistabella– y me agrada participar, aunque hacía unos diez años que no lo hacía en concurso...” Sin embargo, Mechó dejará clara la dificultad de disfrutar de un buen cartel para la Semana Santa cartagenera, pues, en contrapunto al procedimiento fotográfico, sugiere que en la Ciudad Portuaria habría que retroceder a las técnicas de Mustieles para producir un cartel capaz de conectar con los gustos de la población.



(Fig. 150) Mechó. *Semana Santa*. Murcia. 1975.

Entre 1958 y 1975 España entera parece inmersa en una gigantesca campaña publicitaria de promoción turística auspiciada por el *régimen*⁽¹²⁰⁾. Convocatorias de concursos de carteles anunciadores para celebraciones y festejos, en los que pueden participar pintores y fotógrafos españoles, salpican la geografía nacional. Los ayuntamientos y las Juntas Provinciales de Información, Turismo y Educación Popular auspiciaron concursos para promocionar el turismo en muchas localidades a lo largo de estos años, en Alicante, Logroño, Toledo... En la Región de Murcia se plantearía en 1969 la conveniencia de un concurso de carteles para divulgar las bondades del Mar Menor. Era habitual que el Ministerio de Turismo organizara en sus locales exposiciones de carteles turísticos. El turista es cosa a mimar y proteger; en septiembre de 1964 se editaron folletos con actos programados para agasajar a los turistas que llegan a Murcia entre las 10 y las 23 h. del día 7 de ese mes; y en 1967 se imprimieron de nuevo en la ciudad carteles y folletos para celebrar el Día del Turista. El coleccionismo de carteles turísticos está ahora de moda, ya no se estila tanto coleccionar carteles taurinos, de cine o de teatro⁽¹²¹⁾. Concursos de carteles anunciadores de actos y festejos se han convertido, o siguen siendo, convocatorias recurrentes; valgan algunos ejemplos: Para anunciar las fiestas y feria septembrina de Albacete en 1958; el acto conmemorativo, en 1959, del sitio de Gerona; la Exposición Nacional de Bellas Artes de 1960 a celebrar en Barcelona; concurso de carteles anunciador de la Semana Santa de Cuenca de 1963; del Corpus de Granada, en 1969, al que se pueden presentar fotografías a color o bocetos pintados indistintamente; concursos de carteles anunciadores del XVIII Festival Internacional de Santander en 1969; del Festival de la Canción de Benidorm; de las Fallas de Valencia de 1974... El escritor yeclano José Luis Castillo Puche publicaría en *La Verdad*, el 23 de agosto de 1964, una socarronería que refleja bien las circunstancias propagandísticas en que se halla el país, en un artículo titulado “La siesta Made in Spain”: “*Convenzámonos de que todo es propaganda en este mundo. Lo primero que habría que hacer en este vasto plan de exportaciones masivas de siestas «Made in Spain» sería lo que se hace siempre, convocar un concurso de*

(120) 30.000 folletos y más de 5.000 carteles se entregaban diariamente en las oficinas de turismo de la Plaza de España en Madrid en 1963. En Murcia, el informe anual de la Oficina de Turismo, instalada en los Sopotales del Obispado, referido a 1968, da cuenta que ha repartido 140.000 impresos entre folletos y carteles; tal como recoge *La Verdad* el 25 de enero de 1969. El turismo lo es todo. Para anunciar los premios: “Francisco Cascales” de Historia, “Andrés Vaquero” de Novela Corta, “Martínez García” de Periodismo, “Villacis” de Pintura, “Ciudad de Cartagena”, “Excma. Diputación de Fotografía” y “Caja de Ahorros Provincial”, que concedía la Diputación Provincial en 1974, se editaría un cartel con vistas de monumentos, paisajes y rincones de la provincia que más parece un anuncio turístico.

(121) *La Verdad* reseña la colección de 250 carteles turísticos que posee Feliciano Carós, quien apunta que los carteles suizos son los mejores. Es conocido que en los años noventa el tenista Ivan Lend era uno de los grandes coleccionistas del mundo de carteles turísticos.

carteles sobre la siesta, un concurso bien pagado por supuesto, y que además del dinero diera honor al que mejor recogiera el momento grave del ronquido”.

Ironías aparte, la Semana Santa, que celebran muchas de las localidades, es parte esencial de ese engranaje, englobado en pretenciosas campañas institucionales, controlado por el Ministerio de Información y Turismo. Carteles anunciadores editados en ocasiones por el propio Ministerio. Cuando desde las páginas de *Línea* se le pregunta, el 10 de julio de 1975, al teniente de alcalde de Festejos de la ciudad de Murcia por el tema de la cartelería anunciadora de la Feria de Septiembre responde: *“El Ministerio de Información y Turismo es el que centraliza la realización de estos carteles y los envía a cada provincia, de momento no tenemos ninguna noticia”*. Una Semana Santa, unos festejos primaverales y septembrinos, que en Murcia no contarían con continuidad, ni dotación suficiente, en los concursos de carteles anunciadores, dando como resultado productos gráficos, salvo raras excepciones, de variable y discutida calidad.

Campañas institucionales apoyadas por eslóganes que resultan más impactantes y memorables que las propias imágenes a las que acompañan; *«Mantenga limpia España»*, auspiciada por el Ministerio de Información y Turismo en 1968, es ejemplo paradigmático. Ese mismo año se acuña la frase turística *«Murcia Huerta de Europa»*, parece que debida a Adolfo Fernández Aguilar, que pretende difundirse desde diversos soportes y medios publicitarios; a finales de marzo del sesenta y ocho el Pleno Municipal del Ayuntamiento de Murcia solicita ayuda al Ministerio para editar carteles y adhesivos de coche con el eslogan –en 1971 el atractivo mapa turístico de la ciudad que dibuja Palenzuela lleva en derredor el lema–. El 2 de julio de 1968 Diego Vera escribe en *La Verdad*: *“Como vivimos en la era de la publicidad, de los carteles y de los slogans, parece que en todo debe brillar un penacho, un capote, un algo más de superabundancia fuera de serie”*. En agosto de 1970 el Ministerio de Información y Turismo convoca un nuevo concurso de eslóganes y carteles turísticos con sustanciosos premios: 75.000 pesetas al mejor eslogan y 100.000 pesetas al mejor cartel. Y es que pronto no hubo pueblo ni ciudad, española o murciana, que no contara con eslogan propio y diferenciador, en paralelo a carteles e imágenes, con que difundir sus cualidades turísticas identitarias.

A lo largo de los años sesenta, y aún antes, los Festivales de España⁽¹²²⁾ constituirían firme apoyo al turismo español, que respondía al parámetro sol y playa, reforzando otros aspectos vinculados al ocio: teatro, música, danza, folklore..., espectáculos anunciados con carteles de aire moderno y atrevido que no renuncian a sus raíces de corte popular. Danzantes, con tocados de evidente aire folklórico, trasmutados en alegres peonzas, sirvieron para anunciar –desde un cartel concebido por Manolo Prieto, válido para promocionar los festivales en distintos lugares: Vigo, Tarragona...–, los Festivales de España que se celebraron en Cartagena en 1956; y una colorista versión del botijo-toro salido de los alfares de Cuenca sirvió casi de logotipo en los carteles anunciadores de los Festivales de España en los años sesenta. Las derivadas en nuestra provincia de los Festivales de España harían posible su inclusión en la programación de la Feria de Septiembre de Murcia. La creación, en 1961, del Festival del Cante de la Minas, que se celebra en la Unión; el Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo, que tiene lugar en la capital de la provincia desde 1968; el Festival de Teatro del Mar Menor, de San Javier, en 1969; y la Semana cartagenera de Cine Naval nacerían como consecuencia directa de los Festivales de España. Entrado ya 1977 José María Párraga enviará cartel al concurso convocado por el Ministerio de Turismo para anunciar los Festivales de España; él mismo explica, en entrevista publicada por *Línea* el 21 de abril, la idea en la que se ha basado el cartel enviado: *“Un grupo de personas esperando el Festival. La paloma, el sol y la luna aguardan tras la puerta, para ver el espectáculo... Es una versión al revés. El pueblo, que somos todos, es el protagonista del cartel... Espero que haya suerte”*. Evidentemente no la hubo; el cartel no fue premiado en el concurso, ni se imprimió.

Siguiendo el precedente de 1959, en el que un cartel anunciador, de Muñoz Barberán, reunió Programa de la Feria septembrina de Murcia y Festivales de España, se editó un cartel de Conte para *Murcia Feria de Septiembre 1963* recogiendo la popular imagen de los caballitos; un cartel que incluía el programa que se desarrollaría en la ciudad con motivo de los Festivales de España de ese año. Conte, volvería hacer el cartel de la *Feria de Septiembre 1964*, seleccionado de los tres trabajos que presentó a la Comisión de

(122) El Consejo Nacional de Festivales de España se crea en 1963 (Orden de 26 de octubre). Festivales de España, órgano dependiente del Ministerio de Información y Turismo, organizaba en el territorio nacional actividades de teatro, música y danza en colaboración con entidades y ayuntamientos locales a través del Patronato de Información y Educación Popular, y desde 1963 Junta Coordinadora de Festivales del Ministerio de Información y Turismo.

Fiestas; farolillos de papel sobre el perfil de la ciudad marcado por la torre y el frontispicio de la Catedral. Las imágenes de Antonio González Conte, realizadas a lo largo de los sesenta, para la Feria de Septiembre murciana son de una sencillez y simplicidad apabullante: Un toro, correteando entre globos y barracas de feria, para 1961; títeres de guiñol representaron la feria del sesenta y dos; caballitos y farolillos para 1963 y 1964; unos globos anclados al volumen rotundo de la palabra FERIA –de cierta similitud al cartel de Asensio Sáez para las Fiestas del Corpus cartageneras de 1962– y un niño tomando un cucurucho helado para divulgar las ferias de 1965 y 1966. Esa es la razón de que al referirse a sus carteles la prensa escriba: *“para buscar malos cartelistas fuera de nuestra provincia, mejor es encargarlos a quién, perteneciente a nuestra ciudad, los hace bien y desinteresadamente”*⁽¹²³⁾. Vistos desde nuestra perspectiva actual resultan imágenes poco comprometidas con el festejo, incapaces de permanecer en la memoria, pero contempladas en el marco de esos años representan bien la búsqueda de temas ingenuos e infantiles, tan del gusto de la época. Aunque la capacidad del *carrocista* para crear carteles de gran expresividad estaba demostrada en un *afiche* realizado en 1951 para el Ayuntamiento de Cartagena, *La Quema de Judas* (Fig. 151); unos años, primeros de los cincuenta, en los que Conte comienza la fabricación industrializada de carrozas y complementos para comparsas.

Las calles de Murcia y los pueblos de su provincia verían pegados en paredes, escaparates, muros y fachadas, otro tipo de carteles, distintos a festejos y celebraciones, a lo largo de la veintena de años que median entre 1957 y 1975.

Como el trabajo está en la cima del honor patrio se editan carteles protegiendo al trabajador, indicándole funciones y previniendo accidentes. El Instituto Nacional de Medicina y Seguridad en el Trabajo, a resultas de un concurso convocado en 1957, edita carteles para prevenir accidentes laborales. Se pondrían en marcha sucesivas campañas publicitarias, llevadas a cabo desde el Plan Nacional de Higiene y Seguridad en el Trabajo, pretendiendo atajar los accidentes laborales y el costo que le supone al estado, que ascendía en 1972 a 124.000 millones de pesetas debido a los más de doce mil accidentes laborales que se produjeron en España; *«Ellos te esperan»*, fue lema del cartel de 1972 en el que aparece una anhelante familia media española.

Cartelería abundante sobre la conducción se fijó en los años sesenta en todos los pueblos y ciudades de la Región de Murcia. Campañas para prevenir los accidentes de tráfico: *Día sin accidentes* en 1961. De seguridad vial, editados por la Jefatura Central de Tráfico, *«La cabeza no tiene recambio»*, en 1962. De *Seguridad del peatón* en 1970. Campaña de *Prevención del consumo de alcohol en la conducción*, con una copa rota que señalaba *«conductor siempre con una copa de menos»* en 1972. La prudencia es el tema elegido por la Dirección General de Tráfico en 1975 para el concurso de carteles que convoca sobre seguridad vial con premios de 100.000, 75.000 y 25.000 pesetas. Quizá por esas sustanciosas dotaciones económicas es por lo que en estos concursos convocados por la Dirección General de Tráfico participaban importantes publicistas como Cruz Novillo o Fermín Garbayo.

Concursos de carteles para difundir las normas y cuidados sanitarios. De protección ocular en 1958. Anunciando la necesidad de donar sangre en 1959 (aún en 1974 se recurriría a una tira de cómic, con el popular personaje del Tío Pencho, para la edición de 3.000 carteles animando a la donación de sangre). Miles de carteles imprimió el Ministerio de Sanidad para las campañas de vacunación contra la polio en 1962-63. Coloristas carteles contra la hedatidosis, una enfermedad que transmiten los perros; y divulgadores de la profilaxis antipalúdica en 1969. Carteles para prevenir el alcoholismo y las toxicomanías.

Estas campañas publicitarias, relativas a la seguridad en el trabajo, seguridad vial o sanidad, siguen la estela de campañas institucionales emprendidas por los estados occidentales europeos.

La Dirección General de Enseñanza Primaria imprime en 1963 miles de carteles para difundir campañas de alfabetización. Se pretende eliminar el analfabetismo con clases para adultos: *“en 1970 ya no habrá analfabetos en España”* dice *La Verdad* el 1 de febrero de 1966. La campaña tendría larga duración, pues siete años después se mantuvo la iniciativa intentando paliar una situación lamentable: 600.000 analfabetos, el 60%



(Fig. 151) Conte. *Quema de Judas*. Cartagena. 1951.

(123) Línea señala, el 16 de agosto de 1964, que pudiera ser que Conte compensara el desinterés del costo a cobrar por los carteles con los encargos de carrozas. Nacido en el barrio de San Antolín en 1920, Conte comenzaría su formación en las clases de la Real Sociedad Económica de Amigos del País y más tarde en el taller de juguetes de cartón de su padre en Puertas de Orihuela. Del taller saldrán, a partir de 1950, esas carrozas inseparables del imaginario festero murciano. Conte fallece en 1983, aunque el boceto de una de sus carrozas, *El Infierno*, realizado en 1948, será utilizado como cartel para anunciar el desfile *sardinero* que la Región de Murcia presentó en la Exposición Universal de Sevilla en 1992.

mujeres, existían en la España de 1970, a pesar de las continuas declaraciones que proponían erradicar el analfabetismo del suelo patrio. Incluso llegarían a editarse carteles sobre coeducación en los años sesenta.

Y sobre todo campañas, concursos, edición de carteles y folletos para apoyar la difusión y exportación de nuestros productos manufacturados, cárnicos y hortofrutícolas, y proteger de plagas la huerta y el campo español. El Comité Sindical del Cacao convoca concurso de carteles –concurrieron más de un centenar a la convocatoria– en febrero de 1962 para promocionar el cacao de nuestras provincias africanas. Campaña de carteles fotográficos para divulgar nuestras naranjas, limones y tomates, organizada por el Sindicato Nacional –Sindicatos Verticales– de Frutos y Productos Hortícolas. Se editaron carteles en 1963 para alertar contra la Rosquilla Negra que ataca las alfalfas. En la exhibición agrícola de Berlín, “Semana Verde”, celebrada en la ciudad alemana en febrero de 1964 se repartieron millones de carteles para difundir nuestros agrios. España es el principal suministrador en Alemania; 1.200 millones de pesetas reportan las naranjas a la balanza nacional. En abril de 1967 se editan más de 20.000 carteles para apoyar en Inglaterra la distribución de nuestras exportaciones agrícolas. A principios de septiembre de 1972 se distribuyen en la huerta cientos de carteles llamando a los agricultores a combatir la mosca que afecta a los frutales; y en abril del setenta y tres los carteles, para luchar contra la mosca de la fruta, que se reparten por toda España, los ha impreso Gráficas Belmar y editado el Ministerio de Agricultura. Todavía en 1977 el Servicio de Defensa Contra Plagas e Inspección Fitopatológica convocaría concurso de carteles, con dotación de 15.000 pesetas, para la lucha biológica contra la mosca de la fruta; concurso que ganó el alhameño Francisco Cánovas Almagro; su cartel representa una mosca sobrevolando los frutales que aparecen protegidos por una línea blanca. Con carteles se difunde la Semana de la Oveja Segureña que celebra Caravaca.

En enero de 1974 la Cooperativa Agrícola “La Purísima”, de Yecla, será protagonista de una importante iniciativa, convocando un concurso de etiquetas y carteles, con dotación de 50.000 pesetas y 10 cajas de vino; el objetivo es difundir la marca y la denominación de vinos de Yecla. Se presentaron un centenar de originales. Un jurado, designado por la cooperativa, que preside Gratiniano Nieto y cuenta entre sus miembros con el alcalde de Yecla, el delegado provincial de Agricultura, el director provincial de Cooperación y Castillo Puche, determina ganador el trabajo presentado por el grafista⁽¹²⁴⁾ bilbaíno Jesús Insausti bajo el lema «*Etiqueta*»: el cartel, que representa una copa de cristal jugando con la Y –una obviedad– de Yecla, se utilizaría para anunciar las Fiestas de la Vendimia de la localidad en septiembre de 1975.

Carteles y más carteles. Carteles para anunciar la Vuelta Ciclista al Sureste en 1957; año en el que apareció un cartel anunciador del *Tenorio* donde se unía la obra de Zorrilla al apellido Pineda. Con carteles tipográficos se anuncia, en agosto del cincuenta y ocho, la existencia en Murcia de un club que anima al deporte náutico –se refiere al Club Remo que pretende construir recinto y edificación en la margen izquierda del Segura a la entrada al Malecón, con embarcadero y playa–. Falange convoca concurso de carteles del Festival Nacional del TEU en febrero de 1959, los bocetos se enviarán, antes del 7 de marzo, a la calle Graneros 2, sede de la entidad; el premio, unas escuetas 500 pesetas. Para anunciar el partido de fútbol entre el Murcia y el Oviedo, del 6 de enero de 1960 se gastó en cartelería 375 pesetas. Concursos de carteles de la Confederación de Cajas de Ahorro para celebrar, era habitual, el Día Universal del Ahorro con premios de 15.000, 7.000 y 3.000 pesetas; premios que ascenderían a 30.000 pesetas en 1967. Se propone en 1964, que en los soportales del Palacio Episcopal se puedan hacer exposiciones –a modo de galería pública–, entre otras cosas de carteles. Ciclo Islámico en Murcia anunciado con carteles en 1964. La importancia del cartel y la publicidad ha adquirido tal relevancia que se impartían ese año conferencias y recomendaciones sobre psicología experimental al servicio de la propaganda mercantil, incidiendo en las leyes psicológicas de la atención y citando al mismísimo Aldous Huxley: Tamaño de la imagen, frecuencia de presentación, localización de los estímulos publicitarios, intensidad del estímulo, contraste de color; en fin toda una batería de sugerencias para incrementar la venta de producto y la influencia en la masa y en el individuo. Tres años después, en mayo de 1967, Miguel Jiménez de

(124) Desde 1964 los concursos de carteles designan en sus bases como artistas gráficos, a una nueva categoría de artistas y publicistas que pueden participar en las convocatorias, al mismo nivel que pintores o ilustradores. El término diseño –o diseñador– gráfico se define por primera vez en 1922, de la mano del diseñador y tipógrafo William Addison Dwiggins, aunque se popularizaría en España en los años inmediatamente posteriores a la transición.

Cisneros –profesor de Economía y Estadística en la Escuela de Comercio– lee una conferencia en el Colegio Oficial de Titulares Mercantiles donde se refiere a la publicidad, la propaganda y la ventaja social y comercial que supone. El IX Congreso de Neuropsiquiatría o el LIII Campeonato de España de Tenis, celebrado en Murcia en 1967, se publicitó con carteles. Carteles para anunciar el I Trofeo Ciudad de Cartagena de fútbol en 1969; 1.000 ejemplares se editaron para llamar en Murcia y Alicante a la afición del sureste. Aunque los carteles de fútbol suelen ser tipográficos, los futbolistas regalaban en 1970 carteles con la cara de los jugadores. En julio de 1970 *La Verdad* informa que se le ha concedido a la Escuela de Artes y Oficios la especialidad de cartel; rotulación, y dibujo publicitario son otras especialidades concedidas, que no llegaron a dotarse. Carteles para anunciar los V Juegos Deportivos Cartagineses a celebrar en septiembre de 1972, representados por corredores y paloma, imprimiéndose 2.500 ejemplares.

La iglesia sabrá asumir la importancia del cartel y el impacto de los eslóganes en sus campañas, cruzadas y anuncios de peregrinaciones. En 1957 fijó 10.000 carteles para el anuncio de su cruzada por una juventud mejor, que reunió en Santa Catalina más de 1.000 jóvenes ante la Virgen. Y para celebrar, en septiembre de ese año, el Domingo Mundial de la Propaganda de la Fe, el eslogan del cartel del DOMUND, que representaba dos manos abarcando la tierra, fue: «*Las manos que abrazan la tierra construyen un mundo mejor*». En 1960 Acción Católica editó ininidad de carteles, un gran esfuerzo propagandístico, para celebrar el Día Nacional de Acción Católica. Un pasquín de 43x32 cm, editado en la imprenta Muelas, preguntaba a un grupo de niños y jóvenes en 1960 *¿Qué seré? ¿Por qué no sacerdote?* Con carteles de gran impacto se anunció, ese mismo año, el Día Nacional de la Caridad; verdaderos gritos en la pared, “*impactos en el ojo y en el alma*”; y sobre fondo rojo la silueta de una niña que llora. Unos 100.000 carteles, y 500.000 pasquines editó Cáritas en la campaña nacional de 1961. Más de 300.000 carteles anunciaron el DOMUND en 1962. Cáritas Española llegará a organizar en 1964 un concurso de carteles publicitarios con premios suculentos de 25.000, 15.000 y 10.000 pesetas; premios que incrementó en el concurso de 1969, elevándose a 50.000, 25.000 y 15.000 pesetas; los carteles, que debían expresar solidaridad, ayuda mutua, caridad y fraternidad, se imprimieron con el lema: «*Ama más a los hombres que a tu dinero*». «*Trabajamos por un hombre nuevo*» es el eslogan del cartel de Cáritas de 1973; la imagen: una estrella que parte de la esquemática figura de un hombre. Solo en Murcia, para la campaña contra el hambre que la iglesia llevó a cabo en 1974, se distribuyeron 1.360 carteles grandes y 12.000 de tamaño mediano. En la provincia, parroquias, colegios, hospitales, centros oficiales..., eran lugares habituales de difusión de sus mensajes y soporte de cartelera. Parece que la institución eclesial, precursora en utilizar carteles, ha comprendido bien la poderosa influencia de la publicidad y el cartel.

La abundancia de carteles ha degenerado en suciedad excesiva, a veces se critica que no siempre sean artísticos, que contengan expresiones inadecuadas, faltas de ortografía e incorrecciones⁽¹²⁵⁾. El Ayuntamiento de Cartagena, en acuerdo municipal de septiembre de 1958, conmina extremar el celo policial para impedir la fijación de carteles en sitios inadecuados. En la ciudad de Murcia la Comisión Permanente Municipal prohíbe terminantemente, en mayo de 1960, fijar carteles en fachadas de casas y vallas bajo fuertes sanciones económicas, facultando al alcalde para aumentar las carteleras municipales, y se da un plazo hasta finales de ese mes para que los propietarios limpien las fachadas y los restos sean retirados por brigadas municipales; las normas se publican en la prensa. Baldo en su sección “Desde la torre” comenta el día 21 de mayo: “*Lo curioso del caso es que esas mismas fechas –se refiere al día de la reunión de la Comisión Permanente–, en lugar tan poco a propósito como pueda serlo la fachada de la Catedral, fueron pegados varios bandos de la Alcaldía...*” La medida de la prohibición de fijar carteles fue duramente criticada, sobre todo por los empresarios teatrales, que se preguntaban: “*¿Qué pasa en Murcia con los preciosos afiches que enviamos?*” pues que no pueden colocarse en paredes y vallas, y carteleras no hay. La bolsa de trabajo universitario, del SEU, contrataba a estudiantes para las campañas publicitarias pegando carteles; una actividad que permitía el pluriempleo y obtener un sobresueldo⁽¹²⁶⁾. El 2 de marzo de 1963, Federico Gallo y Enrique Rubio trazan, en el programa de TV que dirigen, “Cada semana

(125) Como aparece reseñado en el artículo “Glosa de la ciudad”, que publica *Linea* el 23 de mayo de 1958.

(126) *El ladrón de bicicletas*, película Neorrealista de Vittorio de Sica, estrenada en España en 1950, es la historia de un obrero en paro, contratado como fijador de carteles murales, al que roban su bicicleta en un descuido; bicicleta que busca desesperadamente junto a su hijo de unos pocos años, pues es herramienta imprescindible para realizar su trabajo.

una historia”, un reportaje de perfil humano en torno a la figura de “Pastetas, pegador de carteles”. El Boletín Oficial de las Cortes del 11 de enero de 1964 recoge el proyecto de ley relativo a la reforma del sistema tributario que señala la cesión a los municipios del timbre de publicidad sobre rótulos y carteles. Lorca cobraba arbitrios municipales en los años sesenta por pegar carteles en la vía pública; y Cieza prohíbe, en febrero de 1966, fijar carteles en muros y fachadas planteándose estudiar una ordenación completa de esta modalidad publicitaria.

Buscando una imagen turística adecuada se critica la suciedad que provocan los carteles adheridos a cualquier parte: “esos chafarrinones” y el lamentable aspecto de la ciudad de Murcia llena de carteles. “¡No al cartel en fachadas!” escribe *Línea* el 24 de enero de 1967. Brigadas de obreros municipales comienzan a finales de enero a limpiar los carteles y pasquines de las fachadas comenzando por la plaza de Belluga, fachada de la Catedral, Palacio Episcopal, calles adyacentes y farolas del Puente Viejo, en lo que semeja un simple lavado de cara del centro de la ciudad. No parece que el tema se solucionase pues a mediados de marzo *Línea* escribe: “y pega que te pega carteles –pese a la prohibición municipal– proliferando como moscas a la miel”, pues las carteleras prometidas están sin hacer. Carteles por doquier; en mayo *Línea* insiste: “ha vuelto a proliferar el cartel como el caracol en los huertos con las lluvias”. En abril de 1967 el Ministerio de Información y Turismo publica un decreto regulador de la publicidad exterior y colocación de carteles y anuncios en vías públicas y fachadas que prohíbe, en el artículo segundo, fijar carteles y soportes publicitarios en edificios calificados de monumentos históricos –una medida muy en relación no solo con la suciedad sino con el incentivo turístico–; y el 10 de mayo de 1967 el BOE publica el decreto de la Presidencia de Gobierno referido a la publicidad exterior. El Ayuntamiento de Murcia acabaría prometiéndole la instalación de 100 carteleras metálicas y artísticas con el escudo municipal. En junio se colocan las primeras carteleras y entra en vigor el bando municipal que sanciona a quienes fijan carteles en fachadas, vallas, templos y monumentos fuera de las carteleras municipales y de los soportes exteriores instalados al efecto, responsabilizando a empresas anunciadoras e imprentas, cuyo pie figure en el cartel, de la colocación de carteles sin licencia.

Las quejas parecen no tener fin. En Cieza volvería a pedirse insistentemente la limpieza de las fachadas en 1975. Y en Murcia *Línea*, para señalar la suciedad ocasionada por la cartelería, escribe el 14 de junio del mismo año: “Batalla de carteles en la calle de la Gloria”. Es evidente que, en la capital, el bando emitido por la alcaldía en mayo del sesenta y siete, intentando regular la publicidad exterior y sus sanciones posibles, para impedir la pegada de carteles sobre edificios y vallas, seguía sin hacerse cumplir.

Los últimos años del *régimen* verían irrumpir con fuerza el cartel de contenido político. El 1 de mayo de 1963, día de la celebración de la Fiesta del Trabajo, la célula comunista Murcia-2 llega a pegar 3.000 carteles en los pinos del Valle con elocuentes y reivindicativos textos acusando a Franco y pidiendo democracia. Carteles subversivos, realizados en imprentas ilegales, pobres y tipográficos que nada tienen que ver con el despliegue que en noviembre de 1966 se realiza para la campaña propagandística pidiendo el SI para la Ley Orgánica del Estado y que solamente en Murcia imprimiría 12.000 carteles, en tamaños grande y pequeño, organizada en torno a la figura del Jefe del Estado –*Referendum Nacional* y una fotografía en blanco y negro que muestra a Franco sedente, *Garantía de la paz*, *Garantía de futuro*– y al contenido de la ley; carteles, octavillas, pasquines impresos en papeles de distintos colores que abundan en mensajes y eslóganes diversos, aparentemente faltos de unidad: «¡Vota SI a las leyes de Franco!», «Habla pueblo, vota SI», «Vota SI al progreso de España»... ; parece como si la campaña, concebida por el entonces ministro de Información y Turismo, Manuel Fraga Iribarne, se hubiera articulado vinculándola a ideas continuistas y recurrentes del *régimen*: progreso, paz, desarrollo, seguridad, pero estructuradas en un proceso de comunicación de apariencia desorganizada y aspecto marginal; una falta de cuidado en la propuesta gráfica que avanza la idea de un resultado ya predeterminado; una publicidad que semeja ser más propia de la forma de actuar y difundir sus ideales de la oculta oposición al *régimen*; una campaña muy alejada del alarde visual, con diseño absolutamente moderno, llevada a cabo dos años antes para conmemorar los 25 años de paz.

Carteles para presentarse a candidato a elecciones de procuradores en cortes, con-viviendo con la cartelería que anunciaba, en 1967, manifestaciones universitarias; pronosticando los graves conflictos que se avecinaban en las universidades españolas.

En enero de 1968 se producen violentos incidentes en la Facultad de Ciencias de la Universidad de Madrid, llamándose con carteles a la participación en asambleas no autorizadas, en apoyo a compañeros expedientados. En la facultad de Derecho de Barcelona se colocaron carteles anunciando la denominada "Aula de cultura dedicada a Cuba". "Periscopio", una sección de *La Verdad* escribe el 19 de enero del sesenta y ocho: "La propaganda suministrada a diestro y siniestro, con oportunidad o sin ella, es para la juventud una especie de cuerno de la abundancia que sirve para que la juventud se ataque y se empache poniendo en peligro su integridad mental y puede llevar al país a la perdición"; para corroborar lo escrito cita a Mao Tsetung que ha hecho editar y utilizar propagandísticamente sus pensamientos. Son tiempos en los que la prensa local y nacional daba cuenta casi a diario de la situación de la guerra en Vietnam y de las manifestaciones acompañadas de pasquines, carteles y pancartas que se utilizaron contra ella. A finales de marzo la fuerza pública irrumpe en la Universidad de Madrid para arrancar carteles subversivos; carreras, abucheos, golpes en los pasillos. El 1 de abril se convoca con carteles en la Universidad de Murcia a una reunión no autorizada; el rector mandó quitar los carteles, advirtiendo que era una reunión ilegal; reunión que se celebró finalmente, informando a los asistentes de la situación en las universidades españolas y leyéndose un manifiesto con la postura de los universitarios murcianos. Anticipos provincianos de un histórico mayo francés. La muerte del estudiante de derecho Enrique Ruano, el 20 de enero de 1969 en Madrid, difundida con abundante cartelería, solo contribuiría a calentar los ánimos en el ambiente universitario del país con duros enfrentamientos con la policía.

El 17 de noviembre de 1970 se celebran en toda España elecciones para consejeros locales del Movimiento; las normas que rigen la propaganda electoral son interesantes, pues marcan unas pautas que seguirán vigentes hasta la actualidad de forma más o menos tácita y pactada; establece donde se podrán colocar los carteles y murales de las candidaturas; su formato, estructura y contenido; indica que éste estará confeccionado con la foto del candidato, su nombre y dos apellidos y la circunscripción electoral que representa. Es evidente que el cartel, el arte del cartel se ha hecho político, ha asumido su papel, actúa como elemento apuntalador del sistema y, a la vez, como palanca de cambio social, ariete del y contra el *régimen*. La propia prensa local más cercana al poder franquista se hará eco de las nuevas corrientes que dominan la escena del género; *Línea* comenta el 30 de septiembre de 1972 las grandes exposiciones que han tenido lugar en Cuba y en referencia al cartel cubano publica: "Alfredo González ha dibujado al «Che» con el rostro fundido y una estela de arco iris de colores fuertes que nacen de su frente y se hacen más confusos al terminar en su cintura; una caída perpendicular y divergente de las ideologías cubanas. «El Che y Camilo» son las figuras claves del cartel compuesto por el cubano Raúl Martínez. Es un dibujo sencillo que representa la cabeza de ambos líderes en círculos concéntricos y bajo los cuales hay otro con sus respectivos nombres. Estos dos personajes populares, como acabamos de ver, han sido el prototipo ideológico de inspiración para los artistas empeñados en esta faceta artística". Curioso artículo el de *Línea*, que al parecer no había tenido en cuenta que el 1 de marzo la policía se había incautado, en la Complutense, de abundante material subversivo, carteles y clichés utilizados para imprimir, con parecida estética, es de suponer, a la referida en el posterior texto.

Que el tiempo político, que los tiempos están cambiando es evidente. El estado, cada vez más consciente de la necesidad de favorecer una cierta apertura, flexibilizando las rígidas costuras del *régimen*, promulga, al amparo de la Ley Orgánica del Estado, el Decreto-ley 7/1974 de 21 de diciembre sobre asociaciones políticas que hace posible que se constituyan 10 asociaciones cuya actuación debía mantenerse dentro de los principios del *Movimiento*: Anepa, Falange Española de las JONS, Alianza del Trabajo, Nueva Izquierda Nacional, Partido Social Regionalista, Partido Agrario Español, Unión del Pueblo Español, Partido Laborista, Partido Proverista y Reforma Social Española. Para dar a conocer esta última asociación política en la región, su máximo dirigente Cantarero del Castillo, editó abundante cartelería bajo el lema «RSE un camino hacia la democracia». Curiosamente, en Alcantarilla, la policía municipal impedirá, en los

primeros meses de 1975, la pegada de carteles de Reforma Social alegando que los pegadores carecían de autorización.

La propaganda política, que había resultado imprescindible para sostener el *régimen*, se manifestaría en un último acto encaminado a hacer perdurar el pensamiento político de Franco después de su muerte. En octubre de 1975 Franco, ya enfermo, recibe innumerables manifestaciones y muestras de adhesión “ante las intolerables agresiones a la patria”; en Murcia el día 11 en la Glorieta (Plaza del Generalísimo). Al tiempo, la tensión arrecia en las universidades españolas; es frecuente el enfrentamiento a causa de la pegada de carteles o la arrancada de los mismos. Arrestos y detenciones por arrojar, en plena calle, hojas y panfletos subversivos impresos a ciclostil. El 14 de noviembre se escribe en *Línea*: “los carteles que aparecieron recientemente –se refiere a la Universidad de Zaragoza– constituían por su texto no sólo un grave delito, sino un baboso, cobarde e indigno insulto a la persona de nuestro jefe de estado, caudillo Franco, en unos instantes en que éste se debate con la muerte”. Seis días después el mismo periódico abre: “Ha muerto Franco, a las 4,40 en la clínica La Paz a los 82 años”. Arias Navarro lee ante los españoles un póstumo mensaje del Caudillo que comienza con “Españoles: Al llegar para mí la hora de rendir la vida... y cierra “¡Arriba España! ¡Viva España!”. A finales de noviembre Educación y Ciencia edita dos carteles, con el *Último mensaje de Franco* y con el *Primer discurso del Rey*. Casi dos millones y medio de carteles pequeños y trescientos mil grandes se distribuyen por todos los centros docentes españoles. Ambos carteles son de apariencia similar; sobre sobrio fondo marrón tostado, mensaje y retrato de Franco en uno, en el otro discurso y retrato del Rey; los retratos, dibujados a lápiz, los ha realizado Manuel Mapase. La tirada se ampliaría en 6.000.000 de ejemplares. En Murcia se convoca a los representantes de los centros docentes a personarse en las dependencias de la Delegación Provincial del Ministerio de Educación y Ciencia, situada en la Plaza Fontes, para recoger los carteles. La apariencia de normalidad es total; aparentemente, pues la Universidad española reanudó las clases el día 29 inundada de carteles y propaganda subversiva marxista-leninista pidiendo el indulto político y el derecho de reunión. En Murcia la Comisión de Estudiantes colocó en la Facultad de Derecho, a primeros de diciembre, grandes carteles atacando la política del MEC y convocando a la huelga general, con enfrentamientos con otros alumnos que pretendían arrancarlos, sucesos ocurridos durante las jornadas para elegir representantes de distrito –con escasa afluencia de votantes, por cierto– pues se pretende boicotear la elección.

Pronto los hechos dejarían claro la imposibilidad del continuismo que representa Arias Navarro; la juventud, la sociedad, demanda cambios, reivindica derechos y exige participar de forma plenamente democrática en la toma de decisiones del Estado.

En 1976 se celebra en Orihuela, Alicante y otras localidades alicantinas el “Homenaje de los pueblos de España a Miguel Hernández”. El cartel, llamando a su celebración los días 17 a 27 de mayo, lo realiza el pintor Carmelo Trenado; solo dos tintas; la cara del poeta, dibujada en negro, emerge de una masa anónima de personas de las que apenas vemos sus piernas, que caminan unidas en una sola dirección, la que indica en grandes y rojas capitulares, impresas en el rotundo tipo Stencil, la palabra VEN; sin pie de imprenta el cartel quiere indicar el carácter reivindicativo, casi subversivo, de la convocatoria. No fue el único cartel editado para las celebraciones, algunos recurrieron al rostro del poeta, tratado desde la estética del cartel cubano, convirtiéndolo en una estrella al nivel del Che o la *Marilyn* de Warhol, un rostro sellado con textos recordatorios de condena y persecución. El día 15 da comienzo el homenaje con dos actos, primero en el cementerio municipal de Alicante, depositándose flores ante el nicho que contenía los restos del poeta; luego, tras la llegada a Orihuela de un grupo de artistas plásticos, consistió en la pintada, en el barrio de San Isidro, de frescos y murales en las fachadas de las viviendas con el consentimiento de los vecinos. A los actos acudieron un buen número de participantes y pintores murcianos: Antonio Ballester, Alfonso Albacete, Cacho, Ramón Garza, Párraga... Alfonso Albacete realizó para la ocasión carteles, impresos en serigrafía en el taller de su hermano Pepe, con los versos del poeta; “*Será la tierra un denso corazón desolado*”, cartel con las fechas del homenaje, realizado a partir de la manipulación de una conocida imagen de Miguel Hernández junto a los soldados de la República; “*A las aladas almas de las rosas del almendro de nata te requiero...*”, en forma de telegrama dirigido por el pintor al poeta (Fig. 152). Carteles con intencionalidad más de convertirse



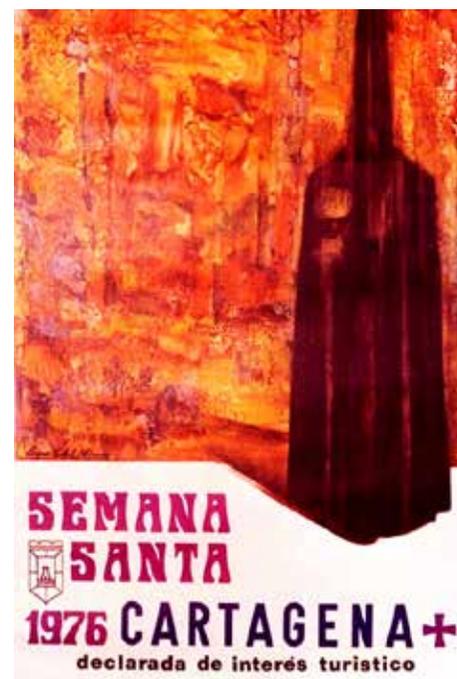
(Fig. 152) Alfonso Albacete. *Telegrama*. 1976.

en póster que en público anuncio. El homenaje a Miguel Hernández devino en memorable muestra de autogestión cultural. Estos carteles nos indican la importancia que entre los artistas de los setenta había adquirido el cartel cubano –el del Che constituye un preciado icono contemplado en dormitorios y habitaciones de jóvenes y comprometidos estudiantes, colocado al mismo nivel que el *Guernica* de Picasso o la cara de Jesucristo–. La utilización de supuestos estéticos publicitarios cercanos al Pop, dotados de un nuevo significado pleno de contenido social y reivindicativo. Unos planteamientos estéticos, artísticos y gráficos que beben y tienen su origen en una forma de entender la comunicación y el arte, el cartel y la gráfica, desde los supuestos establecidos por los influyentes grupos de Estampa Popular, que desde Madrid y luego Andalucía, se extendieron a lo largo de los 60 por todo el territorio nacional. La publicidad al servicio de una causa y no de un producto de consumo. Pues si hay algo denostado por la juventud en la década que abarca desde 1968 a 1978 es *la Fea Burguesía* de clase media.

Puede que ante la opinión pública y el ciudadano medio la apariencia fuese de normalidad. A mediados de octubre de 1975 se había aprobado, por parte de la Comisión de Festejos, Cultura y Deportes del Ayuntamiento de Murcia, la convocatoria de concurso de carteles para la Semana Santa y Fiestas de Primavera de 1976; con similares bases de años anteriores: 88x62 cm; 5 tintas, no doradas, ni plateadas, ni fosforescentes; un plazo que expira el 31 de diciembre; 25.000 pesetas de premio para cada modalidad y con el consabido texto: declaradas de interés turístico. Así que Paco Cánovas obtuvo el galardón y pudo ver impreso su cartel de Semana Santa; un nazareno penitente de la Cofradía de Nuestro Padre Jesús cargado de cruces. Para anunciar las Fiestas de Primavera se utilizó el presentado por Antonio Laorden; un *bengalero* del *Entierro* ante la incendiada *Sardina*.

En Cartagena se utilizaría la efigie de un nazareno ante un texturizado fondo, pintado por Enrique Gabriel Navarro (Fig. 153), para anunciar la Semana Santa del setenta y seis. Rompiendo, por segundo año consecutivo, con esos carteles miméticos construidos a partir de una fotografía y faldón inferior para los textos

Pura apariencia, pues el 1 de julio de 1976 el Rey exige su dimisión a Carlos Arias Navarro nombrando Presidente de Gobierno a Adolfo Suárez. El 15 de diciembre se somete a referéndum la Ley de Reforma Política previamente aprobada por las Cortes franquistas; una norma que contenía implícitamente la derogación tácita del *régimen* de Franco y la convocatoria de elecciones democráticas. La campaña del referéndum se articuló en torno a la idea de que el pueblo era dueño de su voz y su palabra: «*Tu voz es tu voto*», «*El pueblo tiene voz y voto*» y el rotundo «*Habla pueblo*» –eslogan con el que se grabó un *single* de *Vino Tinto*, en los estudios Sonoland, que acabaría convertido en memorable hit electoral–, carteles, vallas, prospectos... donde dominaba la composición tipográfica, en rotundos caracteres sin *serifa*, sobre fondos monocromáticos. Excepcionalmente se utilizaría, acompañando al texto, la representación de una mano anónima depositando un sobre en la urna; una piqueta metafórica para indicar que el gesto de votar equivale al pronunciamiento libre de la opinión y a la capacidad del individuo de decidir, en el contexto del grupo social, sin trabas ni condicionamientos. El eslogan «*Habla pueblo*» se vería así reforzado en los carteles por el dibujo de la mano en el momento de depositar el voto en la urna; un eslogan que debía permanecer residual en la memoria de algunos votantes, un guiño –¿una búsqueda de continuismo?– de aquel «*Habla pueblo, vota SI*» del referéndum franquista del sesenta y seis. La campaña fue abrumadora, material impreso, radio, televisión... y el resultado obtenido, al recibir el Proyecto de Ley el apoyo del 94% de los votantes, certificó el fin definitivo de un largo periodo de la historia de nuestro país.



(Fig. 153) Enrique Gabriel Navarro. *Semana Santa*. Cartagena. 1976.



Carmen Baena. *52 Festival de Teatro*.
Molina de Segura. 2021.

4 APTO PARA TODOS LOS PÚBLICOS

Entre el 4 y el 9 de agosto de 1975 se celebra en San Javier el VI Certamen de Teatro Mar Menor. Su presupuesto asciende a 750.000 pesetas y contó con la participación de cinco grupos de teatro nacionales: Els Joglars, Esperpento, Pequeño Zoo, T.E.I., La Clac, y el Grupo Internacional de Teatro (G.I.T.), que representaron *Alias Serrallonga*, *La Orgía*, *Más o menos...Alberti*, *Terror y miseria del Tercer Reich*, *Las Hermanas de Búfalo Bill* y *Ratas y rateros*, respectivamente. El certamen resultó un éxito. Tuvo lugar en un local situado en los jardines de la finca Almansa que el Ayuntamiento mar menorense piensa adquirir y transformar en parque municipal. Un mes antes, el 2 de julio, José Luis Vidal escribe en *La Verdad*:

“El comité ejecutivo del VI Certamen Mar Menor, en su empeño por dotar a la provincia de Murcia de un certamen de categoría, va a invertir alrededor de 150.000 pesetas en gastos de publicidad, con el fin de que el éxito sea tanto artístico como de público. Así se van a imprimir cinco mil carteles, cuatro mil programas, doce mil octavillas, etc., que serán distribuidas fundamentalmente por la zona costera comprendida entre Alicante y Cartagena, aunque también se intentará que esta publicidad trascienda el ámbito puramente local y regional. A estos efectos de publicidad cabe destacar el cartel anunciador del Certamen realizado por Matías Tárraga, miembro del comité ejecutivo. Hay que resaltar que esta es la primera vez que se edita un cartel anunciador del Certamen”.

Se deduce del texto de Vidal, que dotar a la provincia de un festival teatral de renombre es el primer objetivo del Certamen Mar Menor, difundirlo ampliamente por la geografía regional y nacional el otro. Ya hemos visto la importancia concedida desde el Estado a cualquier evento o manifestación que contribuya a reforzar el turismo. Junto a fiestas y festejos populares, exposiciones, festivales y certámenes contribuyeron a promocionar la marca España, no sin algún altercado; en estos eventos era frecuente que se colaran, sin control –con mayor insistencia los últimos años del franquismo–, acciones que no pretendían precisamente apuntalar o sostener al *régimen*.

Veremos el desarrollo de estos festivales en nuestra región –sobre todo su aportación gráfica– atendiendo al momento de su aparición; desde los primeros eventos, ya señalados, nacidos en los años sesenta, cuya vinculación a los Festivales de España es más que evidente, a aquellos otros certámenes de aparición más tardía; desde los que obedecen a la clara apuesta por una renovada oferta que pretenden ofrecer las nuevas instituciones democráticas, hasta los más recientes. Los más importantes certámenes murcianos de teatro, música, danza, cine... tendrán sus derivadas en otros puntos de la región, distintos a donde surgieron inicialmente, unas veces con características similares, otras con aportes más actuales, incluso rabiosamente innovadores, siempre buscando reforzar aspectos culturales o turísticos, vinculándose a otros momentos de celebración y fiesta local, a la temporada veraniega, a la revitalización de la cultura tradicional y a la recuperación del espacio urbano. Actividades anunciadas siempre con cartelera.

Obviaremos aquí el Festival Internacional de Jazz en la Calle y el Festival Internacional de Teatro de Calle, que se celebraban en Murcia capital, pues su intención es,

desde el primer momento, cubrir un tiempo vacío de contenido en los festejos abrileros murcianos.

El Primer Festival del Cante de las Minas tiene lugar en la Terraza Argüelles de La Unión el 13 de octubre de 1961 y es anunciado como ¡SENSACIONAL ACONTECIMIENTO! en el pasquín-programa que imprime la Imprenta Marín de Cartagena.

El pintor unionense Asensio Sáez será el artista encargado de realizar la imagen y los carteles del Festival del Cante de las Minas, del que es cofundador, entre 1961 y 1970 –ediciones I a X–, con la excepción del cartel de 1967, de F. Saenz, que recoge la imagen oficial con la que se anunciaban los Festivales de España⁽¹²⁷⁾. Los carteles de Asensio Sáez (Fig. 154), que imprimió en alguna ocasión Cristobal Pagán, resultan esquemáticos, de factura gráfica eficaz y colorida, con tipografías creadas ex profeso; guitarras, lámparas mineras, castilletes, sufridos mineros... constituyen la iconografía de los *afiches* –una iconografía que Sáez hizo extensiva, con algunas modificaciones, pues incluyó molino del campo de Cartagena y ancla, junto al *cantaor* con guitarra, en el cartel que diseñó en mayo de 1964 para anunciar el I Concurso de Cartageneras celebrado durante las Fiestas del Corpus de la Ciudad Portuaria–. Carteles que están en clara sintonía con algunas de las decoraciones murales realizadas por el pintor para los escenarios del Festival. Aunque excepcionalmente en el cartel de 1969 se recurrió a la imagen de un expresionista minero que toca sufridos *palos* a la guitarra; y en el de 1970, que pretende un homenaje –al igual que el resto de la decoración que adornaba ese año los Jardines Mery– a los cafés cantantes de La Unión *modernista*, el resultado obtenido por Asensio Sáez fuese una imagen, la forma de una guitarra de onduladas líneas, de influencia más psicodélica que *decó*.

Pedro Ginés Celdrán, director del teatral Grupo Iluro –primitivo nombre de La Unión– será el autor de los carteles del XI y XII Festival Nacional –ámbito territorial recogido en los carteles desde 1969– del Cante de las Minas. Un castillete es la ilustración del cartel de 1971 y tres aves marinas, llevando en sus picos lámparas mineras, la del *afiche* de 1972.

Una iconografía distinta será la aportada a la cartelería del Festival por el pintor unionense Paco Conesa⁽¹²⁸⁾, discípulo de Asensio Sáez. Sensuales y anónimos cuerpos entrelazados en el cartel de 1973. Un cartel que recoge bien el gusto de Conesa por una pintura de tono clasicista.

La organización del Festival del Cante de las Minas convocaría concurso en junio de 1974 para elegir cartel anunciador del XIV Festival Nacional del Cante de las Minas, a celebrar los días 13 al 18 de agosto incluidos en los Festivales de España. Con premio único de 25.000 pesetas. Se presentan 12 bocetos. Inmaculada Souto, de Madrid, obtiene el premio. Paco Cánovas y Juan Mechó quedan finalistas. La autora del cartel pretende transmitirnos el sentido profundo de las raíces de la *minera*, en un extraño y surrealista pliego que parece realizado veinte años atrás.

Muñoz Barberán recurrió en 1975, para obtener las 25.000 pesetas del concurso, a un cartel pictórico, de tono emotivo y sensiblero, con ese minero que sostiene la guitarra mientras anuncia, al amparo de Festivales de España, el *XV Festival Nacional del Cante de las Minas*.

El Colectivo Iluro volvería a encargarse de la composición de los carteles en 1976 para el XVI Festival, una esquemática lámpara minera que parece alumbrar con la fuerza del sol, llenando la superficie del cartel; y en 1979, que para el XIX Festival Nacional del Cante de las Minas recurrió a un cartel realizado partiendo de una fotografía de Jayam: silla, guitarra, mantón... rememoran el ambiente del cante. Otra foto de Jayam –castillete y boca de mina en la ladera de la sierra de la Unión– se había utilizado un año antes, en 1978, para anunciar el XVIII Festival; foto en la que contemplamos la agreste belleza de la Sierra Minera y que guardaba cierta semejanza con el tema elegido en 1977 por Ramón García, que trabaja en *La Verdad*, para elaborar su cartel anunciador de la XVII edición.

A mediados de mayo de 1980 se convoca concurso de carteles, patrocinado por la Diputación Provincial, para anunciar el XX Festival Nacional del Cante de las Minas; el premio son 50.000 pesetas, para un boceto que debe someterse a las medidas de 100x70 cm. El 21 de junio, fecha límite de entrega de bocetos, se han presentado 25 trabajos que juzgó un jurado formado por tres pintores –Luzzy, Asensio Sáez y Francisco



(Fig. 154) Asensio Sáez. IV Festival del Cante de las Minas. La Unión. 1964.

(127) El toro, que respondía al popular botijo conqueño, recogido entre coloristas y abstractas curvas y triángulos que bien podrían representar el sol y las flores patrias.

(128) Paco Conesa, nacido en La Unión en 1947, ha cultivado, además de la pintura otros géneros artísticos, especialmente la pintura mural, la imaginaria religiosa y la escenografía.

Hernández-, un técnico de imprenta, dos políticos y un escritor. El premio recayó en un cartel –el último presentado– del tarraconense Rosendo Linares, que dirige una agencia de publicidad. Con apenas tres tintas planas y aires de cartel cubano, presenta en su boceto el detalle del rostro de un *cantaor* queriendo expresar el dolor del minero y la fuerza del cante. Entre los finalistas: Esteban Bernal y Vicente Martínez Gadea. López Castelo entrevista a Rosendo Linares en *Línea* el 6 de julio, y el artista aclara el porqué de su obra: “...cuando empecé a trabajar sobre el cartel quise plasmar toda mi investigación sobre el sentir del cante. Muchos confunden el gran cante flamenco o «jondo» con las canciones de Manolo Escobar. Por ello me lance a realizar ese grito desgarrador. Pensé que si el jurado buscaba un significado del cante me lo premiaría, y si buscaba sólo un cartel turístico publicitario ni siquiera llegaría a finalista”.

La carga ideológica del cartel de Rosendo Linares parece haber desaparecido por completo en el cartel de Jaime Anibal Arias Resino, que obtuvo en 1981 las 50.000 pesetas por «*La llama del cante*», premio otorgado por idéntico jurado al compuesto el año anterior. «*La llama del cante*» difundió noticia del XXI Festival, con esas guitarras enlazadas por una cinta multicolor que referenciaban uno de los concursos –el de guitarra flamenca– que tenía lugar en el seno del Festival. En la entrevista, que le hace *Línea* el 5 de julio, Arias Resino explica que es artista fallero, pero que se ha dedicado al cartel y obtenido importantes premios que detalla: Feria de Muestras de Valencia y Feria del Juguete también para Valencia. Cuando Tomás López Castelo le pregunta: “-¿Queremos saber del autor del premio del cartel del XXI Festival el significado de su obra?”, responde: “-Las tres guitarras significan la base del cante, la oscuridad en ellas la boca de la mina y esa cinta de color rojo la llama que ilumina al minero o esa luz que enciende y entusiasma al amante del «jondo»”.

Los diseñadores valencianos María R. Fiszbein y Carlos Arleros obtuvieron el premio del concurso convocado para anunciar el XXII Festival Nacional del Cante de las Minas en 1982. La dotación económica del premio estaba patrocinada por la Consejería de Turismo. Se presentaron 35 originales y el resultado fue muy comentado, pues el cartel ganador estaba construido con trece coloristas imágenes que repetían en positivo y negativo cuatro supuestos iconos del cante minero: lámpara minera, fragmento de guitarra, rostro de un *cantaor* y palmas. Sería esta última imagen, en un cartel de aire pop un poco a lo cubano, la causante de la polémica, pues en los ambientes del cante minero se comenta que *la nuestra* es una modalidad sin acompañamiento de palmas. Como parte de la campaña de difusión del Festival se habían impreso cientos de sobres con un dibujo a tres tintas, una guitarra enlazada a un castillete, representando el cante, del pintor local Esteban Bernal.

No parece que ninguno de los carteles presentados a concurso, en 1983, para representar el XXIII Festival Nacional del Cante de las Minas, recién declarado de Interés Turístico Nacional, reúna las cualidades suficientes para que se les otorguen las 50.000 pesetas. Declarado desierto el concurso, se optó por una fotografía de Josefina Benítez que recogía el interior de la mina de Los Crespos, con lámpara y hatillo de almuerzo colgados de la pared del túnel.

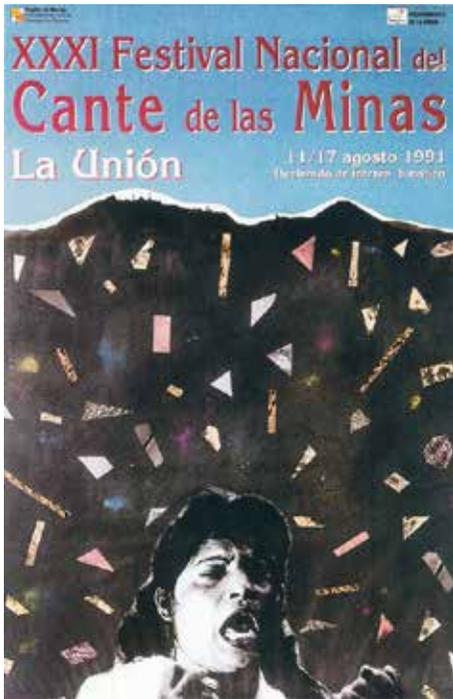
El Festival volvería a recurrir a una estética de marcado compromiso social, político, incluso ético, con lo que representa el cante de la minera, sus raíces populares y el duro trabajo de sus protagonistas, en los carteles de 1984 y 1985, anunciadores del XXIV y XXV certamen; hay que tener en cuenta que el propio ámbito geográfico de la zona minera, especialmente la Bahía de Portmán, es material sensible en aspectos sociales, culturales, políticos y en una incipiente, y cada vez más comprometida, conciencia ecológica y medio-ambiental. Para el cartel de 1984, la Editora Regional de Murcia se hizo cargo de su edición; Metro⁽¹²⁹⁾ compuso un cartel duro, de impactante sencillez en el dibujo y el color –solo tres tintas: negro, lila y amarillo–; dos manos recogen, una la guitarra, la otra la lámpara minera. Aún sería más explícito Ramón Garza en el cartel del XXV Festival (Fig. 155); el farol se ha transmutado en un elemento extraído del *Guernica*, la luz que ilumina la dolorosa escena, aquí reducida a una aguda guitarra rota y fragmentada.

En agosto del ochenta y cinco la Concejalía de Cultura del Ayuntamiento de La Unión, con la colaboración de las Consejerías de Cultura y Educación, Industria, Comercio y Turismo, el firme apoyo de Presidencia de la Comunidad Autónoma y, contando además, con el Instituto de las Artes Escénicas y la Música que depende del Ministerio de



(Fig. 155) Ramón Garza. XXV Festival Nacional del Cante de las Minas. La Unión. 1985.

(129) Equipo de diseñadores formado por los pintores Ramón Garza y Ángel Haro, al que inicialmente estuvo vinculado Marcos Salvador Romera. En 1984 habían realizado programas y carteles para la Escuela Regional de Tiempo Libre.



(Fig. 156) Paco Salinas. XXXI Festival Nacional del Cante de las Minas. La Unión. 1991.

Cultura, editó un libro con más de 200 páginas y 150 fotografías, impreso en Gráficas Gómez, del escritor y pintor unionense Asensio Sáez que reproduce todos los carteles del Festival que se han impreso hasta esa fecha. En el prólogo de la publicación Sáez justifica su trabajo y la permanencia del certamen: *“Razones de muy sobrada enjundia han pesado siempre –continúan pesando– sobre el mantenimiento del certamen jondo de la Unión. La querencia a la tierra, la exaltación de sus hombres, capaces de convertir sus penas y sus gozos en cuerpo monumental de copla, y es clara la cordialísima obligación de todos los unionenses de recoger, cuidar y mejorar, como espiritual herencia ineludible, el tesoro de sus cantes”*⁽¹³⁰⁾.

De nuevo volvería Paco Conesa a realizar el cartel del Festival. Ahora sería un minero, trascendido en desnuda y franca alma del cante, la miguelangelesca imagen alada del pliego impreso en 1986 para la XXVI edición.

En 1987 el cartel de la XXVII edición del Festival Internacional del Cante de las Minas recoge por primera vez la imagen del Palacio del Festival, una vista frontal, nocturna, del bello mercado de La Unión, sede del Festival, iluminado igual que una vidriera modernista. El cartel –se imprimieron 2.000 unidades– lo ha realizado el pintor unionense Estaban Bernal, que ha participado con otros artistas de la localidad: Asensio Sáez, Paco Conesa, Hernández Cop y el escultor Martín Solano, en una exposición celebrada en junio en el Casino de Sevilla para presentar el Festival en la capital andaluza. En agosto, coincidiendo con el certamen, se inauguró en La Unión, en la plaza de Joaquín Costa, la galería de arte Jayam bajo la tutela de Jacoba Aguilar y Antonio Meroño; expusieron Asensio Sáez, Hernández Cop, Francisco Conesa, Estaban Bernal, Dora Catarineu y Martín Solano.

Será precisamente Hernández Cop el autor, en 1988, del cartel de la edición número XXVIII. Compuso Hernández Cop⁽¹³¹⁾ una escena muy parecida a aquella del cartel del grupo Iluro de 1979; silla, guitarra, mantón, un porrón de vino y lámpara minera, que repitió en desarrollo, hasta nueve veces, utilizando un procedimiento común en la época, la fotocopiadora, que otorgaba una textura especial de grano abierto y roto a la imagen; sobre las fotocopias trazos contrastados de color como corresponden a un pintor; incluso en la tipografía empleada se reservó esa referencia al color de los trazos.

En 1989 y 1990 los carteles anunciadores del XXIX y XXX Festivales Nacionales del Cante de las Minas los diseñaron dos agencias de publicidad que recurrieron a un tema en exceso evidente: las formas de la guitarra. El Grupo Graphic en primer lugar –cartel recibido con quejas: *“Los carteles que se editen ya no basta con que sean bellas imágenes plásticas. Han de «gritar» qué es el cante, decir dónde está La Unión... A ocho días del comienzo del Festival... no hemos visto en ninguna esquina de los municipios visitados ese cartel anunciador y que plásticamente encerrará indudable arte, pero que publicitariamente, según las nuevas técnicas, no promovía a desear ser testigo del Festival”*⁽¹³²⁾– y posteriormente Ekipo.

La idea de que nada se obtiene o se rentabiliza, ni se logran seguidores, sin estudiar y programar minuciosamente una estrategia encaminada a su difusión, venta y consumo en el mercado, sin actuar de forma coordinada, persuasiva y atrayente, en especial si el producto se refiere a un festival muy especializado, ha calado en los organizadores del evento. Pronto en los carteles del Festival primaran aspectos de trascendencia publicitaria, buscando a través de ellos difusión del certamen y repercusión a escala estatal, estrategia que vincula cantes mineros y artes plásticas, encargando los carteles a reconocidas figuras de la plástica nacional que no siempre plantearon los originales utilizados de carteles como obras especialmente concebidas para La Unión.

Para difundir en 1991 el XXXI certamen Paco Salinas, volvió a un cartel de fuerte compromiso político y social (Fig. 156); recurrió a un *collage* realizado a partir de un retrato de la *cantaora* Encarnación Fernández –Lámpara Minera en 1979–, que parece, desde el fondo de la mina, hacer oír su voz, rota en mil pedazos, en mil fragmentos de mineral; un impactante cartel que trasmite la fuerza del cante, la dolorosa situación del minero, la aguda belleza de la soledad, del dolor del individuo que saca con *la minera* energías de la flaqueza; un cartel que recoge también el compromiso ético del propio diseñador con la propuesta y el encargo que aborda. Para Paco Salinas diseño, periodismo, fotografía, son indisolubles de una posición ética socialmente comprometida: la fotografía como reflexión. El cartel se presentó en la Asamblea Regional de Murcia el 25 de julio; simultá-

(130) El libro volvería a imprimirse, ampliado, en agosto de 2001.

(131) Nacido en Los Beatos en 1944, Francisco Hernández Cop se instaló en La Unión con apenas ocho años. Profesor de grabado en la Universidad Complutense de Madrid es habitual colaborador del Festival del Cante de las Minas, sobre todo en la realización de decorados y escenografías. Pintor figurativo interesado por el bodegón, las naturalezas muertas y las composiciones con interiores nostálgicos e intimistas.

(132) Queja debida a Garrido Buendía, que publica *La Verdad* el 12 de agosto de 1989.

neamente se celebró una exposición que recogía los treinta y un carteles realizados hasta la fecha. Un cartel, el de Salinas, que recuerda algunas duras y dolorosas composiciones de la cartelería de la Guerra Civil, en especial al fotomontaje anónimo, editado por el Ministerio de Propaganda en 1937, realizado contra los bombardeos de Madrid *¿Qué haces tú para evitar esto?*, en el que una madre abraza a su hijo bajo ruinas y aviones.

Entre 1992 y 2001 se recurriría –salvo en dos ocasiones: 1993 y 1999– a carteles abstractos, por lo general de fuerte expresionismo, encargados a pintores y artistas de renombre. Erwin Bechtold realizó en 1992 el de la XXXII edición del Festival⁽¹³³⁾. Chillida, que planteó, en el cartel del XXXIV Festival de 1994, la entrada de la mina y el arco de la guitarra, en un juego de volúmenes realizados con un *collage* de papeles recortados y montados, simulando el boceto de una de sus esculturas en papel. Rafael Canogar haría el de la XXXV edición de 1995; *“un intento –dice el autor– de acercarse al flamenco”* y aclara: *“la figura en negro simboliza la cabeza del cantaor, los trazos en rojo su boca, y los espacios en amarillo el pensamiento del artista”*. Tapies, Antonio Saura, José Niebla y Luis Caruncho Amat los de 1996, 1997, 1998 y 2000 para la XXXVI, XXXVII, XXXVIII y XL ediciones del Festival. Son carteles de gran carga expresiva y tensión dramática, que juegan con el expresionismo abstracto o la abstracción geométrica. El cartel del coruñés Caruncho está resuelto con rectángulos y líneas entrecruzadas que recogen su formación como estudiante de arquitectura, su gusto por las estructuras geométricas y su deuda con Mondrian o Kandinsky, un juego óptico y cromático que bebe en las fuentes de Cezanne o Piero de la Francesca, un cartel que explica una de sus divisas artísticas: *“La pintura debe volver a integrarse en la arquitectura”*. Carteles que, aunque no siempre se realizaron con bocetos creados ex profeso, resultan apropiados y conectaron bien con la sensibilidad que representa el cante de las minas. Es cierto que algunos de esos bocetos, donados a la organización del certamen⁽¹³⁴⁾, fueron intervenidos por los autores para dotarlos de una vinculación directa; es el caso –por ejemplo– de la obra de Tapies a la que el pintor añadió texto manuscrito en negro con el título objeto del evento: *“Cante de las Minas”*.

En agradecimiento a la labor en pro de la difusión del Festival, se le entregó en 1996 al galerista Antonio Niebla el Castillete de Oro, pues él es el generoso artífice que ha hecho posible la vinculación de todos estos artistas con el cante de las minas que celebra La Unión.

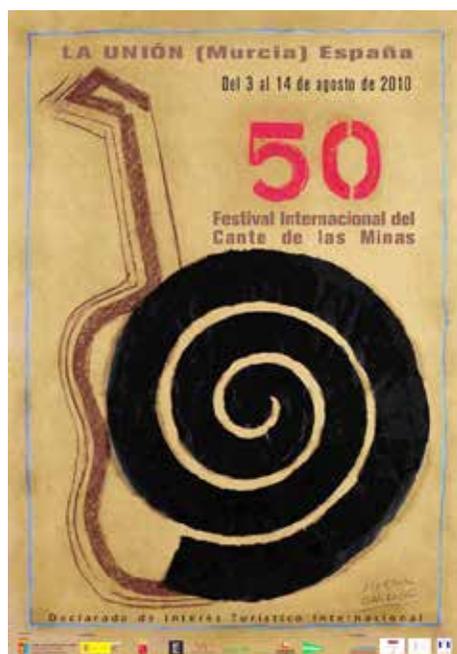
Solamente dos carteles se alejan de la abstracción en estos nueve años. Ramón Gaya realiza en 1993 el cartel anunciador de la XXXIII edición; en una viñeta muy flamenca, *cantaora* y guitarrista convocan al cante; en palabras de Juan Ballester: *“La Unión ha querido unir en recíproco homenaje la figura de Gaya con el cante flamenco. La colaboración se ha materializado por parte del pintor en la realización desinteresada del cartel anunciador”*. Para anunciar el XXXIX Festival en 1999 cedió ilustración Miquel Barceló; un cartel –con esa amenazadora forma simiesca– capaz de provocar adhesiones o las más duras reservas críticas; un cartel que recoge certero las experiencias y el trabajo que el mallorquín ha realizado en Malí.

Los carteles de las treinta y nueve ediciones del Festival del Cante de las Minas, anteriores al año 2000, se expusieron en Cartagena, en la sede de CajaMurcia, en junio del 2000; una muestra organizada por la Universidad Politécnica de Cartagena y el Ayuntamiento de la Ciudad Portuaria, que editó carpeta conteniendo una reproducción de los *afiches*. Un año más tarde, a principios de agosto del 2000, La Unión abre al público la muestra *“Cuarenta años de historia del Cante de las Minas”* con, entre otras cosas, los cuarenta carteles anunciadores del Festival.

Lo que resulta incoherente es que en 2001 se recurriera a una pieza de Miró, pintada entre 1969 y 1974, *Oiseaux dans un paysage*, como cartel anunciador; es cierto que no desentona en esta secuencia de imágenes con las que se ha difundido el cante minero, el rojo, el amarillo y la extensión del campo negro del cuadro hizo que la pintura fuera tachada de *jonda*, pero no es menos cierto que se rompió la tradición no escrita de encarar el cartel a un artista vivo y contar con una obra diseñada ¿específicamente? para el certamen; el pintor lleva muerto desde diciembre del ochenta y tres y su vinculación con el Festival resulta un extravío. La obra de Miró se incorporó a la edición de la colección completa de los carteles que habían anunciado el Festival, carteles que dieron lugar a una exposición itinerante. El extravío tendrá continuidad, pues el cartel de la XLII edición se realizó en 2002 con la reproducción de una guitarra cubista de Picasso, un acuerdo posibilitado con la entidad *“Sucesión Picasso”*; una mujer guitarra –el cuadro *J’aime Eva*

(133) Incluso presentó bocetos para decorar el interior de la sede del Festival de La Unión.

(134) El 21-8-1995 Antonio Arco escribe en *La Verdad*: *“supongo que Canogar donará su cartel al pueblo de La Unión –no lo hizo Chillida, y Ramón Gaya tiene la disponibilidad– por que sería completamente absurdo –se debe empezar a trabajar ya en este sentido– que los carteles de los últimos años del Festival, realizados por artistas de primera fila, no queden en el pueblo como patrimonio cultural de primer orden, importante atractivo turístico/cultural”*.



(Fig. 157) Martín Chirino. 50 Festival Internacional del Cante de las Minas. La Unión. 2010.

está dedicado a su cuarta amante Eva Guoel– que empapeló como cartel minero paredes regionales y españolas. El de 2003 se compuso con bodegón de peces y guitarra, de Dalí, fallecido hacía más de 14 años. El apoyo del gobierno regional al Festival de La Unión ascendía a 54.000 euros, idéntica cantidad a la que reciben la Mar de Músicas y el Jazz de San Javier; cantidad superior a los 45.000 euros de 2002 para La Unión, 40.000 a la Mar de Músicas y 27.500 euros para el Festival de Jazz de San Javier del mismo año.

Entre 2004 y 2015, ediciones XLIV a LV, se realizaron carteles abstractos y figurativos, incluso los hubo –caso del cartel realizado por Martín Chirino– que aunaron abstracción y figuración; carteles con connotaciones que vinculaban estrechamente alguno de los originales con determinados movimientos artísticos o suponen un evidente homenaje a la historia del arte, realizados por artistas, pintores o escultores, de reconocida trayectoria internacional, nacional o local; carteles que reflejan el estilo pictórico de sus autores.

Guillermo Pérez Villalta abrió la serie en 2004, seguido de: Ortiz Berrocal en la XLV edición de 2005, con la ilustración de una guitarra convertida casi en un símbolo. Juan de Andrés, el uruguayo que se considera discípulo de Torres García, aportó como cartel de la XLVI edición una pieza construida simulando a la vez mina y guitarra que pretende convertir en icono referencial. En 2007, Ana Mercedes Hoyos, la pintora colombiana, realizó un lazo rojo sobre fondo negro que quiere representar la sangre de los mineros. José Lucas, que decoró el escenario de la Catedral del Cante en 2008, incluyó, en el cartel de la XLVIII –un trabajo realizado gratuitamente–, más allá de tópicos habituales para representar el cante minero, dominado por trazos y manchas abstractas de color, unos versos de Gerardo Diego: *“La guitarra es un pozo / de viento en vez de agua”*, que reflejan bien su propio sentir de que el flamenco, esa música llena de duende, es *“la ópera de los pobres”*. Manolo Valdés realizó el cartel de la XLIX edición; y Martín Chirino (Fig. 157), que sabría aunar uno de sus *Vientos* a la forma de la guitarra, el de la 50 edición de 2010. El Vinagrero, un popular establecimiento hostelero de La Unión, había cumplido en febrero de 2010 un siglo; para dejar memoria del evento el pintor cartagenero Ángel Mateo Charris diseñó un cartel con motivos mineros. Pedro Cano representó en el cartel de 2011 –año en el que la mina Agrupa Vicenta acogió, en agosto, la exposición “Eco de Cíclopes” de Ángel Haro– un paisaje del Cabezo Rajao, emblema de la sierra minera. Gordillo asistiría a la Asamblea Regional para presentar su cartel el 4 de mayo de 2012; en el pliego trazos que enmarcan la mirada del espectador, en un intento de reflejar la tensión dramática del esfuerzo del cante y el trabajo del minero. Eduardo Arroyo propuso como cartel, en 2013, la cabeza de un *cantaor* compuesta por un *collage* de colores. Cristina Iglesias, Premio Nacional de Artes Plásticas, presentó una obra que semeja una vidriera en tonos grises que pretendía encarnar los misterios del flamenco en el cartel de la LIV edición. Gabarrón pretendió unir en 2015, en su cartel de la LV edición, el cante y la sierra minera.

En 2016 Erwin Bechtold realiza el cartel de la LVI edición del Festival Internacional del Cante de las Minas de La Unión, una obra abstracta, al igual que había hecho 25 años atrás. El pintor alemán, que no pudo asistir al acto de presentación el 24 de abril en la Asamblea Regional de Murcia, delega en el galerista Antonio Niebla la presentación del cartel. El galerista, en representación del pintor, manifiesta: *“El cartel que estamos presentando hoy aquí es una síntesis de La Unión. En una parte la puerta de la mina, del dolor, de la búsqueda de antaño en el material, y sobre todo de la luz, tan necesaria como el aire que respiramos cada instante. El cartel sugiere la oscuridad, el cante desde la garganta, y el resplandor al fondo de la mina, la luz, como si fuese la voz. La luz como la voz son dos palabras que se parecen.”* El alcalde de La Unión justifica la elección del artista porque fue el iniciador, en 1992, de un nuevo ciclo en la iconografía del certamen que apostó por la vanguardia y el arte contemporáneo, y también porque ese año el premio Catedral del Cante ha recaído en la República Federal Alemana.

Justificación que parece tener continuidad en 2017, pues el cartel anunciador de la LVII edición reproduce uno anterior de Asensio Sáez, el de 1968, que recogía sobre los tórridos colores de la sierra minera un gran sol que referenciaba, acompañado del texto, que el Festival se acogía a la marca turística Festivales de España. A todas luces un sentido homenaje al pintor unionense el año del décimo aniversario de su muerte. Y en 2018 se imprime el cartel, *Carburos*, de Hernández Cop, otro *viejo* colaborador en la cartelería del Festival.

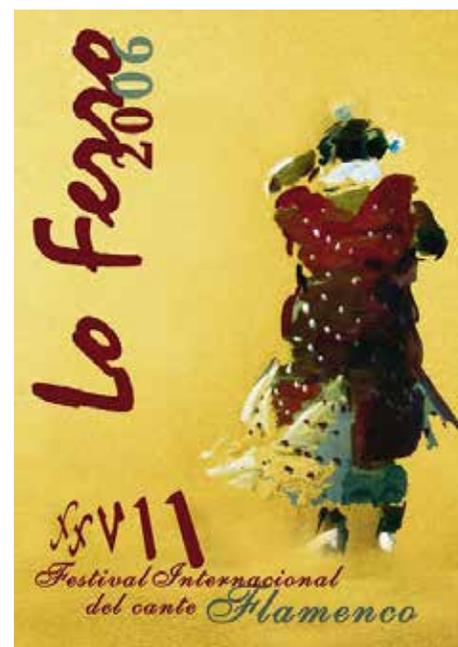
El grabado de Goya *El Vito*, cedido para la ocasión por el Museo Lázaro Galdiano, compuso el cartel de 2019; de nuevo una pirueta semejante a la producida en la XLI

edición de 2001. Los homenajes gráficos tendrán continuidad en 2020, año de la pandemia, y Pedro J. Bernal homenajearía en su cartel, de aire neocubista y aromas de la Bauhaus, de nuevo a Asensio Sáez. *La Bailaora* una efectista pintura de Pérez Casanova, catalán residente en Cartagena, que pretende fusionar el baile flamenco con la textura y el cromatismo de la mina, sirvió en 2021 de imagen de un cartel presentado el 23 de abril en la Asamblea Regional de Murcia. En 2022 el cartel, "Fotosaurio", obra de Carlos Saura, es un homenaje a la cantaora Encarnación Fernández. *Quejío*, una obra conceptual de Lidó Rico, fue cartel en 2023.

Los carteles del Festival han cumplido función de regalo institucional. Desde 2009 "La Ermita", el taller de serigrafía que Pepe Jiménez regenta en Balsicas, realiza, en distintas ocasiones, una tirada especial, en edición numerada y firmada por el artista encargado ese año del cartel.

Otros festivales, certámenes y encuentros de flamenco se celebrarán a lo largo de los años en la Región de Murcia.

Desde 1980 Lo Ferro celebra, entre finales de julio y septiembre, su Festival Nacional –luego Internacional– de Cante Flamenco, declarado de Interés Turístico Regional, anunciado con cartelería. Carteles subvencionados numerosas veces por la Consejería de Cultura. Son carteles figurativos, con base en la ilustración o la pintura, la mayoría de los que anunciaron alguna de las, hasta 2019, 40 ediciones del Festival. Carteles que recogen modelos ya ensayados en otros lugares. Una iconografía que se nutre de *cantaoras*, guitarras, bodegones flamencos y *bailaoras*. Carteles de desigual calidad gráfica; algunos de ellos con planteamientos harto interesantes. Los primeros carteles del Festival, como ejemplo la imagen del guitarrista que anuncia la II edición de 1981, recordaban vivamente aquellos carteles de la Unión realizados por Asensio Sáez. Carteles hubo realizados a partir de ilustraciones y dibujos, como el de 1985 para el VI certamen con las figuras de *cantaor* y guitarrista. Ilustraciones que llegaron a incorporar motivos del campo cartagenero y de abandonados molinos. En 1996 para publicitar la XVII edición A. Bietar pintó una escena flamenca que parece recordar aquellos *pasteles* de Picasso de la época azul y rosa. De nuevo la representación de un *cantaor* sirvió para divulgar la XXI edición del 2000. Otra pintura, ahora de Saura Mira, con escena flamenca, *cantaor* y guitarra, anunció el XXIII Festival en 2002. A 1.000 euros ascendía en 2003 el premio de carteles del Festival, que otorgó el galardón a una mediocre pintura que representa una *cantaora*, cantando a los sones de la guitarra a la luz de la luna. En 2005 el cartel se basó en una pintura de Pérez Espinosa. Para anunciar la XXVII edición en 2006 Pedro Serna, un enamorado del flamenco –cante y baile que ha recogido mil veces en series pictóricas y apuntes realizados del natural, ilustrando en 2005 el libro de Ginés Jorquera *Hablando "pa" mi solo*, editado por la peña Amigos del Flamenco de Extremadura–, prestó acuarela de *bailaora*; una figura en rojo que afirma su poderío sobre un fondo amarillo en un cartel (Fig. 158) a la vez elegante e impactante. Lo Ferro recurrió en 2007 y 2008 a carteles más prosaicos; en 2007 a un montaje construido con diferentes perspectivas de la figura escultórica de una *bailaora*; y en el 2008, a una obra de Beatriz García, una extraña composición con flamenca, guitarra, caballo y lo que parecen restos de un molino. La belleza simbólica del taconeo en el detalle del cartel de Salvador Torres en la XXX edición de 2009; Torres (Fig. 159) ha tratado de "reflejar ese momento en el que el espectador está metido en el tablao flamenco y sintiendo el zapateo de la bailaora o el *bailaor*"; una pintura que ha permitido al artista un acercamiento al tema de forma más pasional que reflexiva; azul y ocre, la intensidad, la fortaleza, el dolor, la alegría... "una *sinfonía de sentimientos*"; creando uno de los mejores *afiches* de la historia del Festival. La joven flamenca que quiere representar la fuerza del baile en el cartel de Joaquina Illán de 2010; la pintura de María José Contador, el detalle de las manos en los trastes de la guitarra, realizada para el cartel del XXXII Festival del Cante de Lo Ferro en 2011; y la etérea *bailaora* de Eva Ruiz en 2012 anunciando la edición número XXXIII. Menos gráfico, en exceso narrativo, ese cartel con guitarra en escorzo, haciendo de decorado de cuadro flamenco, aportado por la lorquina Lourdes Fernández en la XXXIV edición. Paco Níguez (Cartagena 1959) intento reflejar el alma del flamenco en su cartel del XXXV certamen; solitario, reflexivo, en interior con gato, el personaje degusta un fino, ensaya unos acordes y medita sobre su actuación. Tintas verdes y rojas en la búsqueda de mo-



(Fig. 158) Pedro Serna. XXVII Festival Internacional de Cante Flamenco de Lo Ferro. 2006.



(Fig. 159) Salvador Torres. XXX Festival Internacional de Cante Flamenco de Lo Ferro. 2009.



(Fig. 160) Inmaculada Escudero. 23 Cumbre Flamenca. Murcia. 2016.

vimiento y abstracción en el cartel de Buendía Martínez, impreso en 2015 para difundir el XXXVI Festival del Cante de Lo Ferro; cartel en la estela de la exposición que el pintor había presentado en Chys en junio de 2011: “Antología del Cante Minero”. La imagen del certamen de 2016, representando el movimiento de una *bailaora*, correspondiente a Ideas Gráficas a partir de una obra de Susana Roca. Y los recientes: cartel de Alvaro Peña, XXXVIII edición de 2017, elegante mezcla de figuración y manchas abstractas para referir el flamenco; de Gaby Guillén, con *cantaor*, *bailaora* y guitarra, ilustración en tintas planas para anunciar la XXXIX edición de 2018; esa flamenca que toca la guitarra en el cartel hiperrealista de Carlos Montero en 2019; y la energía madura de la mujer flamenca en la expresiva acuarela de Alfredo López para anunciar la XLI edición del Certamen. Carteles que insisten en la idea de acercar el flamenco a un público joven. La obra de Sebastián Escudero fue cartel en 2022.

Lorca celebraba desde 1990 Festival Internacional de Cante Flamenco “Ciudad del Sol”; un certamen anunciado con carteles escasamente memorables, baste de ejemplo la imagen anunciadora de la XX edición de 2009, con esa guitarra que parece a punto de caer de una silla. O el anunciador de la XXIII edición de diciembre 2012, con esas formas geométricas, cuadrados en azul réflex y naranja que parecen desplazarse, sin relación aparente alguna con el flamenco y el *jondo*. El 31  Festival, el Certamen de Carteles denominado “Muñoz Barberán”, lo ganó Cristóbal Rodríguez.

La ciudad de Murcia celebró en 2016 la XXIII Cumbre Flamenca. Un encuentro que comenzó en 1994 patrocinado por la Caja de Ahorros del Mediterráneo y pasó, de celebrarse en el Aula de Cultura de la CAM, primero al Teatro Romea, a partir de la IV edición, luego a la Plaza de Belluga y actualmente en los teatros municipales Romea y Teatro-Circo –desvinculado de la antigua CAM y acogido a otras instituciones murcianas: ICA, Ayuntamiento de Murcia, Universidad de Murcia, o la Fundación CajaMurcia, entre otras-. La imagen (Fig. 160) de la XXIII Cumbre la dise n  la artista Inmaculada Escudero, formada en la Facultad de Bellas Artes de Valencia. Un cartel que forma parte de una serie de obras realizadas por la pintora sobre el flamenco y el *cante jondo*; una guapa vestida de mantilla y tocada de elementos toreros; cartel onírico, un tanto enigmático, que casa bien con las actividades paralelas que celebra la Cumbre, que programó en 2016 un desfile de trajes flamencos de la diseñadora Rosa Ruiz. Un cartel que recoge certero el nuevo impulso que se pretende dar a la Cumbre, aunque carezca de continuidad gráfica, dada la falta de diseño y capacidad de motivación visual aportada por el anodino cartel anunciador de la XXIV Cumbre Flamenca de 2017, con los rostros de los artistas participantes: Maite Martín, Sole  y Kiki Morente... pegados dentro de una figura, de una sombra, que mueve los volantes de su traje. Más interesantes los últimos, el de 2018 con ese *cantaor* en plena actuación, pintado por Esteban Bernal, y el de 2019 realizado por Silvia Viñao a partir de una colorida figura femenina, más que pintada, cosida; o el provocador cartel de 2020 de Carmen Cantabella. Perla Fuerte hizo el cartel en 2023 y  lvaro Peña en 2024. Aunque los carteles de la Cumbre Flamenca se han acomodado, en general, a la idea de cartel marco de la propia CAM, o han recurrido a fotos de los actuantes, casi como un cartel programa –es el caso, por ejemplo, de los anunciadores de la IX, XIII, XV y XVI Cumbre Flamenca CAM de 2002, 2006, 2008 y 2009; o el anunciador de la 22 edición de 2015 en el que la figura de Camarón protagonizó el cartel y los contenidos del programa-, de forma puntual han gozado de personalidad, como cuando han sido realizados por, entre otros, Pedro Serna, que aportó la imagen de la Cumbre en el 2000 retratando a Chano Lobato, colaboró en 2001 ilustrando el poemario de Andrés Salom *Poemas al flamenco y a los flamencos* –editado por la Cumbre-, y abordó la difusión de la XXI Cumbre Flamenca de 2014 con una elegante *bailaora*; o por Manolo Belzunce que planteó el de 2001 con ese *cantaor* ante *bailaora* que no deja de ser trasunto de los cuadros de su serie *Le marchand dans l’atelier* –propuesta pictórica para cartel flamenco que Belzunce retomó, con ligeras variaciones, en 2018, para componer el cartel *V Concurso de Cante Murcia Flamenca*–.

La peña flamenca “Uva de oro” celebraba Festival Nacional de Cante Flamenco en Jumilla, anunciado con carteles desde 1994. La foto de un *cantaor* batiendo palmas anunció el VII Festival del 2000, un homenaje al *cantaor* y flamenc logo Alfredo Arrebola. Imágenes de F. Carcelén ilustran, en 2007, el XIII Festival Nacional de Cante Flamenco celebrado en marzo. En 2011 será la representación de una *bailaora*, en un pliego manchado de vino, el anunciador de la 17 edición del Festival.

Desde 1996 celebra Festival Flamenco San Pedro del Pinatar, recurriendo al cartel para anunciar el evento. El XI Festival se anunció en 2003 con un cartel que recoge el rostro en plena actuación de José Mercé, uno de los protagonistas del certamen; en 2005 la foto en blanco y negro de un *bailaor*; en 2007 sería la contrastada imagen, del rostro y las manos de una *bailaora*, el motivo del 15 Festival de julio; en 2009 la silueta de un *cantaor*... Un cartel más gráfico, en la línea de una ilustración, representando en rojos, negros y amarillos una *bailaora* y un guitarrista, serviría para homenajear en 2016, en la XXI edición, a Camarón.

Patrocinado por CajaMurcia y anunciado con carteles se celebraba en la ciudad de Murcia el certamen Murcia Flamenca, carteles fotográficos que tuvieron como protagonistas a José Soto "Sorderita", a imágenes de espectáculos con cuadros flamencos o a Carlos Piñana, caso de los impresos en 2003 y 2010.

También Calasparra celebraba certamen flamenco. Certámenes anunciados con cuidados carteles. En 2002 el V Festival Nacional de Jóvenes Flamencos se anuncia con un cartel realizado por Germinal Comunicación; un cartel con intenso fondo rojo y una forma negra, en la parte inferior, que semeja escultura abstracta y, lejanamente, la forma de una guitarra, un cartel que trata de representar el sentimiento y la pasión flamenca, el ¡ay! desgarrador que brota de la garganta del *cantaor*, su alegría, su desventura; el cartel como reflejo de un lenguaje vital y pasional instrumento del alma, el rojo jugando papel fundamental; un cartel que fue incluido en el *I Anuario de Diseño Gráfico Español Index Book*. En 2003 el VI Festival Nacional de Jóvenes Flamencos se anunciaría con un cartel aún más atrevido, el llanto de un recién nacido cubierto por coloridos topos que referencian el traje femenino flamenco, un lloro que es también lamento *jondo*, un cartel anunciador del certamen calasparreño de julio que la prensa tachó de ingenioso. Germinal Comunicación realizará en sucesivas ocasiones los carteles del Festival de Calasparra. El VIII Festival, en 2005, lo anunció un cartel con la foto de una vieja de pueblo que, asombrada, debe estar contemplando una actuación flamenca que tiene lugar fuera del cartel. En 2006 el cartel de la IX edición se compuso con la foto de unos zapatos rojos con lunares blancos que calza una niña a la que le vienen en exceso grandes; como contrapunto el sofisticado estampado de las medias de la niña; un cartel tachado por la prensa de obra de buen gusto. Germinal recibió una nominación en los premios LAUS de 2010 en la sección de Publicidad Exterior por *Conserva de Flamenco*, imagen del Festival de Calasparra de la 12 edición, celebrada en 2009; un cartel que recuerda los estampados flamencos con topos blancos sobre fondo rojo⁽¹³⁵⁾. Germinal recibiría el premio Estrella del Marketing por su trabajo para el Festival de Jóvenes Flamencos calasparreño. Calasparra celebró en 2010 una exposición retrospectiva de la imagen gráfica del Festival con los trece anunciadores del evento, consciente de que algunos de esos productos habían ganado importantes premios. El cartel *11 Festival Nacional de Jóvenes Flamencos 08* (Fig. 161) recibió en 2009 el prestigioso premio LAUS de Plata, participó en los ADC *E AWARDS y se publicó en el libro *Best of European Design and Advertising: una guapa gitana*, con el torso desnudo e infantil chupeta tapando sensuales labios rojos; imagen clásica tratada de forma innovadora, a la vez erótica y sugerente, fresca y joven.

Sucina será otra de las poblaciones en sumarse a los festivales flamencos. El primer festival De Flamenco Va, celebrado en Sucina, arranca en junio del 2007 y recurrió al cartel como vehículo difusor. En 2009 se difundió el Festival con el recurrente y anodino detalle de una guitarra; en 2012, año que se celebró en julio durante el transcurso del Festival una exposición de fotografía y carteles en torno al tema, con la foto de una *bailaora*. Carteles realizados luego, habitualmente, por el maestro de primaria, pintor y poeta, nacido en Librilla en 1952, Soto Alcón –reconocido en 2006 como mejor pintor del año 2005 por la Unión Europea–, capaz de plantear una grafía casi modernista, para representar la belleza femenina del baile flamenco, en la VII edición de 2013; o recurrir a un *collage* abstracto, con sugerida guitarra, en el cartel de la IX edición del Festival, celebrado en 2015.

El Ateneo Cultural Huertano "Los Pájaros", ubicado en La Arboleja, convocaba concurso de cante flamenco. En 2012 el III Concurso de Cante Flamenco Los Pájaros se anunció con una excelente pieza de la cartelística regional; una composición realizada por Ángel Haro, un *collage* que recoge el impactante detalle de la cabeza de un *cantaor* anónimo y la fuerza del cante en la expresión de la parte inferior del rostro.

Cartagena celebró entre diciembre de 2016 y enero de 2017 el IV Ciclo Flamenco de Cartagena, promovido por la Peña Flamenca cartagenera "Antonio Piñana". El cartel



(Fig. 161) Germinal. 11 Festival Nacional de Jóvenes Flamencos. Calasparra. 2008.

(135) Es cierto que la imagen del flamenco a partir de topos y colores rojos, negros o blancos es recurrente; un ejemplo es el cartel *Celebra aquí la Feria de Abril* producido por Xoo Estudio para CIRSA en 2002.



(Fig. 162) Muñoz Barberán. Carteles Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo. Murcia. 1968 y 1971.

(136) Existen claros precedentes: El Instituto de Cultura Hispánica convoca en noviembre de 1958 concurso de carteles para anunciar el II Festival de Folklore Hispanoamericano, a celebrar en Cáceres en junio de 1959; y Jaca celebraba, desde 1963 el Festival de Folklore de los Pirineos. Estos festivales permitían moverse por la geografía nacional a numerosas agrupaciones y secciones de coros y danzas con patrocinio y apoyo del régimen.

(137) Sutil cambio en la denominación del certamen, pues abre la puerta, ese año, a la participación de grupos de países cuyas fronteras no están bañadas por el Mare Nostrum.

del Ciclo, dedicado a Cádiz, se anunció con una fotografía de Alberto García, recordada en blanco y negro de un *cantaor* en plena actuación, sobre fondo manchado de color componiendo la palabra *jondo*. Un cartel que sigue la línea de los anunciadores de Cartagena Jonda anteriores; el cartel *Cartagena Jonda 2014* es una foto de detalle, en blanco y negro, de las manos de un *cantaor* acompasando el ritmo con las palmas y marcados trazos en rojo, casi una abstracción, para componer la palabra *jonda*; el ciclo flamenco de 2014 tuvo lugar en septiembre y contó con una exposición fotográfica de Toni Blanco.

Ángel Mateo Charris fue el autor en 2016 del cartel *III Concurso de Cante Murcia Flamenca* –cartel compuesto en 2015 por Juan Mariano Balibrea–; un concurso auspiciado por la Universidad de Murcia, Murcia Flamenca y el Ayuntamiento capitalino. La sombra de una *bailaora* marcando el taconeo sobre la textura blanca del *afiche*. Reproduce una obra de la exposición del pintor, celebrada en el IVAM en 1999, que giró en torno al Romancero Gitano.

Como vemos el flamenco ha aportado una cartelería rica, variada y relevante en la región, a lo largo de más de cincuenta años.

Los días 14, 15 y 16 de septiembre de 1968 se celebra en Murcia el I Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo⁽¹³⁶⁾. Festival creado al amparo de un lema: *Establecer lazos de unión y amistad entre los pueblos del mundo a través del folklore*. Para anunciarlo se imprimen 26.000 carteles en cinco idiomas: español, francés, griego, italiano y árabe; aunque los grupos participantes eran argelinos, franceses, italianos y españoles. El 21 de julio de 1968 se presenta en la prensa el logotipo del certamen que ha realizado Muñoz Barberán: la torre de la Catedral, componiendo una “M”, sostenida por las olas. El cartel, obra de Barberán, está resuelto con amplios trazos pictóricos, en ese estilo tardo-impresionista que tan buenos réditos artísticos ha dado al pintor; representa el baile de huertano y huertana ante el mar, bajo un cálido sol de estío. Folklore, danza, turismo, sol y playa... ingredientes, todos, de ese producto creado al amparo de la denominación Festivales de España. Muñoz Barberán realizaría los carteles en las sucesivas ediciones de 1969, 1970 y 1971 (Fig. 162).

Para el II Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo presentó tres bocetos que servirán para cartelería, ilustraciones interiores y portada del folleto programa del certamen, eligiéndose como base del cartel una pintura que simbolizaba la paz y la unión de los pueblos mediterráneos en torno al baile y las raíces comunes, representadas por las cintas multicolores –representación que será recurrente en la cartelería del Festival– que unen y atan a los danzantes. Se imprimieron 25.000 carteles y la propaganda ascendió a un costo de 60.000 pesetas.

A finales de abril de 1970 había terminado el pintor los dos bocetos del III Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo⁽¹³⁷⁾. *La Verdad* los reproduce el día 30; un grupo folklórico bailando danzas del Este de Europa y huertana recogiendo flores y banderas, la prensa elogia el colorido: “...simboliza perfectamente la eclosión floral de la huerta de Murcia”. Llegaron a imprimirse 12.000 carteles. Dejando a la huertana, portando ramo de flores con banderas, ilustrar el programa del Festival.

El 10 de julio de 1971 la organización del Festival había decidido que Muñoz Barberán volviera a realizar el cartel de la cuarta edición. La ilustración del cartel muestra a una huertana que, con los brazos abiertos, recibe a los grupos participantes, en esta ocasión irlandeses, italianos, portugueses, suizos, yugoslavos y españoles. Un cartel que vuelve a ser fehaciente prueba del interés que esos años manifiesta Muñoz Barberán por recoger el movimiento y los efectos de la luz y el fuego sobre los personajes, el contraste de color presente en algunos de sus temas –el Entierro de la Sardina y, sobre todo, las mascaradas–, asunto al que dedicaría el pintor abundante producción en la década de los setenta: óleos, acuarelas, pintura mural... siempre con Goya en el horizonte; un Goya que, tras pasar por el tamiz de la mirada y las manos de Barberán se nos parece menos dramático, más alegre y festero. La imprenta Belmar, en Polo de Medina 10, de Murcia, sería la encargada de imprimir en sucesivos años los carteles del Festival de los que se hacían tiradas en formato reducido de tarjeta postal. Una tipografía en caja alta de palo seco, probablemente la Helvética, impresa en negro, remató el cartel de Barberán. Carte-

les, no es necesario volver a subrayarlo, pues es recurrente en el cartel de base pictórica, con escasa conexión entre la tipografía que alude a lo textual y la imagen que referencia lo icónico; pues la tipografía ha sido decidida por un diseñador o por un operario de imprenta ajeno, en numerosas ocasiones a las intenciones que pretende el pintor autor de la obra en que se basa el *afiche*.

En marzo de 1972 la nueva dirección del Festival de Folklore acuerda convocar concurso de carteles anunciadores; a finales de abril se hacen públicas las bases. Pueden presentar bocetos, coloridos y adecuados al tema, pintores y dibujantes españoles, a un tamaño de 80x64 cm; el premio ascendía a 25.000 pesetas. Se presentaron 24 autores de Madrid, Cartagena, Barcelona y Murcia, y obtuvo el premio el catalán Julio Arruga. Se imprimieron 10.000 ejemplares de un cartel que representa una sirena cantando acompañada de un guitarrista, con adornos caracterizando su indeterminada etnia mediterránea. El cartel de Julio Arruga más parece anunciador del Festival de la Canción de Benidorm, que utilizó en las sucesivas ediciones, que tuvieron lugar a partir de 1959, promovidas por el Ayuntamiento de la ciudad alicantina y por REM (Red de Emisoras del Movimiento), la imagen anunciadora de una sirena.

Párraga sería el autor del cartel de 1973, *VI Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo*, un *collage* con dominantes tonos marrones que resulta triste y poco atractivo. En el cartel de Párraga una pareja de danzantes bailan amorosamente. El cartel abunda en la repetición de formas que remiten a corazones y al propio logotipo –emblemático del Festival– bajo el sol y la luz de la luna.

Carbonell realiza el cartel de la séptima edición del Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo. Abstracto. Los danzantes convertidos en formas geométricas, simbólicas, casi en un nuevo logotipo, con colores primarios y llamativos. Se imprimieron 8.000 carteles en 1974, una cantidad nada comparable a la edición de 1968.

Y aún fue menor la cantidad editada en 1975; solo 2.000 carteles para anunciar, con la anodina foto de un grupo participante, el *VIII Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo*.

La agencia de publicidad Ekipo se encargaría de la imagen del Festival hasta 1981. Unificó la tipografía, creando unos degradados en los tipos bold que daba sensación de amanecer o atardecer sobre el mar. Un juguetero espantapájaros, salido de las manos de Chipola, con la casaca convertida en un patchwork, cosido con las banderas de los países participantes: Grecia, Finlandia, Yugoslavia, Alemania, Irlanda, Turquía y España –que los recoge a todos utilizando los colores de la bandera en el cinto que anuda la blusa–, anunció las ediciones IX y X de 1976 y 1977. La repetición casi exacta de los carteles de ambos años –solo se modificó el color del fondo del cartel y las banderas que adornaban la casaca, ahora correspondientes a: Hungría, Checoslovaquia, Holanda, Antillas, Francia, Yugoslavia y España–, se produjo al elegir el cartel de la IX edición para celebrar el décimo aniversario del certamen, ya que la idea era repetir el que, a juicio de la comisión organizadora del Festival, mejor representara los diez años del evento. El XI, XII y XIII Festival mantuvo tipografía y varió la foto central del cartel con diferentes actuaciones de grupos; en el del XII Festival ante la fachada plateresca que da acceso a la Catedral desde la Plaza de la Cruz; el cartel del XIII Festival, que representa en el escenario a un grupo de danza de Bulgaria, incluyó en 1980, por primera vez, la declaración del evento como Fiesta de Interés Turístico y la reproducción de la Placa de Bronce de la Orden al Mérito Turístico obtenida por el certamen; un cartel que, como indica el pintor José María Falgas, responsable de propaganda de la comisión organizadora, se envió a todas las embajadas de los países participantes. El XIV Festival recurriría de nuevo, en 1981, a la fotografía; dos participantes asiáticas danzando a golpe de un exótico tambor. Tiempos habrían de venir para renovar la imagen del Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo.

Para difundir el XV Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo se decide convocar concurso de carteles anunciadores. El 3 de agosto de 1982 se exponen en el patio de luces del Palacio Provincial 26 de los 30 originales que han concurrido a la convocatoria. En el jurado los delegados provinciales de Cultura y de Turismo, un representante de la Cámara de Comercio, el director-presidente de la Federación de Peñas, el director del Festival y el secretario. Se acuerda otorgar el premio de 50.000 pesetas a «*Vuelo en zig-zag*», un trabajo presentado por Ignacio García, que representa una paloma con personajes-símbolos que contienen las banderas de los países participantes.



(Fig. 163) Alfonso Albacete. XVII Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo. Murcia. 1984.

Una idea recurrente la de las banderas pues aún habremos de verla en sucesivos carteles. La prensa local trató a Ignacio García tal que a un desconocido⁽¹³⁸⁾; planteando que su nombre no suena en el mundillo artístico y dejando entrever que “¿o bien conoce perfectamente la técnica del cartel o ha sido una feliz casualidad?” Lo cierto es que fue un año excelente para el pintor; apenas unos días más tarde ya es público que ha obtenido el 2º Premio en el Certamen Nacional de Pintura Villa de Fuente Álamo; Vicente Martínez Gadea había resultado ganador de la convocatoria. Se imprimieron 4.000 carteles y el 29 de agosto se anuncia que ya está todo listo para distribuirlos por la región; un poco tarde para rentabilizar el millón de pesetas invertido en publicidad: folletos, carteles, banderines, tarjetas... pues el Festival –que tiene lugar entre el 11 y el 13 de septiembre– está a punto de comenzar.

Muñoz Barberán volverá a realizar el cartel del Festival de Folklore en 1983 para anunciar la XVI edición. Se realizó una tirada de 3.000 pliegos que reprodujeron realmente dos carteles diferentes con distintos motivos –una pareja danzando y un retrato femenino ataviado con un traje folklórico– y semejantes tonalidades y colores; esto ha sido posible aprovechando el tamaño del papel y la impresión en cuatricromía, obteniendo dos imágenes de 70x50 cm, más acordes para escaparate, en vez de una sola de 100x70 cm. Los organizadores del Festival han dispuesto nuevo marco para las actuaciones, trasladándolo a la Plaza de Belluga con la Catedral, “Lo más importante que tenemos en Murcia” según su director, Adolfo Fernández Aguilar, haciendo de decorado. Un certamen que rondaría los 14.000.000 de pesetas de presupuesto.

Trece fueron los países participantes en el XVII Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo, no todos ribereños a sus aguas. El certamen modificó levemente su denominación volviendo a sus tiempos iniciales. El país invitado fue Grecia; y el Patronato del Festival y un nutrido Comité Técnico organizó ciclos de cine griego, exposición de cerámicas del país heleno, pregón de Julio Caro Baroja, y conferencias sobre teatro, folklore y literatura griega. Se imprimieron 5.000 copias de un hermoso cartel (Fig. 163) de Alfonso Albacete. El personaje masculino, sumergido desnudo en la orilla del Mediterráneo, convoca al baile y la danza sonando su flauta, como un joven fauno invocando a la fiesta y al placer, a su derredor bailan los convocados proyectando envolventes y rotundas sombras en las aguas. Es un cartel de gran fuerza expresiva, donde hasta la tipografía, realizada ex profeso, parece remitirnos al mundo helénico. Complemento del cartel se editó una carpeta conteniendo 23 postales, con la imagen y la leyenda de cada grupo participante, que diseñaron Martínez Gadea y Severo Almansa.

Para anunciar el XVIII Festival de Folklore se recurrió de nuevo, en 1985, a un cartel pictórico, encargándosele a Ramón Gaya la pintura que habría de servir para confeccionar la cartelería. Gaya retrató a una mujer indeterminada, apoyada en un zócalo y ataviada con prendas que nos remiten a la costa levantina o al sur de Italia; en la mano izquierda una pandereta señala su vinculación con la música tradicional y el folklore; al fondo el mar. Es un elegante cartel, de trazos firmes y seguros en la composición de la figura, y un cromatismo cezariano, contrastado y audaz, para construir los volúmenes. Una edición que recogió un rendido homenaje al fundador del Festival, Manuel Fernández-Delgado Maroto, en el catálogo-programa diseñado por Pedro López Morales y Ángel Peñalver, con bella portada realizada a partir de una fotografía de José Luis Montero: una huertana, que lleva en los alfileres prendidos en el pelo las banderas de los países participantes.

Otro tipo de planteamiento menos sutil, aunque buscando un punto de vista expresivo y con cierto atrevimiento, es el cartel –un cuadro con textos sobrepuestos en Times de difícil lectura– que propone Manuel Avellaneda para difundir, de forma escasa –se imprimieron pocos carteles– y tardía, el XIX Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo que se celebró en Murcia del 8 al 15 de septiembre de 1986. Junto al mar danza una murciana, el contrapicado punto de vista deja ver un detalle del refajo rojo, las enaguas y las medias de *repizco*. En el paisaje árido, de proporciones falseadas respecto a la figura, unos almendros en la lejanía y el Mediterráneo al fondo. Avellaneda introduce en el cartel una constante que personaliza su obra, el gusto por recoger y representar en sus cuadros las tierras margas, subdesérticas, que rodean su Cieza natal.

Más gráfica resulta la propuesta de Vicente Martínez Gadea y Severo Almansa para la imagen que ha de difundir la noticia del XX Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo. Sobre un cielo azul intenso banderas que parecen ir perdiéndose en la lejanía.

(138) Es lo que parece deducirse del texto publicado en la *Hoja del Lunes* el 9 de agosto de 1982.

Ocho eran los países invitados: Francia, Polonia, Italia, Paraguay, Yugoslavia, Costa Rica, Turquía y España; pero en ese fondo azul celeste están representados más de veinte países, simuladas banderas, en señal de franca acogida a todos los posibles participantes.

Una estampa *naïf*, realizada por María del Carmen Artigas en 1988 (Fig. 164), sirvió de vehículo difusor del XXI Festival Internacional de Folklore que volvió a ser en el Mediterráneo. En una vela latina se acercan los grupos participantes a la orilla del mar, acompañados por engalanadas embarcaciones, donde son recibidos por huertanos y huertanas que portan pancartas, que hacen del cartel un reclamo turístico, con el lema «*Bienvenidos a la Costa Cálida*»; junto a la orilla molinos, balnearios y casas-torre en añiles y rojos almagras.

El director del Festival Internacional de Folklore, Luis Federico Viudes, y el Concejal de Cultura y Festejos del Ayuntamiento de Murcia encargan en 1989 la confección del cartel, y nunca mejor dicho, del XXII Festival a Chelete Monereo. Chelete realiza el cartel a partir de una red de pescadores que Luis Federico conservaba y la pintora dibujó. La idea es representar la ventana de una casa de pescadores con una cortina bordada en blanco, al fondo los azules del cielo y el mar; en la malla del bordado el logotipo del Festival rodeado por una orla de flores, en la parte superior unos danzantes y en la inferior los flecos de la cortina. Un dibujo laborioso –la artista renunció a fotografiar la red auténtica– que hizo que la pintora recurriera incluso a cuadernos de punto de cruz para dotar al cartel de realismo. Un intento, manifiesta Chelete, de realizar una obra que conecte con lo popular. Un trabajo impecable⁽¹³⁹⁾.

Las cintas multicolores que sujetan, dentro de un octógono, cuatro manos, se mezclan y entrelazan en el cartel que Julio García Abril diseña para difundir el XXIII Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo. Brasil, Bulgaria, Checoslovaquia, Grecia, Rumanía, Senegal, Polonia y la Unión Soviética estuvieron presentes en el certamen que contó con un escaso presupuesto de 14.000.000 de pesetas. Se editaron pay-pay, carteles, pegatinas y programas. A las quejas, que exponen que no se han visto pegados, ni distribuidos por los comercios los carteles del Festival, contesta Manuela Rabadán –Jefa de Prensa de la Oficina del Festival– en las páginas de *La Verdad* el 9 de octubre: “*Señoras, tal vez deban visitar al oftalmólogo ya que deben tener algún problema en la vista, porque los carteles anunciadores del Festival estaban en la calle desde la última semana de agosto en todo tipo de lugares...*”

El cartel 24 Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo lo diseña Pedro Manzano. Una joven de evidentes connotaciones mediterráneas ofrece una flor, a la que sopla divulgando a los cuatro vientos sus pétalos. Albania, Italia, Turquía son algunos de los países participantes en el certamen de 1991, de ahí que los rasgos de la mujer, su tocado, su pelo, se haya recogido de una referencia evidente: las pinturas murales cretenses. Homenaje al mundo y la cultura del Egeo, al Mediterráneo más al oriente. La edición contó con un programa de mano, diseñado por Contraplano que incluía el regalo de una pieza de cerámica conmemorativa del certamen.

Para celebrar en 1992 el 25 Aniversario del Festival se compuso un cartel tipográfico sobre un fondo que recogía el logotipo del certamen. Entre los textos imágenes y escenas representativas de las diferentes ediciones: Encendido de la antorcha de la amistad, izado de banderas de los países participantes, actuaciones de grupos folklóricos representando distintos países y continentes. Pedro Manzano recurrió al archivo fotográfico del Festival de Folklore para seleccionar las ocho escenas que se incluyen en el cartel. Por indicación del diseñador se localizaron ese año los carteles anteriores y se editó una carpeta conmemorativa, conteniendo la reproducción en tamaño tarjeta postal de cada uno de los veinticinco carteles; en el reverso el número correspondiente a cada edición, el año, y los países y grupos participantes.

En paralelo al Festival de Folklore, aunque muy vinculado a este, se celebraba en septiembre, en Murcia, un Ciclo de Música de Raíz. El 2º Ciclo tuvo lugar entre el 3 y el 5 de septiembre con Noche Ibérica, Noche Iberoamericana y Noche Celta. Para publicitarlo se editó un cartel en tres tintas planas, rojo, amarillo y negro, que realizó Pedro Manzano a partir de una estampa popular brasileña en la que el Diablo, montado a caballo, rapta a una doncella.

Para el cartel XXVI Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo recurrieron Manolo Barnuevo y Pedro Manzano, en 1993, a la técnica del *collage*⁽¹⁴⁰⁾. A una suntuosa y expresionista textura abstracta en rojos y azules se superpusieron tres elementos:



(Fig. 164) Mari Carmen Artigas. XXI Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo. Murcia. 1988.

(139) Un cartel que conecta con el tipo de obra que otras artistas están haciendo en ese momento y que propone reivindicar el trabajo de la mujer, el ámbito privado en el que se desenvuelve. Una conexión con los nuevos planteamientos y dialécticas que irrumpirán con fuerza en el mundo del arte en las últimas décadas del siglo XX; especialmente desde que en la 46ª Bienal de Venecia de 1995 el comisario de la muestra, Jean Clair, profundice en conceptos tales como *alteridad* o *la identidad y su otro*. Cuadernos de punto, patrones, cosido y bordado; elementos que ayudan a materializar el cometido artístico de la mujer, la ruptura de su condición de sometimiento silencioso, desconocido, anónimo y repetitivo. Un asunto al que volverá Chelete Monereo en sus carteles. Un asunto presente en la obra de Louise Bourgeois, Janine Antoni, Zoe Leonard, Judy Chicago o Elena del Rivero. Y que veremos reflejado en el cartel *Día Internacional de las Mujeres* “8 de marzo 2003”, diseñado partiendo de una ilustración de Nuria Noguera Nicolás, en la que dos manos, de hombre y mujer, tejen conjuntamente el globo terráqueo al amparo del lema «*Compartir es avanzar*».

(140) Manolo Barnuevo había realizado con Javier Mañas, un año antes, en 1992, el cartel anunciador de la Feria del Libro celebrada en Murcia entre el 27 de marzo y el 5 de abril; cartel de fuerte expresionismo abstracto que remite al libro en los atrevidos trazos y el *collage* que añade una hoja impresa a la pintura. Con bastante anterioridad, en 1987, e idéntica estética pictórica, ilustra la imagen gráfica del Mercado Tradicional de “*Todos los Santos*” de Murcia.



(Fig. 165) Antonio Ballester. XXXV Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo. Murcia. 2002.

un arco pintado que quería recordar la arquitectura árabe, una foto de detalle de las columnas corintias de la fachada de la Catedral de Murcia y otra foto con un macizo de rosas rojas. Un *collage* cuyo objetivo es hacer referencia a los vínculos existentes entre las dos orillas del Mediterráneo.

El cartel 27 Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo, que anuncia el certamen en 1994, lo realizó la agencia de publicidad Creativos del Mediterráneo; el perfil de una guitarra se levanta en el horizonte, sobre el mar, y un sol anaranjado marca el amanecer; pareciera más que un cartel de música tradicional y popular un anuncio de la Costa Cálida. Cartel alejado de esa idea motriz del Festival de Folklore como punto de hermandad y encuentro multicultural.

Muher⁽¹⁴¹⁾ realizó el cartel del XXVIII Festival. Dos coloristas figuras, en rojos y amarillos, parecen entrelazarse y bailar una danza ante el elemento mediterráneo que indican las dos palmeras del fondo. Una pintura vibrante, entre la abstracción de las manchas y la figuración que indican los trazos. Cartel que no parece desviarse un ápice del texto que ya había escrito José Ramón Dánvila, en 1988, en el catálogo que recoge la obra realizada por Muher en la República Dominicana: *“Forma y color... en Muher son la misma cosa, se dan la mano con tal fuerza que se produce entre ambos un equilibrio capaz de confundir sus respectivas capacidades, por supuesto intencionadas, en las que entra en juego la vibración, como resultado de ambas. ...Un asunto en el que se alternan los contrastes y las sutilezas”*. Un Festival que contaría en 1995 con un presupuesto de 12.000.000 de pesetas.

Méjico fue uno de los países invitados en 1996 al XXIX Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo declarado de Interés Turístico Regional. El cartel de Manuel Martínez otorgó el peso del *afiche* a la exagerada dimensión de la palabra folklore –en tipografía sin serifa de caja alta–, y recurrió a una acuarela representando una danza mejicana, casi una ilustración de cómic, para referenciar sin equívocos el evento. Parecida imagen, probablemente el boceto original del cartel, con el añadido de un ardiente sol mediterráneo sirvió como viñeta de la caja de postales que recogió los carteles de los últimos cuatro años del Festival antes citados. El cartel lo imprimió la Imprenta Regional, que, como veremos, asumiría a finales de los noventa la impresión de buen número de folletos y carteles, referidos a manifestaciones festivas, eventos, y Semana Santa que celebran pueblos y ciudades de la región y subvencionan distintas consejerías, especialmente la de Industria, Trabajo y Turismo.

Tres veleros en el Mar Menor anunciaron el XXX Festival. Es un cartel realizado por Luis Federico Viudes que había sido director del certamen algunos años antes. El cartel, impreso en la Imprenta Regional, muestra la foto de las velas latinas intervenidas por un programa de ordenador para otorgarle a la fotografía ese aire irreal de pintura.

Si exceptuamos el cartel de la XXXI edición, que realiza Pedro López Morales en 1998 –en mayo realizará un cartel de tema etnográfico: *Indumentaria tradicional en Murcia (Siglos XVIII y XIX)*, para la exposición que se celebra en los Molinos del Río, planteado como una secuencia que se compone sumando unos carteles a otros, de evidente relación conceptual con el cartel del Festival–, basado en una composición fotográfica, un montaje con retazos de telas y bordados populares, arena y conchas marinas, cartones de colores y confeti para indicar un ambiente de fiesta; y el de Vicente Martínez Gadea para el XXXVIII Festival de 2005, un colorista juego tipográfico de transparencias, entre ondulantes líneas, que remiten a olas marinas, obtenido desde el conocimiento más profundo de la artes gráficas; los carteles realizados entre 1999 y 2012 para el certamen de folklore se encargaron directamente a pintores murcianos y se pueden considerar carteles-cuadro, de escasa intencionalidad gráfica y alejados del concepto de diseño, pues raramente los textos fueron concebidos a la par que la imagen en la que se inscriben.

En 1999 Ignacio García recurrió, para anunciar la XXXII edición, al mar, y emergiendo sobre él dibujo coloridas estructuras arquitectónicas que remiten a reconocibles edificios y elementos urbanos de Murcia: Los Peligros, el Puente Viejo, la fachada de la Catedral y su torre.

El cartel, que el pintor ceheginero Nicolás de Maya realiza para anunciar la 33 edición del Festival Internacional de Folklore, delega la fuerza simbólica del *afiche* en la figura roja que actúa y baila ante la fachada del Romea, representando la música y el baile,

(141) Francisca Muñoz y Manuel Herrera, decoradora y arquitecto, han desarrollado como equipo una interesante labor pictórica desde los primeros años de la década de los ochenta; siempre en la búsqueda de la adecuación entre el expresivo color y la forma, una libérrima interpretación del paisaje y la luz mediterránea. Han expuesto en distintas ciudades españolas, europeas, americanas y asiáticas. Y han incursionado en el cartel, sobre todo con fines divulgatorios y turísticos, realizando imágenes de festejos populares, o representando elementos y arquitecturas propias de la localidad en postales y cartelería. Carteles para anunciar la Capitalidad Europea de la Cultura de Madrid en 1991; para Caravaca, con el bañadero barroco de la Plaza del Templete; carteles representativos de Mazarrón, realizados para la Expo'92, y presentados por el Ayuntamiento de la localidad al concurso de carteles turísticos de FITUR'93; carteles para Murcia, con la fachada de la Catedral en 1995; para Totana y Alcantarilla; son algunos ejemplos de esta labor realizada por Muher. Pinturas de Muher, recogiendo rincones de Caravaca de la Cruz fueron utilizadas por Colectivo 3, en el 2000, para la publicidad de la localidad como *Ciudad Santa*.

la cálida acogida murciana a los participantes. Por segundo año consecutivo la plaza es escenario de las actuaciones y el Romea, un teatro que está en ese momento siendo objeto de remodelación y acondicionamiento, actúa como telón de fondo.

Pedro Serna aisló la figura de un huertano bailando una jota para difundir el XXXIV Festival de Folklore en el Mediterráneo en 2001; y en 2002 recurriría Antonio Ballester a parecido motivo de un baile (Fig. 165) para dar noticia del certamen folklórico, aunque aquí quien baila en la playa, frente al Mediterráneo, es una estrella; una vuelta a esos carteles plenos de fina ironía a los que tan acostumbrados nos tiene Antonio Ballester.

La torre de la Catedral en el centro de un vergel, un frondoso huerto mediterráneo en el que brotan las fuentes y bailan los grupos participantes en 2003, fue imagen del XXXVI Festival Internacional de Folklore (Fig. 166). Francisco Serna ha retornado a su Arcadia feliz, un paisaje candoroso –en el que ha incluido los árboles que configuran la imagen del Festival de las Tres Culturas–, entre surrealista y *naïf*, un poco a lo *aduanero*, temas que el pintor comenzó a abordar a finales de los ochenta. Un cartel en el que dos pastores –¿acaso los salvajes esculpidos en algunas fachadas de la Murcia barroca?– levantan una pancarta con la denominación del evento y sus fechas de realización. Un cartel en el que están presentes temas que siempre interesaron a Serna: *“El primer tema que atrajo mi atención en Madrid dónde fui a estudiar Bellas Artes, después del Servicio Militar en Palma de Mallorca, fue la humilde humanidad que me encontraba por la calle. Cubrí álbunes y cuadernos con las figuras de músicos ambulantes, ciegos loteros, músicos casi siempre solitarios, vendedores de periódicos, guardias grises, castañeras...”*.

De nuevo la torre centra el cartel anunciador del certamen en 2004 –ahora realizado por Esteban Linares con expresivos trazos pictóricos–. Seis figuras, que representan distintos grupos étnicos y folklóricos, en animado encuentro, nos presentan el Festival.

Y de nuevo cintas y lazos multicolores, telas y bordados, en el cuadro que compone Manuel Martínez Torres para anunciar en 2006 la XXXIX edición del Festival. Trajes típicos de los países participantes que el pintor tomó de fotografías solicitadas a las distintas embajadas.

Para anunciar el XL encuentro folklórico en la ciudad de Murcia, Miwako simuló la danza con once cuadrados superpuestos en distintos colores y posiciones, las ondulantes líneas de una trama y expresivos trazos negros; una pieza abstracta, contenida, de un ascetismo casi Zen, un tanto alejada de ese trazo rápido y certero con el que la artista construye sus luminosos volúmenes. Nada que ver con la propuesta de Manolo Bar-nuevo para el certamen de 2008, que bebe de las fuentes del expresionismo abstracto; impactantes rojos, azules, verdes y amarillos, texturas significadas con dos figuras apenas entrevistas... constante, ya señalada, en su obra.

Los carteles que anuncian en 2009 y 2010 la cuarenta y dos y cuarenta y tres ediciones del Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo fueron realizados por Rubén Zambudio y Paco Bernal respectivamente. Tienen en común su base dibujística, más próxima al mundo del cómic el de Zambudio; más minuciosa, hiperrealista, más vinculada a la nueva figuración el de Paco Bernal. En el primero un grupo de músicos y danzantes, desnudos, se solazan en una terraza cerrada con columnas ante el mar; en el segundo una huertana ofrece al espectador instrumentos de la música de raíz y, en un guiño muy murciano, un folleto de la Parranda que reproduce la portada *decó* de su edición más popularmente conocida.

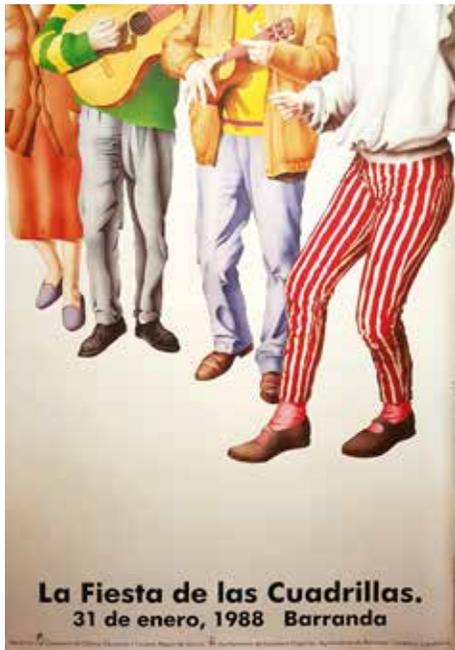
Antonio Martínez Mengual realizó el cartel de la XLIV edición. Intensos amarillos, rojos anaranjados y azules en extensas manchas, para transmitirnos un cálido ambiente mediterráneo, que el pintor prefiere de la parte oriental, griega, de nuestro mar; caracolas, que sugieren la música del mar y un pequeño velero apenas insinuado con rápidos trazos. Excelente resumen del buen hacer de Martínez Mengual y de su amplia trayectoria como diseñador de carteles.

La XLV edición del 2012 se difundió con un cartel de Esteban Bernal. Un fantasmagórico bailarín que ejecuta un salto entre columnas clásicas, envueltas en una irreal atmósfera azul.

Para anunciar el Festival se recurriría en 2013, 2014 y 2015 a sendas fotografías. Las de Juanchi López sirvieron de base para la cartelería del XLVI y XLVIII certamen. La foto del rostro, tomada a una participante de un grupo portugués en plena actuación fue, una vez tratada por ordenador y posterizada, el motivo principal del cartel de la 46ª



(Fig. 166) Francisco Serna. XXXVI Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo. Murcia. 2003.



(Fig. 167) Pablo Portillo. *La Fiesta de las Cuadrillas*. Barranda. 1988.

edición que terminó diseñando María José Navarro; y once imágenes de distintos personajes ataviados con trajes folklóricos, encerrados en círculos distribuidos por la superficie del cartel, fue la composición anunciadora de la 48ª edición de 2015. Una composición fotográfica de Juan Vicente Gil, con participantes en el Festival de otras ediciones, en plena actuación, ante fuegos artificiales, fue la imagen con la que compuso cartel José Luis Montero para el XLVII Festival.

Dos bailarines, recortados en papel blanco con pentagramas musicales grabados a fuego, que parecen ataviados con el traje típico huertano, bailan la *jota*, sujetos a cintas multicolores –un recurso habitual en la imagen del Festival de folklore murciano para referenciar los trajes usados en las danzas populares y la unión de los pueblos que participan en el certamen–, sobre una enramada con naranja y limón. Un bodegón vegetal –actuando como base de un *collage*– que parece retrotraernos a los temas expuestos por Nicolás de Maya en la Asociación de la Prensa murciana en 1999; bodegones en los que el pintor atrapa y envasa realidades cotidianas –el excelente cartel diseñado por López Morales para la exposición refleja bien los temas expuestos–. Como el propio Nicolás de Maya señala: “*el severo realismo puesto en conserva, buscando la conexión de objetos que son banales y a la vez trascendentes*”⁽¹⁴²⁾. Una apreciación que bien podría haber valido para definir años después, en 2016, su propio cartel anunciador del XLIX Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo.

El 50 Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo imprimió en julio de 2017 un cartel que recogía la idea del baile en su sentido más primitivo, un grupo de mujeres bailan junto al fuego. Manuel Páez llevó a imprimir a Novograf una pintura que representa la idea de aquelarre, de reunión y danza en las noches mediterráneas de julio alrededor de la hoguera.

Una pintura de Eva Mauricio, con pandereta sonando sobre el Mediterráneo, compuso el cartel de la 51 Edición en 2018. En 2019 sería Manuel Vacas el autor de un cartel que recoge el movimiento de las manos sobre el perfil de la ciudad de Murcia. Tras la pandemia, en 2022, una foto de un Juanchi López de bailarina sudamericana, agitando sus vestidos en pleno baile, anunció el evento, y una foto de Joaquín Zamora en 2023.

Otras localidades regionales celebraron y celebran festivales de folklore y músicas populares. Puerto Lumbreras, Barranda, Totana, Jumilla, Molina de Segura, Abarán, Mula, San Javier, Los Alcázares, Moratalla, Cieza, Ceutí, Cehegín, Lorca, Santomera... serán poblaciones donde estos eventos folklóricos y musicales se anuncien con carteles.

Puerto Lumbreras celebra desde 1978 Festival Nacional de Folklore difundido con cartelería. El cartel anunciador –que citamos como ejemplo– de la XXII edición de 2009, que tiene lugar en agosto, reproduce los mantones que un grupo folklórico, en plena actuación, lleva a la espalda.

Barranda organizó en 1979 su primer Encuentro de Cuadrillas, festival de música popular y de raíz; uno de los más antiguos de su género en España, que parece fue avivado por el cura párroco, el maestro y unos mozalbetes para recuperar el espíritu de la Cuadrilla de Aguilanderos. Un Encuentro anunciado con carteles; Portillo lo diseñó en 1988 para la X edición (Fig. 167). Veamos algunos de los últimos años: En 2000 el cartel, que representa instrumentos musicales cruzados con manchas de color, como si de un cuadro de Leger se tratara, lo realiza Rafael Ángel Guerrero, profesor del Instituto de Secundaria San Juan de la Cruz. Un cartel que nada tiene que ver con la apresurada pintura, pretendidamente expresionista, de Orencio Caparrós representando baile, guitarra y pandereta, que divulgaría la Fiesta de las Cuadrillas en 2002. El miembro de una cuadrilla serviría de motivo anunciador de la Fiesta en 2006. La 29 edición de 2007 se difundió con la solarizada imagen, casi rozando una composición surreal, de los trastes de ajuste de un instrumento de cuerda. Sinuosos trazos abstractos anunciaron la Fiesta en 2008. En 2010 un personaje convertido en símbolo, casi un emoticono, aparecía en la gráfica que anunciaba los 32 años del festival tocando distintos instrumentos musicales. Con los textos anunciadores se compuso una guitarra en 2011; y otra guitarra, ahora envuelta en cintas, en clara referencia a las cintas de diferentes colores que usan los músicos de raíz en sus instrumentos, anunció el encuentro de cuadrillas en 2012. De nuevo otra guitarra, de textura expresionista, fue cartel anunciador del 35 encuentro, en 2013, realizado por la artista de la localidad Marina Campoy, que volvió a realizar el cartel del año siguiente. Alfredo –el reconocido ilustrador asturiano– lo diseñaría en 2015: con fina ironía, la cara

(142) Declaraciones del pintor ceheginero que publica *La Opinión de Murcia* el 30 de abril de 1999.

del animero en el hueco de la caja de la bandurria, para celebrar los 37 años del Encuentro. Javier Lorente retrató, en difícil escorzo contrapicado, una cuadrilla en su cartel de 2016 (Fig. 168). Una media guitarra en tonos terrosos fue motivo del cartel realizado por Miguel Ángel Romo Soria, para anunciar la Fiesta de las Cuadrillas en 2017. Y en 2018 un atrevido cartel ocupado por el número 40 en tipografía de palo sobre color blanco; en el interior de la numeración el baile y la fiesta –aunque el recurso de insertar imágenes en números y tipografías bold esté muy manido– de las personas anónimas que cada año acuden al evento, homenajeó la larga trayectoria del certamen. En 2019 anunciaría la Fiesta de las Cuadrillas una descompuesta, y roja, guitarra cubista; cartel realizado de nuevo por Miguel Ángel Romo. Certamen que en 2020 volvería al recurso gráfico de la guitarra, ahora trasmutada en florida rama de almendro; una propuesta de Leticia Ruifernández. En 2023 la fiesta volvería a anunciarla un cartel de Miguel Ángel Romo.

En 1981 Totana organizaba su Primer Certamen Regional de Habaneras. El Primer Premio del concurso de cartel anunciador del Certamen de Habaneras de Totana, dotado con 50.000 pesetas, lo obtuvo, en 1982, Pedro Cánovas Burgos. El sexto Certamen de Habaneras y Canto Coral rebajó a 25.000 pesetas la dotación del premio. En el año 2000, una pintura de Cortes Abellán, representando calabazas totaneras, anunció del XX Certamen de Habaneras. Una vista de Totana sirvió de anunciador en 2006 de la vigésimo sexta edición. Y en 2009 el detalle de una reja del pueblo, una pintura de David Durán, ganador del concurso de pintura al aire libre de la localidad, anunció el XXIX Certamen.

Jumilla celebraría en 1982 su primer Festival de Folklore. A lo largo de los años ochenta Jumilla convocaba concurso de carteles anunciadores del Festival Nacional de Folklore “Ciudad de Jumilla”, con una dotación que osciló en torno a las 50.000 pesetas; concurso que ganó en 1988 el cartagenero Agustín Sáez Alcaraz y en 1989 el artista local Pascual Jiménez Soler. Una ilustración de Salazar, de un grupo folklórico, imagen del cartel XXV Festival Nacional de Folklore Molina 2007.

La zarzuela, un género musical muy apreciado por las clases populares –Abarán contó, desde 1985, con Certamen Nacional de Zarzuela “Villa de Abarán”; el XVIII Certamen se anunció en 2002 con un cartel pictórico de Úrsula Company–, contaría también con encuentros y certámenes anunciados con carteles. Valgan de ejemplos estas reseñas: En junio de 1989 la compañía lírica jumillana Julián Santos convoca concurso de carteles anunciadores sobre *Farruca, estampa gitana en dos actos*, obra que piensa representarse el 15 de agosto en el jardín de la Glorieta; la obra, original de Antonio Paso y Camilo Valenzuela, cuenta con música del maestro Julián Santos y es su nieto, Eugenio Santos, quien alienta el concurso a nivel nacional; la CAM aportó 20.000 pesetas, 10.000 el empresario García Carrión y 5.000 la compañía jumillana. Un año después la compañía Julián Santos vuelve a convocar concurso de carteles para anunciar la zarzuela *La moza de la dehesilla*, con texto de Rafael Soria y música de Julián Santos Carrión, que piensa representarse en las Fiestas de la Vendimia de agosto; el premio de 50.000 pesetas lo obtuvo Pascual Jiménez Soler.

Mula celebraba Jornadas Nacionales de Exhaltación del Tambor y el Bombo; en el año 2002 iban ya por la XVII edición, anunciadas con carteles.

El XX Encuentro Nacional de Folklore, que celebra San Javier a primeros de septiembre de 2008, se anuncia con un cartel de Juan Amorós, manchas abstractas de formas curvas y redondeadas que quieren remitir a una pareja de danzantes, y que recuerda vivamente aquel cartel de Carbonell que anunció el Festival de Folklore del Mediterráneo en 1974. El XXX Festival, ya en 2018, se anuncia con un *collage* que compone colorido broche de flores. Pero en los anunciadores de estos eventos que aúnan música y folklore en las orillas del Mar Menor, tradición en suma, casi siempre se recurriría a carteles pictóricos de género costumbrista, como ocurre en el anunciador del XXVIII Encuentro de Folklore de San Javier, con dos muchachas ataviadas de huertanas, paseando junto al Mar Menor; y el que difunde la XXX Semana Internacional de la Huerta y el Mar de Los Alcázares en 2001, huertanos y lebrillos junto a una barca, ambos realizados por Saura Mira; en 2002, otra pintura costumbrista, con huertanos, barraca, horno y velas latinas, de Coll Sotomayor, pintor nacido en Murcia en 1940, afincado en Mallorca, anunció la Semana –aunque el carácter un tanto especial de la Semana de la Huerta y el Mar, que la vincula firmemente a las festividades patronales de la localidad hace que este evento y sus anunciadores sean tratados a lo largo del texto en otros apartados–.



(Fig. 168) Javier Lorente. *La Fiesta de las Cuadrillas*. Barranda. 2016.

Se editan, en el 2000, carteles para anunciar el X Encuentro de Animeros que tiene lugar en Moratalla en septiembre. Cartelería anunciadora del XVI Encuentro de Cuadrillas de Animeros en el noroeste murciano que celebra el Calar de la Santa en Moratalla en 2006.

En los años noventa dejó de recurrirse a concursos de carteles anunciadores de forma bastante generalizada, así que el cartel del Festival de Folklore del Segura se le encargó de forma directa al pintor ciezano Toledo Puche en 1996. Algunos de estos carteles de eventos folklóricos recurrirían a una base fotográfica, como el realizado por Antonio Jesús Alcaraz para difundir en 2001, en Cieza, la XIII edición del Festival de Folklore del Segura. Carteles, representando una mujer ataviada de huertana con castañuelas en primer termino, para anunciar el XVII Festival Internacional de Folklore en el Segura que celebra Cieza del 19 al 21 de agosto de 2005.

El ciezano, José Lucas, será el autor del colorido cartel, representando un tambor, *VI Festival Nacional de Bandas de Tambores y Cornetas*, un evento que celebra Abarán en febrero de 2002. En 2003 una pintura de Vicente Ruiz, de corte expresionista representando un tamborilero⁽¹⁴³⁾, fue motivo anunciador del Festival abanero. En 2004 el detalle de un gaitero sonando la gaita, de Paco Cánovas, anunció el Festival. Y en 2007 una expresiva pintura interpretó en tonos ocres los instrumentos propios del certamen.

Ya recién comenzado el siglo XXI se sumarían nuevos certámenes y festivales a los reseñados, con la música de raíz popular y el folklore como referente: En 2003 Se editan carteles para anunciar la IV Muestra Nacional de Canción de Autor Cantigas de Mayo de Ceutí; carteles que venían siendo habitualmente realizados con ilustraciones sensuales, un punto onírico y *naïf*, que firma Leandro Lamas; ilustrador que mantendrá a lo largo de los años reconocida propuesta visual del Encuentro, un estilo que hizo extensible al cartel anunciador de la Noche del Fuego que celebró la localidad el 23 de junio de 2015. Cehegín convoca Certamen de Cornetas y Tambores, que anda en 2003 por la IV edición anunciada con un cartel que recoge la imagen fotográfica de ¡una corneta y un tambor! En noviembre de 2005 se editan carteles anunciadores del II Certamen de Folklore Tradicional Campo de Lorca; y en septiembre de 2013 la Ciudad del Guadalentín acogió el XXIV Festival Internacional de Folklore anunciado por un cartel que recurrió al fotomontaje como motivo gráfico. María José Honguero realiza el cartel, una pintura que recoge una vista de la localidad, del II Encuentro de Charangas celebrado en Abarán el 21 de septiembre de 2008. Con carteles se anuncia el I Encuentro Internacional de Juglares del 26 al 30 de agosto de 2008 en San Javier. El primer Encuentro de Cuadrillas y Campanas de Auroros Ciudad de Santomera se celebra en diciembre de 2009, anunciado con un cartel reproduciendo una composición nada original de guitarra, campana de auroro y pandereta.

Un somero repaso a una cartelería que, salvo en honrosas y contadas ocasiones, poco aportó al género en la Región de Murcia.

Punto y aparte merecen los encuentros y certámenes de tunas que incluiremos aquí como apéndice de músicas de arraigada tradición popular.

En abril de 1981 la Dirección General de Juventud subvenciona el Certamen de Tunas Universitarias, a celebrar en Murcia entre el 24 y el 26 de ese mes, anunciado con 5.000 carteles en blanco y negro y 2.000 en color para regalar a los tunos participantes, que ha realizado Muñoz Barberán. Desde esa fecha los certámenes y encuentros de tunas tuvieron lugar en fechas primaverales, pues el Festival, primero Nacional de Tunas Costa Cálida y luego Internacional, se vinculó a los festejos de primavera. Certámenes, vinculados a los festejos tradicionales de Murcia, siempre anunciados con carteles.

El IV Certamen Nacional de Tunas por Comunidades Autónomas "Costa Cálida", celebrado en Murcia en 1991, fue anunciado por un cartel de Paco Salinas; un grupo de tunos *pixelados* y desdibujados, sometidos a la ampliación exagerada de la fotocopiadora. En 1993 fue Paco Cánovas el encargado de diseñar el cartel anunciador, un colorido detalle de las cintas sobre el negro de la capa; cartel que volvería el pintor a realizar el año siguiente para difundir en 1994 –se imprimieron 2.000 carteles y 10.000 postales– el VII encuentro de tunas, aquí recurriendo a la figura del pandereta. Más anodino y alejado de los carteles de Cánovas, el cartel de 1995; una capa con cintas bajo el sol que bien justifica el texto "Costa Cálida" en el lateral del *afiche*. Para el IX Certamen Internacional

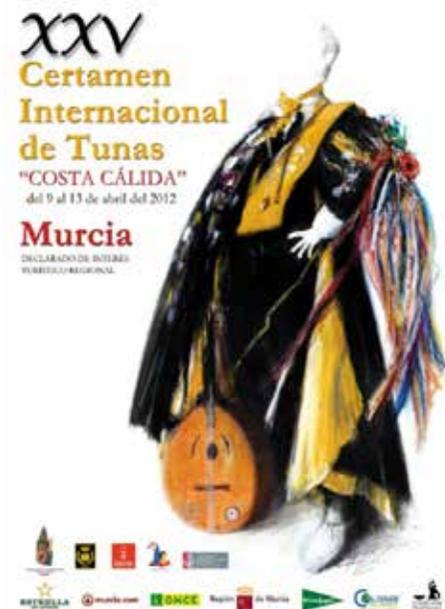
(143) Un cartel en evidente conexión con su serie del *Caminante* realizada a finales de los años noventa, y con otros carteles anteriores: *Pintura Rupestre Lorquina*, impreso en 1993 como homenaje al abrigo del Mojao, y *Cámara de Comercio e Industria de Lorca* realizado en 1999 para celebrar el primer centenario de la institución.

de Tunas “Costa Cálida’96” Párraga volvería a la figura del pandereta, ahora encajado en salto imposible en la superficie del pliego. De nuevo sería Paco Cánovas el autor del cartel anunciador *XI Certamen Internacional de Tunas “Costa Cálida”* en 1998; bajo la capa, adornada con multicolores cintas, una guitarra. Un año después, en 1999, el pintor de Blanca Luis Fernández⁽¹⁴⁴⁾ hace el cartel del XII Certamen. El cartel del XIII Certamen Internacional de Tunas “Costa Cálida”, en 2000, es obra de Muñoz Barberán; una ilustración pictórica que recoge los movimientos de un tuno que agita su pandereta. Otro pintor, Molina Sánchez, realizó en 2001 el cartel de la XIV edición del Certamen, declarado de interés turístico regional en 1997, un tuno sujetando un instrumento musical, al que Pedro Manzano añadió la tipografía. Una línea pictórica en la cartelería del Festival que continuará Falgas en 2002, pintando tres tunos en una noche estrellada como base del cartel anunciador. Martínez Mengual trazó una expresionista pandereta en el *afiche* del XVI Certamen de 2003. Muy diferente del detalle del tuno que toca la bandurria en el mercado de hierro de la pérgola de San Basilio –sede del Certamen– en el cartel de 2004 realizado por Jesús Díaz. En 2006 el XIX Certamen “Costa Cálida” se anunció con pandereta y utensilios culinarios de madera. Un tuno ante el Puente Viejo y el perfil de la ciudad, pintado por Antonio Sánchez, anunció en 2007 la XX edición del encuentro. Y parecido motivo fue utilizado por Jesús Silvente en 2008. Un grupo de tunos, en una estrellada y lunar noche murciana, bajo la torre de la Catedral, flanqueados con palmeras –una ingenua y *naïf* pintura de Carmen Artigas– anunció el Certamen en 2009. Claveles y cintas en el cartel de Molina Gallardo en 2010. En 2011 sería una pintura de Carlos Pardo el motivo del cartel: detalle de guitarra, cintas y beca amarilla.

En los carteles del Certamen de Tunas “Costa Cálida” han intervenido pintores de la talla de Molina Sánchez o Barberán, entre otros, aunque quizá ha sido Paco Cánovas el que ha aportado la imagen más comprometida y atractiva del Festival. En 2012 una magnífica ilustración, representando un tuno sin rostro, de Cánovas anunciaría la XXV edición (Fig. 169). Nada que ver con el cartel, un grabado antiguo del siglo XIX de Daniel Vierge que anunció el XXVI Festival de 2013. Un dibujo de Raúl sirvió para anunciar en 2015 el XXVIII Certamen; capa, cintas, insignias y escudos sujetan la bandurria, en la parte superior del pliego dos panderetas contienen dibujado el mercado de San Basilio, lugar habitual de las actuaciones. Un rostro de mujer, claveles y grupo de tunos cantando el tópic: *mocita dame un clavel*; pintado por Castillo fue el motivo del cartel de la XXIX edición en 2016. En 2017 una pintura de Espinosa sería cartel de la XXX edición. Y en 2018 otra vez la pandereta, impresa en la piel rincones donde tiene lugar el certamen murciano, será la imagen del encuentro. En 2019 el cartel recoge una escena, con grupo de tunos en un parque, de aire antiguo y trasnochado.

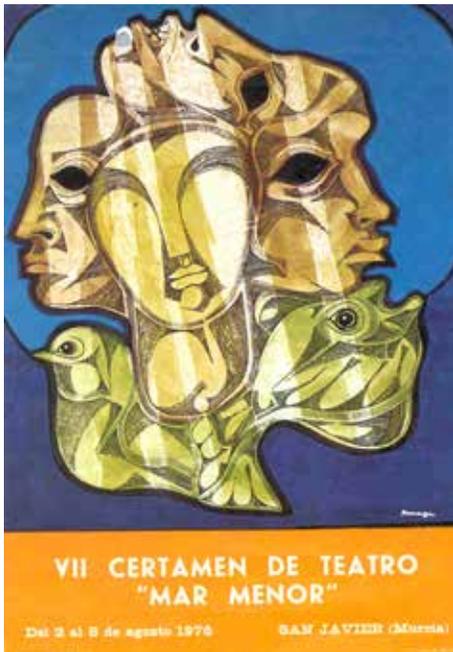
Una cartelería, como vemos, de desiguales resultados y que no siempre fue capaz de crear carteles atrevidos, originales y singulares para llamar al evento.

Desde 1997, en que la Comisión de Festejos del Carmen contrató a la Tuna Universitaria del Distrito de Murcia para amenizar las veladas de baile de las noches de fiesta, celebra el Barrio del Carmen, en Murcia, Festival de Tunas. Festival anunciado con cartelería encargada a pintores murcianos, cuyos diseños e imágenes representativas de los tunos o sus instrumentos musicales, han tenido a la iglesia del Carmen o calles del barrio –tunos rondando en los callejones carmelitanos, pintados por Zacarías Cerezo, anunciaron el Festival en el 2000– como motivo identificativo. Muñoz Barberán, con la pintura de un tuno en primer plano realizó el cartel del V Certamen en 2001. Una silla, pintada por Mercader, con instrumentos musicales y una banda, colgada del respaldo, del Distrito Universitario de Murcia, sirvió para anunciar en 2002 el VI encuentro. La imagen de un tuno ante la estatua del Conde de Floridablanca, en el jardín del mismo nombre, pintado por Díaz Bautista, divulgó el VII Festival en 2003. Un tuno tocando la pandereta, pintado por Molina Sánchez, fue cartel anunciador en 2004. Falgas recurrió a un grupo de tunos actuando ante la iglesia del Carmen para anunciar el IX Certamen en 2005. Una pintura, de sabor añejo, de Saura Mira anunció el X Festival Internacional de Tunas del Barrio del Carmen en 2006. Espinosa pintó un nocturno, con el perfil de la iglesia del barrio para el XI Festival en 2007, que quiere recordar el *Cielo estrellado* de Van Gogh (con parecida estética realizó el cartel septembrino de las Fiestas de Abaran 2007). De nuevo sería Molina Sánchez el autor del cartel en 2008. Para anunciar el XIII Certamen, en 2009, Muher pintó la actuación de un colorido grupo de tunos. Sutil vaso



(Fig. 169) Francisco Cánovas. XXV Certamen Internacional de Tunas. Murcia. 2012.

(144) Nacido en 1974. Pintor de volúmenes rotundos y etéreos; que en 1999 quedará finalista en el 23º Concurso de Acuarela que convoca Caja Madrid, exponiendo entre 1999 y 2002 en las salas Pedro Flores, Detrás del Rollo o los Molinos del Río entre otras.



(Fig. 170) José María Párraga. VII Certamen de Teatro Mar Menor. San Javier. 1976.

con clavel y pandereta, de Nono García, difundió el XIV encuentro de 2010. Para el XV Festival Pina Nortres recurriría como ilustración a un tuno que baila y toca la pandereta ante un paisaje huertano, iglesia del Carmen al fondo recortada en el horizonte. Falgas repitió como pintor del cartel del Certamen en 2012; la imagen: una pandereta con el dibujo de la iglesia del Carmen. Para difundir el XVII Certamen, en 2013, la pandereta es ahora el dibujo del cartel, realizado por Miguel Vivo, representando la fachada del Cuartel de Artillería, sede del encuentro. Tunos y público, pintados por el carmelitano Domingo Morales, colocando cintas y sombrero en los cuernos de la luna, al fondo la portada de la iglesia del Carmen, fue el cartel anunciador en 2014 del XVIII Certamen. Otro bodegón, realizado por Salvador Reales en 2015, para publicitar el XIX encuentro, con mesa que soporta clavel y pandereta, guitarra y, al fondo, tras el dintel del Cuartel de Artillería, la fachada de la iglesia carmelitana. Nicolás de Maya pintó en 2016, para el XX Certamen, una pandereta cruzada por cintas multicolores... Cintas que actuaron de fondo para las ilustraciones del cartel de 2018 pintado por Álvaro Peña. Y un año antes, en 2017, una fotografía de Joaquín Zamora sirvió de base para diseñar el cartel, que recurrió a esta técnica por primera vez. Manuel López Menárguez diseñó el cartel de la XXIII edición del Certamen; una guitarra sometida a las tensiones geométricas de coloridos planos cubistas, un homenaje picassiano. En 2021, tras la pandemia, se compone cartel con logotipo que celebra los 25 años del Festival.

Abundante cartelería con la que se han divulgado los múltiples encuentros que, en torno a la tuna, han tenido lugar en la Región.

Pero sigamos con la secuencia de los festivales y certámenes que se iniciaron en la región al amparo de los Festivales de España.

En 1969 se había organizado en San Javier *“por todo lo alto”*, según indica *La Verdad* el 18 de enero de 1970, un concurso comarcal de teatro *“Mar Menor”* –que se celebró en el Ideal Cinema–, promovido por jóvenes y por el grupo *“Óscar 69”*. El montaje del Certamen costó 50.000 pesetas y para anunciarlo se editaron más de 5.000 carteles tipográficos tipo mural y otros 7.000 para colocar en bares y comercios de la comarca. Se invitó a participar a veintitrés localidades de la zona. Un trabajo desinteresado y digno de apoyo⁽¹⁴⁵⁾. Años después, en 1975, se celebraba ya, en agosto, el VI Certamen de Teatro Mar Menor y su gasto en publicidad, como se ha señalado en la apertura del capítulo se había elevado cuantiosamente; un Certamen que parece consolidado y pretende contar con una cuidada publicidad. La cartelería reprodujo la imagen, tres máscaras estampadas, realizada por Párraga, miembro del Comité Ejecutivo que organiza la convocatoria; es un cartel ingenuo, sencillo, poco pretencioso pero eficaz, que se propone difundir por primera vez de una forma digna el Certamen en las localidades costeras comprendidas entre Alicante y Cartagena⁽¹⁴⁶⁾. El apoyo decidido de la corporación municipal de San Javier trasladó el encuentro de teatro a los jardines de la finca Almansa –que pretende adquirir– y de las 750.000 pesetas de presupuesto, destinó casi el 50% a contratación de los grupos participantes: Els Lloglars, Esperpento, G.I.T., Pequeño Zoo, La Clac, T.E.I., todo un alarde de atrevimiento y modernidad que sentó las bases de un Certamen que perdura en el tiempo y, sobre todo, en la memoria, aureolado de prestigio. En 1976 será un cartel de Párraga, rostros y palomas, el anunciador del VII Certamen (Fig. 170), y dos años después José María Párraga será autor del cartel *IX Certamen Nacional de Teatro Mar Menor*, una semana, del 14 al 20 de agosto de 1978, que cerró El Teatro del Matadero con *La Mandrágora* de Maquiavelo. Párraga recurrió como imagen del cartel de 1978 a uno de esos personajes gigantescos suyos avanzando sobre las olas, a modo de San Cristóbal cruzando el Mar Menor, que lleva amorosamente en sus manos una máscara, símbolo del teatro.

En 1979 el Certamen estaba consolidado –se imprimieron 2.000 carteles– y era obligado punto de referencia veraniego de la progresía murciana. Al acabar el X Certamen –entre otros actuaron Els Joglars, Nuria Espert, Alberti, Dagoll-Dagom, o el Matadero– la prensa sugeriría, el 13 de agosto, lo conveniente de contar para el año próximo con *“buen cartel anunciador”*.

Para difundir el XI Certamen de Teatro Mar Menor –que abrió Els Joglars con *Lae-tius*– se amplió a 3.000 la tirada de carteles, que Muñoz Barberán ilustró con dos personajes que parecen representar una escena del teatro clásico español del Siglo de Oro, o una mascarada popular; recurrente tema, ya señalado, en la obra del pintor⁽¹⁴⁷⁾.

(145) Existían antecedentes. En 1964 se han celebrado ya certámenes de teatro en el Mar Menor y desarrollado las Campañas Nacionales de Teatro, anunciadas con amplia difusión de carteles de aire psicodélico y preponderancia tipográfica; campaña que contó con un número aproximado de 42.000 espectadores en la zona del Sureste en 1969.

(146) La impresión de imágenes superpuestas, idénticas o muy semejantes, se deben a las influencias del Pop y a la difusión procurada por las carátulas de discos. Siempre en la búsqueda de resultados frescos y divertidos con colores primarios y atractivas transparencias, creando una idea de secuencia capaz de atrapar el ojo del espectador. La serie *Elvis*, de Warhol, se expone en 1963 en la Ferus Gallery de Los Ángeles; los Rolling Stones editan *Satisfaction* dos años después, una carátula con cinco rostros idénticos superpuestos. Aún en 2016 se ha recurrido a parecido concepto gráfico para anunciar en los *muppys* el nuevo canal de Movistar o el *CreaMurcia 2016*, certamen de creación artística patrocinado por el Ayuntamiento de Murcia, cuya imagen ha sido realizada por Alta Insignia MK a partir de fotografías de Víctor Soriano.

(147) Barberán realizará la pintura del telón de boca del Teatro Guerra en Lorca entre 1988 y 1989; y el techo del Teatro Concha Segura en Yecla, culminado en 1996.

Menos interesante resulta el cartel que anuncia el XII Certamen de Teatro Mar Menor en 1981. Lo realizó el pintor madrileño Pestaña: un payaso, arlequín, saltimbanqui... sentado sobre una roca ante el atardecer en el Mar Menor. Un cartel que resulta ñoño y facilón, como de otros tiempos ya pasados. Ese año se gastarían 400.000 pesetas en concepto de publicidad de un festival cuyo presupuesto asciende a 4.500.000 pesetas. Un Certamen en cuyo marco se celebró, del 7 al 13 de agosto, la exposición de Ángel Pina "En torno al teatro", anunciada con un cartel de pequeño tamaño realizado a una tinta, que modificó la tachadura que alerta de la libertad de expresión por dos trazos curvos que semejan alegría y tristeza como símbolos del teatro. El Certamen de 1981 estuvo precedido de algunos conflictos, al pretender una asamblea popular, reunida el 28 de julio en San Javier, con participación de grupos teatrales y el antiguo director del Certamen, crear un Patronato que gestionase la organización del festival.

Habrían de ser Severo Almansa y Vicente Martínez Gadea, El Dibujador, los autores, en 1982, de uno de los primeros carteles verdaderamente trascendentes del Certamen de Teatro del Mar Menor, encargado de difundir la XIII edición que coordinó César Oliva. Idearon el cartel simulando, con la numeración en romanos correspondiente a esa convocatoria, los laterales del escenario, actuando de decorado ante un iluminado, nocturno y ¿estrellado? fondo de escena. Un cartel en azules y verdes sometido a una rigurosa geometría y a una elegante tipografía.

Aunque por lo general, en años siguientes, no parece que los carteles fueran muy idóneos. En la edición de 1983 el director del Certamen, Francisco Rubio, se queja de falta de apoyo y financiación económica, pues ha fijado en 10.000.000 de pesetas su costo mínimo; también echa en falta una publicidad eficaz –la imagen anunciadora representa un simplista escenario, sobre fondo azul–, sobre todo a la hora de difundir el festival, y es que aunque se programan buenos espectáculos no se anuncian debidamente –cita el caso de Valladolid, que manda con premura sus anunciadores–, algunos, como el que ofrece la Compañía Julián Romea, ni siquiera aparecen en los carteles.

Las cosas no parecen ir a mejor en próximos años. "De risa" es tachado el cartel anunciador del XV Certamen –que editó revista propia– en 1984. Críticas que se extendieron al director, Masegoso. Al parecer el cartel lleva impreso de forma muy visible y desproporcionada el rótulo de la firma comercial patrocinadora y demás entidades: Ayuntamiento de San Javier, Dirección General de Música y las Consejerías de Cultura y Comercio. Se hizo amplia tirada de 8.000 ejemplares que costaron 300.000 pesetas. Un cartel denostado por tirones y troyanos que representaba la cabeza de un arlequín vista frontalmente, dotada de dos perfiles laterales para simular dobles significados y un cierto movimiento.

Igual suerte con la crítica corrió el cartel anunciador en 1985 de la XVI edición del Certamen de Teatro. Lo realizó el actor Antonio Bejar; un rostro, que representa la tragedia griega, impreso en dos versiones, azul sobre un fondo naranja y rostro naranja sobre fondo azul, que *La Verdad* tacha, el 25 de agosto, de publicidad tercermundista: "Los carteles de esta edición que, más que un festival de teatro, parecen pregonar la Semana Santa". El cartel fue utilizado como excusa para criticar la desorganización, el derroche y la improvisación nunca vista en la historia del festival. Una crítica que se hizo extensiva a Masegoso, director del Certamen.

Para anunciar la XVII edición el Certamen de Teatro Mar Menor, que estrena el recién constituido Patronato Municipal de Teatro, se editó en 1986 un cartel que firma Collette: bajo la luna que brilla sobre el mar nocturno las olas golpean una columna clásica. Las representaciones tienen lugar ese año en el nuevo Auditorio de San Javier, abriendo espectáculo Manuela Vargas.

A finales de abril de 1987 –a punto de finalizar el plazo del concurso del I Premio de Teatro Breve «San Javier»– el Ayuntamiento de San Javier convoca el I Concurso Nacional de Carteles Anunciadores del Festival Internacional de Teatro «Mar Menor», que celebra la XVIII edición. El premio son 50.000 pesetas y el tamaño solicitado 60x80 cm; se da un plazo de un mes para presentar propuestas. Dos personajes que parecen conversar junto a un árbol, en una atmósfera densa en tonos rojizos, morados y negros, anunciaron el Festival. La obra ganadora la ha realizado Fulgencio García Conesa –de Los Dolores– y es un homenaje a la obra de Samuel Beckett *Esperando a Godot* (Fig. 171).

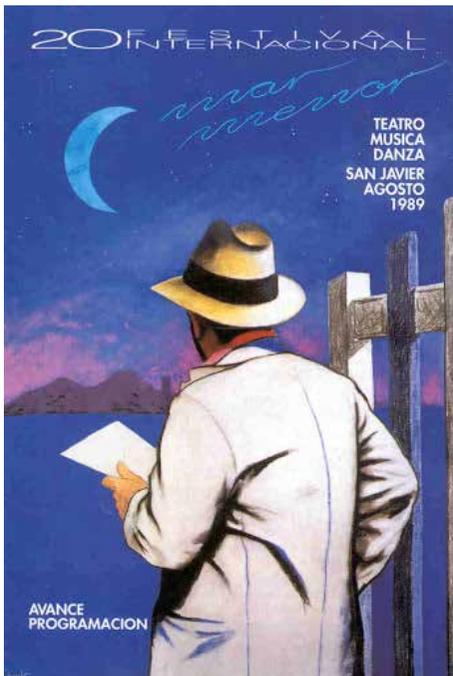
En el mes de abril de 1988 se convoca concurso de carteles anunciadores del XIX Festival Internacional de Teatro «Mar Menor». Pablo y Manuel Portillo obtienen el pre-



(Fig. 171) Fulgencio García Conesa. XVIII Festival Internacional de Teatro Mar Menor. San Javier. 1987.



(Fig. 172) Pablo y Manuel Portillo. 19 Festival Internacional de Teatro Mar Menor. San Javier. 1988.



(Fig. 173) Úrculo. 20 Festival Internacional de Teatro Mar Menor. San Javier. 1989.

(148) Portillo había realizado, con idéntica técnica, en enero, el cartel *X Fiesta de Cuadrillas de Barranda*; un grupo de personajes anónimos, de los que tan solo vemos sus piernas, bailan y tocan instrumentos populares. Y un año antes el anunciador *II Asamblea Consejo de la Juventud de Castilla-La Mancha*.

(149) Ese hombre de espaldas, de característico sombrero, anunció *Cuadernos del Norte*; fue portada del disco *Poetas en Nueva York*, editado en 1986; difundió los cursos de verano de la Complutense en El Escorial y la UIMP de Santander; incluso se transmutó en torero de luces para anunciar la goyesca de Ronda en 2001.

mio de 60.000 pesetas. Trabajan a dúo, uno ha tenido la idea y planteado el diseño de la obra y otro la ha ejecutado. Es curioso, pues al final se imprimió un cartel que no se ajustaba exactamente a las bases publicadas en abril, en ellas se especificaba el formato del boceto, 80x60 cm, y que este se realizaría para ser impreso a tres tintas. El boceto está realizado con aerógrafo, un difícil procedimiento pictórico que Pablo Portillo domina a la perfección⁽¹⁴⁸⁾. Sensual, sugerente, el personaje femenino baila en la pasarela de un balneario típico del Mar Menor (Fig. 172). Boceto que tuvo sus más y sus menos pues se consideró un tanto provocador y los autores tuvieron que poner oportunos tirantes cubriendo el pecho de la danzante. El 6 de agosto *La Verdad* entrevista a los Portillo: “¿Qué habeis querido comunicar con esta creación?”

–El primer objetivo ha sido presentar una nueva imagen del Mar Menor. En cualquier actividad hay que promover a la gente a la participación. Manuel puntualiza: «El Festival somos nosotros, no está para que la gente lo observe». Aquí hay una invitación a la expectación. Lo que pretendemos con este cartel es animar, que con un golpe de vista sepas que en San Javier tiene lugar un hecho importante y muy singular...

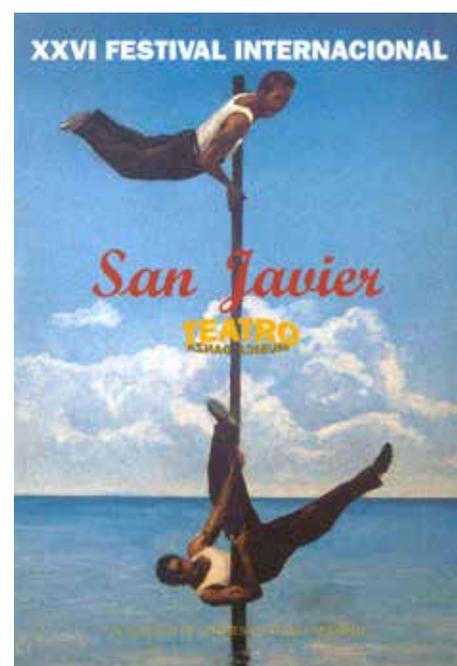
–¿Trabajáis habitualmente los dos juntos?

–Por lo general no –contesta Pablo–. Empezamos ligados en una empresa de diseño –se refiere al estudio Forma, constituido por ambos en 1980– pero no tuvo mucho éxito y se cerró. A raíz de esto nos separamos, y sí, alguna que otra vez somos colegas en un mismo trabajo, pero no siempre”. El cartel consiguió plenamente su objetivo –con un fragmento de la imagen del cartel se realizaron abanicos troquelados en cartón– pues es una de esas imágenes que permanecen en la memoria. Cartel ciertamente premonitorio, pues ese aire cabaretero a lo Bob Fosse indica el giro del Festival que pronto será de teatro, música y danza.

En 1989 el XX Festival Internacional de Teatro del Mar Menor es ya de teatro, música y danza. Alfonso Riera que dirige por segundo año el Festival –con un presupuesto nada desdeñable de 20 millones de pesetas– ha convertido en parte de su nomenclatura los contenidos habituales del certamen. El cartel lo realiza un pintor de amplio reconocimiento nacional: Eduardo Úrculo. Riera justifica su elección en la búsqueda de dotar al Festival de más amplio reconocimiento y repercusión. Úrculo ha nacido en Santurce en 1938, y en 1989 es ya un pintor de reconocido prestigio internacional que acaba de vender en ARCO todas las piezas expuestas. El cartel presenta a un personaje de espaldas, con sombrero, junto a las tablas de un balneario, que parece leer en un pliego el programa del certamen, o tal vez repasa su papel en alguna de las obras que se representarán en el Festival; el personaje, que contempla la luna sobre el mar, no es otro, en palabras del pintor, que el propio Úrculo: “... la figura de espaldas es muy romántica y muy melancólica. No es nadie y es todos. Un rostro es como un carnet de identidad, y la espalda como un argumento más universal. Yo me pinto de espaldas porque estoy viendo lo que pinto. Lo del sombrero quizá se deba a que soy muy peluquero.” La idea de acercar al Mar Menor a este hombre del sombrero, viajero, observador impertinente,⁽¹⁴⁹⁾ se le ha ocurrido a Maketa, la agencia que gestiona la publicidad del festival (Fig. 173).

El cartel de la 21 edición del Festival Internacional de Teatro, Música y Danza de San Javier lo realiza A. G. Alarcón. Un personaje, del que apenas vemos los pies cruzados, parece sentado en las nubes y disfrutar de la paz del mar, o del programa del Festival que dirige ahora José Hervás.

En 1991 la 22 edición del Festival de San Javier la coordinó César Oliva aduciendo que la dirección se le ha propuesto muy tarde. Se manejó un presupuesto de 30.000.000 de pesetas. El encargo del cartel se le hace a Pedro Manzano, aunque al parecer había un compromiso previo con Concha Murciano. Y se sugiere difundir el edificio del auditorio construido por Ángel Monteagudo. La imagen del Festival se diseñó partiendo de los planos de la fachada del edificio y tomas fotográficas; se trata de marcar el carácter mediterráneo, clásico, del nuevo auditorio. En el cartel, iluminado por la luna para significar el carácter nocturno y veraniego de los espectáculos que en el recinto tienen lugar, el exterior del edificio, reducido a líneas que recogen llamativos campos de color, un poco a la manera de Leger o del Pop americano. Del *afiche* de Manzano se hicieron dos versiones en horizontal y vertical atendiendo a los lugares donde habría de ser expuesto. Y otros habituales *gadgets*: abanicos, folletos y catálogos.



En 1992 el director del certamen pasó a ser Francisco Martín, que rigió sus destinos varios años. La 23 edición del noventa y dos se anunció con un barquito de papel del austriaco –afincado en Cartagena– Gerardo Beniger, que es casi una copia, o versión apropiacionista, de la publicidad de la British Airways de los ochenta. Un barquito, en cuya sombra aflora una cara, un paquete de Gitanes y un suelo de damero en el que parece solidificarse el mar. Un Festival que abrió Celia Cruz, en su edición más larga hasta esa fecha, el 17 de julio, y en la práctica finalizó con actuación de Serrat el 21 de agosto.

La 24 edición de 1993 se extendió del 22 de julio al 21 de agosto; contó con el regreso de Dagoll-Dagom a un Festival que abrió Pablo Milanés. En el cartel de Charris (Fig. 174), sobre las tablas de un balneario mar menorense, bailarina, actor con calavera que alude al *to be or not to be*, contrabajo y contrastadas sombras con el mar al fondo. Edición con recortes presupuestarios, pues el presupuesto del Festival asciende a 12.000.000 de pesetas, muy alejado de los 65.000.000 de Mérida o los más de 100.000.000 de Santander; lo que lleva al director del Festival a señalar que *“definitivamente San Javier ya no es territorio de vanguardias”*. El Festival ha quedado reducido a una oferta de ocio basada en espectáculos comerciales.

El cartel de la XXV edición, de 1994, nos presenta la figura de un contorsionista del que tan solo vemos en escorzo imposible manos y pies. Parece como si el Festival de Teatro, Música y Danza fuera a quedar reducido a un espectáculo circense.

El pintor cartagenero Ángel Mateo Charris realizaría el cartel de la 26 edición. Unos volatineros ejecutan ejercicios, ante el mar, apoyados en una larga vara de madera, una pértiga alrededor de la cual se lee: teatro música y danza, en giro que coloca teatro en primer lugar, más visible que danza o música; acaso vuelta a los orígenes con el teatro de protagonista (Fig. 175).

Volvería Charris a diseñar el cartel en la 27 edición de 1996. Un Festival cuyo presupuesto llega escueto a los 13.000.000 de pesetas. En el cartel un personaje compone cinco piruetas que se distribuyen en el pliego sobre fondo texturizado que hace referencia al mar y al cielo; piruetas que quieren transmitir el espíritu de la danza, el teatro y la música. Por quinto año Martín ha dirigido y programado el Festival –que clausuró la Fura dels Baus– desde Blues Concert S.L.

Charris (Cartagena 1962) deja aflorar en estos carteles, creados para el Festival de San Javier, la importancia que en su pintura ha ido adquiriendo la nueva figuración con tintes metafísicos, influida en su caso, primero por el Pop y el cómic –influencia más que evidente en los diseños que realiza en 1988 y 1990 para la Escuela Regional de Tiempo Libre–, y desde sus sucesivas estancias en EEUU –algunas con Gonzalo Sicre– por Hooper y los pintores de la Hudson River School. Carteles que parecen componer estudiadas

(Fig. 174) Ángel Mateo Charris. XXIV Festival Internacional. San Javier. 1993.

(Fig. 175) Ángel Mateo Charris. XXVI Festival Internacional. San Javier. 1995.



(Fig. 176) Tropa. XXXI Festival Internacional de Teatro Mar Menor. San Javier. 2000.

secuencias narrativas. En Charris el trabajo pictórico concebido a partir de la idea de serie es habitual ya en estos años; series que hablan de su interés por la literatura y el cine, series con cierto aire provocador e irónico. Para anunciar su exposición “República de Cartagena”, en la cartagenera sala Muralla Bizantina, en octubre de 1993, diseñó un cartel tipográfico en rojo, con textos calados en negativo, que reproducía un fragmento del artículo II de la supuesta Declaración de Independencia de la República de Cartagena. Un cartel que provocó cierto revuelo en la Ciudad Portuaria. República cartagenera que contó con guía ilustrada y su propia prensa: *La Naval*; un pequeño fanzine de bolsillo –el de la camisa– diseñado por Charris, cuyo número cero se publicó en abril de 1995; un fanzine que, como se indica en su página web, espera “*hacerse un sitio en las maletas de expedicionarios, poetas, solitarios, domadores de pulgas y cazadores de tormentas. No mendigamos anuncios, ni aceptamos subvenciones, con lo que nuestra singladura se presenta tormentosa y tal vez breve: preferimos siempre el esplendor fugaz a una larga existencia de lamparilla devota. Sudaremos tinta y quemaremos ordenadores, contaremos cuentos y te enseñaremos trucos de magia, Somos orgullosa carne de papelera y semilla de futuro. ...Tienes en tus manos la, posiblemente, revista más pequeña del mundo, pero eso no nos hace enanos ni mezquinos. La pulga es el único animal que no tiene pulgas*”. Gracioso, satírico, irónico, divertido texto que podría extrapolarse y definir punto por punto la pintura de Charris. *La Prensa de la República de Cartagena* consistía en una hoja de 21x29,5 cm que, plegada, podía caber perfectamente en un bolsillo, pequeño, pues sus dimensiones se reducían a 10,5x7,5 cm –un avance de las múltiples publicaciones que con formato de desplegable serán habituales a partir del siglo XXI–. *La Naval* dedicó números a temas vinculados a la arquitectura –por vez primera en el número 3, de marzo de 1996–, a la pintura, a la ilustración, al cómic, a la literatura... a personalidades del mundo del arte: Werner Berg, en el número 7 de junio de 1998; Campo Baeza, en el número 17 de julio de 2003; Marina Núñez y Enrique Juncosa, en el número 19 de septiembre de 2003; César Fernández Arias, en el número 32 de enero de 2008... Aunque *La Naval* es un proyecto que acabaría mutando –dirigido y coordinado por Martín Lejarraga, Ángel Mateo Charris y Gonzalo Sicre–, reconvertido en agitador cultural, mordaz y provocador, que promueve conferencias o exposiciones, y también edita mimadas publicaciones, en idéntico formato a la Prensa de la República, y libros de artistas; un ejemplo: la *Caja Diana*, de Fod, editada en 2014.

Pero volvamos al Festival. Ignacio Burgos diseña el cartel de la 28 edición de 1997. Representa una acción teatral, tal vez musical si nos atenemos a la indumentaria de los personajes, un cartel de sombras que más parece una imagen de jazz. La organización del Festival, ahora en manos de Garesound S.L., contaba con departamento de relaciones y comunicación dirigido por Doble GG en la producción y Toni Sánchez como responsable de la imagen gráfica del certamen. “*El Festival de capa caída*”, señala *La Verdad* el 28 de julio del noventa y siete. Solamente 100 espectadores, de un aforo de 2.500, asistieron al Parque Almansa la noche del 26 de julio a la puesta en escena de *La Presa*, primera representación teatral de la XXVIII edición. ¿Quizá ha fallado la publicidad? Garesound S.L. vuelve a ser la empresa a la que el Ayuntamiento de San Javier confía el Festival, que pretende ahora incluir en la programación obras de Lorca y Brecht, según indica su director Eduardo Biancotto. El cartel de la XXIX edición de 1998, es obra de Doble GG, un cartel alejado del dramatismo de aquellos autores; extraño personaje en un interior, payaso, músico, saltimbanqui, figura carnavalesca, danzarina... travesti; extraño cartel que desdibuja el Festival o, tal vez, un guiño a Dagoll-Dagom que actuaron en un certamen con 15.000.000 de pesetas de presupuesto y diez actuaciones, frente a las doce del certamen anterior. La caída del Festival parece evidente, y no es extraño que el planteamiento publicitario y el cartel de la 30 edición, de 1999, se apoyase en textos e imágenes simplistas de aire futurista.

Tropa se hizo cargo de la imagen del Festival en el año 2000. Para anunciar la 31 edición recurrió, en clara alusión al mar y al espectáculo, a la foto de unas manos aplaudiendo ante el Mar Menor realizada por José Luis Montero (Fig. 176).

Entre los años 2001 y 2019, la imagen y la gráfica del Festival Internacional de Teatro Música y Danza de San Javier estuvo al cuidado de dos agencias de comunicación: Germinal primero, luego Insignia Creativa –que utilizó, desde la propia agencia imágenes de otros creadores, un asunto evidente, sobre todo, los años 2005, 2014, 2016, 2017, 2018 y 2019–.

En 2001, para anunciar la 32 edición Germinal Comunicación colocó en los carteles, presentados en la Escuela de Arte Dramático de Murcia el 14 de junio, una textura acuática, irisada, con burbujas y peces, ¿el fartet? Una referencia al Mar Menor que visualmente parece con cierta vinculación al mensaje estrella de las necesidades hídricas del momento: «*Agua para todos*».

Más interesante el cuidadoso trabajo puesto en juego para el Festival de San Javier en la 33 edición de 2002 (edición en la que se celebraría una exposición-muestra de sastrería teatral con fondos del Museo Nacional del Teatro de Almagro); una propuesta basada en la utilización de caras de personajes anónimos (Fig. 177), ¿actores, espectadores? La sorpresa. La emoción reflejada en los rostros fotografiados; unas imágenes que cobran valor plenamente en el contexto en que son utilizadas; una forma de trabajo que Germinal maneja con maestría. Una propuesta basada en la multiplicidad de las imágenes que, aunque distintas, están sujetas a un mismo código. Sí, unos planteamientos, una forma de trabajo que Germinal utilizará en bastantes ocasiones. Una sutil provocación como forma de construir la imagen publicitaria. Provocación que aún adquiere más cuerpo en la imagen anunciadora de la 34 edición de 2003; el negro contempla, mira, lame una calavera; una sátira sobre los valores occidentales referenciados en un icono de la cultura europea y occidental, otra vez el *ser o no ser* shakesperiano⁽¹⁵⁰⁾. Una referencia iconográfica que no era nueva y aún volvería a utilizarse en el Festival. Un cartel que refleja bien la intención de hacer del Festival –según señala Pepe Ibáñez, su director– un referente marcado por la frescura y la vanguardia, y contó con videoproyecciones, *performances* y artes escénicas, vinculando al colectivo La Fragua a la organización del Festival, de la que Ibáñez no formará parte a partir de enero del 2004, dejando en manos de la Concejalía de Cultura la responsabilidad de la dirección del mismo. Para anunciar la 35 edición en 2004 se recurrió, como imagen del Festival, a una chica sumergida en el agua con cascos de audio.

Una pintura de la catalana Puri Martín Ribera, sometida al diseño de Insignia Creativa, difundió en 2005 la 36 edición del Festival de Teatro, Danza y Música de San Javier. Esos cuerpos que contorsionan, harían de puente entre los carteles de Germinal Comunicación e Insignia Creativa.

Con parecida intención a Germinal, en esa búsqueda de imágenes que resulten chocantes, atrevidas, aunque un punto menos provocadoras, Insignia Creativa se responsabilizó de la gráfica del Festival a partir de la 37 edición de 2006 –un cartel de Nacho de Santiago que recurrió a una fotografía de Pablo Almansa para lograr una instantánea de aire retro–, poniendo en juego variedad de recursos y procedimientos artísticos. Una bailarina llorosa para representar la danza y el teatro, y un personaje con contrabajo para referenciar la música, sirvieron en 2006 para crear un cartel de cuidada composición fotográfica sobre fondo negro, correcto y elegante.

Para la 38 edición, en 2007, el mismo estudio de diseño y comunicación ideó un divertido cartel. Un tipo lee en la playa, fotografiado por Eduardo Balanza, disfrazado de personaje del siglo XVII sentado en una silleta. Una llamada de atención; el actor llama al teatro camuflado entre bañistas y turistas, acercando el teatro al público común que disfruta del ocio vacacional.

En 2008 Insignia Creativa creó, para la 39 edición, un ideograma con las iniciales de Teatro y Danza, “TD” componiendo cara y logotipo base del cartel. El director del Festival, César Tárraga, eliminó la música de los contenidos del certamen, incidiendo sobre todo en los aspectos teatrales: “*Puesto que la oferta musical en otros festivales locales es amplia y variada y pretendemos reforzar sobre todo el teatro*”.

La propia gente, que acude a las actividades programadas en el Festival del año 2009, compone el número relativo a la 40 edición del Festival. Insignia Creativa diseñó un cartel con aires de ilustración minuciosa; ese gentío sobre fondo rojo que parece un homenaje al ya un clásico de la pintura española, Genovés, que será tan recurrido como imagen gráfica en la cartelería nacional. Con motivo de la cuarenta edición del Festival de Teatro y Danza, el Ayuntamiento de San Javier editó el libro *8/40* (imágenes de las últimas ocho ediciones del certamen), con diseño de Insignia Creativa, que recibiría el Premio Visual de Diseño de Libros 2009 en la categoría de Diseño de Cubiertas; un premio que concede la revista de diseño gráfico *Visual*.

Dos tintas, rojo y verde aguamarina, para un cartel tipográfico anunciador de la 41 edición en 2010: *Señooras y Señoores el Espectáculo va a Comenzar!* Dos tintas que



(Fig. 177) Germinal Comunicación. 33 Festival Internacional de Teatro Mar Menor. San Javier. 2002.

(150) Se había publicado en *La Opinión* el 28 de septiembre de 2002 una fotografía de la criminóloga y fotógrafa Celia Areche en la que, para reflejar el sufrimiento de la mujer maltratada, aparecía una chica joven enfrentando su rostro a una descarnada calavera de cierta similitud al posterior cartel. Por otra parte, la influencia en el mundo del arte del JBA, Jóvenes Artistas Británicos, es manifiesta; en especial de uno de sus miembros: Damien Hirst y su predilección por representaciones que refieren la muerte y el paso del tiempo de forma provocativa cuando no escatológica.



(Fig. 178) Nicolás de Maya. 47 Festival Internacional de Teatro, Música y Danza. San Javier. 2016.

Insignia Creativa invirtió en la impresión para crear dos carteles con fondos diferentes. Un juego textual que los diseñadores repitieron en la 42 edición al año siguiente, con textos de reconocida referencia teatral e ilustraciones apropiadas; espada y rosario ensartado reforzados por extenso lema: «¿No es verdad ángel de amor?» y una apostilla, *Necesitas que te lo expliquen*; el frasco de veneno que vierte en corazón su líquido: «Sellad con un beso un trato con la muerte» e idéntica apostilla. Nacho Rodríguez de Santiago, de Insignia Creativa, explica: “Se trata de que el público, a modo de juego y de forma natural, busque la relación de ambas citas y las sepa colocar en las célebres obras a las que pertenecen”. Zorrilla, Shakespeare, *El Tenorio*, *Romeo y Julieta*. Una redundancia obvia que necesita, para ser eficaz, contar con la complicidad del espectador teatral y, en lo que respecta al cartel, del viandante. Una original idea, cuya adaptación a tríptico recibió el Premio Anuario.

Volvería la fotografía a constituirse en punto de partida de la cartelería de la 43 y 44 edición en 2012 y 2013. Una foto de manos, con calavera –de nuevo la que parece obligada referencia teatral en los carteles de San Javier– y batuta, y pies danzando, detalles sobre fondo negro, para los carteles serios, institucionales, del 2012. Y un chico entregando una flor, en actitud de petición amorosa a una muchacha, muy *Romeo y Julieta*, en 2013; un cartel divertido que propone el acercamiento del teatro a un espectador más joven.

Unos binoculares, pintados por Nono García⁽¹⁵¹⁾, ocuparon la superficie del cartel anunciador de la 45 edición en 2014. Una imagen que el pintor completó con exposición individual en San Javier en las fechas del Festival. Un cartel interesante, pues convirtió los decimonónicos anteojos en un icono atractivo de potente plasticidad contemporánea.

Para la 46 edición de 2015 se encargaría de nuevo Nacho Rodríguez, de Insignia Creativa MK, de la imagen del Festival. Con ropajes del Siglo de Oro –en acertada concordancia con los contenidos del Festival, que pone en escena *Mujeres y Criados*, la obra perdida de Lope de Vega, localizada tres años antes en la Biblioteca Nacional– un poderoso león entronizado nos recuerda desde el cartel que: «El teatro es la naturaleza humana». Con el personaje se harían leoninas máscaras publicitarias que recordaban un exitoso musical: *La Bella y la Bestia*.

Nicolás de Maya crea la imagen del 47 Festival de Teatro, Música y Danza de San Javier (Fig. 178). Un encargo que recibió el pintor directamente desde la organización del Festival, que piensa iniciar nueva etapa poniendo en estrecho contacto las artes plásticas y el certamen mar menorense, y que llevaba implícito el compromiso de Nicolás de preparar una exposición en las fechas del certamen. Dos bustos cubiertos por un paño, que quieren dejar que se intuya, a través de los textos impresos en la tela, “To be or not to be” y “En un lugar de la Mancha”, a dos autores del teatro clásico, a dos literatos de renombre mundial: Shakespeare y Cervantes; precisamente en el año en que se celebra a ambos escritores. Un acto de amor a la literatura. Un cartel imposible sin que la memoria recurra a la referencia de la obra de Magritte *Los amantes*. Un trabajo que recoge el compromiso de Nicolás de Maya como artista multidisciplinar, un cartel concebido como una pieza conceptual, que contó con trabajo escultórico previo para boceto preparatorio del *afiche*. Una imagen que aplicó en folletos, anuncios, ediciones digitales... Alta Insignia MK, la agencia que se encarga de la publicidad e imagen del Festival de San Javier.

En 2017 serán Muher (Fig. 179) los encargados de concebir la imagen pictórica en la que ha de basarse la cartelería del 48 Festival Internacional de Teatro, Música y Danza. Una figura femenina, coronada de pámpanos y vestida con un *peplos*, que remite a la mujer griega –en la mano, en feliz acomodación al teatro clásico y a la obra que se representa el 6 de agosto, *Troyanas* de Eurípides, interpretada por Aitana Sánchez Gijón, una máscara–. Cartel que Insignia MK adaptó a distintos formatos publicitarios y que parece una prolongación de la colaboración de Muher con la Editorial Ahora en 2001, cuando aportaron a *Mitologías en el Entierro de la Sardina de Murcia* la representación serigrafada de: Centro Brujo, Marte, Palas Atenea y Vulcano.

De nuevo se volvería en 2018 al motivo shakesperiano de interrogar a la calavera, en un cartel del gaditano, afinado en Cartagena, Gonzalo Sicre, cargado de misterio. Y en 2019 para celebrar el medio centenario del Festival se recurrió a un creativo foráneo, encargándose la imagen del cartel a un reputado grafista: Óscar Mariné; y se contó con un logotipo recordatorio que realizó Rodríguez de Santiago de Casaú Estudio. Manuel

(151) Nono García, Mula 1972. Pintor figurativo, formado en la Escuela de Artes Aplicadas y Oficios Artísticos de Murcia. Interesado en la búsqueda de una pintura esencial, en la estela de Ramón Gaya o Pedro Cano –con el que ha realizado cursos y talleres–, de color austero y contenido, en tonos tierras y sepías, logra dotar a sus incursiones en el cartel de una atmósfera ensoñadora, a la vez ligera y perdurable, siempre elegante y atrayente.

Paez pintó a un grupo de máscaras actuando en plena calle para anunciar en 2021 el 51 Festival y conectar certamen y público tras la pandemia. Una abstracción, cortinajes abiertos que permiten ver cada espectáculo, anunciaron la 52 edición. En 2023 el cartel de Casaú Estudio homenajeó a Picasso.

En paralelo al certamen de Teatro del Mar menor, y surgido en 1970, Molina de Segura celebraba su Ciclo de Teatro de Molina. ATEM (Agrupación Teatral Experimental de Molina) organizaba el Ciclo que tenía lugar en la localidad, habitualmente en septiembre.

Para anunciar el IX Ciclo se utilizó como motivo gráfico, en 1978, un rostro coronado por una chistera; ATEM organizó en Molina, en fechas de las representaciones teatrales, una exposición de carteles de teatro europeo entre el 12 y el 18 de septiembre. Las exposiciones en torno al teatro son habituales en este tipo de festivales; aunque en Molina giraron específicamente, a lo largo de los años, alrededor del cartel como manifestación artística de relevancia.

En 1981 la Galería Albor, situada en la calle Marcos Redondo de Murcia organiza, en marzo, una exposición sobre el *maravilloso mundo del teatro* –la idea es celebrar el Día del Teatro– que recoge decorados, figurines y carteles aportados por la Escuela de Arte Dramático, el Teatro Universitario, La Bella Aurelia, el Teatro del Matadero, la Compañía Julian Romea, y los festivales de teatro del Mar Menor y de Molina de Segura; una exposición de gran interés documental y artístico, según recogía *Línea* el 27 de marzo. La CAAM patrocinó ese año el cartel de la XII Edición del Ciclo de Teatro Nuevo en Molina que siguió celebrándose en septiembre. La idea de la máscara, motivo del cartel anunciador del Ciclo en 1981, fue recurrente a lo largo de sucesivas ediciones. En 1982 se recurrió a un irrelevante cartel para difundir el teatro de Molina, centrado en las máscaras venecianas e imágenes de grupos participantes, para difundir el XIII Festival.

Más atrevido resultó en 1983 el cartel anunciador del XIV Festival de Teatro de Molina. Un juego de dobles rostros burlones, una ilustración realizada por Camacho que remite al teatro clásico español, al ambiente socarrón, provocativo y divertido de las comedias del Siglo de Oro.

El XV Festival de Teatro de Molina, celebrado en 1984, contó, entre las actividades paralelas que se desarrollaron en el certamen, con una exposición antológica de carteles y material gráfico de los grupos que han pasado por el Festival a lo largo de sus 14 ediciones. Contraplano realizaría el cartel –uno de los primeros creados por la agencia–. Chipola inventó una tipografía realizada a partir de personajes de la escena, todo un alarde de minuciosidad en el dibujo que hace patente el gusto de Chipola por el cómic y los tebeos. El cartel incorporó perdurable logotipo del certamen, debido a Chipola.

Para anunciar en 1986 el XVII Festival, en el que estrenaron obra el grupo italiano Asamblea de Teatro y el canadiense L'Écran Humain, y contó con 100 horas de teatro ininterrumpidas, además de las habituales actividades paralelas, PP diseñó un cartel que tenía por motivo la recurrente máscara colorida, ahora con cierta influencia del arte africano.

Els Comediants y Dagoll-Dagom fueron los platos fuertes del XVIII Festival. El cartel –dos máscaras, o caretas, hombre y mujer, unidas por un paño– se presentó el 16 de septiembre en el Salón Pedro Flores de la Comunidad Autónoma. El Festival se extendió a lo largo de los fines de semana que median entre el 19 de septiembre y el 12 de octubre, con ingente cantidad de actividades paralelas, pues la idea es celebrar la mayoría de edad del Festival que cuenta con el Auditorio Municipal de Molina como recinto propio y presumiblemente duradero del certamen. El XVIII Festival de Teatro de Molina de 1987 fue memorable; las representaciones se intercalaron con la Muestra de Teatro Regional y actuaron 13 grupos no profesionales de la Comunidad Autónoma. La Comisión Organizadora lo deja bien claro en el texto presentación del programa: “...las actividades paralelas, que empezarán siendo mera comparsa del Festival, se afianzan este año adquiriendo fuerza y sentido propio; aumentan en extensión y profundidad en el intento de convertir el Festival de Teatro en el más amplio escaparate artístico y cultural de la Región”. Música; cine; acciones teatrales; danza; mesas redondas y tertulias; exposiciones de pintura, cerámica, escultura, fotografía... Juan Ballester, Chipola, Pepe Yagües, Juan Mariano Balibrea, Diego Mirete... Siguiendo la línea del Festival se celebró una muestra de indumentaria teatral a cargo de Ramón Centenero y una exposición-tertulia, en Benisan, de carteles de teatro: “La imagen del teatro o representación para viandan-



(Fig. 179) Muher. 48 Festival Internacional de Teatro, Música y Danza. San Javier. 2017.



(Fig. 180) Pepe Yagües. XXV Festival de Teatro. Molina de Segura. 1994.



(Fig. 181) Krealia Comunicación. 39 Festival de Teatro. Molina de Segura. 2008.

(152) En 1994 se celebró en la Sala Municipal de la Cárcel la exposición "25 Años de Teatro", una muestra que contenía carteles y programas de ediciones anteriores, repaso de grupos, obras representadas y trajes cedidos por la ESAD de Murcia.

(153) Ese año se celebró en Molina el festival Alepop, en septiembre, anunciado con un cartel con la imagen de Superratón.

tes" que coordinó Pedro Manzano y recogía carteles de distintas actividades teatrales y de diseñadores relevantes en la Región. Previamente se celebró en Molina, del 13 al 18 de septiembre, el Primer Festival de Títeres con cartel anunciador de Gambín que parece ilustración de cómic.

El cartel anunciador en 1988 del XIX Festival consistió en una secuencia de expresivas manos. Ese año la compañía de teatro Alquibla presentó en el Festival *Contra lujuria*, obra anunciada con un cartel de Francisco García Vicente.

A lo largo de la década de los noventa se seguirían realizando actividades paralelas como complemento a las representaciones teatrales⁽¹⁵²⁾ y los carteles se elegirían a través de concurso con una dotación que oscilaba en torno a las 75.000 pesetas. Concursos no siempre exentos de polémica; el 1 de mayo de 1995, en la sección "Cartas al Director" de *La Verdad*, un tal Peter Luis Rodríguez escribe: "Un año más los agraciados-as del fallo del jurado pertenecen a un mismo club. Es la teoría del círculo. Si estas en el círculo, comes, bebes, copulas y recibes jornal. Si estas fuera te conformas con apoyar cartas como esta. ...El año que viene lo ganará su perro. ¿Es casualidad? ¿Son buenos artistas?"; se habían presentado 18 obras, la mitad de autores de Molina de Segura, y había ganado el Primer Premio de cartel del XXVI Festival de Teatro de Molina Carmen Baena, el cartel representaba un teatro construido con plastilina y la cara de la propia escultora asomando pintada de blanco tras el telón de boca, una estructura tridimensional que fotografió el escultor molinense Pepe Yagües, ganador en 1994 (Fig. 180) con un cartel que recogía, como imagen de la XXV edición, 25 rostros, algunos jocosos y otros en clara referencia al mundo clásico tan habitual en la obra de Yagües; un cartel que imprimió parte de la tirada como obra gráfica para conmemorar el 25 aniversario del certamen. En realidad, en 1996 no ganó perro alguno, aunque Baena y Yagües presentaron obra conjunta bajo el jocosos lema de «*Ideafix*» –según aportación realizada por ambos artistas el 24 de enero de 2018–. Sería Genaro Cánovas el que resultó ganador de las 75.000 pesetas, con un cartel anunciador del XXVII Festival que presenta un telón de teatro que oculta una mirada.

En 1997 el Ayuntamiento de Molina convoca concurso de carteles anunciadores del XXVIII Festival de Teatro; con técnica libre y premio de 75.000 pesetas. Ganó una máscara blanca sobre fondo oscuro de la que se hicieron caretas para la presentación oficial, en la que se pidió un auditorio "donde se pueda ver una obra de teatro sin tener que estar pendientes de coincidir o no con la lluvia". El presupuesto del Festival en 1997 rondó los 15.000.000 de pesetas, actuaron 4 compañías de la Región de Murcia, amén de espectáculos de teatro de calle, talleres y exposiciones. Festival que se celebró en fechas no habituales, entre junio y julio⁽¹⁵³⁾.

A partir del comienzo del siglo XXI los carteles de teatro de Molina pasaron a engrosar los fondos municipales, y los primeros años se decidían en concurso, dotados con cantidades que rondaban las 75.000 pesetas. Salvo excepciones –el cartel del año 2000 está diseñado a partir de un dibujo de Ramón Rubio que representa personajes de la comedia, títeres ante una carpa circense bajo un arco que simula escenario teatral; y en 2001, 2002 y 2004 la máscara, el rostro, sirvió de elemento y soporte publicitario: Una cara asombrada en rojizos y amarillos, sobre trazos bosquejados en negro, a la que se le ha superpuesto un fragmento de *La vida es sueño* de Calderón anunció el 35 certamen en septiembre de 2004– los carteles acabaron recurriendo a la fotografía como base creativa. Tras el cartel de 2005, que mezcla, en extraña confusión, un casco de buzo con un pie desnudo que sale de él; una masa de maniqués que parecen cobrar vida, diferenciándose de la multitud amorfa, y el eslogan «*Revive tus sentidos*» anunció en 2006 el 37 Festival, es un cartel que parece inspirado en la película de ciencia ficción distópica *Yo robot* producida en 2004. Los eslóganes, actuando de ideas fuerza complementarias de provocadoras imágenes –en general de base fotográfica y una iconografía con surreales tintes oníricos e irónicos cuya pretensión es causar el asombro– y la denominación del evento, o la actividad anunciada, será bastante común en la cartelería del nuevo siglo. Bajo una chica joven, que ha destrozado un televisor con una maza, se anima, con un texto a mayor tamaño que el que anuncia el 38 Festival, al certamen de 2007, indicando «*Rompe con lo convencional*»; toda una invitación a la juventud a asistir al teatro como un acto transgresor y poco usual. Y en 2008 la provocación continuó siendo la tónica en el cartel anunciador del 39 Festival, que presentaba a dos indeterminados personajes

tatuados (Fig. 181) fundiéndose en un abrazo –actores maquillados y tatuados de forma semejante a la del cartel, que asistieron a la presentación del Festival, el 9 de septiembre de 2008, insinuándose y provocando a los asistentes–, una impactante serie de carteles que ha concebido Pedro Cuenca Sánchez, director de arte de Krealia Comunicación; un año después la frase «*Date un festín*», unida a una máscara de carnaval veneciano, unas zapatillas de baile y elementos de maquillaje, servidos en plato, anunciaron el XL Festival de Teatro de Molina de Segura. Menos provocador, una foto en blanco y negro –como si se quisiera resaltar el carácter clásico del evento– de los pies de un equilibrista en la cuerda floja, sobre el texto «*¡Haciendo equilibrio!*», anunció el XLI Festival de Teatro. Estrellas, tipografía y elementos gráficos de principios del siglo XX para subrayar el aire circense del anunciador del 42 certamen en octubre de 2011, con una asombrada chica que observa el cuchillo clavado en las tablas de la pared, junto a la pequeña cereza colocada sobre su cabeza a modo de manzana, con la etiqueta «*Más difícil todavía*». No parece que el apoyo al teatro en la villa de Molina vaya por buen camino en octubre de 2012, pues para anunciar el Festival, se utilizó un montaje fotográfico con personaje en una pequeña isla, solitario, clamando ayuda al grito de «*¡Sobreviviremos!*» impreso en las aguas.

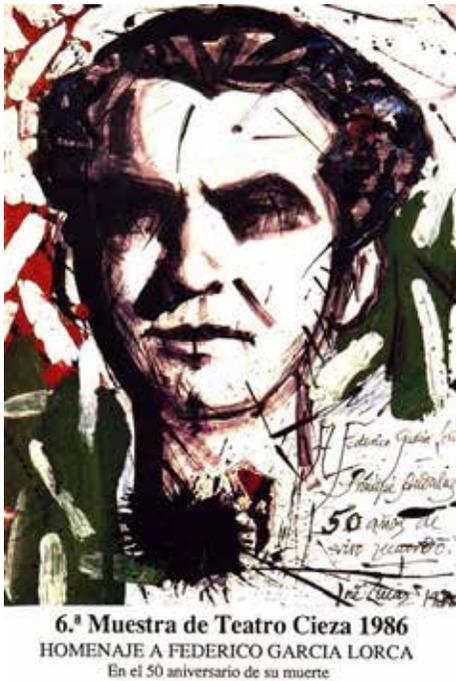
Ángel Haro, rompió con los carteles fotográficos, disfrazó la calavera de un carnero, que parecía reírse de nosotros «*Desde el fondo*», escapar al polvo del desierto y advertirnos, con un texto realizado ex profeso, que el Festival seguía vivo y coleando en la 44 edición de 2013 (Fig. 182); un cartel que parece querer reivindicar aquel burlón *afiche* de Camacho de 1983. «*Revivir*», una composición con bebés maquillados de actores sería la imagen del Festival en 2014, variación de una propuesta que bajo el lema «*Redescúbrete*» optó a cartel anunciador en la 39 edición de 2008. La voluntad de permanencia del certamen de Teatro de Molina es manifiesta si atendemos a la imagen de pies caminando y al lema que presentó la 46 edición en 2015: «*Por siempre*». O al bigote postizo de la 47 edición del Festival, que nos invita a ser sacado de la caja de madera que lo contiene, al atrevimiento del disfraz, al grito de «*¡Adelante!*». Un Festival que, en la 48 convocatoria, y siguiendo con la determinación de hacer caer el peso de la imagen en la fuerza de la composición tipográfica nos hace parecer «*cada vez más jóvenes*» en el reflejo de esa bailarina sobre la que llueven pétalos de rosa en 2017. Lemas y eslóganes se han ido sucediendo en los carteles de las diez últimas ediciones, y parece que nos alertaran de las vicisitudes de un longevo evento cultural que ha producido una serie de excelentes carteles. En 2018 el lema del cartel, «*Abriendo boca*», ya apuntaba a la próxima celebración de los 50 años del evento; 20 espectáculos anunciados con la imagen icónica, casi de sutil ilustración, de 18 rostros jugando al disfraz, retornando a la máscara. Sí, en 2019 Molina de Segura celebraría los 50 años de un Festival con «*Mucha Mierda*»; teatral lema que compuso, en rotunda tipografía de palo, en oro sobre blanco, el cartel anunciador, con ausencia de imágenes que distrajeran del motivo del *afiche* que no aparecía firmado. En 2020 sería uno de los pocos festivales de teatro que resistió la pandemia; un Festival que celebró la 51 edición, del 12 de septiembre al 4 de octubre, con reducción de aforo y en streaming, anunciándolo con un bonito, sugerente y onírico cartel, que hace referencia a la necesidad de encuentros y abrazos, y a la ¿virtualidad? de la comunicación que los ciudadanos habíamos realizado desde balcones y ventanas. El 52º Festival, en 2021, se anunciaría con un cartel de la artista plástica Carmen Baena; cartel en claro vínculo con la exposición “El hilo que nos teje” celebrada en octubre en fechas coincidentes con el Festival (ver imagen página 242). Pedro Cano realizó el cartel de la 53 edición y Francisco Peñalver el de 2023.

Cieza, Calasparra, Torre Pacheco, Caravaca de la Cruz, Alcantarilla, Cehegín, Cartagena, Lorca, Murcia... son otras ciudades y localidades regionales donde se desarrollan certámenes y encuentros teatrales auspiciados por ayuntamientos, Comunidad Autónoma y cajas de ahorros.

Desde 1981 Cieza celebra la Muestra de Teatro Ciudad de Cieza, con carteles anunciadores realizados, durante la década de los ochenta, por algunos de los artistas plásticos más relevantes de la región. En 1986, año en el que el festival aparece consolidado –tal como indica Aurelio Guirao a la *Hoja del Lunes* el 11 de agosto–, para anunciar la VI Muestra de Teatro de Cieza, cedió imagen el pintor Antonio Martínez Mengual; un expresivo rostro, construido por trazos atrevidos en negro y grises. Para conmemorar el 50 Aniversario de la muerte de Lorca se imprimieron, junto al cartel de Martínez Mengual,



(Fig. 182) Ángel Haro. 44 Festival de Teatro. Molina de Segura. 2013.



(Fig. 183) José Lucas. 6.ª Muestra de Teatro. Cieza. 1986.

carteles y vallas anunciadoras del VI Certamen con un retrato, no menos expresivo, pleno de dolor y sentimiento, acerado, de Federico García Lorca realizado por el pintor ciezano José Lucas (Fig. 183). Lucas (Cieza 1945-Madrid 2023) es un artista muy interesado en la relación poesía-pintura y en 1986 está plenamente enfrascado en el proyecto de rehabilitación del ciezano Paseo de los Martires: 17 murales sobre suelo y 30 columnas en horquilla de 240x60x60 cm; un proyecto que gira en torno a la música, la dramaturgia, la poesía, la pintura, el cine, la cultura... en definitiva; una obra abstracta, vibrante, que contiene los elementos gráficos que son y serán comunes en la obra y los carteles de Lucas⁽¹⁵⁴⁾. El cartel de la 7ª Muestra de Teatro de Cieza de 1987 lo diseña Ángel Haro: Un *collage* realizado con cartulinas y papeles de colores; un cartel de fuerte y colorido impacto visual que parece un homenaje al carnaval, y que resulta misterioso y sensual con ese lobo-jabalí que pretende seducir a la dama enmascarada. El artista encargado en 1988 de la imagen de la VIII Muestra de Teatro de Cieza fue el pintor Antonio Ballester; un personaje se mueve en la soledad del escenario, en el cartel anunciador de una muestra que la prensa señaló que combinaba "clasicismo y vanguardia". Para anunciar en 1989 la IX Muestra de Teatro, Paco Salinas compuso un *collage* fotográfico (Fig. 184), un rostro, con ese estilo suyo, habitual estos años, que otorgaba a sus carteles un aire de producto inacabado, un aspecto artesanal de objeto en permanente construcción, como si de forma continuada pudiera estar necesitado de la intervención del fotógrafo. Paco Salinas había nacido en Murcia en 1953 y su trabajo vinculado al hecho teatral venía de antiguo, pues Salinas había realizado la imagen gráfica del grupo Arena Teatro y sus carteles promocionales. Un cartel abstracto de Esteban Linares anunció el X encuentro teatral de Cieza en 1990; texturas y arrastres sobre los que se rayan los textos en una composición que recuerda y simula un decorado teatral o un telón de boca; un cartel que fue portada del folleto-catalogo creado por Lola Gómez, la diseñadora de Novograf S.A. Marín Blázquez-Guirao obtuvo, en 1992, las 50.000 pesetas del concurso de carteles anunciadores del certamen de Teatro de Cieza en su XII edición; es un cartel confeccionado por ordenador que muestra una máscara de teatro y la torre de la iglesia de la Asunción. Un concurso que el ciezano volvería a ganar en 1994 para anunciar la XIV muestra. Lo que es evidente es que el certamen y la cartelería anunciadora, a pesar de los concursos de carteles, se ha ido restringiendo a un ambiente más localista, a un programa visual menos ambicioso.

Calasparra celebrará desde 1984 Muestra de Teatro. El cartel de la IV Muestra es obra, en 1987 de Soto Alcón. En diciembre de 2015 Calasparra celebró el Primer Festival de Cuentaría Andante Juan Pelotero; juglares, bufones y grupos de teatro se dieron cita en las calles calasparreñas; la idea es recuperar y recordar la figura de Juan Pelotero, personaje de la tradición popular, cuyos orígenes se remontan al siglo XV, que recorre las calles acompañado de su cuadrilla: los Santos Inocentes, formada por el escribano, el juez y el carcelero. El cartel del I Festival de Cuentaría era una imagen formada por partes del rostro que indican hablar, oír, ver, incluso oler, poner en definitiva los sentidos al acecho. En 2017 el cartel es una pintura de Kako, con contrastados amarillos, azules y negros, que retrata a Juan Pelotero esgrimiendo la vara que sujeta la pelota mediante una cuerda que ayuda a componer los textos del cartel.

También la localidad de Torre Pacheco celebraba desde 1985 una Semana de Teatro anunciada con carteles resultado de concurso. Para anunciar la III Semana de Teatro de Torre Pacheco, en 1987, optaron 20 obras y ganó las 25.000 pesetas del premio Martínez Avilés, un artista local. Al concurso convocado en 1989 para anunciar la V edición se presentaron 12 originales que se expusieron en marzo en la Sala de Cultura que CajaMurcia tiene en la localidad; el premio, ahora de 30.000 pesetas, lo obtuvo Gloria Sánchez Saura que presentó una máscara triste. Desde 1993 el Patronato de Cultura de Torre Pacheco, que siguió convocando concursos de carteles anunciadores de la Semana de Teatro de la villa, con formato de 50x70, establecería el premio en 40.000 pesetas, comprometiéndose el ganador a diseñar además el programa de mano. Un jurado formado por profesores que ejercen en la localidad, políticos y técnicos de cultura, otorgaron, en el año 2000, el premio, dotado con 75.000 pts, del cartel de la XVI Semana de Teatro a un original personaje, que parece lazarillo ante caras que muestran muecas teatrales, creación del pintor y fotógrafo de Pozo Estrecho Francisco Javier Lorente, que había realizado en 1999 el cartel de carnaval de Cartagena. El 24 de marzo de 2001 *La Opinión* informa que Javier Lorente, con 36 años, realizará de nuevo el cartel de la

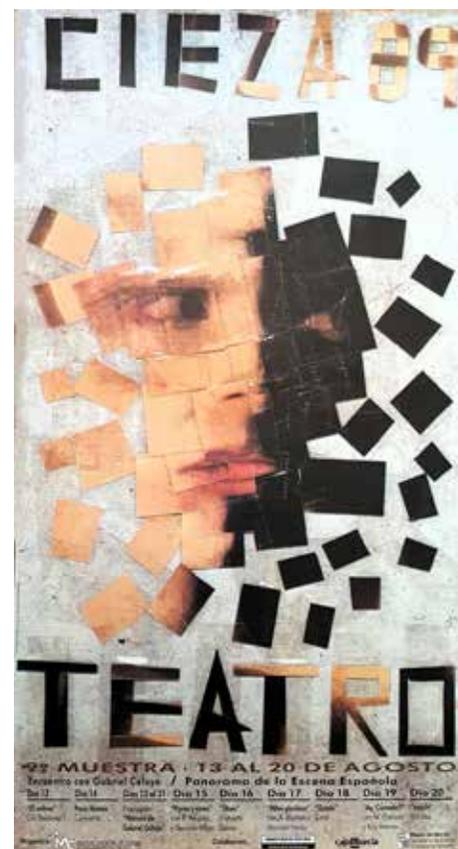
(154) Ya en 1979 se había utilizado una expresionista obra abstracta de José Lucas como imagen del I Congreso Regional de Escritores. En 1988 otra pieza realizada en su inconfundible expresionismo abstracto anunciará las IV Jornadas Murcianas de Medicina Familiar y Comunitaria. Y en 1990 realizará el cartel XIV Feria del libro Antiguo y de Ocasión que se celebra en Madrid en el Paseo de Recoletos.

XVII Semana de Teatro de Torre Pacheco, una cara de la que parece desprenderse una máscara; el segundo cartel seleccionado también era suyo; realizando, además, ese año, carteles para los carnavales de Cartagena y el Festival Flamenco de Jumilla; Lorente comenta: *“Seguramente en la próxima edición no enviare ninguna obra, aunque solo sea por darle descanso al jurado”*. El que si parece suyo es el cartel de la XX edición de 2004, que llevó a Torre Pacheco textos de Dario Fo y Lope de Vega, anunciados con un personaje del Siglo de Oro que se inclina y recoge su sombrero de plumas en elegante gesto, presentando o despidiendo la Semana. En 2009 el cartel de la XXV edición es obra del fotógrafo David Frutos, hijo del pintor Frutos Llamazares.

El cartel fue vehículo difusor de iniciativas teatrales en bastantes localidades de la Región. Una imagen en tintas planas; dos personajes que asisten a una velada teatral, realizada por Blas García, anunció en 1988 la IX semana de Teatro de Caravaca; con carteles que reproducen una cara femenina maquillada, tal que actriz de teatro burlesco, se anuncia, en julio de 2013, la XXXIII Semana de Teatro de Caravaca de la Cruz; y una composición pictórica, con una docena de ojos asombrados, atentos y llorosos, como corresponde a la reacción del público en una velada teatral, anunció en 2017 la XXXVII Semana de Teatro de la misma localidad. En Alcantarilla J. Marín resultó ganador, en marzo de 1989, del concurso de carteles de un festival de teatro, con premio de 25.000 pesetas. En 1987 Cehegín anunciaba con carteles su V Muestra de Teatro. Desde 2002 celebra Cartagena, en abril, el festival de encuentros con la nueva danza, MuDanzas, anunciados con carteles de base fotográfica: la pirueta de un danzante en 2008; una pareja de baile, sobre la trama de un fondo, tratada como una posterización anuncio la 6ª edición de marzo de 2007; las 12 secuencias de una bailarina en 2006... Los anunciadores difunden el III Certamen de Comedias que celebra La Palma en febrero de 2006. El 1 de julio de 2008 se presentan los carteles anunciadores de Teatro del Mar, un festival de teatro de humor que celebra Cartagena del 1 al 8 de agosto y que es anunciado con un divertido cartel en el que un personaje asciende por la cucaña inclinada que surge del mar; en 2009 los carteles del festival no resultan menos jocosos: la cara de una especie de emoticono con gafas y tubo de buceo, anunció un evento que ya venia celebrándose desde 2006. Lorca publicitó con carteles, en 2009, el 11 Festival de Teatro de Calle “Teasol” que celebraba la ciudad en los meses de junio. En 2017 y 2024, un cartel de Javier Lorente anunció el XXIII y el XXIX Certamen de Teatro de Pozo Estrecho.

Es interesante señalar que CajaMurcia organizaba un Ciclo de Teatro y Humor anunciado por carteles diseño de Martínez Mengual; el año 2000 con dos rostros que se observan en el cartel.

El teatro de Romea es ámbito de celebración del Certamen Regional de Teatro que tenía lugar desde 1985 y dirigía Alfonso Pacheco. La foto rasgada, del rostro de uno de los miembros del grupo teatral Sheer Madnes, realizada por Ángel Fernández Saura, fue el motivo utilizado para el cartel *II Certamen Regional de Teatro Romea '86* –el interés de Saura por estos personajes del teatro de calle, tantas veces fotografiados por él, es tal, que aún en 2004 sirvian de motivo para componer el cartel *Encuentros con el cine mudo*, realizado para el Ayuntamiento de Ceutí–. En octubre de 1989 José Luis Montero diseña la gráfica del *Certamen de Teatro Ciudad de Murcia Romea 89*; una imagen de Don Juan –el ciclo gira en torno a su figura– creada a partir de la fotocopia de una foto del actor Cecilio Pineda representando el papel, intervenida con tintas planas; un homenaje a la compañía Cecilio Pineda que, como dice el director del ciclo Alfonso Pacheco: *“... después de tantos años retirada de los escenarios regresa especialmente para clausurar el certamen, con esta puesta en escena en homenaje a su fundador y primera figura que fue encarnando a Don Juan Tenorio durante tantos años”*. A finales de los ochenta algunos de los carteles anunciadores del Certamen: *III Certamen Regional de Teatro Romea 87*, *Certamen de Teatro Ciudad de Murcia Romea 90*, los realizaron conjuntamente Paco Salinas y Pedro Manzano, siempre partiendo de una fotografía del primero. Un saltinbamqui, más propio del teatro de calle, en el ochenta y siete; un cartel que, al igual que el de Saura, refleja bien la influencia que el Festival de Teatro de Calle tiene en los ámbitos culturales y en la gráfica del momento; y una instantánea de la representación por Arena Teatro de *Callejero*, de Esteve Graset, en 1990. En 1991 Pedro Manzano realizó en solitario la imagen del cartel *Certamen de Teatro Ciudad de Murcia Romea 91*;



(Fig. 184) Paco Salinas. 9.ª Muestra de Teatro. Cieza. 1989.



(Fig. 185) Pedro Manzano. *Murcia en verano*. 1990.

un juego circular, que pretendía servir de pretexto al premio que otorga el Certamen, inspirado en el botón de plata del chaleco tradicional huertano.

En 1989 siete compañías de teatro animan las cálidas noches del verano de la ciudad de Murcia: Aftalia, Elitros, Alquibla, Juan de Ibarra, Matadero, Tespis y Teatro de Papel. En opinión del concejal de Cultura, Francisco Martínez Pardo: “*se quiere cubrir un hueco y, al mismo tiempo, se quiere apoyar, en todo lo que se pueda, las campañas de teatro y los grupos de la Región y, sobre todo, del municipio*”. La campaña *Teatro en Verano* pretende sustituir las actividades puntuales de café concierto que se realizaban en Murcia los meses de la canícula y llevó las representaciones al Murcia Parque. Pedro Manzano realiza en 1989 el primer cartel *Murcia en Verano*; sin abandonar ese aspecto de aire de cabaret recurre a la foto de una vedette de final de los años veinte, entre actriz de película de Hollywood y *femme fatale* alemana..., una fotografía en blanco y negro que se ha retocado con colores primarios y un fondo con el aporte fresco de un azul intenso, rojos y amarillos. En 1990 se retomaría la idea del café concierto y la sede pasaría a ser la Plaza del Romea, una sugerencia de los establecimientos hosteleros de la zona que, además, colaboran con las actividades y financian la publicidad. De nuevo Pedro Manzano realiza la cartelería en 1990 y 1991; son figuras rotundas, impresas en tintas planas a partir de sendos *collages* realizados con papeles especiales y preimpresos, representan el teatro y la escena con personajes femeninos de los que solo vemos, un guiño a Alex Katz, un fragmento de su figura, el torso, parte de la cara, los brazos o las piernas; para el cartel de 1990 (Fig. 185) la mujer sostiene en sus manos la luna y con una mirada la interroga a modo shakesperiano; en 1991 el personaje, lo que vemos de él, actúa sobre las tablas de un escenario. En 1992 la publicidad de Murcia en Verano se reduce al programa de mano troquelado; representa a un personaje que se relaja en su silla a la espera de las actividades, reducidas a seis cafés concierto. En 1993 el programa de mano se ha convertido en un abanico de cartón para soportar las cálidas noches, en el anverso la fachada del Romea bajo la luna, en el reverso las ocho actuaciones que tuvieron lugar entre el 16 de junio y el 14 de julio. Y es que el Teatro de Romea, su fachada, es el definitivo marco de las actividades que se realizan en la ciudad bajo la denominación Murcia en Verano; marco al que recurre Julio García Abril en 1997 para su cartel anunciador del evento; 1.000 reproducciones de un cartel con refrescantes azules y una pirueta comiquera, casi surreal –un poco a lo Moebius–; la cantante aparece en una de las ventanas, ahora convertida en escenográfico balcón, del edificio del teatro, iluminada por un potente foco casi lunar. Más recientemente, en 2016, Murcia en Verano es un programa de actividades diseminado por distintos espacios de la ciudad que se anuncia con la refrescante ¡y recurrente! imagen de una textura acuosa y la copa de un helado.

Por otra parte, en las tablas del escenario del Teatro Romea se celebrarían sucesivas Muestras de Artes Escénicas a partir de 1992, anunciadas con carteles. Y, ya entrado el siglo XXI, en toda la región fueron frecuentes, al margen de los reseñados, certámenes

de teatro de aficionado, con carteles anunciadores que suelen contar como imagen central con el aforo del teatro, detalles de los asientos, o los propios telones de boca que, a veces, una mano retira para dejar ver la escena.

Desde 2002⁽¹⁵⁵⁾ se celebra en la región, entre octubre y noviembre, Titeremurcia, Festival Internacional de Teatro de Títeres de la Región de Murcia. Los primeros carteles del Festival los diseñó Germinal Comunicación. Aunque intervendrán otros artistas y diseñadores en la gráfica y cartelería del certamen: Antonio Ballester en 2003 y Katarcyna Rogowicz aportó la imagen del III, IV y V Festival en 2004, 2005 y 2006. Pero sería Pajarajote el estudio creativo que aportaría una estética determinante al Festival, aportándole una carga onírica presente en los propios lemas que refuerzan la imagen. «*Los hilos toman la calle*» y componen, en desordenada y colorista madeja, el cartel del VIII Festival. El niño que observa a las palomas, en el cartel del 9º Festival, moverse al albur de los palos y los hilos; expectante, pues «*Las historias vuelven*» cada año. El cartel del 10º Festival, que realiza de nuevo Pajarajote Factory, una trama caleidoscópica –basada en el telediscopio– formada por muñecos, recibió el premio Anuaría; un cartel con apropiado lema «*El juego de mirar historias*», juego prolongado en la elección del cartel, pues se dio a elegir entre uno de tono rosa y otro de tono amarillo, finalmente elegido a través de Facebook y Twitter (Fig. 186). Los hilos vuelven a tejer la trama de las «*Pequeñas cosas bellas*» en el *afiche* de la 11ª edición de 2012. El cartel del XIV Festival daría, en 2015, vuelta de tuerca al sentido onírico de los carteles anunciadores: colibrí, peces, caballos de mar, planetas, estrellas y personajes parecen colgar del espacio o jugar por el fondo del mar. Estudio Creatia diseñó los carteles, el del XV Festival en 2016, a partir de una fotografía que realizó Aniceto Roca a seis rostros de títeres y muñecos del grupo Mamulengo. En 2017 fue un títere la imagen del cartel realizado de nuevo por Estudio Creatia; que en 2018 creó el cartel a partir de una mano convertida en improvisado títere. El 18º Festival lo anunció de nuevo un títere representando un forzudo con lema: «*El secreto del hombre más fuerte del mundo*». El 19º Festival se publicitó con la imagen de una luna dotada de cualidades humanas que recordaba esos cuadros, entre surreales y oníricos, de Joan Ponc. Y en 2020 el cartel anunciador del 20º certamen volvería a un títere de mano con dos vasos de plástico por ojos. Títere roto en el cartel de 2023.

GmpFundación organiza en Murcia, a partir de 2010 el Festival Internacional de Magia Solidaria “Grandes Ilusiones”; en la imagen del cartel una niña besa, coqueta, una rana. Un Festival anunciado con *muppys*, banderolas y carteles. Son carteles que recogen juegos visuales y lúdicos. El cartel anunciador del 8º Festival se compuso con un juego de ordenador que confirió a las nubes forma de conejo. Y en 2018 la gráfica del Festival estuvo basada en composiciones de arte óptico, a base de círculos concéntricos que parecen extraídos de la cabecera de la película de Hitchcock *Psicosis*.

Pero volvamos al inicio de esta historia, a otro de los eventos que comenzó en la región en tiempos del régimen de Franco, y que podemos situar al socaire del boom turístico y de los Festivales de España.

En julio de 1972 tiene lugar la I Semana Internacional de Cine Naval⁽¹⁵⁶⁾, al amparo del CIT (Centro de Iniciativas Turísticas de Cartagena); un certamen cinematográfico arropado con exposiciones y concursos de pintura, fotografía, carteles, narrativa... que giran alrededor del mar como tema. Elementos marinos (el mar, las olas, los faros costeros del puerto de Cartagena...), componentes náuticos (embarcaciones, quillas de barco, cartas náuticas, anclas, nudos marinos, velas y timones...), instrumentos y artilugios que hacen posible el cine (focos, cinta de película, claqueta...), en fuerte simbiosis, son los aspectos iconográficos sobre los que se articularía la propuesta de los carteles, hasta entrado el siglo XXI, de un certamen que en 1976 pasaría a denominarse Semana Internacional de Cine Naval y del Mar, y en 2005, en la XXXIV edición, figurará en los carteles bajo el titular: Festival de Cine de Cartagena, modificando las propuestas visuales difundidas hasta entonces desde los carteles. Aunque la denominación actual y su gráfica rabiosamente contemporánea será asumida en 2009 con el FICC, Festival Internacional de Cine de Cartagena, uno de los más antiguos de España.

En las seis primeras ediciones la elaboración de los carteles anunciadores estuvo a cargo de los propios organizadores del Festival. En 1972, 1973 y 1974, con una obvedad



(Fig. 186) Pajarajote. Titeremurcia. Murcia. 2011.

(155) En 2002 Murcia a Escena y la Comunidad Autónoma organizaron unas Jornadas de las Artes Escénicas en la Región de Murcia, que tendrían continuidad, anunciadas con carteles. El cartel de las IX Jornadas, que planteaban la definición de un modelo empresarial en las artes escénicas lo realizó El Fotógrafo-Factoría Gráfica, Joaquín Clares. Cartel divertido, en la línea de los trabajos que en ese momento realiza Germinal Comunicación: un personaje, ejecutivo enganchado al móvil, camuflado tras un cabezudo de cartón piedra con gorrito de payaso.

(156) La primera Semana Internacional de Cine Naval se convocó entre el 22 y el 29 de julio, pero su comienzo quedó señalado por una tragedia, el día 25 durante la Velada Marítima se hundió en el puerto de Cartagena una carroza flotante causando la muerte a varios espectadores. El luctuoso suceso motivó que la dirección del festival cambiara en posteriores ediciones la fecha del certamen, que desde 1974 coincide con los días de la Provincia celebrados del 3 al 10 de noviembre en homenaje a la Armada, el pescador, el turista y los deportes de mar.



(Fig. 187) Agustín Sáez. *XI Semana Internacional de Cine Naval y del Mar*. Cartagena. 1982.

rayana en lo ingenuo, se repite el cartel de José Tamayo –autor en julio de 1973 del cartel *Fiestas del Carmen y Santiago, Cartagena*–: una cámara de cine filma un barco. En 1975 la propuesta se ha reducido, en el cartel de Enrique Pérez-Cuadrado, al esquemático barco; editándose, desde el Ministerio de Cultura, en 1976, un cartel que anunciaba conjuntamente la Semana de Cine y la Costa Blanca, un paisaje poco atractivo con rocas y playa, probablemente Cala Cortina. La VI Semana Internacional de Cine Naval y del Mar, que se celebró en Cartagena entre el 7 y el 12 de noviembre de 1977, se anunció con 400 carteles de Pérez-Cuadrado, impresos en Sánchez Campillo, que se distribuyeron por diferentes lugares del territorio nacional y en las sedes de las embajadas; un cartel realizado en tres tintas, que representaba el evento con velas latinas sobre intensos azules celeste y eléctrico. Una fórmula que solamente a partir de la VII edición adoptaría la forma de concurso abierto a los artistas interesados. A principios de año, generalmente en febrero, o aún antes, a finales del año anterior, solía, desde 1978, convocarse concurso para elegir el cartel anunciador de la Semana Internacional de Cine Naval y del Mar, celebrada en Cartagena en noviembre, los originales que optaban al premio se exponían en la Ciudad Departamental los días de la Semana Santa, una actividad encaminada a reforzar el turismo y, a la vez, a facilitar la difusión del evento.

En 1978 se inaugura, Viernes de Dolores, la exposición, con los 12 bocetos que aspiran a difundir la VII Semana Internacional de Cine Naval y del Mar; el concurso se había convocado en noviembre del setenta y siete con premio de 15.000 pesetas, técnica libre, formato de 97x67 cm y abierto a artistas nacionales o extranjeros. El zamorano Víctor Manuel Lahuerta obtiene el Primer Premio con un cartel –del que se hicieron 4.000 copias– que presenta una cámara de cine rodando entre las olas. El pintor cartagenero Enrique Gabriel Navarro formaba parte del jurado.

A finales de marzo de 1979, tras haberse prolongado la recepción de obras –solamente se han presentado 13 carteles al concurso convocado en noviembre del setenta y ocho, dotado de nuevo con 15.000 pesetas–, Isidoro Fernández, de Reus, ganó el certamen de carteles anunciadores de la VIII Semana Internacional de Cine Naval y del Mar. Los 2.500 carteles impresos muestran la quilla de un barco rompiendo unas olas que semejan cinta de película. Entre los finalistas el decorador Antonio Chapela y el pintor Luis González Adalid que recibieron sendos accésits.

Los 16 carteles presentados a concurso en 1980, para publicitar la IX edición, estaban expuestos en el Palacio de Aguirre a finales de marzo. Manuel Tabuena, un artista valenciano, obtiene las 25.000 pesetas del Primer Premio, con una composición –de la que se hizo una tirada de 3.500 carteles– que recoge las banderas de los países participantes impresas sobre caballitos de mar. Esta idea de las banderas, sobre objetos o figuras relativas al tema, ya hemos visto, y veremos, cuan recurrente puede llegar a ser.

El 1 de febrero de 1981 ya estaban publicadas las bases del concurso para elegir carteles anunciadores de la X Semana Internacional de Cine Naval y del Mar, a celebrar del 2 al 7 de noviembre en Cartagena. Procedimiento libre; a imprimir en tres tintas máximo, sin utilizar dorados, plateados ni fosforescentes (no todas las imprentas pueden utilizar estas tintas, cuya densidad y composición con sólidos en suspensión, cuyo tiempo de secado y oxidación, requiere maquinaria especial); 25.000 pesetas de premio y medalla conmemorativa. En Semana Santa se exponen las 18 obras presentadas. El Primer Premio lo obtendría el cartagenero Agustín Sáez Alcaraz; la primera vez en cuatro años que un artista de Cartagena ha ganado el concurso. Es un cartel que presenta, con un preciso dibujo, un foco emergiendo del mar. Agustín Sáez volvería a ganar el concurso el año siguiente; un ancla sujeta a cintas de película, que sustituyen las maromas, fue la propuesta más votada por los asistentes a la exposición que se montó con los 34 carteles venidos de toda España con la pretensión de poder anunciar, en 1982, la XI Semana Internacional de Cine Naval y del Mar (Fig. 187).

En 1983 Saúl Hernández, madrileño, resultó ganador del concurso de cartel anunciador –ahora dotado con 50.000 pesetas– del XII Festival, frente a los 13 carteles presentados, con la propuesta de un barquito navegando las olas que forman cintas de películas, que parecen haber rodado a un marinero haciendo señales con banderines.

Sería de nuevo, en 1984, Agustín Sáez –por tercera vez– el galardonado entre los más de 20 carteles que optan al premio. Sáez no ha variado gran cosa la propuesta anterior, su barco navega sobre una sola ola que forma la espiral de una cinta cinemato-

gráfica. El artista cartagenero Agustín Sáez Alcaraz tiene en ese momento 51 años y está claramente posicionado como un autor de carteles capaz de ganar, lo iremos viendo, concursos anunciadores de diferentes temáticas en distintas localidades de la región.

El cartel de la XIV Semana de Cine Naval y del Mar de 1985 es obra de Enrique Pérez-Cuadrado, *artista de la casa* y presidente de la Semana. La decisión de que él realice el cartel se ha tomado tras sopesar la escasa participación en concursos anteriores. Es un cartel que responde a conceptos y planteamientos gráficos muy semejantes a los carteles realizados otros años; semeja, a modo de fotograma, un barco surcando las olas. Son ya catorce ediciones de un certamen muy criticado y cuestionado, unas veces alegando falta de calidad, otras que no responde a criterios de verdadera muestra cinematográfica y parece una mera fiesta. Es verdad que la Semana de Cine Naval no cuenta con el aliento de algunas entidades que en esos momentos apoyaban en Cartagena la actividad cinematográfica, como el Cine Club Hannibal, y su presupuesto es exangüe: 10 millones de pesetas.

El cartel de la XV Semana Internacional de Cine Naval y del Mar⁽¹⁵⁷⁾ de 1986 se encarga a Agustín Sáez –Pérez-Cuadrado, alma mater de la Semana, ha fallecido el 7 de febrero–, que ha demostrado su buen hacer y ha obtenido diversos premios en los concursos a los que ha optado ese año. Un cartel de aire psicodélico (Fig. 188); el rostro de la mujer enmarcado en olas azules, fondos marinos, peces y banderas recogidas en una cinta de película que remiten a los países participantes. Un cartel que bien podría haber servido de anunciador de cualquier *boite* o discoteca de la costa y que parece inspirarse en las heroínas de un gran dibujante de cómic español: Esteban Maroto. En la entrevista que le hace Mariano Roca y que publica *Hoja del Lunes* el 10 de noviembre Agustín Sáez Alcaraz expone: “... El objetivo del cartel, a mi juicio, debe ser algo que incite, agudice e invite a la compra de algo, o a la asistencia a determinado acto, de una forma suave, amable, sin estridencias. Y continua, ...Un cartel no puede contemplarse en la calle como si se tratara de un cuadro expuesto en un museo, pese a que hay carteles maravillosos, porque el póster es otra cosa; tiene que ser lo suficientemente llamativo para que quién lo vea no tenga necesidad de pararse a leer en los vericuetos de su grafología. El mural debe impactar a primera vista, rompiendo la monotonía...”

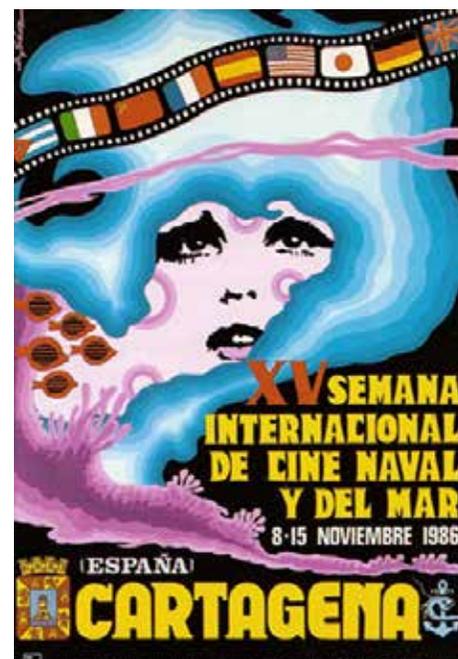
Gabriel Ortuño, un pintor canario que se mueve en el expresionismo abstracto, es el artista encargado de realizar en 1987 el cartel de la XVI Semana de Cine Naval y del Mar. Una imagen de tonos azulados y blancos sobre un mar enmarcado en el que se levanta una cámara de rodaje que parece introducida en una pantalla de cine.

Más prosaicos los carteles de la XVII, XVIII Y XIX edición de la Semana. En 1988 el cartel de Ramón Hoyos tiene, como motivo principal, el dibujo de la quilla de un barco que rompe mapa o carta de navegación e indica la situación de Cartagena. Los carteles de Martínez Pastor y Braquehais de 1989 y 1990 giraron alrededor del motivo del nudo marinero; sobre franjas rosas y azules primero, luego componiendo abstractas manchas amarillas, rojas y azules, en 1990.

Para celebrar en 1991 los veinte años del certamen se inauguró, el 11 de noviembre, una exposición en el Aula de Cultura Casa Pedreño de CajaMurcia; entre los objetos expuestos los anunciadores de la Semana Internacional de Cine Naval y del Mar año tras año; los últimos, desaparecido el concurso, fruto de desinteresadas colaboraciones de artistas del entorno de Cartagena o de aquellos que sienten admiración por el mar y el mundo que lo rodea. Un barco, de atrevidos trazos, casi una abstracción, un barco-ojo, es el cartel anunciador de la XX Semana Internacional de Cine Naval y del Mar; lo ha realizado Enrique Nieto; cartel con el que se pretende nueva andadura en la cartelería anunciadora de la Semana. Semana de escaso presupuesto, 13.000.000 de pesetas, lo que hace decir a Enrique Escudero, que se encuentra al frente del evento: “*Algunos directores acuden con su película bajo el brazo*”.

En 1992 para anunciar la XXI Semana el pintor unionense Esteban Bernal volvió a una gráfica ya utilizada como imagen anunciadora, al ancla con cintas y rollos de película. En la presentación del cartel, en el Casino de Cartagena el 15 de octubre, se comenta a la prensa que se ha pretendido continuar en la línea planteada anteriormente de procurar un cambio en la imagen del Festival. En realidad, el ancla recuerda aquellos primeros carteles de la Semana.

Pretendida línea de cambio sin continuidad, pues en 1993 el cartel, de Ángel Montegudo, que anuncia la XXII edición de la Semana parece un homenaje a la Cartagena



(Fig. 188) Agustín Sáez. XV Semana Internacional de Cine Naval y del Mar. Cartagena. 1986.

(157) Se editó un folleto con portada de Mari Carmen Artigas –una vista de Cartagena– que recogía la historia de la Semana desde 1972.

modernista; con esa sirena que nace del mar entre cintas de película, caballitos y conchas marinas, Submarino Peral incluido. Cartel de aromas antiguos, sin duda. Y quejas de algunos participantes en el certamen, pues la organización de la Semana no distribuyó, ni pegó, los anunciadores subvencionados por la Consejería de Cultura, de la película cartagenera *Carrusell* que compite en la Sección Oficial.

Una cinta de película recorriendo los faros del puerto anunciaría en 1994 la XXIII edición; y una ilustración, que recoge la proyección de una película bajo el agua, en la quilla de un barco, sirvió para difundir la XXIV Semana; ambos carteles son obra de Gómez-Vizcaino. Dos anclas sobre amarillos y azules, diseño de la propia organización de la Semana, anunciaron las *Bodas de Plata* del evento en 1996.

Los años que median entre 1997 y 2005 los carteles de la Semana de Cine Naval y del Mar fueron ciertamente anodinos; un timón de Martínez Pastor, y una cámara de cine que, emergiendo del mar, rueda el monumento a los Heroes de Cavite, realización de Gómez Vizcaino y Ruiz Vinader, anunciaron la XXVI y XXVII edición; un paisaje con barco enmarcado en un fotograma, y viejas cámaras de rodaje, de los autores anteriores, sirvió para dar noticia de la XXVIII Semana; el ojo de buey de una embarcación, que dejaba ver el puerto de Cartagena, de Gómez Vizcaino, anunció en el año 2000 la XXIX Semana. Y dos velas latinas, formadas por cinta de película, un trabajo de Juan Sánchez, la número XXX. El mar, una ventana abierta en la oscuridad de la sala cinematográfica, o en el hueco que facilita la cinta de película, es el anunciador, creación de Ana Roca y Pérez Salguero, de la XXXI edición; y una claqueta con banderines, semejantes a los usados por la marina para hacer señales, sirvió para difundir la Semana del año 2003. El cartel de Celia Paz y María Loreto de la XXXIII edición de 2004 muestra cintas de película, cruzadas y con competición de vela en la secuencia de los fotogramas. Así hasta llegar al cartel XXXIV, en 2005, que parece publicitar el muelle de la Ciudad Portuaria, con un crepúsculo en el puerto y tres puntos de amarre, tres norays que, según su autor, Pedro García Raja, quieren representar una espectacular sala de cine; una sala de cine que vincula Cartagena y el mar, precisamente en un año en el que la Semana Internacional de Cine Naval y del Mar pasaría a denominarse Festival de Cine de Cartagena.

Los carteles han servido para evidenciar la decadencia del certamen en este periodo. Apuntaremos que ya en 2001, año en que la XXX edición homenajea al desaparecido presidente de la Semana Enrique Escudero y a Paco Rabal, recientemente fallecido, con la proyección de la película *Pajarico*, la Semana, que se celebró del 5 al 9 de noviembre, redujo tres días su programación. La prensa incluso ironizó el 6 de noviembre con la sede del certamen, el cine Carlos III, deportiva, envidiable y pomposamente denominado por la organización Palacio del Festival, criticando la decoración de la Sala. Ángel Montiel escribe el 9 de noviembre en *La Opinión*, en su sección "La feliz gobernación": "¿Y por qué no una semana mejor? ... ¿Por qué no revisar esta convocatoria y buscar el modo de diseñarla con nuevos aires y pretextos, y ponerla en valor?". Sí, se pide ambición, compromiso y ganas para el Festival, destacando que Cartagena está llamada a ser en el futuro una gran capital mediterránea y un referente turístico.

En 2006 para anunciar la XXXV edición parece que los carteles se han propuesto recuperar un tono irónico, divertido, un guiño a los posibles jóvenes participantes en el evento, con ese tiburón de plástico –una foto de José María Rodríguez– que nada en la bahía cartagenera de Cala Cortina; un doble guiño, pues el cartel es una clara referencia a la película *Tiburón* y a sus secuelas, a las cintas de terror con el mar como telón de fondo. Guiño a los jóvenes asistentes que mantuvo su continuidad a lo largo de los años. El cartel de 2007, anunciador del XXXVI certamen, es una idea de Antonio Ángel Martínez Pérez a partir de una fotografía de Raúl Peña; nos presenta a un chico que parece contemplar una pantalla de cine, indicada por el haz y el foco del proyector, en la que se desarrolla *Viaje a la Luna* de George Melies, pues en las gafas del muchacho se refleja un fotograma del filme; la idea es dotar al Festival de una imagen juvenil, tanto en los carteles como en los anuncios de televisión y cine; los anuncios y el eslogan de la campaña que difundía el certamen, «*Sólo faltas tú*», fueron concebidos por el propio director de la muestra, Antonio Martínez, y por Luis Espín, y producidos por David Zaplana y Ana Ballabriga. Todo un intento de dejar claro el cambio de rumbo que desde 2005 se pretende para el Festival, alejándolo del tema marítimo y naval que lo constriñe. La claqueta se redujo a cenizas, incendiada en el cartel de 2008 –año que dirige el FICC Esther Baeza, pretendiendo sustituir *glamour* por cine de calidad, eliminando galas de

inauguración y clausura en un intento de adaptarse a la crisis– compuesto por Pascual Ballesteros. Y el joven quedó preso, atrapado en cintas de película, en el anunciador del XXXVIII certamen de 2009, diseñado por RM Comunicación a partir de una foto de Salvi Vivancos; certamen que se complementó con una exposición patrocinada por el Instituto Cervantes y Lunwerg Editores: “Cine español. Una crónica visual” compuesta por 130 fotografías, una veintena de carteles y un audiovisual. El cartel de 2010, una creación de Elena Vicente López para RM Comunicación, anunciador de la XXXIX convocatoria, destacó en un fondo amarillo, merced a un foco, FICC y el lema «*Aficciónate al cine*»; una edición que potenció el acrónimo FICC, reforzando la idea de hacer del Festival de Cine de Cartagena un certamen joven, dinámico y arriesgado, alejado del cine de circuito comercial –según nos manifiesta su directora, Esther Baeza el 17 de julio de 2018–. El amarillo sería tono dominante en el cartel impreso ese año para anunciar la exposición de diciembre “No me cuentes películas”, con los rostros posterizados, en la parte inferior del *afiche*, de Clark Gable y Vivien Leigh, tal como aparecían en el anunciador de *Lo que el viento se llevó*. Para celebrar el 40 certamen se recurrió en 2011 a un cartel (Fig. 189) que era un guiño a los carteles de Agustín Sáez de 1984; un barco blanco navega una cinta enrollada en espiral, que recoge el año del comienzo del certamen, 1972, y el año 2011 –entre las acciones que tuvieron lugar con motivo de la celebración del Cuarenta Cumpleaños del Festival se rodó el corto *Catedral Movie*–. Con bocina en mano y cintas de película llamó el personaje: «*El FICC del mundo va a llegar*», desde los carteles, a asistir al XLI Festival en 2012. Un Festival abierto a la participación, así lo indica la chica con autocaravana que anuncia el evento en 2013. El cartel del XLIII FICC tiene en la ilustración su propuesta gráfica; un cartel de fondo amarillo que recoge personajes que acuden al cine y subraya: «*Aficionados*»; una edición que inauguró, a finales de noviembre, la exposición “Los cines vividos” que recorría la historia de los cines de Cartagena. Se volvería en 2015 –año que se celebró la exposición “Carteles en su tinta”–, para difundir *FICC44*, a una provocativa imagen realizada de nuevo por el cartagenero Adrián Madrid para RM Comunicación como era habitual desde 2011: un personaje saltando ante unas ruinas; una muestra de la energía y vitalidad del Festival. Personaje trasmutado ahora en concepto casi inmaterial para dar noticia de la XLV edición en 2016. Que pretende hacer gala de renovada y exultante juventud en la colorida imagen de la chica que anuncia la 46 edición de 2017. Y aún más atrevida en su vocación internacional proclamada en el cartel de 2018, solo tipográfico, proclamando en negro sobre blanco WHAT THE F*CC!

La 48ª Edición homenajeó a David Lynch en el cartel oficial; una foto de Sandro Miller en la que John Malkovich aparece caracterizado de Lynch; una imagen que formó parte de la muestra expositiva “Psychogenic Fugue” –fotos de Miller– celebrada entre el 24 y el 30 de noviembre de 2019, idénticas fechas en las que tuvo lugar el Festival que proyectó 70 películas y recibió más de 600 cortometrajes. El FICC 49 se celebraría en 2020 de forma virtual, las más de 60 películas podían verse desde casa; y se anunció con un cartel que recogía una sugerente imagen del Archivo de Memorias Celuloides, que dirige Salvi Vivancos. Y en 2021 de nuevo el cartel supuso un homenaje, en este caso al desaparecido Berlanga, en la celebración del 50 FICC. En 2022 el Festival homenajeó a Jaime Chávarri y nos proponía desde el cartel dejarnos abducir por el FICC 51, en evidente guiño al Área 51.

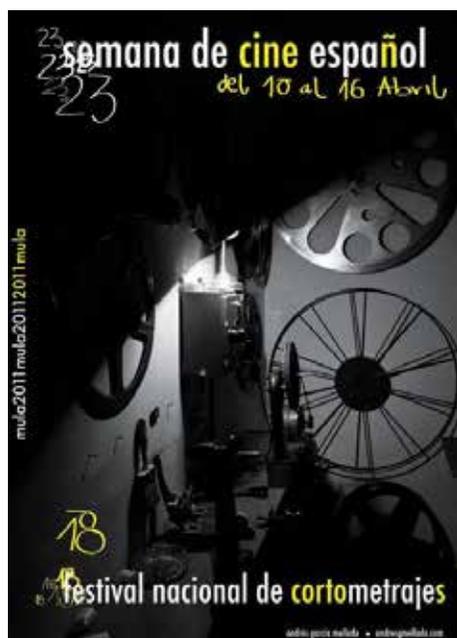
Carteles que, en algunos de los últimos años, han continuado la norma, no escrita, de distintos certámenes y eventos, reforzando con lemas imágenes atrevidas y provocadoras que, a veces, parecen no tener nada en común con el tema que anuncian, y devienen guiño conceptual, acto performativo.

Los festivales de cine fueron moneda corriente en la región desde los años de la transición, casi siempre anunciados con carteles, o con el cartel como parte integrante de las actividades que, en paralelo, celebran estos certámenes. La Semana de Cine Español, creada al amparo de la Universidad de Murcia, y cuyos carteles aquí serán objeto de tratamiento específico, en el apartado relativo a las Aulas del Vicerrectorado de Extensión Universitaria, fue quizá el buque insignia de estos certámenes y festivales.

Ya a principios de los años ochenta Molina de Segura celebraba una Semana de Cine de Autor cuyos carteles se decidían por concurso en numerosas ocasiones como ocurrió en 1987. Otras veces los carteles fueron más anodinos. El cartel de la XV Semana, celebrada en marzo de 1996, se materializó a partir de una imagen de la actriz Victoria Abril.



(Fig. 189) RM Comunicación. 40 FICC. Cartagena. 2011.



(Fig. 190) Andrés García Mellado. XVIII Festival Nacional de Cortometrajes. Mula. 2011.

En 1984 tiene lugar la primera Semana de Cine Español de Yecla. Cuando en septiembre de 1986 se celebra la tercera edición de la Semana, se complementa con una exposición de antiguos carteles de cine de los años cuarenta, cincuenta y sesenta. Una exposición que será habitual en las siguientes ediciones, y que solía instalarse en la Sala de Exposiciones de CajaMurcia de la localidad del altiplano, entidad que patrocinaba la Semana en colaboración con el Ayuntamiento, el cine-club Odeón y la Filmoteca Regional.

El cine-club Segundo de Chomón pondrá en marcha, al finalizar la década de los ochenta, la Semana de Cine Español de Mula. En 1997 la X Semana, V Certamen Nacional de Cortos homenajeó a José Crespo, que aparece en el cartel. En 2006 la Semana contaba con suficiente material impreso como para poder organizar, en la Sala de Exposiciones de la CAM de Mula, una exposición con material gráfico y carteles de las ediciones anteriores y del Certamen Nacional de Cortometraje; carteles precarios, pero como afirman los organizadores “no contábamos con ningún diseñador que nos echara una mano”; aunque ese año el cartel fue un precioso y original trabajo de Juan Álvarez, una viñeta de cómic que reproduce el momento de la filmación de un pelicularo beso en una de las ventanas de la Casa Pintada. En 2006 la Semana editaría, en colaboración con el Ayuntamiento de Mula y la Consejería de Educación y Cultura, el libro Diseñadores Gráficos en el cine español; un trabajo de investigación de 178 páginas realizado por Pascual Vera y José de Paco que hacen un repaso de los grandes diseñadores y artistas españoles que han concebido los fantásticos carteles cinematográficos del cine español: Renau, Soligó, Jano, Mac, o Peris Aragón, entre otros. Una Semana que cumplió en abril de 2016 la 28ª edición y la 23ª del Festival Nacional de Cortos; anunciadas con carteles de desigual factura, que giraron en bastantes ocasiones alrededor del motivo de la cámara de filmación, los focos o la cinta de película, como ocurre en los cómicos anunciadores de la XX Semana de Cine Español y XV Certamen Nacional de Cortos, de 2008; o en la XXII Semana de 2010, obra de Coronado, en la que dos personajes contraponen sus rostros entre cintas de película; en 2011, con una foto en blanco y negro –cartel del muleño Andrés García Mellado rematado con tipografía en amarillo– de un interior de la cabina de proyección de cine del Teatro Lope de Vega, con rollos, cintas y cámaras de rodaje (Fig. 190); en la XXIV edición de 2012, un cartel creado por Virginia que presenta a un cámara en plena actuación de rodaje; en el anunciador en 2014 de la XXVI Semana, aquí el personaje, cuyo cuerpo corresponde al propio cineasta Segundo de Chomón, lleva una cámara de filmar por cabeza, obra del muleño Ramón Lez; incluso el anunciador de la 27ª Semana de 2015, ideado por Toñi Blaya, incorpora a la figura de la chica un gran tambor de cinta de película, focos y claqueta –al fondo el castillo de Mula–, ya que la idea es representar el papel de la mujer en el cine. En 2016 el ciezano José Semitiel, alejándose de esta iconografía, pintará una muchacha de rasgos españoles con un ramo de claveles, motivos habituales en su obra, para anunciar la 28 Semana de Cine Español de Mula y 23 Festival Nacional de Cortometrajes; y ya en 2017 se diseñaría un cartel irónico y divertido, pues gira alrededor de una caja de palomitas, con claqueta y cámara de filmación, obra de la muleña Clara García, que vuelve a iconos anteriores; y en 2018 Álvarez volvería a diseñar los carteles de la 30 Semana, un cartel irónico que pretende homenajear a las películas españolas de los años cincuenta y sesenta, que trae a la memoria aquella excelente *Bienvenido, Mister Marshall* de Berlanga (Fig. 191). Aunque hay que señalar que algunos carteles carecían de referencias explícitas al cine, como ocurre con el de Nono García en 2004, para difundir la XVI Semana –en línea con el que ha realizado para el mercadillo 4 Plazas de Mula– basado en una fachada típica muleña.

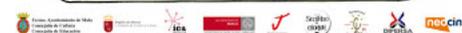
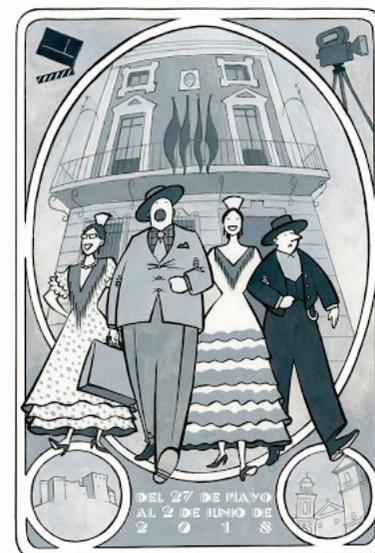
A principios de julio de 1990 otro cine-club, La linterna Mágika, que cubre la ausencia de salas cinematográficas de Cieza, se propone organizar una Semana de Cine Fantástico y de Terror en el Ateneo de la villa y abrir exposición con *afiches* y prospectos de los antiguos cines que existían en Cieza: el Delicias, Borrás, Galindo, Avenida, Gran Vía o Capitol, y editar carteles anunciadores. En 1991 estaba organizada la II Semana de Cine Mágiko de la villa de Cieza que se celebró entre el 4 y el 11 de agosto, exponiéndose en ella máquinas-proyectores, antiguas fotografías de los cines desaparecidos, carteles y fotogramas. En 1994 el cartel de la V Semana propone un acercamiento al cine como si se tratara de un espectáculo circense. Y en 1996 el cine-club La linterna Mágika de Cieza organizaría la 7ª Semana de Cine Mágiko anunciada de nuevo con cartelería. En julio del 2000 en el Club Atalaya de Cieza se celebra la XI Semana de Cine Mágiko, dedicada a Luis Buñuel y aquellos ciezanos y ciezanos olvidados; quizá por ello el cartel juega con la idea

de *Los olvidados de Cieza* y recoge a aquellas personas vinculadas a la cultura del esparto, con una foto que presenta a una mujer trabajando el esparto en la puerta de la casa. En julio de 2008 el certamen homenajeó el mayo francés del 68, y el Club Atalaya Ateneo de Cieza incursionó en el tema a través de las películas proyectadas y una exposición de carteles y pintadas reivindicativas; el propio cartel anunciador imprimió un fotomontaje que, en la parte inferior, estaba compuesto por una fotografía de adoquines –claro referente de aquel eslogan francés «Bajo los adoquines se encuentra la playa»– y el texto “40 años tras la utopía”. En 2012 el XXIII encuentro, como siempre con ausencia de subvención oficial, girará alrededor del candente tema de los recortes económicos y el *afiche* incorporará, como resumen de los objetivos de la cita, el texto de Pablo Coelho “La posibilidad de realizar tus sueños es lo que hace que la vida sea interesante”.

En los años noventa las actividades celebradas en la región en torno al cine fueron incontables, promovidas desde distintas instituciones y, por supuesto, anunciadas con carteles. Valgan tres ejemplos: Del 20 al 22 de marzo de 1991 se celebra en CajaMurcia la exposición “Passolini. Las formas de la poesía” que cuenta con carteles cinematográficos originales; una exposición que organiza CajaMurcia, la revista de poesía Arrecife y la Asociación Pier Paolo Passolini; la muestra se divulgó con un diseño de Pedro Manzano creado a partir de un dibujo de Pedro Cano. El 17 de noviembre de 1995 se edita cartel para anunciar la exposición “100 años de cine en la Filmoteca Regional”; se proyectaron 32 películas emblemáticas y la exposición pasó por los 28 municipios regionales que contaban con cine-club. La Biblioteca Regional promovió, en marzo de 1997, una exposición sobre carteles de cine denominada “Todas las artes El Cine” basada en carteles y programas de mano antiguos.

Y aún después. La CAM imprime en 2005 carteles anunciadores de su 2º Festival Nacional de Cortometrajes Murcia en Corto; en el cartel un hombre de espaldas contempla la ciudad desde el Puente Viejo, una imagen sometida a un filtro que crea una atmósfera de grano o nieve. Con carteles se anuncia, en noviembre de ese mismo año, el II Festicine, Festival de Cine Universitario, que se celebra en Murcia y Mula. En 2006 el Cine Club Paradiso de Lorca, fundado en noviembre de 1997, edita en abril carteles para difundir su segundo ciclo de proyecciones; en la imagen del pliego el rostro de una mujer, una imagen muy en consonancia con la película que abre el ciclo, el clásico del cine mudo *La pasión de Juana de Arco*; los carteles del Cine Club Paradiso son obra del diseñador José Ramón Segura; carteles que muestran bien la sabiduría gráfica de su autor, su elegante utilización de los recursos informáticos y su capacidad de sorprender cada año –el anunciador de la 19 edición se basó en la imagen de Amy Winehouse y el de la 20 edición, de 2017, se basó en el rostro de Woody Allen, un homenaje al primer cartel editado por el cine club–. San Javier celebró, desde 2008, el festival San Javier en Corto; cifras que rondan los 300 realizadores participaron en cada una de las ediciones de 2008 y 2009 del certamen de cortometrajes; unas ediciones que contaron para su difusión con interesante cartelería: en 2008 una imagen construida desde un guiño al más puro pop, con esa chica realizada con contrastadas tintas planas, que se acicala en un vagón de metro o tren, y en 2009 con una original propuesta gráfica de Mario Franco, una cinta métrica, sobre fondo rojo, de la que salen una serie de fotogramas, una magnífica pieza de diseño gráfico; y es que Mario Franco produjo excelentes carteles y posters para conciertos del Colectivo Pornografi-K, como *Locos por el negro* o *Noches Indie*. Entre mayo y junio de 2009 la Consejería de Cultura de la Comunidad Autónoma de Murcia organizará un Festival Internacional de Cine y Patrimonio, que dirige Joaquín Cánovas, anunciado con un cartel basado en la propia fachada de la Filmoteca Regional. Filmoteca Regional que acabaría organizando, de la mano de García Caballero y Sánchez Baillo, un Festival de Cine Fantástico Europeo de Murcia (C-FEM) desde 2012, anunciado siempre con provocadores carteles. José David Morales realizó el del primer festival. En línea con la gráfica de *Germinal* los carteles del Festival de Cine Fantástico, de Rodrigo Fonseca, muestran interiores de una estancia, en uno de ellos un hombre sentado degüella a un conejo, en el otro es una mujer la que da muerte a un gallo; la III edición de 2014 se abrió el 9 de mayo con una exposición de carteles de terror, realizados por los alumnos de la Escuela de Diseño de Murcia como alternativa a la imagen oficial. Un cartel realizado por Fonseca a dos tintas que presentaba una calavera impresa en negro sobre fondo rojo, sumándose así a la moda de ilustrar prendas textiles y propuestas gráficas con el descarnado motivo,

SEMANA 30 ESPAÑOL DE CINE DE MULA



(Fig. 191) Juan Álvarez. 30 de Cine Español de Mula. 2018.



(Fig. 192) VI Festival de Cine Fantástico Europeo. Murcia. 2017.

tan enraizado en la tradición mejicana, y que gozó gracias a la obra *Por el amor de dios* de Damien Hirst de gran popularidad. Carteles más tarde diseñados por Sergio García, Dani Acuña o Fernando Dagnino –madrileño afincado en Murcia y vinculado a la editorial de cómic DC–, a partir del *collage* de imágenes que mezclaban monstruos y situaciones terroríficas en la propia ciudad de Murcia; en el anunciador del VI Festival de 2017, en un mundo apocalíptico, los Niños del Maíz buscan sus víctimas en la Plaza de Belluga al paio de la fachada de la Catedral (Fig. 192); y en 2020 –el Festival ha incorporado la denominación “Sombra” en sus señas de identidad– será la Cosa del Pantano la que emerja de un contaminado Mar Menor, La Manga al fondo. En 2010 comienza en Murcia, en el centro cultural Puertas de Castilla, el IBAFF (Ibn Arabi Film Festival), Festival Internacional de Cine de Murcia que ideó en sus últimas ediciones carteles de fuerte componente abstracto y geométrico –la imagen gráfica del IBAFF es un trabajo de la diseñadora murciana Susana López que la lleva realizando desde 2013– en la edición de marzo 2014, para el 5º certamen, el cartel consistía en una potente tipografía con el nombre del evento y un círculo sobre fondo amarillo, un juego hipnótico vinculado al Arte Óptico que pretende homenajear a los orígenes del cine experimental y también a Marcel Duchamp, en concreto a la obra *Anemic Cinéma*, tal como recoge *Murcia Visual* el 14 de febrero de 2015. Los años 2012, 2013 y 2014 verán impresos carteles de Manolo Belzunce, Martínez Mengual y Manolo Barnuevo para anunciar la IV, V y VI edición del Festival Internacional de Cine para la Diversidad “AndoEnredando” que celebra Torre Pacheco desde 2009, como parte de un proyecto que pretende acercar a los jóvenes a la cinematografía y a lo audiovisual, y hacer del cine un vehículo de comunicación e integración social. Y una empresa, Abarca Shoes, propondrá certamen de microcortometrajes, a celebrar en otoño de 2017, dotado con premios de 3.500 euros, anunciado con cartelería.

La Región de Murcia es lugar de antigua tradición en festivales de Jazz. Murcia (cuyos carteles jazzísticos trataremos dentro de la cartelería festera de la capital de la provincia), Cartagena y San Javier son las poblaciones que han otorgado más continuidad a sus festivales, anunciados, casi siempre, con cuidados *afiches*. Incluso Yecla organizaría en septiembre de 2014 Festival de Jazz anunciado con carteles.

A finales de octubre de 1990 comienza el X Jazz Festival de Cartagena, anunciado por un cartel realizado por el pintor Ángel Mateo Charris, que recoge la representación del interior de un local de jazz americano: pianista, contrabajo, saxo... humo y focos sobre la cantante... un tipo de ilustración, realizada con densas tintas planas, en línea de lo que sería esa pintura narrativa del pintor cartagenero. El 2 de noviembre se exponen en la sala de la Muralla Bizantina 50 fotografías de Pinky y Antonio López Mateos sobre el tema jazzístico, y los carteles que desde 1980 habían anunciado el Festival. Veamos algunos de ellos –desde aquella primera ilustración de Luis González Adalid, el dibujo de un músico que toca el piano mientras le surge un mástil en lugar de la cabeza–: el saxofonista negro que llega a la ciudad cargado con el maletín que contiene su instrumento musical, un cartel de Benito Esteban Linares, anunciador de la III edición de 1982; los dos diseñados por Sole Siles; el de Ricardo Bayo de 1987, una ilustración con dos músicos negros tocando saxo y trompeta; y el fotograma de Moises Ruiz que compone la palabra jazz con plásticos, creando una especie de juego de transparencias en delicados tonos azul verdoso, en 1988, para difundir el VIII encuentro de jazz en la Ciudad Portuaria.

Cuando en 1995, con motivo del XV Jazz Festival, se exponen en el Café Directo los 15 carteles anunciadores del certamen musical se han incorporado a la muestra, entre otros, los diseños del fotógrafo Miguel Ángel Martínez, que realizó el cartel en 1992, y Gerardo Beniger.

En noviembre de 2005 volvería a exponerse la colección de carteles del Jazz Festival, para celebrar el Veinticinco Aniversario del certamen en el Teatro Circo de Cartagena. La exposición recogió, entre los nuevos carteles, el aportado por Paco Salinas; el cartel, de formato alargado que anuncia en el 2000 el XX Festival de Jazz de Cartagena; el trompetista de 2001; la ilustración de 2002, divulgativa del XXII encuentro; y el del propio XXV Jazz Festival, que recuperó el cartel de la III edición realizado por Esteban Linares.

Los carteles de jazz del certamen cartagenero han recurrido a una iconografía original, aportando imágenes novedosas, sobre todo en las piezas correspondientes al 29 certamen de 2009, que recurrió como cartel a la sombra de un saxofonista en gamas azules; el de 2010, con ese personaje envuelto en una atmósfera, de nuevo en un tono

azul que lo desdibuja hasta casi desaparecer; el de 2011, que basa toda su capacidad de atraer la mirada hacia la 31ª edición en la expresiva textura de la pared cubierta de papeles desgarrados; la imagen del trompetista en 2012, una excusa para jugar con la libertad, casi de música de jazz, de rotundos trazos de color; y para la edición de 2013, la 33ª, un cartel en el que dos músicos de jazz tocan el saxo sustituyendo a los dos faros del puerto cartagenero. Aunque en los últimos años los carteles de jazz de Cartagena de 2014, 2015 –el saxofonista de la 35 edición–, 2016 y 2017 –con esa cantante negra que visibiliza la importancia de la mujer en el mundo del jazz– que resultan de fotos de músicos sometidas a manipulación y efectos del ordenador, y a soluciones gráficas vinculadas a la ilustración y la apariencia de tintas planas, tienden a parecerse en exceso a los realizados para anunciar el Festival de Jazz de San Javier, en especial los debidos al diseñador Ramón Torres, perturbando y difuminando el carácter visual propio del certamen cartagenero. En 2018 el cartel (Fig. 193) de la 38ª edición de noviembre, creado por la archenera Cristina Gil, homenajeó, en la imagen del afiche, al creador del Festival Paco Martín, una ilustración en la que el gestor cultural, fallecido en agosto, aparecía levantándose el sombrero en discreta despedida, y le brotaban del bolsillo de la camisa las teclas de un piano, instrumento que Martín tocaba. Un cartel que tendrá continuidad, pues la 39 edición se divulgó con otra ilustración de Cristina Gil que retrató en esta ocasión a la cubana Omara Portuondo que abrió el certamen. Unas manos, en un cartel a dos tintas, parecían componer el texto de la imagen anunciadora del Cartagena Jazz Festival de 2020, en una edición que, ajustada e irónicamente, se número 39,5. El cartel de la 40 edición lo compuso el arquitecto Pepo Devesa, una secuencia fotográfica de tres movimientos del rostro, del que no vemos los ojos, de la misma mujer, una interpretación de Aurora Rodríguez; un homenaje a Cortázar que se remata con un *teaser*, un juego de intriga que dirigió Devesa, iluminó y fotografió Laura Turpin, y contó con la voz de Belén Rosa para jugar con aquel texto cortaziano que indicaba que el jazz era como un pájaro migrante que saltaba barreras y burlaba aduanas.

El Festival Internacional de San Javier ha sabido mantener continuidad formal, y calidad en sus propuestas gráficas desde aquella primera imagen anunciadora en 1998 del Festival Internacional de Jazz de San Javier encargada a Germinal Comunicación; un cartel con predominio tipográfico, que mezcla serifas y sans serif, dividido en dos campos de color: negro en la parte superior para hacer referencia a la noche en la que brilla la luna llena como determinante punto de la “J” y, en la parte inferior, un denso azul saturado de negro para indicar que el mar es cercano lugar de encuentro festivalero. Germinal realizará la cartelería del Festival sucesivos años hasta 2003. Para la propuesta visual del cartel de la edición de 1999 jugó con apenas tres tintas: sobre fondo amarillo caliente, rayado con amarillo tramado y líneas rojas, un músico, en negro, toca el saxo bajo un oscuro y abrasador sol –o luna– de estío, única continuidad con el cartel anterior. La imagen del Festival del año 2000, encargada a Germinal, y presentada el 13 de abril, planteó un atractivo, voluptuoso y ardiente cartel con dos campos en tonos rojos, separados con un amplio luto negro para la tipografía de palo grueso que designa el evento; la parte superior con músico a punto de acometer actuación, a la luz de la luna, en las cálidas noches de julio, y unos caballitos abriendo las líneas de programación, en el faldón inferior del cartel, que sugerían el Mar Menor como el punto geográfico donde tenía lugar el Festival y referenciaban la marca Festivales de San Javier.

Pero Germinal se decantaría pronto por los carteles de base fotográfica, tanto los realizados para el Festival de San Javier como los que resultaron fruto de otros encargos institucionales en la Región. Jorge Martínez y la fotógrafa Marta Pinilla crean para Germinal Comunicación, en 2001, el cartel del IV –ahora si aparece indicado el número de la edición– Festival de Jazz de San Javier, a partir de una foto del contrabajista Avishai Cohen y un elegante juego tipográfico que arroja y recoge la figura en negro del jazzista, y su instrumento en color –un tratamiento fotográfico de la imagen no inusual en los trabajos de Germinal– y recuerda el cartel de 1998. Un evento que contó, ese año, con importante exposición: “Jazz Quintet”, que recoge 150 fotografías de jazz realizadas por Ustarán, Muguerza, Guti, Horna y Franq a lo largo de 25 años en los festivales de Vitoria, Getxo y San Sebastian. Un Festival que cuenta para su difusión con carteles y publicidad, en revistas especializadas y diarios regionales, construida a partir de la imagen del cartel.



(Fig. 193) Cristina Gil. 38 Jazz Festival. Cartagena. 2018.

Germinal Comunicación diseñará los carteles de la V y VI edición del Festival de Jazz. En 2002 el cartel partiría del rostro deconstruido de un trompetista, y en la última de 2003 con la imagen de un pianista –una foto tratada con fuerte aspecto gráfico de ilustración– que parece un homenaje al pianista Iñaki Salvador (Fig. 194), que piensa estrenar una suite dedicada al Festival: *De Javier a San Javier*. San Javier diversificó con “Músicas del Alma”, al cuidado gráfico de Germinal Comunicación, su oferta musical; un ciclo anunciado con carteles que mantuvieron un carácter de evidente identificación visual, y formal, a partir de una mirada envuelta en la atmósfera otorgada por distintos campos de color, que variaron en cada edición, y ligeras ondulaciones que referencian el cielo y el mar de la ciudad costera de San Javier.

Pero desde 2004 –tres tintas: rojo anaranjado, amarillo y negro, para un cartel con aromas que recuerdan a Mariscal; que muestra el detalle de una mano enguantada pulsando las teclas de un instrumento de viento; imagen elegida para el VII Festival “con la que se rompe la dinámica estética del Festival”, en palabras del director del certamen, Alberto Nieto– serán Ramón Torres y Claudio Pamies, que forman parte de Grafyco, estudio murciano de diseño ubicado en San Pedro del Pinatar, los creativos que asuman la imagen del encuentro de jazz de San Javier (Fig. 195).

En 2005 el cartel del VIII Festival de Jazz, representa un músico tocando la batería; insiste en el contraste entre el negro de la figura y el amarillo del fondo, ahora con aromas a los trabajos de Óscar Mariné; sobre todo es evidente su relación con el cartel de la película de Almodovar *Todo sobre mi madre* realizado en 1999 y *Absolut Vodka*, la campaña de Mariné realizada en Estados Unidos. El cartel *VIII Festival Internacional Jazz San Javier 2005* formó parte de la exposición “Con acento, memoria gráfica del jazz en España”, promovida por la Universidad de Valencia, que buscaba reconstruir la historia del jazz en nuestro país, utilizando como vehículo visual y documental los carteles. El cartel de la IX edición de 2006 plasmó a otro músico tocando, ahora un contrabajo, de clara relación gráfica con el anterior; contrastados colores que, según Ramón Torres, “son un grito en la pared”. En 2007 un clarinete y un cero anunciaron la 10ª edición, abandonando puntualmente la reconocida secuencia visual, creando un cartel austero que recordaba aquellas imágenes con que se anunciaba el Festival de Jazz de la ciudad de Murcia en 1982 debidas a Severo Almansa y Vicente Martínez Gadea, y en 1993 concebidas por Pedro Manzano. El cartel de Grafyco.com de 2008, anunciador del XI Festival, constituyó, casi con toda seguridad, un homenaje al pianista Óscar Peterson fallecido en 2007, con ese personaje de espaldas en fondo negro e iluminación cenital, Hank Jones, otro pianista, que parece tocar al piano las coloridas letras de palo seco que anuncian el Festival.

En 2009 se inicia esa secuencia de carteles que dotarán al Festival de fuerte identificación visual. Músicos, que interpretan una sesión de jazz o susurran al micrófono, en los carteles anunciadores creados por Torres para la XII y la XIII edición de 2009 y 2010. De nuevo reconocibles referencias: Wynton Marsallis en el cartel de la XII edición y un guiño a la película *El cantor de jazz* en la XIII. Ilustraciones, a partir de fotos, de fuerte componente informática.

Sobre foto del trompetista Till Bröner, realizada por Rafa J. Mellado, compuso Ramón Torres el cartel de 2011, anunciador del XIV certamen, foto que pretende transmitir el espíritu libre y desenfadado del certamen, interrumpiendo puntualmente la secuencia visual con la que se venía anunciando el Jazz San Javier.

Las tintas planas, de aspecto casi de ilustración de remembranza fotográfica, sirvieron, en la línea iniciada tres años antes, para representar una chica con saxo –de cierto parecido a Sineád O’Connor– en el cartel de Grafyco.com de la XV edición de 2012; en el que por primera vez la mujer protagoniza un cartel de jazz en la Región. Un cartel que acoge, en la atrevida tipografía, la imagen de la silueta de dos miembros de una banda de jazz.

El trompetista de Nueva Orleans Irving Myfield sirvió de icono en el cartel de Ramón Torres –miembro de Grafyco– realizado en 2013 para anunciar la XVI edición; un cartel que de nuevo partió de una fotografía, aquí de una realizada al trompetista dos años antes, para construir esa imagen de aspecto entre retro, ilustración y pop, tan característica de los carteles de Grafyco. En 2014 una cantante negra en tonos oscuros, sobre cálidos amarillos y tostados anunció la XVII convocatoria; y en 2015 y 2016 la imagen se compuso con dos músicos, uno de ellos tocando la armónica como protagonista de un cartel



(Fig. 194) Germinal Comunicación. VI Festival Internacional de Jazz. San Javier. 2003.



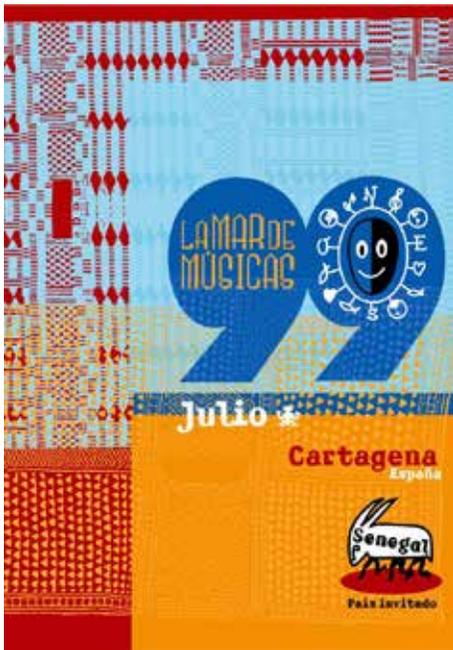
(Fig. 195) Ramón Torres y Claudio Pamies. VIII Festival Internacional de Jazz. San Javier. 2005.

que la prensa tachó de aire *vintage* para anunciar la XVIII edición; y un batería concentrado en la música de jazz, para anunciar el XIX Festival Internacional de Jazz de San Javier, realizados de nuevo a partir de sendas fotografías de Rafa Mellado. En 2017 parece que la influencia del musical *La La Land* es patente, pues el cartel de Grafyco, de parecido tratamiento visual a los anteriores –tintas planas, con suaves degradados que confieren aspecto de imagen de película de dibujos 3D– parece inspirado en el musical estrenado ese año, o en un mito cinematográfico anterior, el musical *Cantando bajo la lluvia*; en cualquier caso, un hilo que conduce al mismo punto de partida. En conjunto carteles – que según el director del Festival se editan en tamaño *muppy* y en formato reducido para coleccionistas que se venden a un euro– dotados de fuerte personalidad, que otorgaron al certamen potente carácter identificativo, una marca visualmente reconocible; aunque en 2018 la imagen del Festival de Jazz de San Javier fue sometida a concurso público en el que resultó vencedor, del premio dotado con 2.500 euros, el diseñador murciano Rubén Alejandro Lucas, que aportó a la XXI edición una trompeta dorada, con los arcos de la entrada al Parque Almansa incorporados a los tubos del instrumento musical, sobre fondo púrpura; impactante cartel de colorido sutil con el consecuente, pero no brusco, cambio en el planteamiento visual. Lo que no impide volver en 2019 a esos carteles, reconocida marca, trazados por Ramón Torres. Y en 2021 a un cartel de Jorge Martínez creado como homenaje a Feito a partir de una pintura del madrileño.

Superada la transición otras propuestas lúdicas, sobre todo del ámbito musical, sin referencias previas, hicieron su aparición en la Región. Eso no significa que no se mantuvieran festivales de fuerte arraigo regional, o no se pusieran en marcha iniciativas que responden a modelos ya ensayados y otras menos convencionales: El festival Cuervarrozk se celebra en Calasparra desde 1996 anunciado con carteles; especialmente interesantes –como corresponde a la agencia Germinal que fue quien los creó–, los carteles de la 11 y la 12 edición de 2007 y 2008; el cartel de 2008 lo protagoniza una cabra adornada con pañuelo rockero al cuello y muñequeras con pinchos metálicos en las patas, una feliz ocurrencia. Carteles, con caja de limones incluida en la imagen, para anunciar el Lemon Pop Festival –que comenzó en 1997– de septiembre 2002; el limón partido en la 12 edición de 2007; el cohete de la XV edición de 2010; el amanecer sobre la sombra de los músicos en 2011; los cinematográficos focos del cartel anunciador de la 20 edición de 2015...; carteles que jugaron –así lo recoge el catálogo *20 años del Lemon Pop Festival* diseñado en 2015 por Pablo Portillo–, a lo largo de sucesivas ediciones, con el amarillo eléctrico en sus composiciones. Con carteles se anuncia en julio de 2006 el IX Festival de Música del Mediterráneo En Clave, que celebra Cartagena; un Festival que reproduce en el cartel anunciador una nota musical recortada en un papel arrugado; la Concejalía de Cultura del Ayuntamiento de Cartagena y Alter Musici apoyan con anunciadores el evento; el X Festival de Música Clásica del Mediterráneo En Clave juega con el habitual –esos años– estampado sinuoso y florido y un antiguo grabado para anunciar el certamen en 2007. Cehegín recurriría al cartel para anunciar el VIII Festival de Bandas de Música de Cehegín, que celebra el 6 de septiembre de 2005. Desiré Barrionuevo crea la imagen del cartel anunciador del VII Festival Pecata Minuta 2006 que celebra San Javier en julio; en 2008 la imagen de una ola sirvió de anuncio del Festival; en 2014 los carteles están creados a partir de ilustraciones que representan divertidos muñequitos en actitud de actuar y cantar sobre un fondo colorido creado con bandas cromáticas. En abril de 2004 se publica el cartel de Eduardo Saro para difundir el Festival Internacional de Música Contemporánea Molina Actual; las notas escapadas de la partitura vuelan libres en el espacio sonoro; un cartel que se repetiría en sucesivas ediciones hasta 2007. En febrero de 2005 se editan carteles para anunciar el I Festival Guitarras de Hoy, que reflejan la estructura interna de una guitarra, dos años después una pintura de Manolo Belzunce anuncia, en abril, el Festival Guitarras de Hoy 2007 (Fig. 196) y para promocionar la edición de 2008 el Festival se difundió con un cartel de Pedro Manzano que diseñó así mismo el logotipo. Los Molinos del Río-Caballerizas pusieron en marcha en 2005 el River Sound, un evento acústico anunciado en 2008 con un insecto que llevaba impreso sobre el caparazón el eslogan del certamen: «Crick» –un pato, que incorpora “Cuak” sobreimpreso, también anunciaría el evento; imágenes muy apropiadas a la denominación del encuentro–. Carteles, impresos a pocas tintas, para anunciar el Festival B-SIDE 2005 que celebra Molina de Segura en septiembre, y que incorporan ese logo cartel con hombre o pájaro, que



(Fig. 196) Manolo Belzunce. *Guitarras de hoy*. Murcia. 2007.



(Fig. 197) Ángel Mateo Charris. *La Mar de Músicas*. Cartagena. 1999.

se auto define como diana –los carteles del B-Side editados desde 2005 han gozado de fuerte carga icónica: los perritos alados en el cartel de 2008; el conjunto popero, con pájaritos incluidos, en el pliego anunciador del 6° B-SIDE; objetos musicales, o de música, en el *afiche* del 7° Festival de 2011; el divertido cantante, que parece acudir a una sesión de Karaoke en la cartelería del 8° B-Side Festival de 2012; el músico indie de 2013, personaje trasmutado en una bailona cassette en la 10 edición de 2014; el doble rostro en la 11 edición de 2015; la “B” acostada, auto impartiendo amor, en un jardín cubierto de césped formado por manos que claman en la 12 edición de 2016...–; carteles que parecen carecer de imagen o diseño, como si la gráfica del Festival resultara fruto de un encuentro amable y casual entre dos constantes a lo largo de los años: la iconicidad y la presencia, muy visible en la cartelería de algunos años, de una empresa cervecera murciana, la entidad que lo sponsora de forma poco sutil. Con carteles se anuncia el Festival Belluga que celebra Murcia en julio de 2006. La tercera edición de Espirelia se anuncia en 2005 con un cartel que juega con distintas piernas componiendo aspa e indicando: música, teatro, danza y exposiciones; en 2006 el cartel –una composición basada en seis pequeños arrastres sobre un fondo texturizado– es obra de Nico Munuera; y Manolo Belzunce diseña el cartel *Espirelia 2007*, un *collage* plagado de signos y referencias arropando a los dos muchachos que protagonizan el *afiche*; Espirelia “Todas las Artes” es un certamen que celebra Lorca entre junio y agosto y llegaría a su fin, quedando en suspenso por merma de la partida presupuestaria, en 2010. Los Alcázares edita en 2008 carteles anunciadores del L. A. Festival, que celebra en agosto; una ilustración que presenta un buzo, o astronauta, que recorre la orilla del mar –o la superficie lunar– y recoge en el cubo langostinos del Mar Menor que llueven directamente del espacio exterior. La Concejalía de Cultura del Ayuntamiento de Cartagena crea los días 14, 16 y 17 de agosto de 2008 un innovador festival de nuevos sonidos y música contemporánea, In Actu, anunciado con carteles que reproducen la imagen de un atrevido e impactante zapato de tacón alto. En noviembre, con carteles a una tinta roja y tipografías en blanco se anuncia el certamen musical lorquino Backstage Music 2009.

Una cantidad ingente de festivales se diseminaron por el territorio regional aupados por la bonanza económica que medio entre finales de los noventa y los primeros años del siglo XXI.

Aunque nos ceñiremos aquí, en profundidad, a dos de ellos, a los carteles que los anunciaron, siguiendo, como hemos hecho hasta ahora, el orden temporal en que celebraron su primer certamen o encuentro: Nos referiremos primero a La Mar de Músicas y en segundo lugar al Festival Internacional Murcia Tres Culturas. Y citaremos de forma más tangencial la gráfica del SOS, Festival Internacional de Acción Artística –luego WAM– que celebra la capital regional en mayo desde 2008; 48 horas ininterrumpidas de música y acción artística en directo.

La Mar de Músicas es un encuentro musical que Cartagena celebra en julio desde 1995. Festival que gira en torno a las músicas del mundo y que incorpora otras manifestaciones artísticas: Exposiciones, mesas redondas, cine, moda, artesanía, folklore... publicaciones.

Entre los años 1995 y 2000 Ángel Mateo Charris tuvo a su cargo la gráfica y la cartelería del evento. Charris conformaría en sus carteles el logotipo único y definitivo de La Mar de Músicas, esa cara sonriente y feliz, ni blanca ni negra, que se rodea, como en un halo, de signos y señales que remiten a la música de los cuatro puntos cardinales convergiendo en las orillas del mar cartagenero. Un logotipo-brújula que incorporaba cada año el nombre y elementos alusivos al país invitado, y que fue renovado por Charris en 2014 para la 20 edición. En 1996 el cartel de la segunda edición de La Mar de Músicas contó como motivo central con la imagen de un negrito. En 1997 aparecían en el cartel –que rememoraba aquellos *afiches*, salidos del estudio del pintor, que habían anunciado el Festival de Teatro, Música y Danza de San Javier– tres personajes frente al mar. En 1999, V edición, el país invitado fue Senegal; Charris incorporó al cartel (Fig. 197) la figura de un animal, ¿un antílope?, con aspecto de máscara africana portada por tres personajes, todo rodeado de decorativas grafías, cenefas que remiten a la cultura africana. En 2000, VI edición, Brasil fue país invitado; Charris jugó con el logotipo sobre colorida textura.

El 12 de octubre del 2000 se presenta el cartel de la VII edición de La Mar de Músicas 2001, una edición dedicada a Mali; el cartel, que juega con la palabra Mali y el símbolo del festival, ha sido diseñado una vez más por Ángel Mateo Charris. Se pretende que artistas nacionales, Charris entre ellos, viajen al país africano para que plasmen su visión de Mali, visión que será mostrada en una exposición que se celebrará en julio de 2001 con motivo del evento musical. En realidad, el cartel oficial VII edición de la Mar de Músicas, dedicada a Mali, fue obra de Miquel Barceló; el 5 de mayo se presentó a la prensa; una acuarela que representa a un africano bebiendo en un cuenco-calabaza, calzado con zapatillas deportivas. Acuarela que el pintor cedió de forma altruista a la organización del festival, que llegó a plantearse realizar copias y ponerlas a la venta para dedicar lo obtenido a proyectos de desarrollo en Mali. Ese año la Mar de Músicas contó 500 músicos y 40 actuaciones; editó 1.000 catálogos, recogiendo las actividades desarrolladas en torno al evento al que asistieron más de 50.000 espectadores... apabullantes cifras. Charris expone "Tubabus en Tongorongó", la muestra en la que ha plasmado su viaje a Mali, y que recoge en un catálogo que mezcla su personal mundo con la literatura de viajes.

El evento suele presentarse en Madrid y, en forma de guiño a la búsqueda de amplia promoción nacional y a cierto público, se harán cargo de su imagen, junto a algunos diseñadores y pintores nacionales, artistas locales y los máximos exponentes de lo que constituyó la movida madrileña.

En 2002 la VIII edición se dedicó a las Cartagenas del Mundo, anunciándose con un cartel de Guillermo Pérez Villalta, presentándose, como preámbulo del certamen, el 8 de mayo de 2002 en la Sociedad General de Autores en Madrid. El pintor donó la obra a La Mar de Músicas. La obra representa una figura desnuda, casi angelote o *putti*, a lomos de un trombón en espiral que remata en cola de pez. Pérez Villalta aclara: "Empezó siendo un navegante que da vueltas por el mundo, en muchos sentidos distintos, por eso le dibujé la colita en forma de pez".

Para la IX edición de 2003, dedicada a la India, Chema Madoz, que había recibido el premio nacional de fotografía en 2000, será el autor del cartel. Madoz realizó y cedió la obra –como los autores anteriores– al festival. Un remo al que se han añadido unas clavijas para dotarlo de cierta semejanza a un laúd indio. Un elogio a la música a través de la imagen de un objeto imposible, surreal y poético, tan habitual en la trayectoria fotográfica del autor.

Una sirena, con cierto parecido a la actriz Cecilia Roth, difundiría en 2004 la X edición de la Mar de Músicas. La ha realizado el diseñador Óscar Mariné, autor, entre otros, del cartel de la oscarizada película de Almodóvar *Todo sobre mi madre*. El cartel, según su autor, está inspirado en Cartagena, aunque esta edición se dedique a Argentina. Trazos frescos para un cartel que resume bien la grafía limpia, precisa, sugerente, de Mariné (Fig. 198).

Dora Catarineu diseña en 2005 el cartel de la XI edición que cuenta con Turquía como país invitado. Un personaje monocromo, en rojo, que lleva inscrito en el pecho el símbolo de la luna menguante y la estrella; cartel que referencia al emblema adoptado por el país en 1876. Todo impregnado de una textura acuosa para sugerir la idea de mar, el mar cartagenero y el turco.

El rostro de un negro, circundado de colorido texto, "un hombre cuya figura se asemeja a un puño", según explica el pintor, anunció en 2006 la XII edición del festival de La Mar de Músicas Especial Sudáfrica. Un cartel de Javier de Juan, ilustrador y pintor andaluz (Linares 1958) afincado en Madrid, que comenzó su trayectoria artística como dibujante de cómics. De Juan, vinculado a la movida madrileña, había colaborado en *Madrid*, *La Luna*, *Madrid me mata*, *Sur Exprés* o *El canto de la tripulación*, y residido un tiempo en Murcia, en la zona del Campo de Cartagena, donde produjo excelentes serigrafías con aire de cartel en el taller La Ermita.

Alberto García Alix, miembro ilustre de la movida madrileña, realizaría en 2007 el cartel de la XIII edición, que tenía a Méjico como país invitado. García Alix, Premio Nacional de Fotografía 1999, aportó como imagen del cartel una fotografía en blanco y negro, un retrato de Méjico casi conceptual: apenas una barra vacía sobre la que descansa un sombrero y taburetes desconchados por el uso.

Otro fotógrafo abordaría el cartel en 2008 de la XIV edición del festival, Joan Fontcuberta. Una edición dedicada a Francia. El catalán Fontcuberta –ensayista, fotógrafo,



(Fig. 198) Óscar Mariné. *La Mar de Músicas*. Cartagena. 2004.

jefe de redacción de Photovision, que incluye el uso de herramientas informáticas en algunos de sus trabajos– compuso el cartel a partir de la famosa foto de Man Ray *El violón de Ingres*; una imagen de la bella Kiki que Fontcuberta reconstruyó mediante un programa *freeware* de fotomosaico conectado al buscador Google; 1.600 imágenes, localizadas en internet bajo el criterio La Mar de Músicas, hicieron posible la reconstrucción –*googlerama*– de un detalle de la foto de Man Ray; entre las imágenes incorporadas: el músico británico Rick Astley, el brasileño Djavan, o los componentes del grupo house Black Box y las chicas de Attractive. Joan Fontcuberta manifiesta a *La Verdad* el 16 de abril: “*Es necesario que emerja una conciencia crítica, que haya voluntad de saber interpretar las imágenes conociendo exactamente cuales son las condiciones, las circunstancias, las intenciones que subyacen en ellas*”. El cartel fue objeto de algún interrogante, pues planteó los posibles derechos de autor de las imágenes incorporadas al cartel y la utilización tan explícita de la obra de Man Ray.

En 2009 el cartel de la XV edición, dedicada a Marruecos lo realizó Ceesepe. Carlos Sánchez Pérez, Ceesepe, es otra destacada figura de la movida madrileña, pintor, ilustrador y artista gráfico, autor de carteles para las películas de Almodovar, muy influenciado por el pop, el arte británico y el autor Peter Phillips. El cartel juega con una exuberante mezcla de imágenes que quieren referenciar el país africano: soles, violines, palmeras, personajes enmascarados, una interpretación libre de la mano de Fátima, incluso leones; un cartel colorido pretendidamente pop y setentero, una nueva mirada sobre Marruecos, que responde a las propias declaraciones del artista a *La Opinión* el 2 de abril de 2009: “*Si me pierdo alguna vez, búsqenme donde haya palmeras...*”. El pintor realizó nueve bocetos a lo largo del año que se expusieron en el Centro Cultural Ramón Alonso Luzzy de Cartagena, en agosto, bajo el título expositivo: “*Visionario*”. En parecidas fechas el Teatro Circo de Cartagena colgó una muestra de carteles de cine cuyo hilo conductor es Marruecos; cincuenta carteles, que provienen del coleccionista, experto en cine y tramoyista del Teatro Circo, Alfonso Santos, y recogen temáticas o escenarios de películas, estrenadas en Cartagena entre los años cuarenta y sesenta, con Marruecos de protagonista; Santos aportó a la muestra otros tesoros y curiosidades como los programas de mano de la película *Casablanca* diseñados a imitación del pasaporte de Rick Blaine –papel interpretado por Bogart–.

De nuevo realizará el cartel un miembro de la movida, ahora la fotógrafa y pintora Ouka Leele. Un ojo sobre textura azul para anunciar en 2010 la XVI edición dedicada a Colombia. Un cartel con evidentes connotaciones que lo vinculan a algunos trabajos realizados por la artista en tierras murcianas: la realización del mural de Ceutí *Mi jardín metafísico* y las ediciones *El Cantar de los Cantares* y *Floraliza* de la editorial murciana *Ahora Ediciones de Bibliofilia*.

Mariscal retrató al público asistente al festival en el cartel de la XVII edición de 2011 –un año en el que el diseñador e ilustrador valenciano ganó un Goya por *Chico y Rita*, la película de animación codirigida con Trueba– dedicada a Italia. Un cartel en la más pura línea Mariscal. Ya había señalado García Reche muchos años antes, en 1988: “*Él se acepta, fundamentalmente, como creador/comunicador. Los analistas de su obra lo celebran como el constructor sensible a los murmullos de la calle que transforma ingenua, pero coherentemente, en objetos, en gráficos, en atmósferas, sugestivos*”.

El Hortelano compuso el cartel de la XVIII edición de 2012 dedicada a los Nuevos Sonidos de África. La XVIII edición contó con un presupuesto de medio millón de euros, la mitad que en la edición anterior. El Hortelano, que ha recibido la Medalla de Oro al Merito en las Bellas Artes en 2009, ha concebido el cartel tras un viaje por África, y ha recogido en él símbolos del continente, sus animales y su música, pero sobre todo el impacto que le causó su cielo estrellado; un cartel onírico, de interesantes contrastes de tonalidades azules y rojas.

El valenciano Antonio de Felipe, un artista pop muy vinculado al movimiento apropiacionista, realiza en 2013 el cartel anunciador *XIX Edición La Mar de Músicas*, dedicada a Perú. De Felipe planteó el cartel como si anunciara la llegada a Cartagena de un barco cargado de música: los Beatles de *Yellow Submarine*, la Marilyn Monroe de *Con faldas y a lo loco*, Audrey Hepburn recién salida de *Desayuno con diamantes*, el *Discóbolo* de Mirón que lanza vinilos, la sota de bastos sujetando un instrumento musical, incluso un guiño a la historia del arte incorporando un fragmento de *Las Meninas*, o una referencia

a las vacas tan iconográficamente unidas a la obra del pintor; un barco que llega a la costa cartagenera en la que juegan los *Niños en la playa* escapados del cuadro de Sorolla, del que precisamente se celebra el 150 aniversario de su nacimiento en 2013. Un cartel divertido y, desde luego, incapaz de pasar desapercibido. Un pintor que ha bebido de la publicidad en su obra, y que provocó con el cartel alguna controversia al incluir la bandera regional en el velero que llega a las playas de Cartagena. Quizá era plenamente consciente de qué daría que hablar cuando en la presentación del cartel señaló: “*He querido hacer un guiño a Murcia introduciendo este emblema regional como seña de identidad*”. O quizá no sabe el pintor que Cartagena como provincia marítima tiene bandera propia para los barcos; además, las quejas manifestadas están unidas a la ausencia de subvención por parte de la Comunidad Autónoma.

La ganadora del Premio Nacional de Artes Plásticas 2013, Carmen Calvo, diseña el cartel de la XX edición en 2014 dedicada a Noruega. El cartel presenta a una mujer anónima, con largos cabellos, que recuerda a Ofelia, el personaje de Hamlet, cuyos ojos están cubiertos por un trozo de la partitura de *Don Giovanni* de Mozart. Una mujer intemporal. La artista valenciana ha recurrido a un retrato femenino de otra época para marcar el aspecto intemporal de la música que “*nos acompaña siempre en nuestra vida diaria*”. Calvo subraya que el cartel se inspira en la *Ofelia* de John Everett Millais. Es un trabajo en clara vinculación a otras piezas de la artista conceptual realizadas a lo largo de los años, en las que intervenía y manipulaba fotografías y retratos, a veces encontrados, del pasado; por citar unos ejemplos: *Una de aquellas tardes*, realizada en 1985; *Rafael*, una pieza de 1999; *A ton amant* y *Todo placer es un vicio* de 2000.

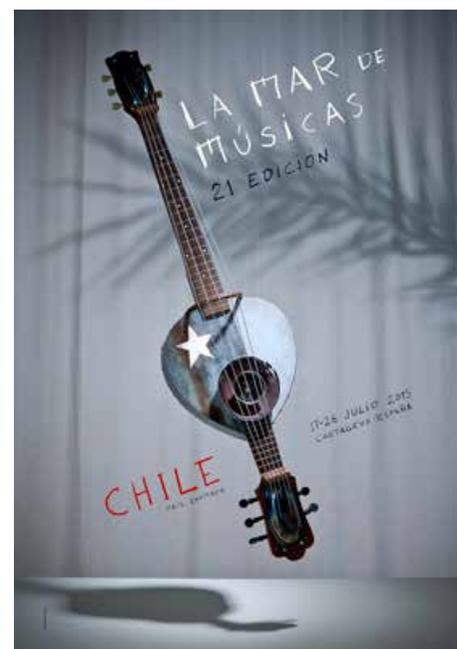
La XXI edición del festival, celebrada en julio de 2015, se dedicó a Chile y el cartel se encargó a Ángel Haro. El cartel (Fig. 199) se presenta el 10 de abril a los medios de comunicación y el propio pintor explica que lo ha ideado como un homenaje a los discos de vinilo de música latina de los años cincuenta. Haro ha fotografiado un instrumento musical imaginario construido por él mismo; en el instrumento, que alude a tradición y modernidad, ha incluido una estrella de cinco puntas en referencia al país homenajeado; unas sombras de palma ponen la nota nocturna y mediterránea en el cartel. El objeto creado es un *folitraqe*, algo creado como un *collage* extraño, sin apariencia de lógica en su forma o posible funcionamiento, pero que, sin embargo, resulta cuando menos impactante o atractivo con apariencia de posible utilidad. Un homenaje a su madre. Un tipo de ensamblaje objetual que será muy común en el trabajo de Haro en los últimos años; objetos utilizados a menudo como base de un cartel. Algunos carteles de Haro parecen poemas visuales –imposible no recordar ciertas obras de Joan Brosa–, y vinculan su trabajo como diseñador al madrileño Isidro Ferrer, Premio Nacional de Diseño 2002.

Rompiendo la racha de los últimos años, que habían hecho recaer el diseño del cartel de la Mar de Músicas en artistas valencianos, en 2016 será el bilbaíno Juan Ugalde el autor del cartel que anuncie la XXII edición dedicada a Suecia. Ugalde referenció el país invitado en los tonos fríos y el aire pop e irónico del cartel, con esos personajes dibujados que cantan o tocan instrumentos musicales navegando en un fondo de nubes; nubes que el pintor fotografió volando en avión.

El cartel de la 23ª edición de 2017, dedicada a los sonidos latinoamericanos, es un diseño de Eduardo Arroyo. El pintor, de padre murciano, recurrió al rostro sensual y colorido de una hermosa mujer, con aire de tonadillera, que intervino con trazos, tramas y colores, para obtener una imagen de evidente conexión con la cultura y el arte Pop.

Una fotografía de Cristina García Rodero; un homenaje a la sirena de Copenhague, en referencia obvia a la escultura danesa, fue motivo del cartel en 2018, una edición dedicada a Dinamarca. En 2019 el 25 Festival se dedicó a Portugal, y el cartel fue creado por Joana Vasconcelos (Fig. 200). En 2020 el ilustrador salmantino Ricardo Cavolo recurrió a una barroca composición que ilustró el cartel del 26 Festival, dedicado a la República Dominicana, que la pandemia impidió y no tuvo lugar. Cavolo repetiría como autor del cartel de la Mar de Músicas en 2021 que, de nuevo, se número 26. Díaz Burgos prestó imagen para el cartel de 2022 y Charrys realizó el de la 28 Edición.

Una gran variedad visual y de concepto en los carteles de La Mar de Músicas que, reunidos en una exposición conjunta, aportarían un interesante recorrido por las tendencias artísticas de los últimos veinticinco años, sobre todo del pop nacional y de la movida madrileña, y, también, de como abordan y se plantean incursionar en la gráfica y la cartelería un buen número de artistas nacionales de reconocida trayectoria.



(Fig. 199) Ángel Haro. *La Mar de Músicas*, 21 Edición. Cartagena. 2015.



(Fig. 200) Joana Vasconcelos. *La Mar de Músicas*, 25 Edición. Cartagena. 2019.



(Fig. 201) Miguel Fructuoso. Murcia Tres Culturas. 2006.

El 8 de mayo del 2000 comienza el ciclo de actos que conformarán el primer Festival Internacional Murcia Tres Culturas. Representación cultural sin barreras; una propuesta que pretende difundir la tolerancia y el respeto más allá de etnias o creencias, y tiene en el arte la principal herramienta contra la intolerancia. Festival que se promueve desde la Concejalía de Cultura del Ayuntamiento de Murcia, y que según el edil que dirige la concejalía, González Barnés, no tiene parangón en cuanto a certamen y evento que pretenda resaltar la unión de unos pueblos y culturas tan dispares como la judía, la musulmana y la cristiana; una unión que, según el propio edil, se produjo en la Murcia medieval de Alfonso X el Sabio.

El primer cartel anunciador del evento se le encarga al pintor madrileño, afincado en Murcia, Jorge Fin, que para simbolizar el Festival y la unión de las tres culturas recurrió, como tema central, a la representación de una palmera, un ciprés y un olivo, ante un paisaje nocturno que recoge al fondo una vista de Murcia. El autor afirma: *"He realizado un cartel ambiguo, pues cada uno de sus elementos sirven para representar a cualquiera de las tres culturas que convivieron en Murcia, por ser intercambiables entre sí"*. El pintor asegura que realizó otras propuestas; una de ellas la representación del Festival a través de los libros sagrados de las tres religiones. Aunque al final se decidió por la representación simbólica de los tres árboles.

El 27 de diciembre de 2000 se presenta el cartel anunciador del II Festival Internacional Murcia Tres Culturas que ha realizado el pintor blanqueño Pedro Cano. Los elementos representados en el cartel de Pedro Cano simulan bocetos de los tres árboles en las hojas de un bloc de apuntes que se solapan unos a otros, en primer término, el olivo, al fondo el ciprés, entre ellos la palmera. Los árboles representados en el *afiche* no son otros que los ya recogidos en el cartel anunciador del primer Festival debidos a Jorge Fin. Elementos iconográficos que serán los que se recojan en sucesivas ediciones, y cuya variación visual dependerá tan solo del estilo o la técnica empleada por los autores de los carteles, casi de forma invariable pintores regionales.

José Lucas realiza en 2002, para la III edición, un cartel fiel a su estilo colorista y expresivo. Un cartel pleno de color que parece recoger y camuflar los tres árboles de la tolerancia. El pintor manifiesta a Europa Press, según recoge *La Opinión*, el 19 de enero de 2002: *"No quisiera que nada de lo que hago se entienda, sino que cree el interrogante, la confusión, la contradicción y el conflicto, que es en definitiva el terreno en el que me muevo o creo moverme, y lo que alimenta mi forma de ser y mi pintura"*⁽¹⁵⁸⁾.

En enero de 2003 se presenta el cartel de Alfonso Albacete del IV Festival. Jugó el pintor con la impresión del ciprés, el pino y la palmera, repetidos en el cartel de forma superpuesta, buscando obtener la sensación de un huerto mediterráneo donde conviven estos tres árboles representativos de las tres culturas.

Sobre manchas de color, trazos para referir olivo, ciprés y palmera, es la propuesta de Willy Ramos para la V edición de 2004. Un cartel que recoge muy bien la *manera* del pintor que, como él mismo explica, representa *"la fuerza y el color de una tierra como la murciana"*. Cartel que por primera vez difundió el Festival fuera de España, presentándose en Rabat.

En el cartel de la VI edición de 2005 el cartagenero Ángel Mateo Charris parece reflexionar y preguntarse –preguntarnos– sobre el hecho de la mediterraneidad, sobre la paradoja que plantea convivir con otras culturas, incluyendo en el *afiche*, junto a los árboles señalados, un personaje que arrastra una interrogación hacia unas ruinas clásicas que destacan en la playa.

Miguel Fructuoso realizó, en 2006, el cartel de la VII edición Murcia Tres Culturas por la Tolerancia (Fig. 201). Un cartel austero, en tonos verdes, en el que destacan en negativo blanco y en un verde más intenso, formando un estampado, los tres árboles de la tolerancia: ciprés, palmera y olivo; todo rodeado de un marco naranja en el que se ha colocado la tipografía que alude al evento. Fructuoso ha ideado un jardín mediterráneo, un huerto murciano. Muy en sintonía con el cartel realizado por Alfonso Albacete en 2003.

En 2007 Gabarrón realizó el cartel del VIII encuentro; y, fiel a sus coloridas texturas, añadió fuerte grafía para subrayar la forma de los tres árboles habituales en la cartelería del Festival.

El cartel de Muher IX Festival Internacional por la tolerancia Murcia Tres Culturas se planteó en 2008 recurriendo a un tema muy querido por Francisca Muñoz y Manuel

(158) No ha sido 2002, para Pepe Lucas, mal año en lo que ha realización de carteles se refiere; junto a la cartelería de certámenes y festivales: FIOJ, Tres Culturas... realizará el impactante cartel *Fuenteovejuna*, encargo de la ESAD para anunciar las representaciones de la obra teatral de Lope de Vega: Un gallo pugnando con la muerte.

Herrera: la exuberancia del huerto mediterráneo, un juego de gran riqueza cromática en el que se señalan las formas de los olivos en primer plano y tras ellos palmeras y cipreses cerrando el horizonte. Un cartel que incluyó en la tipografía, para el texto Murcia Tres Culturas, la Cruz, la Estrella de David y la Media Luna como letras capitulares.

Una acuarela de Pedro Serna, que recuerda vivamente sus paisajes de la vega del Segura –aquí circunscrito a un rincón del Valle de Ricote–, olivos y cipreses, y en primer plano el detalle del fuste de una palmera que cruza el *afiche*, fue imagen del cartel *X Festival Internacional* en 2009. Una acuarela pintada sobre papel de tono grisáceo, recogida por un marco negro sobre el que se obtuvieron los textos alusivos en negativo blanco.

Una grafía en pintura roja que parece salida de un único trazo, “*un inicio común para indicar el hilo bermellón que a todos nos une*”, compuso los árboles del *XI Festival* en 2010. Martínez Mengual creó un cartel gestual, en absoluta correspondencia con su línea de trabajo, totalmente desprovisto de elementos plásticos que pudieran distraer de la rotundidad del rastro del pincel. Solo dos tintas para un resultado bello y dotado de libertad absoluta (Fig. 202).

Más en la línea de la pintura contumbrista el cartel de la *XII* edición de 2011, realizado por Antonio Sánchez. Recoge un realista, aunque idealizado, paisaje murciano, casa torre en añil incluida, olivos, palmeras y cipreses parecen formar parte de un idílico huerto.

Antonio Ballester volvería a demostrar en 2012 su capacidad para producir imágenes de una potente carga visual. El anunciador del *XIII Festival Internacional* por la Tolerancia se ha creado a partir de amplias manchas en tonalidades verdosas para los árboles, sostenidas por un atrevido fucsia que según el pintor “*sustenta y hace vibrar el conjunto de la obra*” y actúa de campo base para los textos.

Otra atrevida grafía, otra pincelada discurriendo libre por la superficie del papel, en negro, compondría los recurrentes motivos, marca del Festival, para la *XIV* edición de 2013. Esteban Linares apenas significó la potencia del trazo con alguna mancha de color tostado, azul o verde.

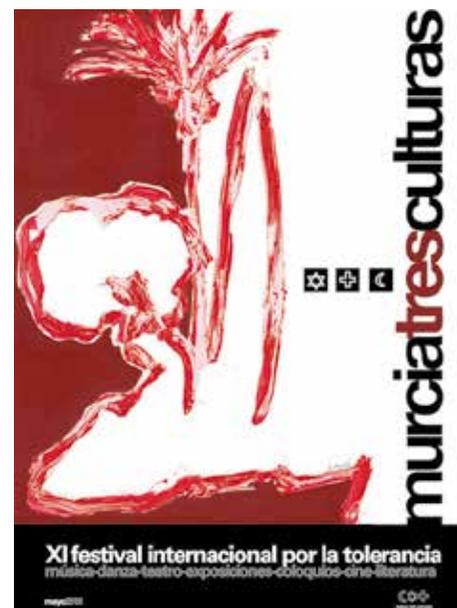
De nuevo un paisaje costumbrista, ahora creado por José Hurtado Mena en 2014 para anunciar el *XV Festival* celebrado entre el 10 y el 24 de mayo. Un huerto de palmeras, olivos y cipreses junto al río; al fondo, la vista de un pueblo murciano, mediterráneo, de imprecisa identificación, inundado de luz y sensaciones de paz y bienestar; “*un día amable*” en palabras del pintor.

Recurriría Nono García a una visión, también de aspecto costumbrista en el cartel de la *XVI* edición de 2015. Sugerente paisaje en tonos marrones colocado en la parte inferior del *afiche*, en el que destacan, en el horizonte, los árboles de las Tres Culturas. Un cartel elegante que incluye parte del texto en tipografía manual. Un cartel que pretende inducirnos a una reflexión, la unión de distintas culturas en tiempos convulsos.

El cartel de la *XVII* edición de 2016 lo compuso Martínez Cánovas con tres personajes anónimos, barbados, reflexivos, idénticos en su condición de seres humanos de los que brotan los tres árboles del Festival. Una pieza insólita, apoyada en un magnífico dibujo, que parece sugerir un nuevo horizonte para la imagen del certamen.

Aunque, curiosamente, el cartel de 2017, presentado el 27 de abril en los restos arqueológicos de la muralla de Santa Eulalia, y realizado por el pintor Manuel López Menárguez, señalando su intención de dotar a la palmera, el olivo y el ciprés “*de colorido y de una imagen más rotunda*”, nos retrotrae a los carteles realizados por José Lucas en 2002 y Willy Ramos en 2004.

Tres árboles, que han devenido en los carteles la representación de pequeños paraísos, deliciosos huertos y jardines, ámbitos donde puedan acogerse, en palabras de Mircea Eliade, recogidas en su *Tratado de historia de las religiones*, “*...los deseos de encontrarse siempre y sin esfuerzo en el corazón del mundo, ...de superar la condición humana y recobrar la condición divina*”. El huerto como ámbito de la tolerancia, de la paz, de lo sagrado. Sí, aquella propuesta visual, impresa en el cartel de Jorge Fin, ha tenido profundo calado en el significante y en el significado. Convertida en coloridas ramas por Manuel Pérez en el cartel de 2018. En etéreas sugerencias arbóreas en la pieza de Araceli Reverte ejecutada como imagen en 2019. Y, suprimido el Festival en 2020, en un único tronco del que brotan los frutos, las hojas y las ramas de los tres árboles que simbolizan el evento, una pintura de Alfonso del Moral en 2021. En 2022 el cartel lo realizó Ángel Haro, Silvia Viñao en 2023 y Ricardo Escavy en 2024.



(Fig. 202) Antonio Martínez Mengual. Murcia Tres Culturas. XI Festival Internacional por la Tolerancia. Murcia. 2010.

En abril de 2008 es un hecho público que Murcia celebrará el SOS 4.8; un festival multidisciplinar de música *sostenible* que contó con exposiciones y acciones en torno a las artes plásticas y visuales, muy en línea con otras acciones que, en relación con las artes, acometió la Consejería de Cultura, congregando a importantes pensadores: Lipo-vetsky, Slavoj Zezer o Gianni Vattimo –abanderado de la posmodernidad y el pensamiento débil–, y artistas y comisarios de prestigio internacional: Rirkrit Tiravanija, Christiane Paul o Paco Barragán. El 1 y el 2 de mayo de 2008 tiene lugar el primer festival SOS 4.8; 48 horas de arte, música y pensamiento. Las imágenes difusoras del SOS 4.8, Festival Internacional de Acción Artística, que incorpora a Estrella de Levante más como subtítulo y promotor financiero del festival que como mero esponsor, se caracterizan por su multiplicidad; incluso se editarían para la misma edición diferentes carteles anunciadores, que cuentan con el mismo hilo conductor desde el punto de vista gráfico y narrativo, dando como resultante una misma iconografía tratada a partir de distintas propuestas visuales. Esto ha sido así al concebir la publicidad del SOS 4.8 de una forma muy sectorializada, con una potente imbricación de soportes impresos y digitales.

La cartelería del SOS fue evolucionando. El 17 de diciembre de 2008 se presenta a los medios de comunicación el SOS 4.8 a celebrar en mayo de 2009; un proyecto que la Consejería piensa convertir en un certamen cultural prolongado a lo largo de todo el año. Entre los artistas invitados el peruano Fernando Bryce, que trabaja a partir de obras ya publicadas: fotografías, portadas, carteles... que copia miméticamente. A los primeros anunciadores, que mezclaban campos de color e imágenes surrealistas, siguieron en 2009 unos atrevidos y provocadores *afiches* concebidos y diseñados por Germinal Comunicación a partir del juego de la paradoja; unos carteles que recogen bien la manera en que Germinal aborda los procesos de comunicación visual, creados numerosas veces partiendo de fotografías que, en principio, poco o nada parecen tener que ver con el evento anunciado. La chica vestida de cazadora, en las manos un rifle; el feliz incendiario con bombona de gasolina; el orondo personaje que disfruta de la pizza en su desaliñado comedor... proclamando todos, en el bocadillo de cómic que recoge el motivo del cartel: "Estrella Levante SOS 4.8".

Más de 20 artistas plásticos de ámbito nacional o internacional estuvieron presentes en el SOS 2010, celebrado del 30 de abril al 1 de mayo. La imagen del SOS 4.8 de 2010, se vinculó a la idea de sostenibilidad, incluso se quiso auditar la sostenibilidad del SOS e ir más allá del propio eslogan del encuentro que llevaba en su *adn* el sentido del respeto al medio ambiente. La imagen del SOS 2010 estuvo claramente enfrentada a la de los personajes, tan poco sostenibles –en su intento de inducir a la reflexión–, que publicitaron el evento en 2009. Para construir la gráfica del Festival SOS 4.8 de arte, voces y música, articulado en torno a la idea de lo bizarro, se utilizaron las teorías sobre el espectáculo del filósofo situacionista Guy Debord, creando una imagen múltiple, una no-imagen, que partía de representaciones gráficas pixeladas, texturizadas y manipuladas, una imagen anónima, a imitación de un continuado bombardeo visual que parece acomodarse a las teorías del situacionista, que plantea que las vidas son ahora las imágenes que las representan, un concepto que aúna ser, tener y parecer. Quizá el asunto se habría mantenido en sus justos niveles teóricos si en algunos anuncios del SOS 4.8 Festival Internacional de Acción Artística, «48 horas ininterrumpidas de música, arte y reflexión en directo», no hubiera aparecido sobre la masa asistente una botella del patrocinador, una marca de cerveza, que deja poco margen a la especulación teórica sobre las propuestas de Debord.

En 2011 el "SOS 4.8 Estrella de Levante" se anunció con las enigmáticas fotos en diagonal, iluminadas en rosas, violetas y azules, que retrataban maniqués como si se tratase de personas reales; aunque ese aspecto onírico, surreal y mágico ya aparecía en la historia de Harold y Guida, personajes ficticios, marionetas suecas asiduas al SOS que cuentan la fascinación que sienten por la región y que, a modo de Hansel y Gretel, pierden las pistas para el regreso a su tienda de acampada y se quedan para siempre atrapados en Murcia.

Aunque la cartelería del SOS 4.8 Estrella de Levante pronto adoptó aspectos de aire más tecnológico. En 2012 –año en que la cervecera murciana patrocinó el "Bum", marca que acabó registrando un alumno; un festival musical incluido en los actos de bienvenida universitaria y anunciado con el rostro de un personaje, chico o chica, oculto tras un globo o una pompa de chicle; igual que se haría en 2013, en el que el "Bum" se

anunció con un cartel de aspecto muy del pop americano: petardo rojo, prendido sobre fondo verde de idéntico tono al de las botellas de la marca patrocinadora– los carteles anunciadores recurrieron a unas caras fundidas en cubos pixelados, y a unas planas de prensa que, bajo el eslogan «*Vienen por la música. Vuelven por la gente*» –se refiere, es evidente, a la gente de Murcia– también mostraron, en los grupos de jóvenes fotografiados portando un botellín de cerveza para componer las páginas anunciadoras, la escasa sutileza de la empresa patrocinadora que había, ese año, presentado nueva imagen y se disponía a celebrar su medio siglo de existencia. Más ambigua aún la publicidad del SOS en 2013. Una retícula geométrica, verdosa sobre fondo amarillo limón, anunció en 2014 la séptima edición del SOS; cartel en clara confluencia a los que anunciarían el IBAFF en 2015. El SOS 4.8 se publicitó en 2015 con unas imágenes ambiguas y confusas, casi con unas *no imágenes*, que mostraban personajes prácticamente invisibles envueltos en nubes de humo. El recurso a procesos de alta tecnología, acercando el Festival de forma decidida al mundo de las últimas corrientes de las artes visuales, es claramente manifiesto en la publicidad y la cartelería de la novena edición de 2016, con esos personajes cuyo rostro se ha transmutado en luminosos *bits*, tal que asistieran o participaran en un espectáculo de realidad virtual.

El SOS no tuvo continuidad; en 2017 se transformó en el WAM (We Are Murcia) Estrella de Levante. Para promocionarlo se planteó una gráfica amable, en tintas planas, que representa a un grupo de adolescentes, casi tratados como iconos, que bailan y se mueven al son de la música, sosteniendo botellas de la marca cervecera. La denominación del Festival WAM se ha obtenido, en el material impreso, no a partir de una tipografía concreta sino en los espacios reservados que dejan los cuerpos que bailan. Una gráfica que no se firmó en folletos o carteles, pero que parece en sintonía con algunos trabajos firmados por el estudio Rubio & del Amo.

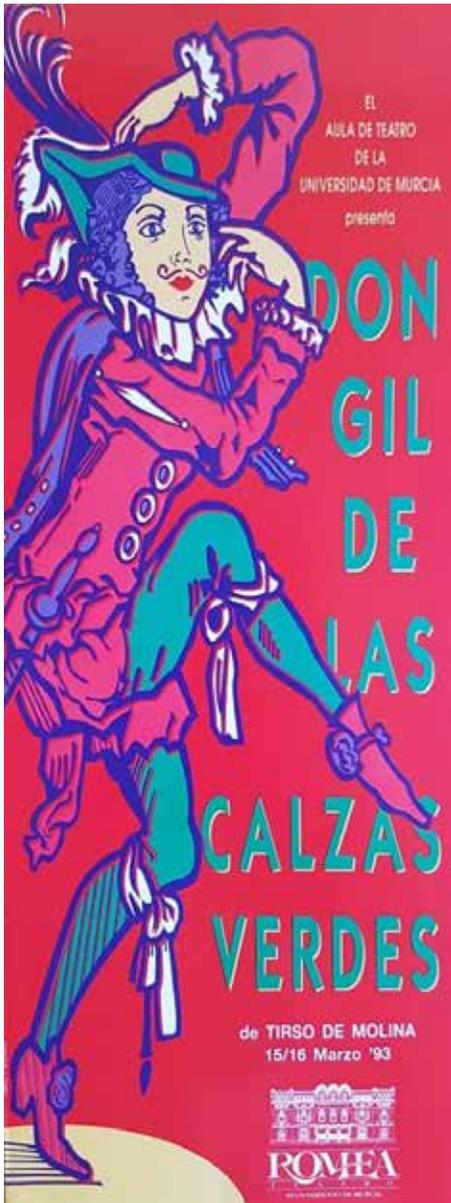
Mención aparte merece, como colofón a este capítulo, la labor desarrollada, a lo largo de los años, por la Universidad de Murcia, desde el Vicerrectorado de Extensión Universitaria y las Aulas a él acogidas. En especial las de Teatro, Música y Cine.

Hagamos un poco de historia. El 16 de noviembre de 1978 se reúnen las comisiones de cultura de la Universidad para distribuir las 100.000 pesetas de dotación del trimestre: 30.000 para un recital de Manolo Luna, 15.000 para la proyección de dos películas, 10.000 para material diverso (papeles, rotuladores... para elaborar, artesanalmente, carteles anunciadores de las actividades). La idea es constituir un Servicio de Extensión Popular Universitaria entre cuyas funciones esté realizar actividades culturales gestionadas por el Vicerrectorado de Extensión Universitaria, así como solicitar ayudas al Ministerio de Cultura y pedir los antiguos locales del SEU de Santo Domingo. Parece que el embrión de lo que será la feliz y continuada conjunción Universidad de Murcia-sociedad murciana, durante más de treinta años, esté en desarrollo.

Comencemos por el Aula de Teatro de la Universidad de Murcia. Veamos algunas de sus propuestas, sus montajes y los carteles que editó para darlos a conocer entre el público.

El Teatro Español Universitario (TEU) de Murcia, inscrito en el Registro Oficial como Grupo de Cámara y Ensayo en 1955, asiste ya, en 1959, con *Don Lucas del Cigarra*, al 7º Festival Internacional de Teatro de Parma, configurándose definitivamente a mediados de los sesenta, adscribiéndose a la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Murcia, que crea en 1968 la primera Cátedra de Historia y Estética del Teatro de la Universidad española. A partir de esa fecha los montajes teatrales, muchos de ellos anunciados con carteles, se suceden; y también la colaboración con artistas plásticos, arquitectos, escenógrafos y diseñadores que participan con el T.U. en la puesta en escena y la difusión publicitaria de muchas de las obras que el Teatro Universitario representa.

Más allá de los carteles o programas de mano citados en el capítulo anterior: *Farsa y licencia de la Reina Castiza*, *Farsa de la molinera* y *el Corregidor* y *El Fernando* realizados por José María Párraga en 1967, 1969 y 1972; *Danza General de la muerte*, con programa ilustrado por Francisco Serna en 1971; la colaboración de Baldo en el montaje de la obra de José Corias Velasco *La corrida de toros*; o *Entre bobos anda el juego*, un magnífico cartel que diseña Lucía Prolongo; en el diseño de carteles, folletos o *afiches*



(Fig. 203) Pedro Manzano. *Don Gil de las Calzas Verdes*. 1993.

de mano, ha intervenido el propio director y productor, César Oliva, de muchas de las obras puestas en pie por el Teatro Universitario. César Oliva ha sido responsable de la gráfica, entre otras obras de: *El mono peludo*, de Eugene O'Neill, en 1971; *El horroroso crimen de Peñaranda del Campo*, de Baroja, en 1973; *Joco seria. Burlas veras, o reprehensión moral y festiva* puesta en escena el mismo año; *Mio Cid*, basado en los poemas de Pedro F. Granados, en 1974; *Por orden del señor Alcalde*, espectáculo creado a partir de entremeses del Siglo de Oro, en 1975... por citar solo algunas. Una gráfica editada en sencillos programas y pequeños *afiches* impresos en Nogués, a una o dos tintas sobre papel o cartulina ligeramente sepia; un producto digno y de comedidos costos. César Oliva ha asumido esta tarea como una parte más de las responsabilidades a su cargo, al margen de la dirección o la producción, puesta en escena, figurines, decorados... una tarea que ha sido posible gracias a su dominio de un dibujo agil no exento de gracia e ironía. La exposición, inaugurada el 14 de diciembre en la Facultad de Letras, de los fondos documentales donados por César Oliva a la Universidad de Murcia en 2017, deja constancia de su trabajo como hombre de teatro y el apoyo prestado por sus excelentes ilustraciones para llevarlo a buen término.

El arquitecto Juan Antonio Molina, escenógrafo habitual del T.U. a lo largo de varias temporadas, realizó la gráfica de *Titeres de Cachiporra*, de García Lorca –los carteles se imprimirían así mismo en Nogués–, representada en el marco de la XI Campaña de Extensión Teatral auspiciada por la Diputación Provincial; y en 1977 los carteles de *La venta del ahorcado* de Domingo Miras, un juego gráfico a partir de las cartas del Tarot. Doce años después, en 1989, la pintora Chelete Monereo intervendría como autora de la escenografía y el cartel de la misma obra, que el Aula de Teatro de la Universidad de Murcia volvió a llevar a las tablas, ahora con cartel en blanco y negro, en el que cuelga, como inquietante imagen central, una bombilla.

Otro pintor, Antonio Martínez Mengual, fue durante años colaborador del T.U. Memorable su cartel para *La Gatomaquia* de Lope de Vega, realizado en 1985; esos dos felinos que se observan en la parte superior de un *afiche* dominado por la intensidad de un azul réflex. En enero de 1985 Mengual sería el autor del cartel anunciador de la II Semana de Teatro Universitario, realizada en colaboración con la Caja de Ahorros de Murcia; sujetas a varillas, unas máscaras expresionistas en vibrantes amarillos, que recuerdan la pintura de Antonio Saura, sobre intenso fondo negro. El pintor realizará en 1988 la gráfica de la obra de Calderón *La Devoción de la Cruz*; una cruz y catorce retratos de personajes sometidos a fuerte contraste y manipulación a partir de las fotografías de M. Poves.

El Aula de Teatro de la Universidad de Murcia contará en 1991 con el trabajo de Francisco Cánovas para la realización del cartel y el programa anunciador de *Los Santos* de Pedro Salinas. Una imagen de marcado carácter tipográfico, con unas potentes letras en negro realizadas exprofeso para la obra teatral; un trabajo interesante, aunque un tanto alejado de los productos habituales de Cánovas⁽¹⁵⁹⁾. Y con nuevas incursiones de César Oliva que ilustró, *Los Engañados* de Lope de Rueda, obra representada para el acto inaugural de la Sala Claramonte el 13 de mayo de 1991; y *Pesadilla de una noche de verano* de Howard Benton o *El caso de la mujer asesinada* de Miguel Mihura y Álvaro de la Iglesia, representadas también en 1991, una gráfica de nuevo planteada con aire de viñeta cómica.

En 1992 Pedro Manzano comienza su colaboración con el Aula de Teatro. La idea es establecer una identidad visual que aporte visibilidad al nuevo espacio escénico universitario: La Sala Claramonte. Se creó un logotipo sello para los impresos, carteles y programas de mano; y se unificó el formato de la cartelería: 98x34 cm para carteles grandes y 68x24 cm para carteles pequeños. Son *afiches* de marcado formato vertical –lo que favorece su identificación, sobre todo en el entorno del Campus, saturadas sus paredes de informaciones varias–, que aprovechan el pliego para obtener los carteles e imprimir conjuntamente, en la misma tirada, los programas de mano abaratando los costos. En 2006 finaliza la colaboración del diseñador con el Aula de Teatro. En el entreacto más de veinte carteles concebidos para anunciar las representaciones de algunas de las obras puestas en escena por el Aula: *La Comedia Ymenea*, en 1992; y posteriormente *Don Perlimplín* y *Don Cristobal*; *Don Gil de las Calzas Verdes* (Fig. 203); *El anzuelo de Fenisa*; *Laberinto de Amor*; *Bodas de Sangre*; *La dama boba*; *La dama duende*; *Doña Rosita la*

(159) El cartel que Francisco Cánovas realiza para la compañía Cambalache Teatro: *Alesio, una comedia de tiempos pasados o bululú y medio* de Ignacio García May; esa máscara griega resuelta con un dibujo intrépido y suelto que parece salir de la A de caja alta del título, si está más próxima a su forma de acercarse al cartel.

soltera; Viznar, o muerte de un poeta; Auto; Trampa para pájaros; La fiesta de Juan Rana; Juegos Prohibidos; Volvió una noche y, en 2006, *Fuente Ovejuna*, entre otros. La colaboración se extendió a la creación de la cartelería, folletos y catálogos de la I y II Bial Internacional de Teatro Universitario (Fig. 204) y el 6º Festival de Teatro Universitario, en 1995, 1997 y 2001; son carteles, imágenes gráficas, que juegan con la idea de un rostro protagonista como referente inmediato al mundo teatral, unas veces contraponiendo las muecas que reflejan lo cómico y lo dramático, otras jugando con la idea del asombro como ocurre con el cartel 6ª Festival de Teatro Universitario en el que un rostro observa el iluminado número referido a la edición del certamen, tal que fuera la calavera interrogada por Hamlet. Dibujos, grabados, fotos... apropiacionismo de imágenes; incluso algún guiño a los afectos y la memoria personal del diseñador se pusieron en juego para construir los carteles: el cartel de la obra *Trampa para pájaros* de Alonso de Santos se planteó como un homenaje familiar, a partir de una foto antigua del padre del diseñador en la que aparece junto a un caballo de cartón, sobre él una pistola Walther P88 Compact y una mancha de sangre –elementos que provienen de portadas de novelas policíacas a cuya lectura es, su padre, gran aficionado–. Para el cartel *Bodas de Sangre*, montaje realizado a partir de la obra de Lorca, se mezclaron distintos elementos, unos cuchillos de cocina del diseñador –colocados en evidente referencia a la serie *Cuchillos* de Warhol– y una rama de flores de limonero. *Don Gil de las calzas verdes*, *La dama boba* o *La dama duende* se concibieron a partir de grabados de época. Para *Doña Rosita la soltera* la referencia a los propios dibujos de Lorca es evidente...

Solamente la posibilidad de trabajar de forma continuada sobre un tema de características semejantes es lo que permite estos planteamientos, partir de experimentos y establecer secuencias que establezcan criterios de unidad en la diversidad del trabajo.

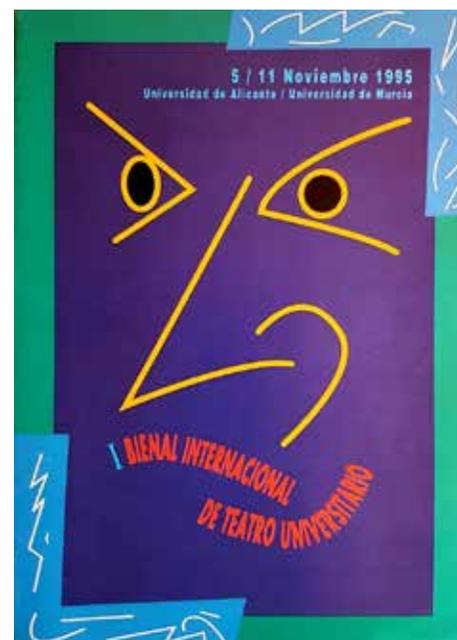
En la gráfica de los montajes del Aula de Teatro han intervenido otros pintores y diseñadores, algunos, además, asumiendo el papel de escenógrafos o directores teatrales: Ana Soro realiza el cartel de *La zapatera prodigiosa* de Federico García Lorca. Miguel Cruz realiza la imagen de *3 Jardiel 3* de Enrique Jardiel Poncela en la temporada 1993/94. Javier Martínez la gráfica de *La cabeza del dragón* de Valle Inclán en 1995. Y Sergio Bastida, que aporta el diseño gráfico en *La persona buena de Sezuán* de Bertolt Brecht y en *Flor de Otoño* de Rodríguez Méndez, en las temporadas 1998/99 y 1999/2000. El VII Festival de Teatro Universitario se anunció en 2002 con un cartel de Buenacara, y en 2003 la octava edición basó su imagen en una ilustración con aromas sakesperianos.

Continuemos con los carteles editados, ahora por el Aula de Música. En abril de 1978 la Coral Universitaria edita carteles realizados por Párraga para su gira por Francia y Alemania con textos en alemán integrados en la imagen creada por el pintor; una versión del cartel realizado anteriormente con textos en español que no pierde el sentido de su propuesta: abigarrada masa coral representada por una serie de corazones y personajes ante la vista lejana del Puente de los Peligros y la torre de la Catedral. *Línea* publica el trabajo del artista el 13 de abril.

La Coral Universitaria desempeñaría, dentro del Aula de Música, una actividad relevante, independientemente de otras iniciativas que el Aula –a cargo de González Semitiel– propone.

En febrero de 1980 las corales universitarias de Murcia y Stuttgart interpretan conjuntamente *La Pasión según San Juan* de Bach. Para anunciar la actuación, prevista para Semana Santa, se editan carteles que reproducen un detalle del *Beso de Judas* de Salzillo. En Cartagena se negaron a pegar los carteles con la imagen de Salzillo, recurriendo finalmente a una reproducción del *Cristo* de los californios que había modelado Mariano Benlliure, para anunciar la actuación, que tuvo lugar Jueves Santo, en la Ciudad Portuaria.

Entre 1981 y 1983 la imagen del Aula de Música y los carteles editados estuvieron al cuidado, por encargo de González Semitiel, de Estudios Gráficos Tábano⁽¹⁶⁰⁾. *Trío Barroco*, *Duo de Guitarras*... y el cartel *I Festival Internacional de Orquestas de Jóvenes*, en 1982; carteles en los que se ponen en juego diferentes recursos gráficos, grabados antiguos, dibujos... siempre buscando una cierta efectividad austera, pues están concebidos a pocas tintas utilizadas de forma contrastada, discreta y elegante. En 1982, el cartel del primer Festival de Orquestas de Jóvenes está compuesto con el dibujo de una orquesta en el que la isocefalia de unos músicos, que tocan violines y contrabajos, permiten que



(Fig. 204) Pedro Manzano. *I Bial Internacional de Teatro Universitario*. 1995.

(160) Tábano, fundado por Miguel López-Guzmán y Julio García Abril a finales de 1980 –según manifiesta López-Guzmán, uno de los fundadores del estudio, en la entrevista mantenida el 3 de marzo de 2017–, es probablemente el primer estudio profesional de diseño gráfico e ilustración que ha habido en Murcia. Tenía la sede en un entresuelo de la calle Andrés Baquero y de allí saldrían, a lo largo de los tres años que duró la aventura, logotipos, folletos, carteles y publicaciones. Para la Consejería de Educación del Consejo Regional de Murcia crearon en 1981 la revista de enseñanza *Mosaico 90* y cartelería –algunos carteles, como el anunciador, en el ámbito escolar, del “Primer Concurso conoce tu Región” se diseñaron reutilizando dibujos de Opiso–. Para el Ícaro Bar realizan en 1982 el cartel *Drink Ícaro Fly Ícaro* (ver Fig. 252). El logotipo y la cartelería de la academia “Normington”; la imagen y el packaging de la tienda de sonido-visión de García Alcaraz, con ese personaje que lleva un fonógrafo por cabeza; la gráfica de “Tecnigraf”... son otras propuestas de Tábano, que colaboraba con sus ilustraciones en el *Diario de Murcia*. El estudio constituye un ejercicio de profesionalidad en el que convergen los planteamientos formales y plenos de rigor de García Abril, una consecuencia de su formación como estudiante de arquitectura, y la gracia, ironía, y facilidad para el dibujo de López-Guzmán –apreciable en la gráfica de la Casa de Comidas Oporto, en los carteles *Zepol Copa Q*, y en sus posteriores trabajos como editor y diseñador de *Tribuna la Muralla* y como colaborador en prensa (buen ejemplo es *Tarea de Vacaciones*, que recoge sus colaboraciones en *La Opinión* en el verano de 2017)–, todo ello amparado por una idea del diseño como algo capaz de determinar certezas y proponer novedades. Tábano, una búsqueda de soluciones poco acomodaticias –no solo Opiso, también Ops estaba en su área de interés gráfico– a los problemas que plantea el diseño; el logo del estudio, una mosca cojonera, lo deja bien claro.



(Fig. 205) Ángel Fernández Saura y Miguel López-Guzmán. *Festival Internacional de Orquestas de Jóvenes*. 1983.

destaque el director y la línea curva de la tapa del piano; un dibujo ágil, en negro sobre fondo amarillo, que aporta elegancia y clasicismo a la composición.

En 1983 Enrique Máximo, coordina desde el Aula de Música la organización de un Festival de Música Arabigo-Andaluza; Pedro Manzano se encarga del cartel, utilizando como imagen un fragmento de azulejo cerámico hispano-musulmán de cuerda seca, y colocando en la portada de los folletos de las actuaciones el *Tañedor de laúd* representado en un trozo de cerámica esgrafiada murciana del siglo XIII. El diseñador volvería a colaborar con el Aula en 1984 realizando la gráfica del concierto que, dentro del Congreso Internacional sobre la Lengua y Literatura en Tiempos de Alfonso X, se ofreció en el órgano barroco de la Parroquia de Ricote. Una colaboración que se haría habitual cuando se responsabilizó Juan González Cutillas de las actividades del Aula de Música en el curso 1984/85. Se pretende que las actividades que se organizan tengan presencia en el ámbito universitario y, a la vez, sean un referente en los círculos musicales de la ciudad, jazz, música clásica, cursos, seminarios...

El nuevo director del Aula pretende dotarla de una imagen con personalidad que recoja las acciones que desde ella se realizan, carteles y programas de mano, con coste bajo y que sin embargo parezcan concebidos así, sin dejar ver, ni por asomo, que los presupuestos manejados son escasos. Para los programas de mano se diseñaron unos tarjetones –concebidos como carteles abstractos en miniatura– unificados en medidas 25x12 cm impresos en Nogués –era la imprenta de referencia de la Universidad, lo que suponía una cierta adaptación a su maquinaria– siempre a dos tintas más una, procurando huir de los negros para reforzar esa idea de que su concepción había sido estudiada, una cosa como: pobres pero porque queremos y no es necesario más y, por supuesto, lejos de las selecciones de color: *Coro de Cámara*; *Trio de Música*; *Grupo de Percusión* del Conservatorio de Música de Murcia; *Duo Dolz-Cormenzana*; *Duo Ziryab*; *Antología de la Música Española para Trío*, interpretada por el Trío Monpou; son algunos de los programas impresos y algunas de las actividades del Aula. Los carteles, encajados en el pliego 70x50 cm, asumieron idénticos planteamientos. El primer cartel, *Invitación a la Invención*, que presenta una actuación en el colegio de Arquitectos el 29 de marzo de 1985 marca la pauta de la cartelería y de los planteamientos del Aula; es un cartel horizontal impreso en rosa y violeta con atriles por el suelo, una imagen tomada de una fotografía que ha sido ligeramente intervenida con voluntad de presentarla tal que anunciara una instalación o una acción performativa. *Coro de la Universidad de Murcia*, *Trio de Clarinetes*... serían otros *afiches* impresos; y para apoyar las actividades que desde el Aula organiza el Jazz-Club “Glissando”, fundado en febrero del ochenta y tres, se hacen los carteles *Ragtime Concert Band*, *Turbojazz* –grupos que actúan en abril de 1985 en colaboración con el Festival Internacional de Jazz en la Calle– y *La Noche del Jazz Murciano*. El Aula de Música ha pretendido generar un producto digno, ajustado en costes, que dote de carácter a este departamento universitario dependiente del Vicerrectorado de Actividades Universitarias.

Paco Salinas y Pedro Manzano diseñarán conjuntamente a finales de los ochenta para el Aula de Música los carteles *Congreso Internacional de Terminología Musical Castellana*, en 1989, y la nueva imagen del *Coro de la Universidad de Murcia*⁽¹⁶¹⁾. Ambos carteles partirán de fotografías, el primero un juego de luz en sala oscura que dibuja un pentagrama y una nota musical iluminada posteriormente con colores de rotulador, el segundo la foto de la propia coral.

Retrotraigámonos unos años atrás para describir las propuestas gráficas que anunciaron y recogieron el Festival Internacional de Orquestas de Jóvenes. Enrique González Semitiel dirige el Festival Internacional de Orquestas de Jóvenes los sucesivos años de 1982, 1983, 1984 y 1985, fijando su estructura. Para el cartel del año 1983 (Fig. 205), que firman Ángel F. Saura y Miguel López-Guzmán, ambos creativos idean para el *afiche* una atmósfera, en tonos lilas, que remite a la música partiendo de una contrastada fotografía. Se manejarían otras propuestas: un motivo escultórico, del primer tramo de la torre de la Catedral, junto a la Puerta del Pozo, que hace referencia a un instrumento musical, y que Ángel F. Saura fotografió siguiendo instrucciones de Miguel López-Guzmán. Saura volverá a realizar la cartelería del encuentro de orquestas de jóvenes en 1984; una partitura sobre la que traza líneas de color a partir de un puñado de rotuladores desplazados sobre la superficie de la partitura simultáneamente –según dato apor-

(161) No es el único cartel que realizarán con el motivo de un coro, en 1990 diseñan el cartel de la I Semana de Música Coral que se celebró en el Centro Cultural Molinos del Río.



(Fig. 206) Paco Salinas y Pedro Manzano.
Festival Internacional de Orquestas de Jóvenes.
Murcia. 1987.

tado por el propio Saura el 13 de diciembre de 2018–; el programa, a partir del cartel de Saura, lo diseña en esta ocasión Ángel Peñalver, que junto a Pedro López Morales se responsabilizará en 1985 del cartel –un pentagrama con motivos geométricos cuadrados que juegan semejando notas sobre la partitura– y el libro-programa que reproduce el motivo escultórico de la Catedral situado en el primer cuerpo de la Torre, la cabeza de un angelote sobre instrumentos musicales de cuerda, que será emblema del Festival.

A partir de la 5ª edición del FIOJ, en 1986, el responsable y director pasará a ser Juan González Cutillas. El pintor Francisco Silva se encarga del cartel, el brazo de un joven que sostiene un violín. En paralelo, los carteles sectoriales de las actuaciones de las orquestas en las distintas localidades de la región, los programas de mano y el catálogo, los diseñó Pedro Manzano que retomaría la imagen del atril del cartel *Invitación a la Invención* como un guiño consciente a lo que se pretende en la nueva etapa del FIOJ. Una etapa de larga duración, se alargaría hasta 1997, que fue incorporando en los contenidos del Festival los Concursos Internacionales de Composición, Violín, Viola, Violonchelo y Contrabajo, Muestra de Música de Cámara y Jóvenes Pianistas, anunciados con folletos específicos o incluidos dentro del programa general.

Paco Salinas y Pedro Manzano asumirían juntos la gráfica del Festival entre 1987 y 1991: carteles, mural y escaparate; carteles de actuaciones en las distintas localidades; programa general y para cada actuación; catálogo; incluso impresión de bolsas y camisetas. Las fotografías de Salinas constituyeron siempre el punto de partida –eran además material importante para la maqueta del libro-catálogo, cuya portada se acomodó a la imagen general de cada una de las ediciones del FIOJ–. Una gráfica que recurrió al Pop como referente y cuya extensión en el tiempo permitiría jugar con aspectos simbólicos y secuenciales: La orquesta, en 1987; cinco músicos, elegidos para dar idea de integración cultural y racial, sus rasgos definen su diversidad geográfica, a la vez que componen una pequeña Orquesta Internacional (Fig. 206). Las manos del director de orquesta, la batuta, en 1988; unas manos solarizadas forzadas de color; un homenaje a Warhol –el cartel le está dedicado– fallecido un año antes. El instrumento; ese violín ardiendo sobre un fondo negro, en 1989. El músico, apenas intuido, concentrado en la partitura en 1990; una imagen final y una tipografía obtenida mediante superposición de vinilos de color transparentes y sucesivos disparos de Polaroid. El director del Festival sugirió utilizar el retrato de Mozart como imagen del FIOJ en 1991, la X edición; se celebraba el Año Mozart y se pretendía que los jóvenes músicos que iban a participar en el certamen se vieran reflejados: *“Ellos serían los jóvenes Mozart del futuro”*, un cartel *“que –según la prensa– hubiera sido muy del agrado del joven Mozart”*. Es la primera vez que el ordenador interviene en la creación de un cartel del FIOJ –aunque se hicieron otros bocetos–; se redibujó el cuadro-retrato que le hizo al compositor Barbará Krafft, obteniendo líneas



(Fig. 207) Pedro Manzano. FIOJ 92.

de idéntico grosor en distintos colores que aportan ese aire mecánico de frescura y juventud. La contratación directa de impresión de carteles, revista, programas... ascendió a una cantidad que rondaba millón y medio de pesetas.

Los carteles y la gráfica del FIOJ de la XI a la XVII edición corrió a cargo de Pedro Manzano que forzó las referencias al Pop americano y en particular a algunos pintores del movimiento. Roy Lichtenstein sirvió de excusa en el cartel (Fig. 207) de 1992 para representar el fragmento de un violín sobre una partitura musical; carteles y catálogos que se contrataron por un costo de 2.200.000 pesetas. Músicos tocando el violín bajo un sello diseñado a partir de la clave de sol anunciaron en 1993 la XII edición. Valerio Adami, con esa interpretación casi surreal del violonchelo formando parte del paisaje murciano, fue la excusa de partida del cartel de la XIII edición de 1994. El director de orquesta, manos y rostro dirigiendo claves y notas, y fragmentos de instrumentos musicales fueron motivos gráficos en 1995 y 1996 del XIV y XV FIOJ. Un fragmento de partitura, apenas una nota, en sutiles combinaciones de naranja y rosa para construir el cartel de la XVI edición de 1997, con textos de apariencia perforada en el pliego. En 1998, con nuevo director al frente de la XVII edición del Festival, Juan Francisco Cayuelas, se planteó una imagen distinta más sintética; cuatro manchas negras que recuerdan visualmente violín, contrabajo, trompeta y piano, y tienen la pretensión de jugar en el futuro con iconos.

Entre los años 1999 y 2008 se hicieron cargo del Festival distintos directores, y distintos pintores y diseñadores se responsabilizaron de la parte gráfica del FIOJ: Miguel Fructuoso jugó con la idea de la música y su vinculación con la tecnología en un cartel planteado como una estructura geométrico-matemática en 1999; Fructuoso, recién ganador del Creajoven'98, ha concebido la imagen del cartel como una partitura electrónica. El nuevo director artístico del FIOJ, Antonio Narejos, cuenta para el Festival con un presupuesto de 22.000.000 de pesetas y garantizó su visibilidad; proponiendo que los carteles los realizaran los ganadores del certamen pictórico Creajoven que organiza el Ayuntamiento de Murcia. Manuel Pérez compondría el cartel en el 2000; un tondo circular con manchas abstractas para una imagen horizontal que podría haber sido incluida en su serie pictórica *Sinfonía*. En un millón setecientos mil pesetas, sale a contratación la impresión de carteles y catálogos FIOJ en su XIX edición. El cartel de 2001 lo realizó Katarcyna Rogowicz con el estilo peculiar de la ilustradora, sobre un arco iris unos músicos, de trazo ingenuo y un punto cómico, hacen sonar sus instrumentos al son de la batuta. José Lucas –el director es ahora, de nuevo, González Semitiel– recurrió a unas manchas abstractas para referir la música en el XXI FIOJ de 2002; un regalo que el pintor hizo al Festival a petición de su amigo González Semitiel; aunque el ciezano explica: “A las instituciones no hay que regalarles nada, eso es indigno para un artista”; un cartel que, según el pintor, busca lo esencial y que sin necesidad de contar nada “debe anunciarlo todo”; un cartel abstracto, como la música, construido a partir de manchas que se expanden en el espacio del pliego. Diana Escribano –diseñadora de distintas portadas para Murcia Tres Fronteras y catálogos para la fundación José García Jiménez– acudió a una imagen de claras referencias sensuales y surrealistas, el torso desnudo de la mujer guitarra, Kiki de Montparnasse, *El violón de Ingrés* de Man Ray, en 2003. En 2004 un cartel tipográfico, con unos trazos que remiten a una nota musical anunciaron el XXIII Festival Internacional de Orquestas de Jóvenes, que homenajeó a Párraga.

Aún volverá González Cutillas a asumir la dirección del Festival en 2005 y 2006. Una de las fotos del archivo del Festival, un contrabajista, ocupó el pliego, virada en tonos lilas sobre fondo verde pistacho, utilizada como imagen principal; y un pequeño ideograma de un atril acompañó la gráfica –un recuerdo, una actualización temporal, de la contrabajista del grupo del cartel FIOJ'87 y del atril del programa de 1986, la constatación de un regreso–, realizada por Pedro Manzano, de la edición XXIV del Festival, en 2005. En 2006, para celebrar el 25 Aniversario, Manzano optó de forma directa por un corazón y una nota musical ocupando la aurícula derecha –nota que cambiaba en cada programa de mano– y un lema implícito y por obvio ausente: «La música sale del corazón».

En 2007 la Catedral protagonizó la imagen del 26 Festival; la Catedral, imagen de un cartel que apenas deja ver su relación con la música. En 2008 el 27 Festival se publicó con un cartel que presentaba tres fotos en blanco y negro sobre fondo rojo; viento, festival y cuerda, son las palabras que aparecen sobre cuerdas, palmas y un remolino; una extrañeza, pretendidamente conceptual, que diseñó Ana Belén Gil Santa. El Festival, lle-



(Fig. 208) Inmaculada Escudero. XXX FIOJ. 2011.

gado este momento, carece de imagen y está a punto de cumplirse el axioma: Lo que no se publicita (bien), no existe. En 2009 la imagen del FIOJ la realiza Pablo Giménez Navarro, la imagen limpia de un violín sobre amplios trazos de color verdoso y ocre que parecen inundarlo. El XXIX FIOJ de 2010 se difundió con la foto de una chica con contrabajo, un cartel de Pérez Bermejo no exento de misterio. En 2011 una bonita ilustración casi barroca, en negro y amarillo, recuperó el espíritu del FIOJ de llamada a los jóvenes músicos; la realizó Inmaculada Escudero (Fig. 208), que ganó el V Concurso convocado para realizar la imagen del FIOJ; se presentaron 14 originales; en el jurado: el director del Festival José Antonio Clemente, Inmaculada Abenza, Ana Soro, Marina Beltrán e Isabelle García.

Y es que, salvo excepciones, los últimos carteles adolecen no tanto de falta de diseño sino de sentido y voluntad de comunicar una idea. El FIOJ, tras su XXX edición ha muerto.

La Primera Semana de Cine Español tiene lugar en Murcia en octubre de 1984⁽¹⁶²⁾. Aunque Joaquín Cánovas señala, en las páginas de *La Verdad*, el 11 de marzo de 1990, que su verdadera historia se inicia bastante antes: "...cuando un funcionario de la Universidad, José Hernández Monserrate, apasionado coleccionista de prospectos de cine, finamente llamados ahora programas de mano, puso ante nuestros ojos parte de su colección, a partir de la cual se montó la exposición *Invitación al Cine, que inauguraría las actividades culturales del curso académico universitario de 1983-1984* –el prospecto y el díptico anunciador de la exposición y el resto de actividades utilizó, como motivos gráficos al cuidado de Ángel F. Saura, el cartel de la película *Éxtasis* diseñado por Josep Renau, cuyo prospecto original pertenecía a la colección particular de Juan López Monje y el de *Deseo*, la película de Frank Borzage, con *afiche* original perteneciente a la colección Hernández Monserrate–. Durante ese verano de 1983 el grupo del cineclub universitario, encabezado por José de Paco, Pascual Vera, Pedro Martos y el que les escribe desde el *Aula de Cine*, ayudados por el pintor Martínez Mengual –que había creado una especie de emblema para las actividades de cine promovidas desde la Universidad: un expresivo personaje, a caballo, simulando vaquero o forajido; y los carteles marco de Cine en la Noche–, trabajamos intensamente en esta Muestra que se exhibiría también en las universidades de Santiago de Compostela y Málaga, acompañada y enriquecida por los carteles de cine que el Aula había recuperado de un histórico cine ya cerrado"⁽¹⁶³⁾. El proyecto, nacido en el seno de la Universidad de Murcia y estrechamente ligado al Aula de Cine, contó con el patrocinio y el apoyo de las instituciones murcianas y el ICAA, y fue –desde la segunda convocatoria– asumido por aquellas, especialmente por la Consejería de Cultura. Inicialmente celebrada a mediados de octubre, a partir de la cuarta convocatoria pasaría a marzo, aunque en 1992 la VIII Semana volvió al mes de octubre y la última, la IX, que tuvo lugar en 1994, se celebró entre el 18 y el 24 de abril. A lo largo de los años que duró su trayectoria la Semana de Cine homenajeó a José Luis Borau, Margarita Lozano, José Crespo, Elías Querejeta, Pedro Beltrán, Amparo Rivelles, José María Forque... y un largo etcétera. Publicaciones: estudios y monografías, un periódico propio –dirigido por Paco Salinas–, creación del Premio Francisco Rabal al actor revelación, ciclos paralelos... y excelentes carteles anunciadores del evento.

La I Semana de Cine Español en Murcia constituyó un acontecimiento de primer orden, saludado laudatoriamente por la prensa; la *Hoja del Lunes* escribe el 13 de agosto de 1984: "Prácticamente la totalidad del mundo de las artes murciano va a celebrar la

(162) En 1982, ya tenía lugar en Orihuela una Semana de Cine anunciada con carteles.

(163) La exposición, inaugurada el 3 de octubre, estaba basada en la colección de Hernández Monserrate, que constaba de 2.500 programas de mano y 100 carteles de cine de los años 1929 a 1959. Se contó además con un buen número de artistas murcianos: Alfonso Albacete, Párraga, Martínez Mengual, García Silva, Manolo Barnuevo, José Lucas, Ignacio García, Severo Almansa, Vicente Martínez Gadea, Ángel Pina, Pedro Manzano, Martínez Torres, Manolo Pardo, Ángel F. Saura... que aportaron su visión del cine.

«*I Semana de Cine Español*». *Múltiples diseños del cartel publicitario, del programa de mano, apuntes miles sobre la labor a realizar, se fabrican, se concretan y entrechocan –con excelente buena voluntad– para elegir lo que indudablemente va a ser, si no el mayor, sí el primer boom que va a presentar al país la Comunidad Autónoma de Murcia en lo que queda de año*». El cartel anunciador de la I Semana de Cine Español lo realiza el pintor ciezano José Lucas; abstracto, expresionista, con unos ritmos de mancha y color que recuerdan la *action painting* de Pollock.

Antonio Martínez Mengual es el pintor encargado de realizar en 1985 el cartel (Fig. 209) de la II Semana; rotundo ojo construido con atrevidos trazos, los párpados simulando cinta de película.

La alegría, la magia, ese reducto de la infancia, sagrado y feliz, que es el cine, es la propuesta de Antonio Ballester para cartel anunciador (Fig. 210), en 1986, de la III Semana de Cine Español; en la iluminada oscuridad el cómico y entrañable personaje contempla boquiabierto la pantalla, las historias, las vidas que desfilan ante él; todo un homenaje al cine; un cartel del que se hizo amplia tirada de 5.000 ejemplares a los que se sumaron mil tarjetas y dos mil pegatinas, y una edición de cartelería de pequeño formato para colocar en algunas líneas de tren. La III Semana de Cine Español, bajo la dirección de Joaquín Cánovas, consolidó el certamen; contó con un presupuesto de diez millones de pesetas, proyectó más de sesenta películas, celebró mesas redondas, exposiciones, premios y homenajes –en esta ocasión al actor murciano José Crespo y a Elías Querejeta–. Una Semana que fue presentada con estas palabras del Consejero de Cultura: *“Hemos demostrado los grandes logros conseguidos en la región, tanto en la difusión del cine como en promover su tarea investigadora. Ahí está la Filmoteca Regional y el equipo de colaboradores que están trabajando en tareas de investigación y coordinación con otras filmotecas regionales. Hay que profundizar más, pero ya hemos conseguido mucho”*. El camino parece despejado pero su andadura resulta dificultosa.

Tras un año de *impasse* la IV Semana de Cine Español se celebró en marzo de 1988. El cartel lo diseñaron Manuel Barnuevo y Salvador Esteve; una secuencia de pequeños trazos y manchas que quieren semejar rostros y cuerpos, y remitir a la idea de movimiento, a la variación de un motivo; al asombrado y variopinto público cinematográfico.

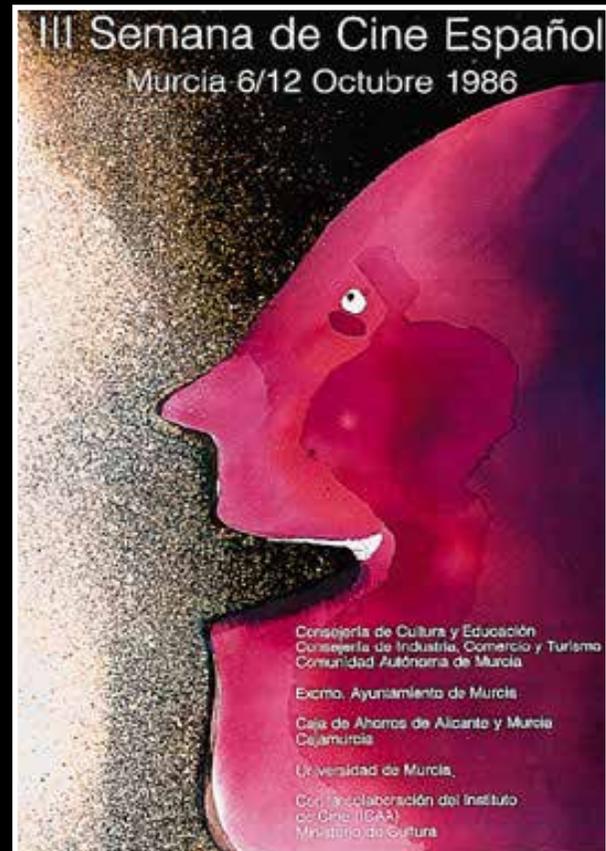
Más concreto, más realista y figurativo, Pablo Portillo recurre, en 1989, para el cartel de la V Semana a un momento de rodaje, aquel en que el director hace sonar la claqueta, grita ¡acción! y filma la escena culminante: el beso de los protagonistas. Tres meses después, el 26 de junio, Juan Luis López Precioso publica en la *Hoja del Lunes* la entrevista que ha realizado a Pablo Portillo. Un momento en el que Portillo ha logrado articular perfectamente un lenguaje propio. Juan Luis pregunta: *–Tu trabajo en diseño impacta bastante como resultado. ¿Lo buscas deliberadamente?*

*–Claro. Una de las funciones del diseño es comunicar un mensaje y que éste llegue a la gente, pero no impactar por impactar, sino asociándolo a lo que estas anunciando en cada momento, acondicionando el diseño a cada tipo de trabajo concreto. No es lo mismo hacer un cartel de teatro o de cine que un folleto de conservas. Cada trabajo va enfocado a un público y conseguir que le interese. Cuando López Precioso le pregunta que resortes hay que dominar en este campo, Portillo responde: –Es una cuestión de análisis. Sentarse ante una mesa y pensar a quién va dirigido, qué es lo que vendes, cómo quieres venderlo, cómo quieres que llegue, cómo quieres informar, no tiene por qué ser sólo una venta. Portillo aclara que ya no hace hiperrealismo, sino una pintura figurativa y realista. Comenta que dirige el Taller de Artes Plásticas de la Universidad y a las preguntas de si puede hablarse de un cierto «boom» del diseño en Murcia y el nivel de los diseñadores murcianos contesta: –Yo creo que hay mucha gente trabajando, lo que pasa es que hay bastantes que están en empresas privadas y no se los conoce. En el campo cultural si hay unos diseñadores muy conocidos, pero no en el campo empresarial. Termina apuntando que ha incorporado el ordenador en su trabajo de diseñador. Posteriores trabajos de Portillo para el Ayuntamiento de Murcia: *Red Municipal de Bibliotecas, Que tu amor por los animales... no suponga un problema, Búscate en el Censo*, y tantos otros firmados por el diseñador, son un buen ejemplo de la utilización de este recurso gráfico para producir un cartel cuya base está apoyada en una ilustración.*

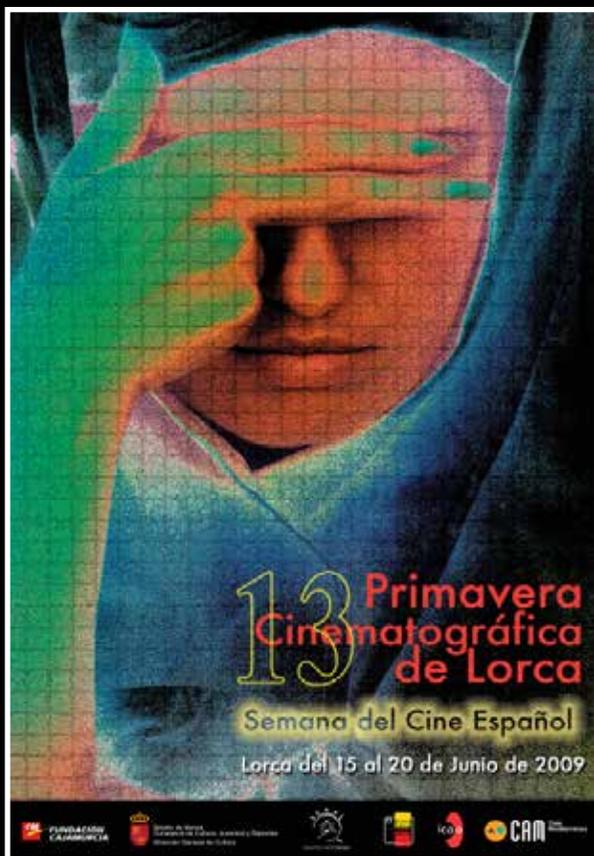
Ramón Garza introdujo un elemento cómico y divertido para anunciar el encuentro de cine español en 1990, un gato corretea por el rodaje, enredando; en un descuido del



(Fig. 209) Martínez Mengual. *II Semana de Cine Español*. 1985.



(Fig. 210) Antonio Ballester. *III Semana de Cine Español*. 1986.



(Fig. 211) Ángel Saura. *13 Primavera Cinematográfica. Lorca*. 2009.



(Fig. 212) Sergio Porlán. *15 Primavera Cinematográfica. Lorca*. 2011.

director del filme lía la cinta del rollo de película en la silla de dirección abandonada, en el respaldo el motivo del cartel: *VI Semana de Cine Español*.

La VII Semana fue anunciada, en 1991, con un cartel que realizó Paco Salinas a partir de una fotografía propia⁽¹⁶⁴⁾, *La Playa*, realizada casi dos años antes y expuesta en el Centro de Arte Palacio Almudí, en la muestra “El Eco”, que el fotógrafo colgó a finales de enero del noventa y uno; un ensamblaje, resultado de la ampliación de fotocopias de fotografías, que muestra a dos personajes al borde del mar de los que solamente vemos sus sombras⁽¹⁶⁵⁾; cartel rematado con una efectista disposición tipográfica en círculo que rodea la estrecha fotografía enmarcada en sendos negros y semeja la aparición de la primera escena de una película al abrirse los oscuros fundidos laterales. Javier Puebla escribe, refiriéndose a esa foto, en el catálogo de la exposición: “... *Vemos esa sombra infantil, exultante y triunfadora, escoltando a su presa, la sombra de un adulto, mágica ya, a partir de ese día, para Siempre-Jamás*”. En 1991 el Vicerrectorado de Cultura prevee montar, del 12 al 15 de junio, una exposición de carteles de cine, seleccionados entre la colección de más de 15.000 carteles que conserva, con motivo del congreso que celebra el paso del cine mudo al sonoro en España organizado por la A.E.H.C. La exposición, que se montó en el Edificio de la Convalecencia, contaba con una selección de 50 carteles de los años cuarenta y cincuenta, algunos de Jano y Soligó, prolíficos diseñadores de cartelera cinematográfica. La muestra procede de los archivos del Aula de Cine.

Manuel Portillo realizó el cartel de la VIII Semana de Cine Español en 1992; un fondo azul en el que aparece, insinuada la escena de un abrazo; un cartel austero, realizado con la apariencia de cuatro tintas planas, que produce Portillo & del Sol.

Tras otro *impasse* se celebró, simultáneamente, en las localidades de Murcia, Cartagena y Águilas, en 1994, la IX y última Semana con un cartel realizado por Ángel Haro. Cartel que recogía con destacado título: Foro de los Nuevos Realizadores. El cartel de Haro juega con el negativo de un fotograma, intervenido de color, que presenta un personaje femenino; un cartel que parece reivindicar aquellas imágenes vanguardistas de la gráfica española de los años setenta; y recuerda vivamente la portada del número 18 de la Editorial Nostromo, *Cartas de Negocios de José Requejo* de Agustín García Calvo, diseñada por Diego Lara.

La Semana de Cine Español se negó a desaparecer y desde 1997 pervivirá en la Capital del Guadalentín adoptando la denominación de Primavera Cinematográfica de Lorca. Un evento que produjo algunos de los carteles más interesantes de los realizados en Murcia. En 1998 Ángel Haro⁽¹⁶⁶⁾ diseñó el cartel de la segunda Primavera Cinematográfica; una pistola sobre sedoso fondo rojo apuntando a la foto del rostro de una chica, a sus labios; un cartel de fuerte impacto sensual y glamuroso que parte de fotos de Ángel F. Saura. El 16 de enero de 1999 se presenta la 3ª Primavera cinematográfica de Lorca con un cartel que mezcla cinta cinematográfica y mano que señala: *Lorca Semana de Cine Español*. La III Semana se celebró del 6 al 10 de abril y la coordinó la Asociación Cultural Primavera Cinematográfica creada, según Joaquín Cánovas, para facilitar la llegada de ayudas económicas; un certamen que contó con 25.000.000 de pesetas de presupuesto. En el año 2000 Marcos Salvador Romera crea el cartel de la cuarta Primavera Cinematográfica; es un cartel un tanto alejado de las propuestas gráficas habituales de Romera, aunque cercano a sus más recientes planteamientos pictóricos: sobre una trama geométrica fotos en blanco y negro, tal que fotogramas de película de algunos de los protagonistas de la Semana: Buñuel, Vicente Aranda o Francisco Rabal. En 2001 el cartel lo crea el pintor lorquino Vicente Ruiz; cuando se presenta a la prensa el 30 de noviembre de 2000, cinco meses antes del Festival que tendrá lugar del 17 al 21 de abril de 2001, se aclara que la pintura del lorquino, unas piernas de mujer adornadas con unas ligas, está inspirada en el universo cinematográfico de Luis Buñuel, concretamente en la película *Ensayo de un crimen*. 2001 es un año que el Festival, en su quinta edición, pasará a ser dirigido por Ginés García Agüera en lugar del equipo anterior comandado por Joaquín Cánovas y Ernesto Pérez. En 2003 el Festival anunció su VII edición con un cartel que recogía simulados proyectiles dirigidos a la pantalla; y en 2004 la 8ª Primavera basó su imagen difusora en una composición fotográfica que giraba en torno a un ojo central en azul. El ojo volvería a aparecer en 2005 en la 9ª Primavera, inserto en uno de los puntos luminosos que componían el cartel. El pintor lorquino Nico Munuera será el encargado de realizar el cartel de la 10ª edición en 2006, aportando como imagen una cámara de

(164) Con una foto solarizada, tomada en una calle neoyorkina, realizó, casi cuatro años antes, en mayo de 1987, el cartel *Cine Independiente Neoyorkino de los 80*. Un ciclo de cine independiente de Nueva York que tuvo lugar en la recién creada –en enero– Filмотeca Regional de Murcia, con el apoyo de la Consejería de Cultura y Educación.

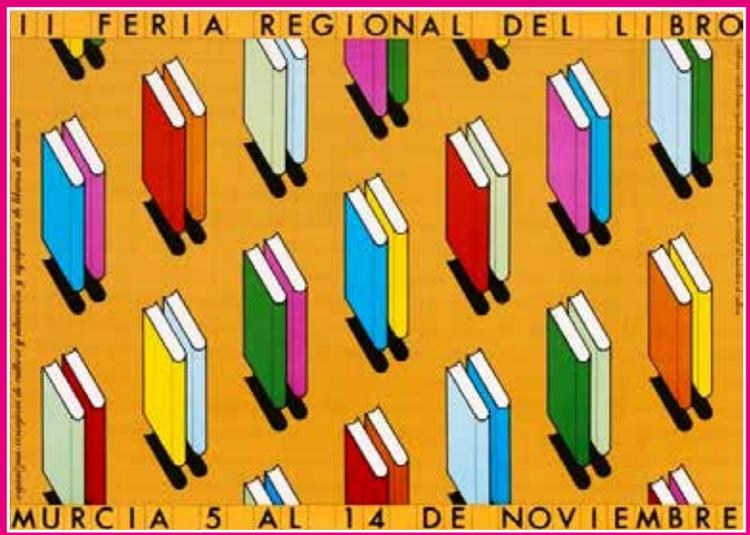
(165) A finales de los ochenta Salinas (Murcia 1953) está muy interesado por los efectos de las luces y las sombras; las ampliaciones de la imagen; las exposiciones múltiples; los ensamblajes y las secuencias fotográficas; las distorsiones que provoca la luz en los objetos, las situaciones y los personajes. Asuntos tratados por el fotógrafo como series temáticas –son sus monstruos en espacios nocturnos, pero también sus emotivas escenas intimistas y familiares, a veces creadas a partir de objetos e imágenes prehechas– que realizó en ocasiones con polaroid. La foto como narración: *La fragua de la coherencia*, *El abrazo del gigante*, *El amo del círculo* y la pieza citada para realizar el cartel, son algunos ejemplos de esta propuesta de trabajo.

(166) Ángel Haro, nacido en Valencia en 1958 y establecido en Puerto Lumbreras desde temprana edad, tenía larga y aprovechada experiencia en carteles anunciadores de eventos cinematográficos. En 1986 había recurrido a la manipulación de una conocida e histórica imagen, en la que varios cámaras graban el rugido del león de la Metro, para crear el impactante cartel anunciador del XXXIII Certamen Internacional de Cortometraje que se celebró en Murcia entre el 3 y el 8 de marzo. En 1989 había realizado el cartel *CineCircuito Murcia*, a partir de una pintura de clara vinculación con su obra del momento, esos personajes sobre fondos negros que se ha traído de su experiencia neoyorkina; aquí uno de ellos, disparado al espacio desde una columna, sirve para difundir las actividades que en torno al cine se van a desarrollar en la Región. Más interesante y relevante, en la posterior andadura del pintor, resulta su colaboración en 1992 con el director murciano de cine Chumilla Carbajosa; Haro participa en la realización de los decorados y la escenografía de la *opera prima* de Carbajosa *El infierno prometido*, película de la que es autor del cartel anunciador, cartel que deja entrever que estamos ya en otro período creativo del pintor, el que recogía su exposición “Robín de Agua” celebrada en San Esteban a principios del ochenta y nueve, un homenaje a sus años mozos, a la fragua, a su padre. Un trabajo, el realizado con Chumilla Carbajosa, que lo habría de vincular para siempre con el mundo de la escenografía y los decorados, sumándose a una tradición de la que son partícipes gran número de artistas murcianos.

filmar construida con las manchas pictóricas consecuencia de sus típicas texturas. Años después, para difundir en 2008 la XII Semana lorquina de cine español, el cartel contó como imagen central con una chica que lleva sobre la cabeza un tocado realizado con cinta de película de super 8. En 2009 el cartel de la 13ª edición se encargó a Ángel F. Saura (Fig. 211) que lo compuso con una foto solarizada y forzada de color con elegantes contrastes azules, verdosos y tostados; la foto fue portada de la revista *Nikon News 1980* y publicada en el libro *Nikon Fotoschule 1981* editado en Zurich, Suiza. El fotógrafo lorquino Pedro Alcázar, especializado en fotografía nocturna, aportó la imagen del cartel de 2010 anunciador de la 14ª edición, que contó con la colaboración y el diseño del también lorquino José Ramón Segura. Una foto en blanco y negro del patio de butacas del desaparecido Cristal Cinema, fundado en 1947, obtenida del archivo municipal, integrada en los arrastres de Sergio Porlán y con hermosa tipografía en letras bold de palo seco con degradados rosas y rojos, anunció el Festival en su 15ª edición de 2011; un cartel (Fig. 212) que se difundió en formato digital y no llegó a imprimirse; tampoco llegaría a celebrarse la Semana de Cine, a causa del terremoto que asoló Lorca esas fechas; trágico suceso que daría fin a la Primavera Cinematográfica de Lorca.

Los festivales han dejado claramente marcadas tres líneas en la concepción y realización de un cartel. El cartel claramente sometido a planteamientos vinculados al diseño, capaz de adaptarse a cada propuesta por distinta que esta sea. El cartel de pintor, sometido al estilo de su autor que impide, en bastantes ocasiones, adaptación y flexibilidad, y no se plantea, necesariamente, su idoneidad como vehículo de comunicación. Y el cartel fotográfico, realizado por un diseñador u otro artista visual, que devino en un producto llamativo, irónico e irreverente, tal que fragmento de una *performance*, una sugerencia de apariencia intrascendente que pretende permanecer en la memoria como un eco. Carteles que, como veremos, acabaron conformando en la década del segundo decenio del siglo XXI una línea blanda, *soft*, de baja intensidad, que apuesta por la ilustración y lo icónico. O en carteles conceptuales, con base fotográfica, un tanto provocativos y transgresores, estéticamente eclécticos y funcionales, alejados del cartel informativo de años anteriores.

Pero, tras este largo paréntesis, retomemos de nuevo, en el siguiente capítulo, el hilo de los acontecimientos.



El Dibujador. Severo Almansa y Vicente Martínez Gadea. *II Feria Regional del Libro*. Murcia.

5 ¿ESTUDIAS O DISEÑAS?

El 18 de julio de 1983 una columna recoge, en la *Hoja del Lunes*, bajo el titular “Los diseñadores murcianos son exportables”, las declaraciones de dos diseñadores murcianos: Severo Almansa y Vicente Martínez Gadea, componentes del equipo El Dibujador. Ambos plantean, en feliz sátira, que Murcia va siendo ya capaz de exportar, fuera de los límites provinciales, otra cosa distinta de los acostumbrados productos de aperitivos y postre. Apuntan que ese es el caso de algunos diseñadores de la región, cuya labor creativa está obteniendo cierto reconocimiento en otras latitudes y una consecuente demanda. Sostienen que en Murcia existe un número considerable de fotógrafos, dibujantes, cartelistas y diseñadores en general, capaces de realizar un trabajo de idéntico nivel y altura al que pueda hacerse en cualquier otro sitio de España o de Europa. Lo dicen ellos, que ya han participado, dos años antes, en una exposición internacional de diseño, la “European Illustration”, que dio la vuelta a Europa con la excepción de España, y de la que afirman:

“Al principio nos sorprendió que nos seleccionaran, pero luego nos dimos cuenta que no teníamos que envidiarle demasiado a la gente de fuera.

Pienso –continúa Vicente Martínez Gadea– que los diseñadores de Murcia ya hemos hecho suficientes trabajos aquí como para conocer los secretos del oficio y el tinglado técnico de las imprentas, y estamos en disposición de aceptar cualquier encargo que venga de fuera. La demanda de trabajos de diseño en Murcia es algo relativamente reciente. Los antecedentes habría que buscarlos en la llegada de los ayuntamientos democráticos y en el deseo de modernizar el país y hacerlo más europeo. El «boom» actual del cartelismo es una prueba del nivel alcanzado por algunos diseñadores de aquí, aunque también se están haciendo otras cosas, como portadas y maquetas de libros y otros trabajos más de diseño puro.

Severo Almansa –por su parte– asegura: Nosotros habremos realizado en Murcia un 50 por ciento de trabajos para las instituciones y centros oficiales y el resto para la empresa privada y particulares. Poco a poco la gente de aquí se va dando cuenta de que la figura del diseñador es cada vez más necesaria, y que el dinero que se gasta en crear una buena imagen de cara al exterior, luego resulta rentable. Aunque hay algunos que todavía se niegan a reconocer esto. Ahora, estamos trabajando en el cambio de imagen de la Dirección General de Música y Teatro del Ministerio de Cultura. Tuvimos que hacer varios anteproyectos hasta que aceptaron uno definitivamente. En Madrid están encantados con él.

Estamos a la espera –nos dice, por último, Vicente– de que nos envíen más material para hacer el diseño de los anuarios, la programación, los carteles, etc. De todo este trabajo nosotros daremos las líneas básicas para que luego puedan trabajar otros diseñadores. Sería imposible que nosotros solos hiciéramos todos los carteles de la temporada de ópera, por ejemplo, o los de los conciertos de la Orquesta Nacional de España. Aparte de los trabajos para el Ministerio de Cultura hemos hecho otras cosas para la Diputación de Cáceres y para el Banco Exterior, y nos cabe la satisfacción de haber recibido el reconocimiento de gente muy exigente.”

Unas declaraciones que dejan entrever la importancia que el diseño está adquiriendo en el país y en la Murcia de los ochenta, en la que acabarán coincidiendo una serie de personajes alrededor del término *diseño*; término que acabaría popularizándose. Fotógrafos, dibujantes, ilustradores y diseñadores en general, formados algunos de ellos fuera de los límites regionales y otros en la propia Escuela de Artes Aplicadas y Oficios Artísticos de Murcia; y también pintores, arquitectos, autodidactas y teóricos entusiastas... con diferente preparación y sensibilidades, que contribuirían al desarrollo del cartel y el diseño en Murcia.

Esta conjunción ha sido posible por una serie de factores: En primer lugar, la voluntad política de hacer del diseño y el cartel un arma ideológica vinculada a la reivindicación de la cultura –sobre todo de la cultura de la calle– por parte de la izquierda ascendente, asumiendo como institucional lo que era reivindicativo. En segundo lugar, es también, como hemos podido entrever, una forma de recuperar para el imaginario colectivo las manifestaciones culturales y artísticas de la Segunda República y la Guerra Civil, es decir, de un tiempo anterior al franquismo. Otro factor a tener en cuenta será el impresionante cambio técnico sufrido por las imprentas desde 1980, que hará de las artes gráficas un sector de gran movilidad profesional, necesitado de constantes inversiones. Todo ello sostenido por un mercado en expansión, en el decenio que abarca desde la 2ª crisis del petróleo de 1979 a la firma del Tratado de Adhesión de España a la Unión Europea el 1 de enero de 1986, que pagaba cantidades más que suculentas por los productos de diseño que contribuirían a hacer de España una imagen de marca, joven, osada, pujante... un país de moda en el mundo. Una situación a la que contribuirá el diseño desde la moda, el cine, la promoción turística y el arte⁽¹⁶⁷⁾. La conformación de un nuevo marco cultural y artístico, político y económico, será la clave que propiciará el desarrollo –y la popularización– de la profesión de diseñador, y más específicamente de diseñador gráfico; una profesión que pasará a ser considerada de manifiesta solvencia y prestigio social.

Los años ochenta supondrán un momento glorioso, exultante, del diseño español. Instituciones públicas o privadas: ayuntamientos, comunidades autónomas recién nacidas, bancos y cajas de ahorro, empresas comerciales, centros culturales... necesitados de significarse en un entorno urbano y en una maraña política cada vez más saturada de imágenes y estímulos informativos recurrirán al diseño gráfico, pasando por alto presupuestos económicos y costos disparatados.

¿Cómo ha sido esto posible? Y, de forma más precisa ¿Cómo ha sido esto posible en Murcia? Intentaremos responder a la pregunta siguiendo el desarrollo de los acontecimientos y la evolución del propio cartel y el fenómeno del diseño.

En 1977 el Ayuntamiento murciano no convoca concurso de carteles anunciadores de Semana Santa y Fiestas de Primavera, encargándosele a Ekipo la publicidad y difusión de los festejos. Los carteles los realizó, produjo y difundió la agencia publicitaria a partir de dos pinturas de Muñoz Barberán: nazarenos morados, procesionando ante la fachada de la Catedral la mañana de Viernes Santo, y una escena representando el Entierro de la Sardina. Carteles, según señala *Línea*, el 20 de marzo, realizados con singular acierto y muy demandados por coleccionistas.

En Cartagena se volvería a la fotografía en el setenta y siete para anunciar sus desfiles pasionales. El Ayuntamiento cartagenero envía, en enero, cartas-saludas a los presidentes de las cofradías invitándoles a prestar diapositivas de los distintos momentos y motivos de las procesiones de la Ciudad Portuaria para elegir la que será cartel anunciador, avisando que deben presentarse antes del día 26 para que el 27 de enero puedan proyectarse en el salón de actos del Ayuntamiento y proceder a la selección con presencia de la prensa. Se presentaron más de doscientas diapositivas y, tras 34 árduas deliberaciones y 7 votaciones, se eligió una imagen de la talla de *La Soledad* de José Capuz que forma parte del grupo escultórico que compone el trono del *Santo Amor de San Juan*; el autor de la fotografía es Damián Gómez y la ha presentado la Agrupación Marraja de San Juan Evangelista. Es como si la cartelería anunciadora de la Semana Santa cartagenera hubiera vuelto –o permaneciese anclada– a normas y hábitos, también a aspectos formales y compositivos, de finales de los sesenta.

Lorca, que celebraba concursos juveniles de carteles de Semana Santa, planteó en 1977 repetir el cartel anunciador del año anterior, y destinar el premio en metálico del concurso a celebrar una consulta local sobre los desfiles pasionales y su mejora.

(167) Excelente ejemplo lo constituye la introducción del catálogo, de Estudio 12, en el que, a finales de los ochenta, escribe Francisco Sánchez Muñoz para publicitar Villamartín, una urbanización creada al amparo del campo de golf del mismo nombre, en la costa de Orihuela: *“España desde hace algún tiempo es un país de moda en el mundo. No es difícil que usted, en cualquier ciudad europea, encuentre los nombres más privilegiados de nuestra cultura, en los escaparates de tiendas y galerías de grandes avenidas, junto a los más renombrados de Europa y del mundo; y en ellos distinguirá usted algo de España. Lo más avanzado del Arte, del Diseño, de la Moda... crece y florece en España, llegando a manos de una Europa abierta.”*

Es curioso que el 4 de febrero el diario *Línea*, en la sección "Cartas Abiertas" propusiera –no era una idea nueva, como ya sabemos– sumar los dineros, que se gastan en solitario Murcia, Cartagena y Lorca, para hacer un solo cartel anunciador de la Semana Santa en la Región. No pasará mucho tiempo antes de ver materializada, no sin alguna polémica, esa idea.

Siguiendo la tónica habitual, en 1977 casi todas las poblaciones de la región recurrieron a imágenes fotográficas, o a artistas de restringido ámbito local, para crear los carteles anunciadores de sus festejos y eventos. Yecla editó una fotografía de Cristo en la cruz, ante la torre de la basílica, para anunciar su Semana Santa. Jumilla imprimió en el setenta y siete una foto con la imagen del nuevo *paso* de la *Oración del Huerto*, que había procesionado por primera vez en 1976 en sustitución del desaparecido un año antes a causa de un incendio. El artista local Rafael Mellado ejecutó a tres colores el cartel de la Semana Santa de San Pedro del Pinatar. López Guerrero hace el cartel de las Fiestas de Mayo de Caravaca y Ángel Esteve el pliego anunciador de las Fiestas de Moros y Cristianos de Abanilla, tras resultar vencedor en la quinta edición del concurso de carteles convocado por ese Ayuntamiento. Curiosamente, una institución de ámbito restringido, como era la Asociación Pro-música de Murcia, recurriría en sus carteles a excelentes imágenes: una ilustración del prestigioso pintor Molina Sánchez –autor también del emblema de la asociación; uno de esos seres angélicos tan presentes en su obra, que comenzarían a aparecer en los cincuenta y que ya en los sesenta, como es patente en las ilustraciones y portada de *A la estrella por la cometa*, la obra de Carmen Conde y Antonio Oliver, que ilustra Molina y edita Doncel en 1961, habían alcanzado plena corporeidad–, un retrato de Narciso Yepes, para cartel del concierto inaugural de la Asociación; y otra de Ramón Gaya, representando la cabeza de Beethoven, para anunciar la temporada musical.

Pero si hay en 1977 asunto relevante, en lo que a utilización del cartel como soporte publicitario se refiere, está ligado a la convocatoria, ese año –Suarez llamó a las urnas en el RD 20/1977 de 18 de marzo–, de las primeras elecciones generales.

A finales de mayo comienza una campaña electoral que duraría hasta el 14 de junio, con profusión de carteles y vallas por parte de todos los grupos políticos. La utilización de cartelería política, sobre todo en partidos y grupúsculos de izquierda, era habitual y también los conflictos derivados de su empleo. Ya en enero la Liga Comunista Revolucionaria había empapelado de carteles la Escuela de Magisterio de Murcia, denunciando por insuficiente, para los intereses del alumnado, el decreto de Participación Universitaria de 17 de octubre de 1974; en marzo, fuerzas de orden público, equipadas con material antidisturbios, y miembros de la Brigada Político-Social, penetraron en el recinto universitario de la Facultad de Derecho retirando carteles de CNT –la anarquista Confederación Nacional del Trabajo– que denunciaban actuaciones policiales; los PNN universitarios anunciaron su huelga con carteles en 1977; y en mayo *La Verdad* publica que Información y Turismo ha retenido un cartel del Partido Comunista de España –¡los 20.000 ejemplares!– con el texto: "*Tú sabes del PCE lo que te han enseñado durante cuarenta años de dictadura*". Meses antes de las elecciones Pedro Rodríguez escribe en la Sección Nacional de *Línea*, el 20 de marzo, en "Actas del tiempo que llaman de la Reforma. Crónica del diluvio que viene": "...*Algo así como 500 millones de pesetas está a punto de derramar el cuerno de la democracia entre creativos, músicos, dibujantes, sastres, escritores, majorettes, industria de sonido, industria de cachivaches, souvenirs, papeleras, gasolineras y plazas de toros. La caza de una campaña «plena» ha terminado. Una campaña «plena» puede ir desde vallas y slóganes hasta contratar una furgoneta con altavoz ... desde escoger el traje del líder hasta imprimir los trapos sucios del partido de la competencia. Una «plena» va a salir por 500 millones a gastar en un mes. ... ¿y qué partidos políticos son, ahora mismo, capaces de contratar una campaña «plena»? Pues a ver, que yo sepa: Alianza, uno; los Pepés de Areilza, dos; Pecé, por supuesto, tres; Pesoe de Felipe, que sigue teniendo mil millones para el tema, cuatro; Democracia Cristiana, cinco, y no me salen más. Con una salvedad; el Pecé no va a pasar por agencia ni contrato⁽¹⁶⁸⁾. Hay, por supuesto, Publicistas-Pecé y Técnicos-Pecé a mantas, lo mismo que hay agencias con ideología política propia, pero el Pecé va a recurrir a su bodega de genios y va a hacer la campaña con su propio <staff> pueblo a pueblo, sacando en las vallas a Miró y Picasso, con lo cual saldremos ganando visualmente todos, la verdad."*

(168) Ciertamente; el Colectivo de Imagen del PCE estaba formado por una serie de artistas plásticos y diseñadores gráficos entre los que se encuadraban: el Equipo Crónica, Juan Genovés y Alberto Corazón.

Una campaña *plena* que Rodríguez tasa en 500 millones de pesetas; proporcionalmente, más del doble de lo que han supuesto las campañas de Ford o Carter en Estados Unidos. Es así porque hay que lanzar un rostro y, simultáneamente, la mercancía que optan a vender estos candidatos desconocidos. Vallas, carteles, radio, mítines... La democracia sale de cuentas el 15 de junio. Pasquines y carteles, panfletos y octavillas. Unos meses en los que al votante se ofrece todo lo imaginable. Amplio derroche propagandístico de papel, colores, eslóganes y sonidos que los españoles recibieron gustosos, conscientes, por primera vez, de participar en la vida democrática.

Fue un momento de euforia para las artes gráficas, todas las imprentas regionales consultadas por la prensa se manifestaron a favor de imprimir todo tipo de textos y carteles, siempre que se ajustaran a los requisitos legales y se les pagaran los encargos. Entre 1977 y 1979 vemos distintas imprentas realizando papelería y carteles para diferentes –y antagónicos– grupos políticos: Artegraf para AP; Grafimur para el PCE y PSP; Gráficas Gómez realizó la cartelería del Partido Carlista; Belmar la de Reforma Social Española y del PSOE; Jiménez Godoy imprimió también carteles de Reforma Social Española que diseñó Ekipo-Vértice, del PCE y la UCD; Selegraf para el PCE y Coalición Democrática...

En plazas, jardines, calles y avenidas, se colocaron paneles para pegar los carteles electorales. En Cartagena se colocaron 47 paneles repartidos por toda la ciudad. Paneles que no impidieron que la cartelería se pegara en sitios no autorizados renunciando los partidos a las carteleras municipales, o que se originaran conflictos al pegar unos partidos sus *afiches* sobre los pegados anteriormente por otros grupos políticos. Unión de Centro Democrático pagaba, a sus pegadores de carteles, 1.000 pesetas por jornada de trabajo y 3 pesetas por cartel colocado; Alianza Popular no pagaba suplemento económico, y los carteles del PCE y el Partido Socialista Obrero Español eran pegados por voluntarios y jóvenes militantes. La presencia de jóvenes pegando carteles, cubo y brocha en mano, es tan habitual que *Línea* escribe a mediados de abril: *“Ha nacido una nueva actividad, la de pegar carteles políticos”*.

El carácter histórico de las elecciones y de la propia campaña lo refleja bien *La Verdad* el 11 de junio: *“Seguro que hay muchos españoles adultos que se dedican a coleccionar los «posters» de propaganda política y electoral que han invadido el país⁽¹⁶⁹⁾ ...porque la colección de «posters» de propaganda política de hoy será testimonio de la historia española que comienza ahora mismo”*.

Los murcianos vieron sus calles empapeladas con los rostros de los candidatos, y eslóganes que pretendían, en una suerte de acertijo, ganar sus voluntades. Rostros que a nivel local giraban siempre en torno a la efigie del candidato nacional, líder del partido, y el símbolo-logotipo de la agrupación política. Los candidatos murcianos al Congreso de Unidad Socialista PSM-PSP se situaron en el cartel alrededor, y en menor tamaño, que la fotografía de su presidente Enrique Tierno Galván; suave puño que muta en picasiana paloma en el logo, rojo y naranja dominante, en un cartel que rezaba al pie: *«En momentos difíciles, hombres eficaces y honestos»*. Un esquema que con muy pocas variaciones repiten todos los partidos. Aquellos atrevidos carteles de AP, articulados sobre un intenso amarillo anaranjado y un eslogan que recuerda, en llamada dramática, que *«Fraga conviene»* y que es *«España, lo único importante»*. Pero si hay algo curioso, que parece desprenderse de la publicidad de las elecciones del setenta y siete, es la sensación de provisionalidad y ensayo general que impregna todas las campañas; esas fotos de líderes y candidatos que parecen de baja calidad, como sacadas de un álbum de recuerdos familiares. Un buen ejemplo lo constituyen los carteles de UCD –Ricardo de la Cierva, candidato de UCD, imprime en el cartel que lleva su foto el lema *«Una voz de Murcia para España»*–; las fotos de los candidatos –*«Suárez avala esta candidatura para Murcia»*– se articulan alrededor del *donut* bicolor, en diferentes poses, situaciones y acercamiento a la cámara. UCD planteó una campaña presidencialista –*«Votar centro es votar Suárez»*– que reivindicó el centro y la moderación, con una imagen del líder de aparentemente dudosa eficacia, de tonos rojizos y quemados, pues el candidato aparece cansado y sudoroso tras el esfuerzo realizado para instaurar el proceso democrático; tal que fuese un familiar cercano.

Más atrevidas, las campañas de los partidos de izquierda parecían no seguir criterios unitarios ni rígidos. El PSOE recurrió –en estas primeras elecciones del 77 y 79– al dibujante santanderino José Ramón Sánchez, con unos carteles que remitían a jubilosos

(169) Antonio Pérez Crespo, primer presidente de la Comunidad Autónoma de Murcia, atesoró una importante colección de carteles políticos de la transición, acogida en la Fundación Pérez Crespo-Payá, que fue expuesta en 2012, coincidiendo con la celebración de los 30 años del Estatuto de Autonomía de la Región de Murcia, bajo el título: *“Miradas y Palabras sobre la Transición en la Región de Murcia”*.

y rojos amaneceres destacando en el horizonte, a urbes de ambiente industrial y tono neo-hippy, una Arcadia feliz y comunal y un sólido y claro mensaje: «Vota PSOE»; unos carteles que parecen de lejana inspiración comunista, de los tiempos de la República, ahora suavizados y desdramatizados, o plenos de referencias maoístas, con ese sol-rosa-PSOE levantado en el horizonte, en un intento de atraer a partidarios afines a partidos más radicales: Liga Comunista Revolucionaria, Organización Revolucionaria de los Trabajadores o Partido de los Trabajadores; incluso el líder, Felipe González, fue dibujado abrazado, hombro con hombro, a otros cuatro personajes que representan distintos sectores de votantes, avanzando con alegre determinación Pop, igual que en el cuadro de Giuseppe Pellizza da Volpedo *El Cuarto Estado*, popularizado como cartel-anuncio de la película *Novecento* filmada en 1976 por Bertolucci. El propio José Ramón Sánchez contaría años después la génesis de estos carteles: «Para mí es el más emblemático de todas las campañas realizadas en España, porque fue la primera vez que se dibujaba a un aspirante a la Moncloa... Felipe se prestaba a dibujar por tener unos rasgos muy acusados, con esos labios, esa mirada tan intensa. Y le rodeé con un trabajador del metal, con un campesino, una agricultora y con un funcionario que a mucha gente le recordaba a Luis Yáñez, un diputado de la época... A eso le añadí unos colores muy vivos, que aportaban una visión optimista, ilusionante, en cierto modo utópica por la corriente de aire fresco... Fue muy atrevida porque así lo quisieron los organizadores de la campaña, Alfonso Guerra, Javier Solana y Guillermo Galeote, en parte porque el PSOE no tenía nada que perder». Pero el puño y la rosa –logotipo creación de Cruz Novillo–, la fortaleza y la sensibilidad, constituyeron otro nivel de lectura de la campaña electoral del PSOE en el setenta y siete; «Está en tu mano» es el eslogan que recogen distintos carteles, un grupo de niños con la rosa para recordarnos que «La enseñanza gratuita está en tu mano», el emigrante que retorna cargado de maletas y que delante del tren, puño y rosa en alto, nos indica que «Acabar con el paro y la emigración está en tu mano»; la mano que deposita el voto, la mano que se cierra en reivindicativo puño, la mano que ofrece amable la rosa; una campaña ilusionante y memorable.

El PCE utilizó un formato de cartel cuadrado que pegó formando grandes mosaicos, expresando un deseo: «Queremos la democracia para todos los españoles»; cartel que diseñó Genovés⁽¹⁷⁰⁾, con dos de sus habituales y anónimos personajes avanzando del brazo. No renunció el PCE a recordar al votante, en un cartel que recogía la textura de una pared, con apariencia de grafitera pintura subversiva los «56 Años de lucha por la libertad, 1921-1977».

El 15 de junio de 1977 se celebran las votaciones. UCD ganó las elecciones obteniendo 165 diputados; el PSOE obtuvo 118. Los grandes derrotados resultaron ser el PCE –partido que había desempeñado el papel de oposición al franquismo– con la obtención de 20 diputados y AP –la agrupación fundada por Fraga– que solo logró 16 representantes. Las Cortes del 77 aprobarían la Constitución de 1978.

La eclosión del cartel político durante los años de la transición fue brutal. Todos los partidos recurrirían a esta forma de comunicar sus ideales. Y diseñadores hubo que colaboraron con sus carteles en muy diferentes sectores del espectro político. Un ejemplo: Miguel López-Guzmán diseñó carteles para Fuerza Nueva y el PSP en 1977; y *Justicia*, un *afiche* contra los crímenes etarras, en 1978.

En 1978 las Juventudes Maoístas pegan 10.000 carteles en la región anunciando su I Congreso de la Unión de Juventudes Maoístas, celebrado en Murcia entre el 7 y el 8 de enero. El partido Cantonal difundió en carteles, vallas y adhesivos, de idéntico texto e imagen, su lema estrella: «Cartagena provincia». El PSOE inicia una campaña preautonómica a final de enero para preparar, entre otras acciones, un masivo lanzamiento de carteles murales con el proyecto del estatuto –PSOE y UCD mantenían contactos con la mirada puesta en la preautonomía– con los eslóganes: «Socialismo es libertad» y «Autonomía es libertad»; campaña que no hace sino seguir la iniciada por Movimiento Comunista y Partido Socialista Popular que invadió la Universidad, habitualmente cubierta de carteles y pintadas, con *afiches* pidiendo la autonomía.

El cartel político y reivindicativo fue continuado tema de discusión y debate, además de elemento de uso propagandístico prioritario. Hasta las centrales sindicales lo utilizaron con displicencia. Representantes sindicales se reunirían, en el setenta y ocho, con el

(170) El pintor, nacido en Valencia en 1930, comienza en 1974 su serie de figuras sobre fondo blanco. En 1976 es detenido, e incomunicado, en la Dirección General de Seguridad, por haber realizado, para la clandestina Junta Democrática, un cartel, del que se editaron 500.000 ejemplares, pidiendo amnistía para los presos políticos del franquismo; cartel para el que utilizó el cuadro *El Abrazo* –parece que inspirado en los abrazos de unos niños, que contempló en la salida de un colegio cercano a su estudio–; por el que la revista *Reseña* le concede el premio al artista plástico más relevante de 1977. El cartel se convirtió en símbolo de la democracia y el original se encuentra hoy en el edificio de las Cortes. En 1977 entra a formar parte del Colectivo de Imagen Gráfica del PCE ocupándose de la propaganda del partido en las primeras elecciones democráticas.

alcalde de Murcia para darle cuenta de la campaña sindical ¡y de la pegada de carteles que piensan realizar en la ciudad!; UGT tenía previsto pegar 50.000 carteles en las calles de Murcia⁽¹⁷¹⁾. Una Comisión Gestora de Empresariales pegó 4.000 carteles en la Capital del Segura exigiendo la creación de la Facultad de Económicas. Con carteles reivindicativos se exigiría libertad y gratuidad de escolarización total y digna, y una escuela pública plural y neutra –los carteles del STERM en defensa de la enseñanza pública contaron con una ilustración de Párraga–. Carteles pidiendo libertad de expresión; esa boca teatral tachada –su aparición tiene directa relación con la puesta en escena de *La Torna* y el consecuente proceso al que fue sometido Els Joglars y Boadella–, que pervive como icono universal de libertad en su sentido más amplio. En 1978 se distribuyeron en España 10.000 carteles, a un tamaño de 97x67 cm, con los rostros de los *Grapo* más buscados pidiendo ayuda y colaboración ciudadana para su localización y detención. Carteles para difundir y anunciar visitas de prohombres políticos; en Yecla se pegaron carteles para anunciar la visita de Marcelino Camacho el 3 de noviembre de 1978.

UCD, PSOE, incluso PCE, ORT y PTE, se plantearían editar cartelería y folletos para explicar el contenido del texto constitucional y pedir el voto positivo de apoyo al mismo. Más de un millón de carteles imprimió el PSOE para informar y pedir en el territorio nacional el SI a la Constitución; una campaña que coordinó Guillermo Galeote, costó 40.000.000 de pesetas y se diseñó para hacerla incidir en ámbitos municipales, un anticipo de las próximas elecciones locales. Feroz contrapunto, los carteles del Movimiento Comunista de la Región de Murcia pedían la abstención amparados en el eslogan: «*Ningún voto de izquierdas para una constitución de derechas*». Ante la abundante cartelería del MCRM el PCE, que había impreso 200.000 carteles de apoyo al texto constitucional, pregunta desde *Mundo Obrero*, su órgano periodístico, a mediados de noviembre: “... *MC derrocha millones de pesetas en carteles de tan buena calidad gráfica como mala intención ciudadana ¿Quién paga?*”; un misil dirigido a la línea de flotación del Movimiento Comunista y a su *¿oscura?* financiación –según apunta el PCE–. Una guerra, más o menos explícita, entre partidarios del SI o el NO a la Constitución.

Una guerra dura y silenciosa que se manifestó a través del cartel. En octubre del setenta y ocho el PCE se quejaría en la prensa contra Fuerza Nueva, que atentaba destrozando los carteles anunciadores de la fiesta regional que los comunistas celebraban a mediados del mes en el recinto de la FICA.

Si el año se había iniciado con quejas por el exceso de suciedad, que se mantenía tras la campaña electoral del setenta y siete: “*La realidad es que siempre fue nuestra ciudad poco cuidada en cuanto a la fijación de propaganda de espectáculos y a ello vino a añadirse la propaganda electoral, que pregonando libertad, la entendieron fijando carteles por doquier, sin respetar el derecho del pueblo a tener una ciudad limpia ... propaganda que ni el Ayuntamiento, ni los particulares, se han preocupado en hacer desaparecer*”, escribe *La Verdad* el 28 de enero, no acabó de diferente forma. Pedro Soler manifiesta en el mismo diario el 31 de diciembre: “... *Que los partidos políticos tengan piedad del pueblo llano ... Que se dediquen hasta que llegue el momento preciso a estudiar su estrategia electoral; que hagan sus cálculos, que comiencen a organizar mítines, que diseñen los carteles propagandísticos, ... pero que aguanten hasta que llegue la hora ... Ahora, por favor, que no nos atosiguen desde ya mismo; tiempo tienen de aburrirnos mortalmente.*” ¡Qué diferentes las campañas y confrontaciones electorales españolas a las europeas!; un año antes, encontrándose Ismael Galiana, redactor de *La Verdad*, en Francia, en marzo del setenta y siete, había contemplado una campaña legislativa sobria, sin pintadas ni carteles en fachadas o monumentos públicos, sin octavillas por el suelo; allí todo discurre con mítines y confrontaciones en los medios: radio, televisión y prensa.

Cuántas emociones en un año que acabó designando a Antonio Pérez Crespo presidente del Consejo Regional de Murcia. Institución constituida el 10 de noviembre de 1978 y demandará, a lo largo de los años, abundante material gráfico: carteles, folletos, libros, catálogos... para difundir sus fines; un poderoso motor impulsor del diseño y las artes gráficas en la Región de Murcia.

Un frenesí político, en fin, que parece haber relegado a segundo plano las noticias relativas a otras actividades, fiestas y festejos locales. En Murcia se suprime la antigua y tradicional Batalla de Flores de los festejos primaverales. García Ruiz, concejal de Festejos,

(171) Las centrales sindicales recomendaron a las empresas que facilitaran lugares para fijación de carteles y comunicados, lo que más tarde serían los tabloneros sindicales.

justifica la decisión manifestando a la *Hoja del Lunes*, el 20 de febrero de 1978, que era una fiesta tocada del ala, sin respuesta ciudadana y de orígenes clasistas, definiéndola como una simple “*manifestación legada por los antepasados*”, cuya supresión, supone, será mantenida por la próxima corporación municipal. Dos cuadros de Falgas pintados al óleo, *La Verónica de Salzillo* y *Escena huertana*, pasaron al patrimonio municipal y sirvieron como imagen de los carteles de Semana Santa y Fiestas de Primavera, cuadros inscritos en idéntico marco con distinto color, idéntica tipografía y la misma tirada –4.000 ejemplares– que los carteles producidos el año anterior por Ekipo-Vértice.

Una fotografía de Damián, del Sudario estandarte de la Agrupación California de San Pedro –bordado en oro en 1944, sobre red de pescador, por Consuelo Escámez a partir de un diseño de Fernández Rochera–, tomada en el interior del Arsenal, sirvió de base de los 15.000 carteles anunciadores de la Semana Santa cartagenera impresos en Gráficas Gómez, según señala la prensa el 9 de febrero; aunque ocho días más tarde, el 17 del mismo mes, *Línea* comunica que se imprimirán 10.000 carteles de Semana Santa con una foto de CIFRÉ para difundir la Semana de Pasión cartagenera. El hecho real es que una vez impresos los carteles, con la imagen del estandarte de la Agrupación California de San Pedro, añadidos los textos y el escudo de Cartagena, el responsable final de su montaje, con toda probabilidad un operario de la propia imprenta Gráficas Gómez, recibe un varapalo: “*Un suspenso al diseñador que no ha dejado claro si lo que se está declarando de interés turístico es la ciudad –Cartagena– o la Semana Santa*”; en efecto, bajo el escudo y el texto en grandes capitulares de caja alta, CARTAGENA, ha añadido “*Declarada de interés turístico*” dando lugar a una evidente confusión.

El ambiente político continuado es tal que todo lo solapa, especialmente en referencia a los carteles. Las sucesivas convocatorias electorales logran que nada alcance suficiente interés. El 11 de enero de 1979 se publica por parte de la Junta Electoral Central el calendario, rectificado, de las elecciones generales, una vez disueltas por Suárez las Cámaras en cumplimiento de la Disposición Transitoria Octava de la recién aprobada Constitución (RD 3073/1978 de 29 de diciembre). El 7 de febrero comienza la campaña electoral que duraría hasta el día 28. En este ambiente ¿a quién puede interesar la queja continua por los carteles de contenido pornográfico, o la sanción de 50.000 pesetas que el Gobierno Civil impone, en enero, al cine Coliseum por incumplir las normas de publicidad referidas a exhibición pornográfica, colocando, en la fachada de la sala, carteles anunciadores de una película de Susana Estrada calificada “S”?

La previsión de la marabunta de carteles que se avecina hace escribir a Baldo en *Línea* el 4 de enero: “*Nueva marea negra cartelística ... tal como me temía. La nueva ola de carteles electorales va a cubrir las paredes murcianas cuando todavía no han desaparecido de ellas abundantes rastros de otras ya lejanas campañas ... habremos de seguir sufriendo el lastimoso espectáculo, ya habitual de esa lepra moderna que empuerca los muros y da a la ciudad triste espectáculo de abandono*”.

El alcalde de Murcia, Clemente García, se reunió con los representantes de los partidos en liza para intentar obtener el compromiso de que la publicidad electoral se colocaría en los 400 paneles destinados al efecto. Siete partidos firmaron el documento: Fuerza Nueva, Alianza Popular, Unión de Centro Democrático, Partido Socialista Obrero Español, Partido Comunista de España, Movimiento Comunista y Organización Revolucionaria de los Trabajadores; acordando respetar edificios de interés artístico, monumentos históricos, templos religiosos y señalización de tráfico; acuerdo extensible a las elecciones generales y locales. Idéntica medida se adoptó en Cartagena mediante la publicación de un bando el día 28 de enero. Es claro que se espera una avalancha de cartelería, que desde luego tuvo lugar y no defraudó las expectativas. Solamente el PCE imprimió un millón y medio de carteles que protagonizó Santiago Carrillo, para su distribución en el territorio nacional, bajo el eslogan «*Pon tu voto a trabajar*». La ORT inundó la región con 15.000 *afiches* con el lema «*Para avanzar*». UCE recuperó la estética revolucionaria de los años de la Guerra Civil, con ese amenazador puño cerrado que se muestra ante los colores de la bandera republicana y un apremiante «*Forjemos la unidad popular, conquistemos la República*». Con parecidas referencias gráficas el PT colocó en sus carteles una gran estrella de cinco puntas. La del referéndum fue cosa de nada comparada con la campaña que recién comienza.

Aunque los partidos se comprometieran a respetar la propaganda del contrario, y solicitaran al Ayuntamiento de Murcia que no alquilara para publicidad elementos y soportes públicos del patrimonio municipal de uso y disfrute ciudadano, la Comisión de Propaganda Electoral acabaría censurando, a primeros de febrero, a UCD, PSOE y ORT por incumplir los acuerdos municipales, colocando carteles en edificios históricos y fachadas privadas. El día 8 de enero García Martínez escribe en *La Verdad*: “Ayer amaneció la ciudad llena de carteles (colocados en todas partes menos en los lugares correspondientes)”. Una situación extrapolable a la práctica totalidad de las localidades murcianas.

El «partido de la mayoría», UCD, planteó en la campaña que ha realizado todo lo prometido: Una transición con mínimos costes sociales, la reforma fiscal, facilitado el consenso y posibilitado la Constitución. Y apoyó carteles y vallas en sendos eslóganes, «Dicho y hecho, UCD cumple» y «Todos prometen, UCD cumple». Sobre fondo blanco, limpio, se destaca el verde y el anaranjado de la marca del partido. Para dar idea de eficacia y equipo, que pretende “conseguir muchos puntos”, sus candidatos –siguiendo indicaciones de los publicistas– posan en La Condomina para la foto del cartel en el orden de colocación habitual de los conjuntos futbolísticos, con pelota y todo, tapada parcialmente, con resultado algo cutre, por el símbolo de UCD al imprimir el pliego.

El verde fue el color transporte utilizado como fondo para dar a conocer a los candidatos de Coalición Democrática al Congreso, agrupados en torno a los dos esquemáticos monos del logo, que parecen abrazarse, y a las fotografías, ahora de menor tamaño, y en blanco y negro, para no destacar demasiado sobre los candidatos locales –«Gente de la Región, para la Región»–, de Fraga, Areilza y Osorio.

Los socialistas también posan formando equipo. Los 11 candidatos al Congreso, 8 titulares y 3 suplentes, y los 3 candidatos al Senado son retratados, en un colegio de la calle Ceuta cercano al polígono de La Fama de Murcia, en actitud de avanzar. El trucaje fotográfico determina la dirección: hacia el campo, hacia la industria, hacia el Consejo Regional –entonces en el edificio de la antigua sede de la Diputación Provincial–; avanzan del brazo, con paso firme, con determinación. El PSOE reivindicó en la campaña del setenta y nueve su tradición y su historia, su resuelta ambición de gobierno, sus «100 años de honradez y firmeza». En palabras de Luis Apostua el 21 de enero en *La Verdad*: “Otra muestra del mensaje moderado del Psoe está en los primeros carteles electorales llamando la atención sobre la palabra «energía». Es un hábil mensaje para que la gente sepa que un gobierno socialista sería un ejecutivo duro y enérgico; porque la sociedad demanda seguridad”. El líder del PSOE aparecería en los carteles y las vallas, en blanco y negro, ora transformado en elegante y reflexivo candidato presidencial, con patilla canosa y blanquecina, frente a un histórico Pablo Iglesias, fundador del partido; ora joven y exultante, en los grandes anuncios de prensa y en los carteles anunciadores de mítines, con contrastada efigie emulando al Che⁽¹⁷²⁾. El PSOE confeccionó cuatro tipos de carteles para Murcia que combinó con los cuatro modelos enviados desde Madrid.

Con un punto satírico Francisco Martínez Pardo escribe en la sección “La Cresta del Gallo”, del diario *Línea*, el 14 de febrero del setenta y nueve, refiriéndose a los carteles electorales: “...en general el murciano, que tiene un humor socarrón, le saca punta a todo. El famoso cartel del candidato a senador señor Portillo Guillamón, con las tres naranjas en las manos, es conocido ya por «El Tri-naranjus». Al del equipo de fútbol le llaman ya «Los Teleñecos». En otros carteles hay claras alusiones o reclamos eróticos: «UCD Cumple... dos años. Cumpleaños feliz». Al lado del slogan «Un equipo para conseguir muchos puntos» han añadido «...y muchas primas» ...el murciano tiende con cierta facilidad, sobre todo el no politizado, a tomárselo esto un poco a coña. Aunque hay algunos que se lo toman muy en serio ...los jóvenes de Fuerza Nueva arrancaron con furor los carteles de Unión Nacional hasta que les avisaron que eran de los suyos. Las nuevas siglas de las coaliciones se prestan a equívocos y van hacer perder votos en vez de no ganarlos. El PCE parece haber encontrado un slogan tipo Bankinter, «Pon tu voto a trabajar», «Mete la democracia en la cesta de la compra», en un esfuerzo de aggrandamiento eurotelevisivo.”

A nivel nacional el costo de la campaña a elecciones generales supuso para los socialistas –que quedaron como primera fuerza en la región– un gasto aproximado de 600.000.000 de pesetas; poco, comparado a los 850.000.000 de pesetas gastadas por

(172) Así aparece en la página 11 de *La Verdad*, de 28 de enero de 1979.

la UCD que había contratado 4.500 vallas e impreso 4.000.000 de carteles genéricos y otros 2.000.000 de carteles de candidaturas. UCD volvió a ganar las elecciones, aunque no lograría la mayoría absoluta pretendida.

Antes de que los murcianos lograsen reponerse de la campaña de las generales, apenas unos días después, el 13 de marzo, están en marcha las primeras elecciones municipales. El gobernador civil Federico Gallo se entrevista con los cabezas de lista cartageneros y les conmina a respetar las fachadas históricas, evitando la pegada de carteles en ellas, pues eso dice poco y mal en tiempos de Semana Santa. Es un propósito ingenuo. Más acertado Martín Morales publica en *La Verdad* un chiste el 17 de marzo en el que dos obreros cargados de escalera, rollos de papel, brochas y calderos, se cruzan en la calle y uno pregunta al otro: «¿vienes de despegar los carteles de las elecciones generales o vas a pegar los de las municipales?».

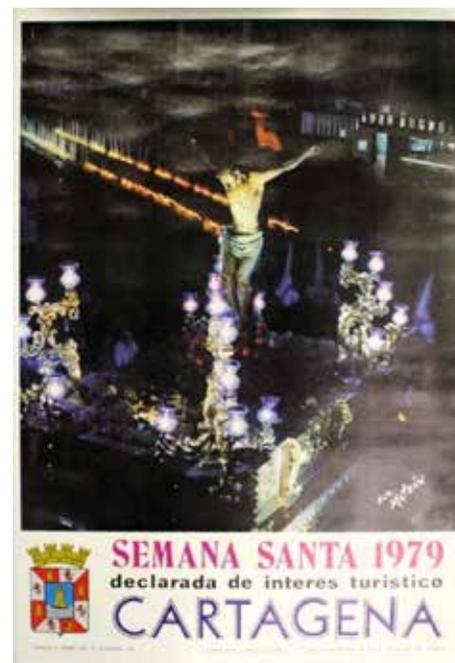
El primer partido en presentar, a nivel nacional, la campaña electoral a las municipales es el PCE. Carlos Alonso Zaldívar, responsable de la campaña, presenta el día 12 de marzo las líneas maestras en la que se articulará; la idea es construir ayuntamientos nuevos, estableciendo relaciones con asociaciones vecinales y movimientos ciudadanos, para llevar la democratización a la vida local. El PCE diseñó una campaña que gira alrededor del eslogan «*Entra en el ayuntamiento*». Una campaña que editó carteles atrevidos, divertidos, con dibujos caricaturescos próximos al gag cómico y amable, con esloganes sectoriales de dobles sentidos y una sutil provocación: «*Quita un cacique, elige un alcalde*»; «*Desconecta los enchufes*»; «*Si quieres hospitales, corta por lo sano*»... Una campaña audaz, frente a las de otros partidos más anodinas y previsibles con la efigie del candidato y algún lema de corte vulgar –la UCD utilizó «*Para un ayuntamiento más eficaz*»–, que se vería superada y eclipsada por la que llevó a cabo el PSOE.

Vital, joven, la campaña a las municipales del PSOE abundó en la cartelería de José Ramón Sanchez, esas escenas ciudadanas alegres y coloristas, de aspecto psicodélico, que parecen inspiradas en el cartel *Chuck Berry*, editado por Bill Graham para anunciar los conciertos del músico en el Auditorio Fillmore de San Francisco; en las ilustraciones de Heinz Edelmann para el álbum de los Beatles *Yellow Submarine*; o en el icono *Dylan*, creado por Milton Glaser en 1967 para Push Pin Studios. Más de 4.000.000 de carteles que pidieron a lo largo y ancho del territorio nacional: «*Cambia tu ciudad con los socialistas*». Una campaña inolvidable que los militantes llevaron a cabo *puerta a puerta*; con un costo próximo a los 400 millones de pesetas. Una campaña que combinó cartelería sectorial, para los candidatos a ayuntamientos murcianos, más previsible y vulgar. El cartel electoral al Ayuntamiento de la capital presenta a los 23 candidatos a ediles ante el edificio consistorial de la Glorieta, y haciéndolo pasar desapercibido, como uno más del grupo, al cabeza de lista y futuro primer alcalde democrático de la ciudad de Murcia: José María Aroca Ruiz-Funes.

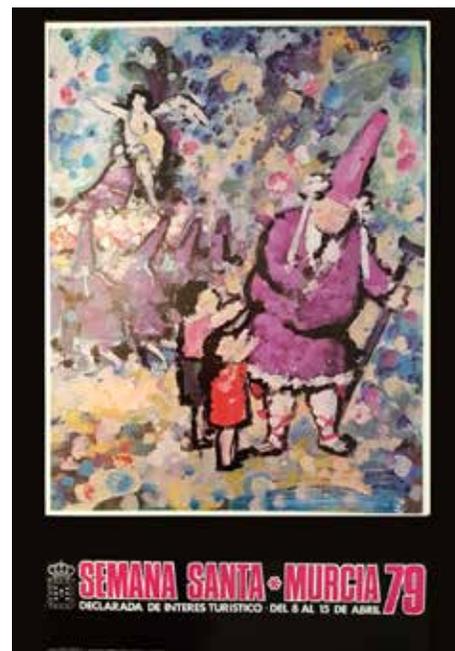
Las festividades regionales de Semana Santa y las Fiestas de Primavera murcianas del setenta y nueve pasarían, de nuevo, un tanto desapercibidas entre tanta emoción electoral; o al menos los carteles anunciadores de los festejos, perdidos en la maraña de papel que cubre fachadas y paredes⁽¹⁷³⁾. Veamos los que se editaron en Cartagena y Murcia.

A mediados de febrero el grupo Asociación Fotográfica Griffit ofrece al Ayuntamiento cartagenero una fotografía, premiada en el concurso Romero Font, como posible imagen de cartel anunciador de la Semana Santa. No es es el único ofrecimiento. Ese mes el Ayuntamiento recibiría otras propuestas de asociaciones y particulares; aunque finalmente optó por una foto de Matrán hijo, que representa la Procesión del Silencio, con el *Cristo de los Mineros* seguido del Tercio de la *Vuelta del Calvario*, para imagen anunciadora de sus desfiles pasionales (Fig. 213).

El 21 de abril se presentan los carteles de Semana Santa y Fiestas de Primavera en Murcia. La prensa señala que han sido encargados a un pintor y se ha desistido, otra vez, de concurso para seleccionarlos. Se imprimieron 4.000 carteles anunciadores de la Semana Santa (Fig. 214) e idéntico número para difundir las fiestas primaverales. Los carteles plasman dos cuadros, cargados de expresividad, de Mariano Ballester, en montaje idéntico a los carteles editados en años anteriores. El propio pintor comenta: «*Hace dos años que llevaba la idea de que más que afiches fueran cuadros y por parte*



(Fig. 213) Matrán (hijo). *Semana Santa*. Cartagena. 1979.



(Fig. 214) Mariano Ballester. *Semana Santa*. Murcia. 1979.

(173) Acabada la campaña a las municipales, se tasó en 5.000.000 de pesetas, a mediados de mayo, la limpieza de las fachadas del centro universitario.

del ayuntamiento se me dio total libertad para su creación; son temas muy claros y que yo he tratado mucho, al igual que los infantiles y el reflejar la figura del niño en su año internacional creo que ha sido muy interesante". Niños, que aparecen en la familia huertana que asiste al Bando de la Huerta y solicitando caramelos al nazareno estante de la *Oración del Huerto*. Cuadros en los que aún se recoge el interés de Ballester por la temática y el mundo de la infancia, y la pervivencia en su obra de la técnica del dripping, con resultados de texturas que parecen confeti añadido a la superficie del cuadro⁽¹⁷⁴⁾.

Son ejemplos de los últimos carteles de unos ayuntamientos no democráticos. En abril ya era sabido que los socialistas iban a dirigir la política municipal de las grandes ciudades de la Región: Murcia, Cartagena, Jumilla, Lorca..., e iban a quedar en sus manos la gran mayoría de ayuntamientos murcianos. La euforia en los barrios de las poblaciones murcianas era evidente, auspiciada por comprometidas, y politizadas, asociaciones y agrupaciones vecinales. Carteles reivindicativos aparecerían en el barrio Lo Campano; y en junio la Federación de Asociaciones de Vecinos de Cartagena organizó una fiesta popular en el estadio del Armarjal con actuación de Rosa León anunciada con 1.000 carteles bajo el lema: «*Luchemos unidos por unos barrios diferentes*». Parece como si las fiestas regionales que el PCE celebra en el polideportivo de la capital murciana –en la III Fiesta Regional, celebrada a finales de octubre, se expuso una colección de carteles de la Guerra Civil– se hubieran convertido en moneda corriente.

Un año crucial para el despegue del diseño murciano es 1979. Un pistoletazo de salida que podemos encarnar en un personaje clave: José Manuel Garrido Guzmán⁽¹⁷⁵⁾, que aúna en su persona –entre 1979 y 1982– los cargos de consejero de Cultura del Gobierno Regional y concejal de Cultura del Ayuntamiento de Murcia, haciendo de los proyectos culturales de su etapa de gestor un buque insignia de la política socialista; todo un horizonte por descubrir.

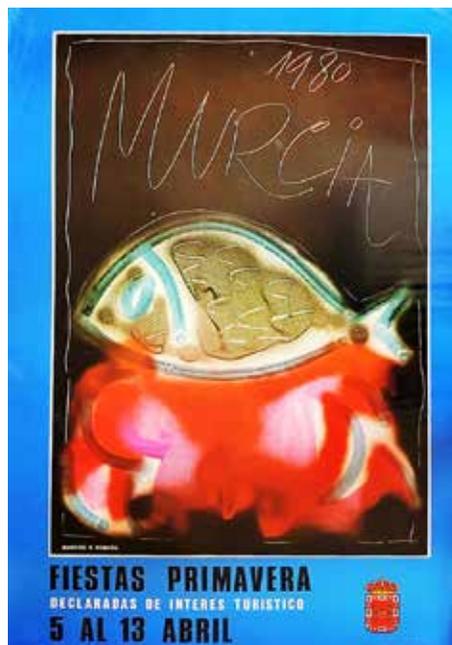
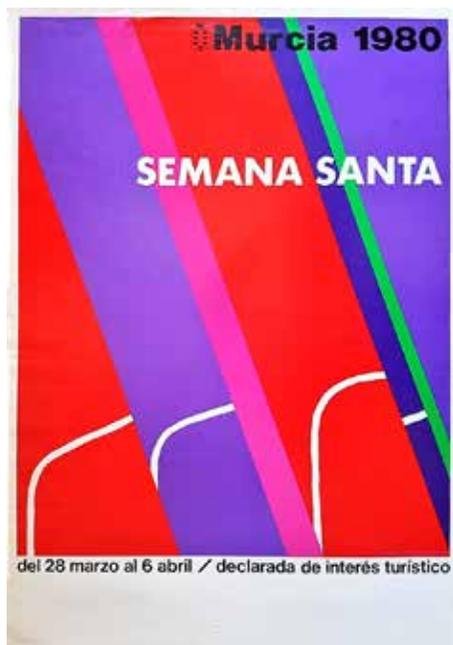
El 2 de septiembre del setenta y nueve Garrido, en su papel de concejal del Ayuntamiento de Murcia, presenta a la prensa las líneas maestras de su plan de actividades culturales en la entrevista que Arturo Andreu le hace en *La Verdad*: Creación de un Museo de Escultura al aire libre bajo el control de un patronato; confección de un fichero de artistas, intelectuales y personas relacionadas con la cultura, así como de otro catálogo de festejos de pedanías; renovación de los premios Ciudad de Murcia, creando un fondo económico para adquisición de obra a través de los trabajos seleccionados en las exposiciones que piensan convocarse el 1 de noviembre y serán inauguradas en las Fiestas de Primavera de 1980; celebración de un congreso de escritores murcianos, a celebrar los días 26 al 28 de octubre, coordinado por Sánchez Dragó; creación de un Consejo de Cultura y Festejos para el control, asesoramiento y gestión cultural municipal, además de facilitar el grave problema de los pagos a proveedores de la Concejalía de Cultura considerados por ley como voluntarios; también se propone un plan de promoción turística de la ciudad, sobre todo de cara a las fiestas de abril, con la creación de un festival de teatro y el incremento de las actividades musicales; se retomará la convocatoria de un concurso de carteles para las Fiestas de Primavera, cerrándose el plazo el 31 de diciembre, con posterior exposición en la Sala Municipal; acometiendo finalmente la revisión de la Feria de Septiembre.

El 28 de noviembre se convoca el concurso de carteles de Semana Santa y de Fiestas de Primavera, destinándose 500.000 pesetas a su edición y distribución. El cartel ganador de cada modalidad recibirá un premio de 50.000 pesetas; los carteles se presentarán sobre bastidor, para poder ser colgados en exposición, a un formato de 88x62 cm. El plazo de recepción se prolongaría hasta el 31 de diciembre.

A pesar de las críticas que, desde la prensa, recibió la convocatoria del concurso de carteles de Semana Santa y Fiestas de Primavera; Carlos Valcárcel lo consideró de escasa eficacia en la *Hoja del Lunes* de 7 de enero de 1980: “*Creo sinceramente –me gustaría equivocarme– que vamos a tener a los mismos pintores con los mismos temas ...sería muy interesante que, si el concurso no diera resultado, que creo que por desgracia va a ser así, en lo sucesivo se facilitase a los pintores que lo solicitasen alguna información concreta, justa, exacta y veraz de lo que son los desfiles procesionales*”; el concurso supuso una inyección de renovadas expectativas en los jóvenes artistas murcianos. Cinco días después de la crítica de Valcárcel se inaugura la exposición con los bocetos originales

(174) Antonio Ballester, hijo del pintor, había hecho en enero un cartel, patrocinado por la Galería de Arte Chys, la Delegación de Cultura y el Colegio Ays, conmemorativo del Año Internacional del Niño.

(175) José Manuel Garrido fue diputado a Cortes en 1982. Director general de Música y Teatro. Director del INAEM en 1985, cargo desde el que promovió la creación de la Compañía Nacional de Teatro Clásico, la Joven Orquesta Nacional, el Plan Nacional de Auditorios, la rehabilitación de teatros públicos y la reconversión del Teatro Real en Teatro de la Opera. Entre 1989 y 1992 ocupó la Subsecretaría de Cultura.



(Fig. 215) Vicente Martínez Gadea. *Semana Santa*. Murcia. 1980.

(Fig. 216) Marcos Salvador Romera. *Fiestas Primavera*. Murcia. 1980.

que optan a los premios; las 35 obras que concursan –que *Línea* juzgó de escaso mérito y sin presencia de los pintores consagrados– se cuelgan en la Sala Municipal de Santa Isabel. El arquitecto Vicente Martínez Gadea resulta ganador en la modalidad de Semana Santa (Fig. 215); un cartel atrevido, formado por franjas oblicuas de color que pretenden ser representativas de las cofradías murcianas, una secuencia cromática en desarrollo que simula el avance de una procesión, subrayada por líneas blancas que refuerzan la idea del capirote nazareno murciano; es un cartel moderno, alejado de tópicos trillados y repetitivos; una ventolera de aire renovado y fresco. Marcos Salvador Romera⁽¹⁷⁶⁾ obtiene el premio al mejor cartel de Fiestas de Primavera (Fig. 216); parece un guiño a los símbolos de protesta utilizados en las campañas políticas por grupos marginales y rebeldes, que han dejado en los muros grafitis con tachaduras, marcas y aerosoles; el espray pintó, en un fondo oscuro, una luminosa sardina ardiendo en llamaradas rojas, y sobre ella un texto rayado que indicaba que se trataba de Murcia y que estábamos en un jubiloso año de 1980; una imagen de calle para una fiesta popular que tiene lugar en la calle.

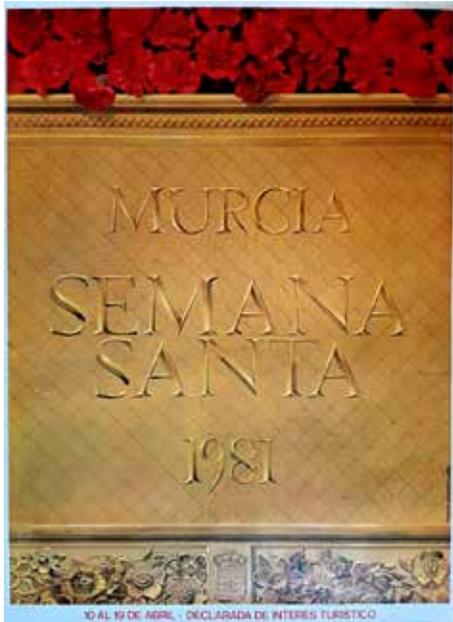
El aire aportado por el cartel de Marcos Salvador no solo circuló renovado y fresco, también un punto reivindicativo; pues el cartel es casi un recordatorio del deplorable estado de las calles de ciudades y pueblos murcianos⁽¹⁷⁷⁾, cubiertas de pintadas y carteles rotos.

La Comisión de Cultura hace público, en noviembre, subir a 100.000 pesetas la dotación de los premios del concurso de carteles anunciadores de Semana Santa y Fiestas de Primavera de 1981. El formato que se propone –de 88x64 cm– es prácticamente idéntico a la convocatoria anterior, debiendo presentarse los trabajos antes del 15 de enero del ochenta y uno.

Cincuenta y dos bocetos, ideas, maquetas, se presentan al concurso. El 5 de febrero de 1981 se exponen las obras en la Sala Municipal de Santa Isabel. Veinticuatro autores optan al premio de carteles de Semana Santa y dieciséis al de Fiestas de Primavera. Aunque a punto estuvieron de declarar desiertos ambos concursos un jurado compuesto por un impresor, José Jiménez, de Jiménez Godoy; un publicista, Baldo; un experto en arte, Francisco de la Plaza; un miembro de la Hermandad de Cofradías; un representante de la organización del Entierro de la Sardina y el propio concejal de Festejos. Otorgaron el premio de cartel de Fiestas de Primavera al presentado por Joaquín Cano Calderón y Manuel Fernández-Delgado Cerda –que incursionará de nuevo en el cartel diseñando en 1985, junto a Tomás, el anunciador de la Asociación Pro-Música de Murcia, partiendo de un expresionista dibujo de Manolo Barnuevo; no será su última incursión en el género– con el jocoso lema «*Epi y Blas o Marcelino y Nicolás*»; contrastada foto en negro de un grupo de hachoneros con manchas planas de colores cálidos para indicar la magia del fuego y la alegría de la noche sardinera; un boceto rematado por una tipografía a base de puntos, muy emparentada con la actual Clubland,

(176) Marcos Salvador Romera, nacido en Puerto Lumbreras en 1953, es un pintor claramente dotado para la obra gráfica y el cartel. En palabras de Pedro Alberto Cruz Fernández su obra se caracteriza por un cierto neoexpresionismo, “*impregnada de ingenuismo y próxima al mundo infantil*” –quizá porque su formación inicial proviene de su trabajo como profesor de primera enseñanza– muy interesado por el mundo del circo. En 1980 el pintor había montado ya tres exposiciones individuales entre 1973 y 1977; realizó la portada del número 3, de marzo-abril 1979 de la revista *Azahara* –revista de poesía creada en 1978 por los entonces jóvenes poetas: Javier Ballesta, Juana J. Marín Saura, Paco Sánchez, Antonio Durá y Gonzalo Matilla, que pretendía reivindicar el arte y la literatura como expresión de la más feroz y arrogante juventud, y para cuya portada del número 6 llegó a enviar ilustración Rafael Alberti–, una portada con aire de cartel dedicada a Antonio Machado; expuesto en la galería Chys en los homenajes a Miró y Germán Maurício; en un Homenaje a Miguel Hernández con Yerba, galería con la que viajó a Nueva York; colaborado con Zero en “*Liberté*” exponiendo en su sala en 1979; presentando obra en la “*Semana de Murcia en Cataluña*”; y participado, como uno de los representantes de la nueva pintura murciana, en “*15+1*” dentro de la muestra “*Contraparada 1*”.

(177) El Ayuntamiento capitalino contrató, en enero de 1980, a Ingeniería Urbana S.A. el servicio de limpieza de paredes y fachadas por un coste de 750.000 pesetas; lo que motivó las quejas de los concejales de UCD que manifestaron que UGT pegaba carteles, con ocasión del “1 de Mayo”, en lugares donde ya se había realizado la operación limpieza.



(Fig. 217) Vicente Martínez Gadea. *Semana Santa*. Murcia. 1981.

que subraya el carácter festivo, lúdico, casi cinematográfico del cartel. El ganador en la modalidad de carteles de Semana Santa es Vicente Martínez Gadea por «81»; el friso de un trono procesional, dorado, con claveles rojos que remiten a la pasión de Cristo, en el que se ha jugado con la idea de talla y relieve para el texto, y una pequeña y florida orla con el escudo municipal; un cartel que vuelve a resultar original, sin viejos referentes iconográficos (Fig. 217).

Así describe la Sala de Santa Isabel, y el impacto que le causó el cartel de Martínez Gadea, el arquitecto Paco Sola, entonces un joven entusiasta del diseño que también había participado en el concurso: *“Recuerdo perfectamente la sala de exposiciones de la plaza de Santa Isabel, aquel pabellón lineal acristalado, lleno de imágenes de pasos y nazarenos pugnando por ser el cartel de 1981. Asombrosamente el ganador incontestable era un dibujo casi fotográfico de claveles y reflejos dorados en un trono, en una referencia abstracta al mensaje que quería transmitir y que yo en ese momento no alcanzaba a comprender. Frente al cartel resultó estar el autor y yo, todo resuelto, le pregunte por sus impresiones. Debí de convencerme porque un ejemplar de ese cartel me acompañó durante años por mis diferentes alojamientos de estudiante de arquitectura”*⁽¹⁷⁸⁾.

No parece que el cartel de Gadea fuera del gusto de todos, pues se pusieron de manifiesto ciertas reticencias en el resultado, forma y tiempo del concurso. *“Con el tiempo muy ajustado, pero todavía a tiempo de que sean eficaces... si la impresión es rápida, se acaba de fallar el concurso de carteles divulgadores de las procesiones y de los festejos primaverales”*, indica Carlos Valcárcel en la *Hoja del Lunes* el 9 de febrero, y continúa: *“... conviene que ...se alcancen cada año mejores resultados, más idóneas representaciones de lo que son nuestros cortejos de Pasión”*. La realidad es que el propio autor del cartel no está plenamente contento del resultado obtenido con su impresión.

Vicente Martínez Gadea, hijo de murcianos, nace en Madrid en 1948. En 1975 ha finalizado los estudios de Bellas Artes y Arquitectura. Pintor e ilustrador, Premio Doncel por *Una escuela en la torre de los contrabandistas*; decorador; escenógrafo y figurinista. Desde 1975 está instalado definitivamente en Murcia y trabaja como arquitecto, recibiendo en octubre de 1980 el Primer Premio en el concurso de arquitectura para ordenación de plaza y monumento en Calasparra: *Homenaje a Pérez Piñero*. En 1981 recibe una Beca para artistas jóvenes del Ministerio de Cultura. Participará en numerosas exposiciones colectivas y en 1982 expondrá su primera individual en la Galería de Arte Chys. En la entrevista que le hace Antonio López en *La Verdad* el 29 de marzo de 1981 Vicente Martínez Gadea habla de sus estudios de arquitectura en Madrid, que ha simultaneado con los de Bellas Artes, de su pasión por la pintura figurativa, de la exposición que tiene prevista para mayo, de Murcia y La Alberca, de su faceta de arquitecto. Cuando López le pregunta por las críticas recibidas por el cartel de Semana Santa responde: *“Es que se lo han cargado en la selección de color. –Y continúa– Mira detrás de esa crítica hay una especie de añoranza por una confección más tradicional y religiosa. Pero yo creo que a la Semana Santa de Murcia no le hace falta anunciarse para que vengan aquí a rezar. No se puede llenar Murcia de carteles para los murcianos. El cartel lo hice aprovechando una gripe y durante seis días de 8 horas diarias de trabajo. No, no lo hice de mala gana, Y no creo que tampoco sea tan pagano. La Semana Santa es igual en cualquier parte, pero a la nuestra la distinguen unos elementos en los que hay que hacer hincapié, la alegría, la fiesta, el oro, los claveles, los colores de los hábitos, Desde el punto de vista turístico eso es lo que hay que destacar. Pero nunca volveré a hacer una selección de color...”* Es evidente que Martínez Gadea volverá a recurrir a la selección de color, pero no es menos evidente que en sus próximos carteles el color aparecerá con un aporte más plano, con claro abandono de carteles que requieran en su impresión un resultado tan sutil, una factura tan delicada.

El 18 de diciembre de 1981 la prensa hace público el presupuesto de la Comisión Municipal de Cultura: 53,5 millones de pesetas. Además de las fiestas y otros festejos y festividades se pretende implantar escuelas populares en El Palmar, Espinardo y La Alberca; crear un taller de títeres y convocar concurso de carteles –ahora cuatro modalidades– anunciadores de Semana Santa, Fiestas de Primavera, Festival de Teatro y Festival de Jazz con dotación de 50.000 pesetas por modalidad. El 9 de enero de 1982 aparece en la prensa murciana el anuncio con la convocatoria del concurso de carteles.

(178) El fragmento es parte del texto de Paco Sola –que en 2004 sería el autor del cartel del Día de la Mujer–, *“Del tiempo entre costuras”*, publicado en la monografía: *Vicente Martínez Gadea. Arquitectura 1985/2011*, editada por el Colegio Oficial de Arquitectos de Murcia y Editorial Godoy en 2012.

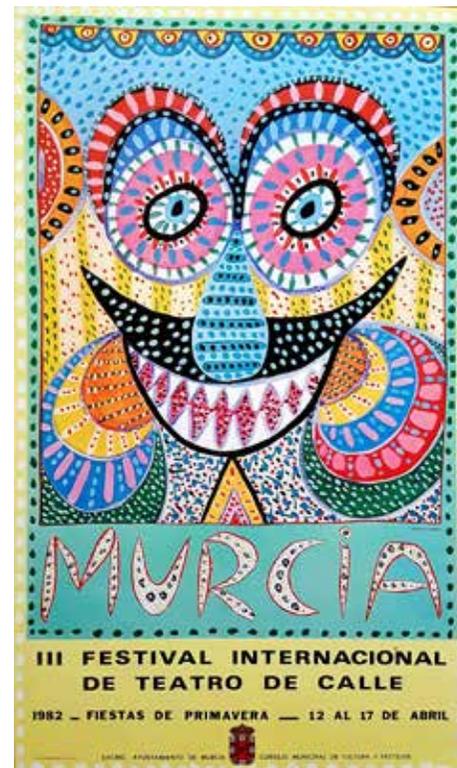
En febrero se exponen en la Sala de Santa Isabel los carteles presentados a concurso. El jurado, que preside el propio concejal José Manuel Garrido, declara ganadores a Vicente Martínez Gadea y Severo Almansa⁽¹⁷⁹⁾, que trabajan de forma conjunta, por «Noche de Fiestas» y «Parker» de las modalidades Fiestas de Primavera y Jazz en la Calle.

En la entrevista que *Línea* le hace a Vicente Martínez Gadea el 6 de febrero, este manifiesta el rigor y el cuidado que ponen en todos sus trabajos, la búsqueda máxima de calidad gráfica, su perfecta sintonía con Severo Almansa y los logros obtenidos: "... En este tipo de trabajos es fácil colaborar y hacer algo en equipo y el resultado puede ser muy brillante". Alaba luego Vicente la situación del diseño y la creatividad gráfica murciana, otorgando visibilidad al oficio y al cartel: "Hasta ahora la imagen que ha dado Murcia ha sido muy tristonja y anquilosada. No sabían salir de lo mismo. Ahora las cosas han cambiado, hay en Murcia un grupo de unos 10 jóvenes artistas, con una gran dosis de imaginación y una calidad que ha superado las barreras nacionales, como lo demuestra la concesión reciente del Premio Planeta de la Fotografía a Pepe Hernández Pina. Hay grafistas y fotógrafos de talla internacional." Las causas las atribuye al cambio de mentalidad del cliente de diseño, tanto de empresarios como de instituciones. Explica después la génesis de los trabajos ganadores que han realizado. El cartel de las Fiestas de Primavera, compuesto por miles de papelitos de confetis que dejan entrever una sardina ardiendo entre fuegos artificiales y palmeras; un cartel de ambiente colorista y mediterráneo: "...este es un trabajo difícil y que nos ha llevado muchas horas de trabajo. Cada punto sale a peseta, Hemos estado unas 24 horas de trabajo dos personas. Esto lo digo a título indicativo porque no nos planteamos el ganar dinero sino el conseguir una obra buena". Y el cartel de Jazz en la Calle, cuyo diseño y posterior ejecución ha resultado más sencilla y rápida, a pesar de la gente que manifiesta "que le ha gustado más este cartel".

Si el cartel de Fiestas de Primavera resulta un alarde exuberante y colorista, por no tildarlo de barroco, el cartel de jazz, con ese clarinete en diagonal arropado por líneas de texto, es sobrio, elegante, riguroso, de cuidada tipografía de palo seco; un cartel en la línea de los que Severo y Vicente producirán a lo largo de varios años. Un cartel, el de jazz, alejado de retórica, un retorno a la pureza y la sencillez, a la tensión contenida que engarza felizmente dibujo y tipografía; un cartel que recuerda la *línea clara* imperante en ese momento en el cómic y ciertos precedentes como el cartel *Música viva* de Josef Müller-Brokmann realizado en los años sesenta para el Ayuntamiento de Zurich. Serafín Alonso en "La Cresta y la ola", sección de la *Hoja del Lunes*, llegó a decir de Vicente, el 1 de marzo de 1982: "autor de ideas originales y nuevos planteamientos estéticos, se ha quedado con el personal, que no sabe con qué originalidad saldrá en la siguiente ocasión".

Marcos Salvador Romera obtiene el galardón por «Máscara», su propuesta anunciadora del III Festival Internacional de Teatro de Calle. Es un cartel (Fig. 218) colorista, divertido, un tanto impactante y provocador, con parte de la punzante tipografía realizada exprofeso, que caló bien en el ambiente teatral y callejero que proponía la Corporación Municipal. Más amable, el folleto programa del Festival de Teatro diseñado por Ángel Montiel, que lleva en portada una foto de Ángel F. Saura en la que unos niños contemplan al zancudo que recorre Trapería.

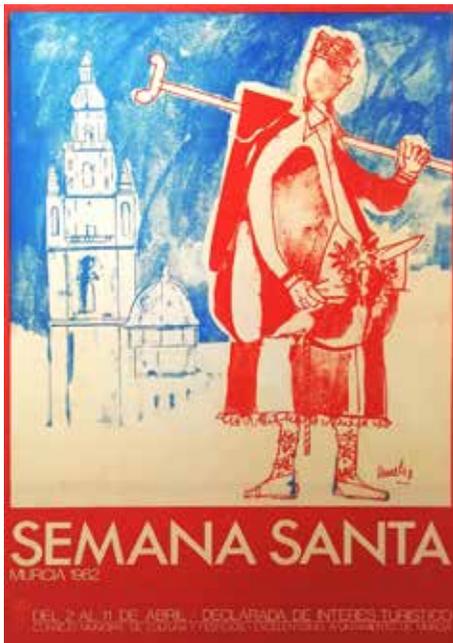
Parece que finalmente se han reforzado y configurado definitivamente los contenidos de los festejos de abril en Murcia, una antigua demanda que la supresión de la Batalla de Flores había puesto en evidencia. La Comisión de Cultura y Festejos ya venía incluyendo actividades en torno al teatro desde septiembre del setenta y nueve. En 1980 se intercalaron en los festejos primaverales actuaciones de teatro en la calle, que Garrido había indicado pueden ser el precedente de un verdadero festival para años próximos. En la Feria septembrina, del mismo año, se instalan en lugares céntricos de la ciudad de Murcia carteles poema, con *poesía fija* que recogen un poema conocido y, al lado, espacios en blanco para aquellos que quieran escribir una poesía propia; *hombres verso* recorrieron la ciudad, con los poemas en pecho y espalda, escoltados por charangas musicales, toda una *performance*; una actividad que forma parte de los *gags* que Garrido intercala en los días de festejos septembrinos. *La Verdad* criticó la actuación, comentando que el acto parecía más bien una juerga vivida por los integrantes de la expedición. En 1981 el II Festival Internacional de Teatro de Calle era un hecho, difundido con una divertida imagen de Antonio Ballester que hace luchar amigablemente en la calle dos *patos*⁽¹⁸⁰⁾, vestido de caballero medieval uno, el otro de taxista estresado. De la misma forma el Festival de Jazz en la Calle se ha convertido en realidad, anunciado con un cartel



(Fig. 218) Marcos Salvador Romera. III Festival Internacional de Teatro de Calle. Murcia. 1982.

(179) Nacido en 1948, en el murciano barrio de San Juan, Severo Almansa abandonó los estudios de Ingeniería Agrónoma, que cursa en la Universidad Laboral de Córdoba, volcándose plenamente en la pintura y, sobre todo, en el diseño gráfico. En 1980 funda con Vicente Martínez Gadea el estudio de diseño El Dibujador. El cartel del estudio será seleccionado en la muestra itinerante "European Illustration". En 1983 la Dirección General de Bellas Artes le concede la beca para artistas jóvenes. A mediados de los ochenta, en 1985, su trabajo se incluirá en la muestra "Diseño en España" organizada por el IMPI y la Fundación BCD.

(180) En la denominación vulgar *patos* son pequeños cabezudos, personajes disfrazados con cartón piedra que acompañan los desfiles y, a veces, pelean por coger las monedas que les echan los que contemplan el paso del desfile con jolgorio y risas.



(Fig. 219) Aurelio. *Semana Santa*. Murcia. 1982.

de Ángel F. Saura en 1981, la fotografía de un saxofonista del grupo Kamel sobre líneas y colores que semejan calle y bordillos. Solo faltaba, para afianzar estas actividades, la carta de naturaleza que otorgaba el concurso de carteles celebrado en 1982.

El concurso de cartel Semana Santa 1982 se declara desierto, haciéndosele encargo directo al pintor Aurelio (Fig. 219). Cartel atrevido, que señala el interés de Aurelio por experimentar con algunos movimientos de las vanguardias, desde el expresionismo al informalismo. Apenas dos tintas. Un nazareno estante de los *Coloraos* cruza ante la torre de la Catedral que se recorta en un cielo azul, de atardecer. Un personaje casi esquemático, no muy alejado de los que recogen los cuadros del pintor alhameño realizados en los ochenta: *Huida*, *Monólogo*, *La silla* o *Autorretrato con caballete*.

Con premura suficiente, a finales de enero del ochenta y tres, se presenta a la prensa el cartel *Semana Santa Murcia 1983*. Lo ha realizado por encargo directo el pintor Ramón Gaya, tal como se propuso en la última sesión de la Permanente Municipal celebrada en diciembre del ochenta y dos. El encargo responde a dos premisas: celebrar el Segundo Centenario del nacimiento de Salzillo y que Ramón Gaya haya sido el pintor que más ha trabajado sobre la obra del escultor. En el cartel, cuadro homenaje a Salzillo –un gouache de 87,5x63 cm–, con precedente en una obra de 1975, la imagen de *San Juan* procesiona ante un balcón. Parece que Gaya le diera la vuelta al motivo por él utilizado en 1929; allí la huertana observaba desde su ventana desfilar a *La Dolorosa*.

Solamente se convocó concurso de carteles de Fiestas de Primavera, Jazz en la Calle y IV Festival Internacional de Teatro de Calle, dotados, cada modalidad, con 50.000 pesetas. Julio García Abril resultó ganador en la modalidad de Jazz en la Calle, con la figura de un músico que toca el saxofón y ocupa todo el lado izquierdo del cartel, el resto de componentes de la banda quedan insinuados por la aparición de un bombo. Marcos Salvador Romera volvería a obtener el triunfo en la modalidad de Teatro de Calle con un cartel que insistió en el motivo ganador del ochenta y dos, aunque aquí ese motivo –el rostro, la máscara del actor o el payaso– se haya reproducido, a menor escala y con múltiples variaciones, doce veces⁽¹⁸¹⁾. El público siguió desde la calle las deliberaciones del jurado, que preside el alcalde y está formado, en atención a la base séptima del concurso, por el concejal de Cultura y Festejos, el director de la Sala de Exposiciones y Contraparada 4, un técnico en artes gráficas, un arquitecto, un pintor artístico, el ganador del concurso de la edición anterior, el presidente de la Asociación Sardinera y el presidente de la Federación de Peñas Huertanas para el concurso de Fiestas de Primavera, y los directores de los Festivales de Teatro y Jazz para los concursos de su especialidad. Declarado desierto el concurso de carteles de Fiestas de Primavera se encargó a Gaya dicho cartel; una hermosa mujer murciana, una huertana, que se coloca el clavel en el moño para acercarse a los actos del Bando, fue la propuesta del pintor. Los carteles de Semana Santa y Fiestas de Primavera responden al estilo de Ramón Gaya, una pintura diluida y vaporosa, casi insinuante, sugerente, definida por líneas y trazos expresivos, seguros y precisos.

Más allá de la relevancia que parece tener el cartel en la política municipal, en diciembre del ochenta y tres, las críticas de los partidos de la oposición en el Ayuntamiento de Murcia apuntaron al deterioro de las obras de arte almacenadas, especialmente a los bocetos de carteles premiados otros años en las fiestas de la ciudad.

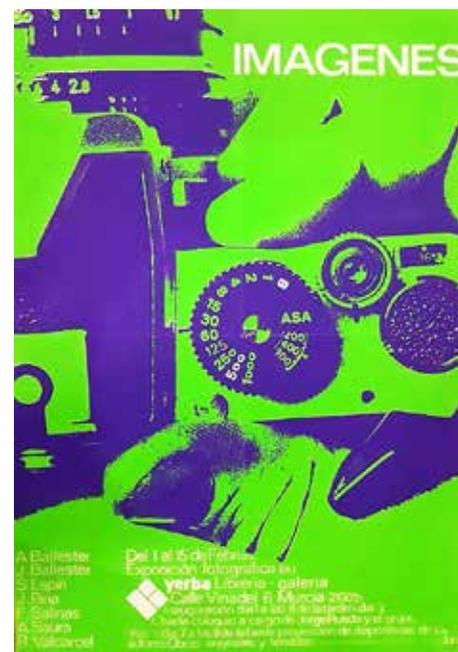
Al margen de la iniciativa municipal, el pintor Antonio Ballester editó en los talleres Junza una atrevida y provocadora visión de los festejos abriñeos: *Fiestas de Primavera en Murcia, Año 1983, Edición Pirata*. Una serigrafía en cinco tintas de 81x53 cm. King Kong, el poderoso gorila de la Isla Calavera, escala la torre de la Catedral llevando retenida a una huertana, a su alrededor seis biplanos disparan ráfagas de metralla en el cielo nocturno que cubre la ciudad iluminada. Un brillante homenaje al cine de aventuras de 1933, reforzado por la utilización de la primera versión del *tipo* Dot Soon NF, la fuente tipográfica creada por Nick Curtis que hace del póster un anuncio de Broadway. Un cartel difícil de olvidar a pesar de su limitada tirada; una inocente broma del versátil y sorprendente Antonio Ballester, quizá una sugerente provocación. Una pieza gráfica que muestra su inagotable capacidad de fabular con inteligencia; la recuperación permanen-

(181) Estas ilustraciones o pinturas, que abundan en un expresionismo *naïf*, satírico e ingenuista, muy ligadas al mundo de la infancia y al espectáculo del circo, está presente esos años en cuadros, ilustraciones y propuestas gráficas de Romera: *El Presentador*, cuadro realizado en 1981; *La Constitución*, folleto que edita la Editora Regional de Murcia en 1982, con textos de Pedro Cobos e ilustraciones del pintor; la portada del *Tío de la Pita*, tercer LP de Manolo Luna y la Cuadrilla, publicado hacia las mismas fechas; El cartel anunciador de la *VI Escuela de Verano de la Región de Murcia*; el programa *Escuela y Tradiciones Orales*, para celebrar el 23 de marzo de 1984 el Día Escolar de la Región; un inquietante cartel para el *Día del Libro*, con fondo rosa y devoradores personajes, creado por Cacho y Garza a partir de un dibujo de Marcos Salvador; la cartelera de *Titeres La Bicicleta*, también de 1984, o la ilustración del programa de actividades del Aula de Cultura de CajaMurcia en enero de 1987; son algunos buenos ejemplos. Aún en 1990 insistiría Salvador Romera en este tipo de obra, como podemos ver en el cartel *Aventura* impreso para anunciar su exposición de octubre en Chys; o mucho más tarde, en la portada de su libro *El pico esquina* de 2006, y en las banderolas y los cuadros de la exposición del Almudí en noviembre de 2016.

te de un estado próximo a la infancia feliz, a la creación sin cortapisas, que diluye fronteras entre cuadro o cartel, entre procedimientos artísticos. Y una curiosidad, veintitrés años después, en 2006, para anunciar la apertura de la Fnac el 19 de octubre, junto a los Beatles cruzando la plaza de Belluga y Harry Potter sobrevolando el cielo murciano, de nuevo veremos al gorila escalando la torre de la Catedral.

Antonio Ballester Les Ventas (París 1952-Murcia 2024), hijo del pintor Mariano Ballester, estudió fotografía, grafismo y técnicas fotográficas en la Esag (Ecole Supérieure d'Arts Graphiques de París); exponiendo en Murcia, por primera vez de forma individual, en Chys en 1975. Desde esa fecha participará en todas las manifestaciones artísticas relevantes que tienen lugar en Murcia. Participa con el colectivo Imágenes en la Galería Yerba en 1979 –fundada en 1977, Yerba abrió en enero con una exposición arropada con ciclo de conferencias y anunciada con cartelera: “Bolonia, Centro Histórico”–, incluso es autor, junto a Paco Salinas, y a partir de una foto de este, del cartel, serigrafiado en Junza, que se editó a tal efecto en contrastado verde y azul (Fig. 220); expone con el Grupo 15+1 en “Contraparada 1” en el ochenta, año en el que participa en las muestras: “El Dibujador”, en la Sala de Santa Isabel, “Iremos con la vasca a la corte monegasca”⁽¹⁸²⁾ en la misma sala municipal y “El maravilloso mundo del teatro” en la Galería Albor. En 1981 vuelve a exponer una individual en Chys. En 1983 y 1984 muestra su obra en ARCO; colabora en las exposiciones “Murcia de nuevo” en el Colegio de Arquitectos, en el ochenta y tres; “Tendencias” en CajaMurcia; y “Por la Paz”, en la Galería Zero, en el ochenta y cuatro. Exposición individual en Yerba en 1985 y “Contraparada. Obra en marcha” en 1986. Unos años de vértigo que hacen de Antonio Ballester perfecto exponente del valor del arte y el diseño murciano. Años que dejan aflorar, sobre todo en su faceta de diseñador, el carácter polifacético del artista: Cartel del *Concurso para la rehabilitación de la Nueva sede del Colegio de Arquitectos* que realiza con Alfonso Albacete en 1978; una serigrafía sobre papel traslúcido vegetal realizada en Junza. El expresionista, casi abstracto cartel *Salvese quien pueda*, para su exposición de dibujos y esculturas en la Galería Séiquer de Madrid en noviembre del setenta y nueve. La serigrafía-cartel *Que no quede ninguno*, con ese gnomo terrorífico que tala árboles a diestro y siniestro; toda una reivindicación ecológica ante la posibilidad, aparecida en prensa, de la tala del ficus de Santo Domingo. La referida exposición en Chys, en marzo de 1981, se anuncia con cartel tipográfico, letras rojas sobre blanco, que recuerda aquellos carteles que anunciaban las exposiciones a finales de los sesenta y principios de los setenta, pero ahora con una fuerte carga irónica: “*Arte Mucho Arte. ¡Sensacional programa doble! El Salvaje Oeste y Sodoma y Gomorra*”, son los textos del anunciador de la exposición de Chys. Cartel *1ª Feria Regional del Libro*, entre octubre y noviembre de 1981; el personaje lee, en lo alto de una pila de libros verdes que semejan una montaña, sobre él vuelan y revolotean otros libros; una obra realizada para la Consejería de Cultura y la Agrupación de Libreros. Dibujo, fotografía, pintura, diseño, no hay diferencias a la hora de abordar el trabajo. Aunque Ballester siempre haya apostado por el poder evocador de la mancha y el dibujo; y, en numerosas ocasiones, renunciado al estilo en aras de la eficacia y la adecuación al mensaje.

Pero la cartelera festera es solamente un aspecto en la renovación de los festejos; un aspecto que complementó la edición de atractivos e innovadores programas de fiestas. Hacía años que Publicidad Vértice se encargaba, en la Capital del Segura, de realizar y producir los programas festeros; en forma de revista de variedades, con temas que giraban en torno a la Semana Santa y las Fiestas de Primavera para los festejos de abril, y en forma de tríptico o políptico –con fotos de fuegos artificiales en numerosas ocasiones– para los septembrinos; un resultado que con el tiempo devino aburrido y monótono. A partir de 1979 Ekipo –que había colaborado con Vértice en la producción de los programas, como autor de la maqueta y el diseño– se encargó de su realización. El programa oficial de la Feria de Septiembre de 1979, que edita el Ayuntamiento de Murcia, aparece firmado –dibujos, maquetación y montaje– por Ekipo/Vértice, aunque la imagen, alejada de productos similares anteriores, responde a un atractivo dibujo de Chipola que recoge barracones, casetas y atracciones de la feria; más parece que estuviéramos en una continuidad de los carteles de la campaña electoral del PSOE. Chipola se encargará de idear para Ekipo los programas festeros sucesivos –en el septembrino de



(Fig. 220) Antonio Ballester y Paco Salinas. *Imágenes*. 1979.

(182) Fotos de amigos caracterizados de personajes del imaginario colectivo: Paco Salinas de Pancho Villa, Ángel F. Saura de Robinson Crusoe y el propio director de la Sala, Martín Páez, actuando de televisivo hombre anunciador de dentífrico.

1980 ilustra, en forma de viñetas-secuencia, los distintos actos festeros–, creando con ellos grandes expectativas por deseados y esperados y largas colas para obtenerlos; siempre recurriendo a sus dibujos frescos, lúdicos, divertidos y atractivos, que aplica a temas indistintos, tanto da que sea una campaña municipal: *Conoce el Ayuntamiento: es de todos*, o un tema de concienciación social más delicado: *Evitar un Subnormal es posible*, realizado para el Instituto de Bioquímica Clínica en 1982. El programa oficial de Semana Santa y Fiestas de Primavera de 1981 era un librito cuadrado de 21,5x21,5 cm ilustrado tal que un cuento infantil. En septiembre de 1981 de nuevo parece un cuento, ahora desplegable, el programa de actividades. Aspecto reforzado en el programa primaveral de 1982, de idéntico formato al de 1981 y nueva semejanza a un cuento mágico: ilustraciones que se elevan y despliegan y hermoso texto de Pedro Cobos. El programa oficial de la Feria de Septiembre del mismo año es una rueda troquelada que gira, dejando ver distintas actividades. El de Fiestas de Primavera de 1983 un gran payaso articulado, troquelado en cartón impreso y plastificado, que llevaba en el pecho los actos festeros. Este tipo de trabajos de Chipola –en septiembre creará la imagen de los *III Encuentros Deportivos* con cartel y programa troquelado, simulando un globo aerostático que eleva a los deportistas participantes– fue pronto imitado –Manolo Pardo troqueló en 1985 el cartel calendario, con la imagen de un astronauta, impreso por Surgraf, para la O.M.I.C. de Murcia– en otras ciudades de la provincia y el propio Joaquín García Abellán, luego desde su propia agencia, Contraplano, lo aplicó en distintos sitios: Las Fiestas Patronales de Molina de 1987, La Feria de Cieza de 1988... y, por supuesto, en festejos murcianos venideros; creando escuela. En septiembre de 1983 se editó, ideado y producido por EDR, como programa de festejos, un pequeño librito, menos espectacular que los diseños de Chipola: una secuencia de diapositivas, que recogen aspectos de la Feria, cruzan en línea ascendente la portada.

Cuatro años, los que median entre 1979 y 1983, en los que el Ayuntamiento de Murcia, desde la Concejalía de Cultura y Festejos ha renovado la gráfica de la que se sirve para su comunicación con los ciudadanos, editando carteles y programas divulgadores de festejos, de iniciativas y proyectos... Cuatro años a lo largo de los cuales se ha impulsado, desde el municipio capitalino la política cultural; se ha revitalizado la Sala Municipal de exposiciones de Santa Isabel y se ha puesto en marcha "Contraparada"; se han establecido convenios y colaboraciones con otras instituciones y entidades de dentro y fuera de la región, en especial con la Consejería de Cultura.

En el texto, que el director-asesor de la Sala Municipal de Exposiciones de Santa Isabel, Martín Páez Burruezo, realiza a modo de introducción o prólogo en el anuario correspondiente a la temporada 1979-1980 quedan perfectamente recogidas las intenciones que mueven las actividades programadas: "...El Excmo. Ayuntamiento a través del recién creado Consejo Municipal de Cultura, comprometido en todas las inquietudes ciudadanas, pretende por medio de la Sala Municipal de Exposiciones formar e informar en las artes plásticas. Una tarea necesaria, siendo esta, hoy más que nunca, un capítulo fundamental en eso que llamamos cotidianamente Cultura". Quizá sea esta la razón por la cual casi la totalidad de las actividades culturales y exposiciones de la época contaron con una fuerte carga didáctica y se plantearon, muchas de ellas, como acciones itinerantes no circunscritas al mero ámbito de influencia municipal del casco capitalino.

Ante lo prolijo de reseñar aquí la gran cantidad de exposiciones recogidas en los cuatro anuarios de las temporadas 1979-1980, 1980-1981, 1981-1982 y 1982-1983, nos ceñiremos a aquellas muestras, al margen de las ya referidas de los concursos de carteles de los festejos primaverales, que bajo nuestro punto de vista más han contribuido a consolidar en la región el tema que nos ocupa que no es otro que el diseño y el cartel.

En mayo de 1979 se inauguran, en los locales que la Galería Yerba tiene en la calle Vinadel y en la Sala Municipal de Santa Isabel, unas jornadas sobre Cuba. Línea reseña, el día 20, la inminente inauguración: "El próximo miércoles, a las 8 de la tarde, está prevista la inauguración de unas jornadas sobre Cuba... Cine, carteles y libros son los apartados que comprende el programa de actividades. En el mismo figura una exposición de carteles cubanos de cine, un ciclo de cine de aquel país y conferencias. Juan Antonio Molina tratará sobre «Grafismo y color en Cuba: la experiencia de la Habana».

José López Albaladejo se referirá a «Visión de la Cuba actual» y Manuel García García analizará «La cultura cubana». Las conferencias irán acompañadas de proyección de diapositivas y se darán en el local de la galería. Las muestras de carteles se repartirán con la Sala Municipal de Exposiciones de la plaza de Santa Isabel. Habrá también una exposición de publicaciones cubanas y un coloquio sobre cine.” Colaboraron en los actos la embajada de Cuba, la Delegación Comercial de Cine Cubano en España, el Instituto Cubano de Arte e Industrias Cinematográficas, el Colegio Oficial de Aparejadores y Arquitectos Técnicos de Murcia, el Colegio de Arquitectos Delegación de Murcia, el Ayuntamiento de Murcia, la Coordinadora de Comisiones de Cultura de la Universidad y la Caja de Ahorros de Alicante y Murcia. Una exposición que aparece en los carteles anunciadores, a tres tintas, con la figura de Fidel y la bandera cubana, y en la Guía del Arte de la prensa murciana bajo la colaboración⁽¹⁸³⁾ de la Galería Yerba y la Sala Municipal de Santa Isabel –que abriría a finales de agosto, tras varias reformas, con una magna exposición sobre Art Nouveau que incluía carteles modernistas–. La exposición “Cuba: sus carteles, sus libros, su cine” itineró en julio por Balsapintada y posteriormente fue llevada a Fuente Alamo; el colectivo Abraxas la llevó a Cartagena y en junio llegó a Lorca. Constaba de ochenta carteles serigrafiados y seis láminas de pintores cubanos; se proyectaron seis largometrajes, seis cortos y nueve películas infantiles, que ante las dificultades de poder mostrarse en salas comerciales se planteó proyectarlas en el salón de actos de la Escuela de Magisterio. Una exposición que establecía los vínculos del cartel y la serigrafía al movimiento Stampa y al arte cubano. Un perfecto ejemplo de lo que se pretende bajo la idea de colaboración.

La cultura, ya se ha señalado, sirvió de estandarte político, ariete social que marca tendencias y propicia el cambio; haciendo visible la nueva imagen de las estructuras del poder en ámbitos que van de lo local a lo nacional. El PSOE utilizará la cultura como arma política y un modo de conectar con amplios sectores sociales que demandan otras relaciones entre política y ciudadanía, al tiempo que pretende reforzar vínculos con una juventud comprometida políticamente y, en una pirueta temporal, reivindicar tiempos anteriores al periodo franquista. Nuevos modos, nuevas propuestas, nueva imagen. El diseño concebido, ya se ha señalado, como herramienta útil para propiciar esas nuevas percepciones, ese nuevo relato histórico.

Entre el 1 y el 14 de febrero de 1980 expone en la Sala Municipal el colectivo fotográfico Imágenes: Escolar, Saturnino Espín, Ricardo Valcárcel, Juan Ballester, Hernández Pina, Ángel F. Saura y Paco Salinas. Los dos últimos citados pronto vinculados a la renovación del diseño en Murcia. El cartel de la exposición es obra de Paco Salinas; cartel del que se editó una serigrafía de pequeña tirada, 25 ejemplares más pruebas de autor, realizada a tres tintas, a partir de la foto de un desolado paisaje, sobre el que se ha colocado el negativo fotográfico, invertido, del propio paisaje⁽¹⁸⁴⁾. Un cartel sugerente, que busca tocar fibras sensibles, producido en el taller de serigrafía Junza.

Aunque la propuesta con más calado de la temporada y con más proyección de futuro, “Contraparada”, abrirá sus puertas el 9 de abril de 1980. Su objetivo es promocionar en la ciudad las Bellas Artes durante las Fiestas de Primavera. Cuatro exposiciones conformaron la Primera Edición de Contraparada: Grupo “El Paso”; Grupo “Puente Nuevo”; “1980”, diez jóvenes pintores ante una nueva década; y el colectivo murciano que se denomina “15+1”, colectivo seleccionado, de forma abierta, por un jurado, con las obras consideradas dignas aportadas hasta el 3 de marzo a los locales de la Económica por los pintores que lo desearan. Las obras del grupo “El Paso” se expusieron en la Sala de Santa Isabel. “Contraparada 1”, una muestra que se afirma radical, pues al tiempo que señala su ruptura con el pasado, reivindica la modernidad y marca los senderos del futuro. El comisario de la muestra, Gómez Soubrier, lo deja claro en el texto de presentación: “...Quienes figuran en este catálogo serán –en la debida proporción de que sólo los buenos permanecen– historia de la pintura española”. El cartel y el catálogo *Contraparada 1 Arte en Murcia* (Fig. 221) lo realiza por encargo directo Antonio Ballester. La imagen del cartel: un “1” rotundo, un juego en dos tintas, negro y rojo, que utiliza de forma inteligente el blanco del papel. El catálogo es una carpeta que recoge dos publicaciones con las obras expuestas. Contraparada marcaría un hito en la gráfica murciana referida a muestras y exposiciones.



(Fig. 221) Antonio Ballester. *Contraparada 1. Arte en Murcia*. 1980.

(183) Este tipo de colaboración, en temas de arte, entre instituciones públicas y privadas serían habituales. Un sonado precedente lo constituyó la exposición que catorce artistas plásticos: Albert Agulló, Alejandro Franco, Albacete, Antoni Miró, Azorín, Castillejos, Casto, Díaz Padilla, Llorens, Molinero Ayala, Rodes, Sixto, Trenado, Vicente Ruiz y cinco galerías murcianas: Yerba, Zero, Acto, Villacis y Chys, realizaron “En torno a la Prensa” en mayo del setenta y ocho. Exposición concebida como un proyecto cultural que se quiere experiencia pionera de largo alcance –“insólita”, señala la editorial recogida en un catálogo que adoptó el formato de periódico– y claro compromiso político.

(184) Parecida solución gráfica es aplicada por Paco Salinas al cartel *Cultura Tradicional y Folklore. I Encuentro en Murcia*; una actividad que tiene lugar en abril de 1980 y coordina Manuel Luna Samperio. En el cartel, una abandonada silla de anea reivindica su existencia ante un muro, sus orígenes vinculados a la tradición y el folklore.



(Fig. 222) Vicente Martínez Gadea y Severo Almansa. *El Dibujador*. 1980.

La temporada 1979-1980 cerró con una exposición realizada bajo el título “El Taller de Grabado”. Exhibición que tenía dos partes bien diferenciadas. Se colgaron trabajos de artistas murcianos de distintas generaciones realizados con la técnica del aguafuerte, la litografía y la serigrafía; a la vez que se mostraron al público las distintas técnicas de estampación –que presentó y explicó el pintor Mariano Ballester– en un taller montado en la misma sala.

Severo Almansa, Vicente Martínez Gadea y Antonio Ballester exponen en diciembre de 1980 en la Sala Municipal de Santa Isabel una muestra de sus trabajos en el campo del diseño: “El Dibujador”. La exposición reúne trabajos publicitarios de los tres autores. Carteles, ilustraciones, fotografías, portadas de discos, marcas y emblemas, etiquetas y envoltorios, imagen gráfica de empresas –luego llamada imagen corporativa–, embalajes... “Respuesta a una demanda local y nacional que aún lo grato y lo sensible a lo comercial”, señala Carlos Valcárcel en la *Hoja del Lunes* el 15 de diciembre de 1980; a la vez que hace hincapié en un trabajo de Gadea para remarcar lo dicho: las carpetas de discos para la casa Philips. Los diseñadores arroparon la exposición con una charla-coloquio en la Escuela de Artes y Oficios de Murcia. El cartel (Fig. 222) de la exposición, impreso en Jiménez Godoy en formato horizontal, lo realizan Severo Almansa y Martínez Gadea; un lápiz, en tonos blancos y rojos, flota sobre un azul añil denso y profundo, que deja ver sutilmente los textos compuestos en una elegante Helvética de color verde. El cartel *El Dibujador* –del que se haría tirada serigráfica firmada por Severo, Gadea y Ballester– fue seleccionado por un jurado internacional formado por miembros de la Asociación de Diseñadores y Directores de Arte. Gadea y Almansa son dos de los tres únicos españoles que forman parte, entre 114 artistas del continente, de la exposición itinerante de ilustración, carteles y video, que recorrerá europa: Berlín, París, Londres...; recogándose los trabajos expuestos en el prestigioso anuario de arte y diseño *European Illustration*⁽¹⁸⁵⁾.

El Dibujador no es solo una exposición o un cartel, es la marca –a la que finalmente no se sumaría Antonio Ballester, que ha preferido dedicar sus menesteres a la creación en solitario– fundada en 1980, bajo la cual Vicente y Severo colaborarían a lo largo de un tiempo; una marca, un estilo y una forma de trabajar que perduraría aún después de 1982, cuando abandonaron esa denominación y pasaron a firmar los trabajos con sus propios nombres colocados en orden indistinto. Un estilo basado en el rigor compositivo, la belleza formal, la limpieza y claridad del dibujo y la austeridad en el uso de tipografías y elementos gráficos, un cuidado que se extiende al diseño de las publicaciones concebidas como una unidad, da igual que aborden un cartel, un folleto, una revista, un libro o un catálogo. La propuesta editorial de la revista *Áreas*, realizada en 1981 para la Editora Regional; la

(185) *La Verdad* comunica el 2 de diciembre de 1981 que Martínez Gadea y Severo Almansa están participando en la exposición de trabajos de ilustración, carteles y video, más importante de Europa, que se está celebrando en el National Theatre de Londres.

portada del *Diccionario de Ciencias Naturales* de 1982; o el catálogo de *Cine Español* del ochenta y tres, son buenos ejemplos de su forma de acometer la edición de libros. Los carteles de la *II y III Feria Regional del Libro* (ver imagen página 304), celebradas en Murcia en noviembre de 1982 y 1983; esa atrayente carpeta con mapa para publicitar la oferta municipal *Verano 82*; el *I Congreso de Universidades Populares Españolas*, celebrado el mismo año; la gráfica de las *Jornadas sobre Patrimonio y Rehabilitación Arquitectónica*; los carteles de las *Escuelas de Verano* y el *Parque Infantil de Tráfico* del Ayuntamiento de Murcia; los diseños realizados para anunciar la piscina municipal del Murcia Parque, especialmente bonito aquel que, ¿en un homenaje a David Hockney?, coloca junto al borde de la piscina un paquete de Lucky Strike, una tónica Schweppes, un bote de Nivea o el *Times*, ahora convertidos en *souvenirs* de la piscina municipal (Fig. 223); la imagen de *Diálogos Sobre la Libertad*, que organiza la Universidad de Murcia, o las publicaciones de la *Universidad Popular de Murcia* de 1984; el logotipo *Boletín Informativo del colegio Oficial de Arquitectos de Murcia* y otros trabajos, carteles y publicaciones, diseñados para la misma entidad; la gráfica de la *Semana de Animación Comunitaria en 1987*; los carteles de exposiciones para el Banco Exterior de España y Chase Manhattan Bank; son algunos ejemplos del estilo inconfundible de estos años que daría lugar a no pocos imitadores o deudores⁽¹⁸⁶⁾.

Con “Contraparada 2” –que dirige Martín Páez–, celebrada entre el 23 de abril y el 15 de mayo del ochenta y uno, cerró Santa Isabel la temporada 1980-1981. Una exposición que pretende hacer de Murcia “una ciudad escenario de arte vivo”. Se estructuró sobre cuatro apartados bien diferenciados: “Pedro Orrente 1580-1645”; “Nombres Significativos del Arte Contemporáneo Español”, una colectiva que llega organizada por la Dirección General de Relaciones Culturales del Ministerio de Asuntos Exteriores de Madrid; “Escultura y Espacio”; y “El Paisaje en Murcia”. Antonio Ballester volvería a encargarse del cartel y del catálogo –ahora con un formato tipo libro, de 29x20 cm, más normalizado–. Un gran *dos* en negativo, sobre fondo azul, parece jugar con la idea de movimiento, pues idéntico número aparece insinuado, en el margen izquierdo del pliego. Un cartel que marcará la línea a seguir en la imagen de las sucesivas ediciones de “Contraparada”, ideadas a partir del número que indica la secuencia de la edición.

Pero Antonio Ballester dejaría patente en 1981 su capacidad como diseñador, y su adaptabilidad a los temas que se le proponen, utilizando múltiples registros visuales en la creación gráfica de otras muestras y exposiciones, algunas de ellas incluidas en “Contraparada 2”. Se encargará del cartel difusor de la exposición de Pedro Orrente; seleccionando el fragmento de un cuadro del pintor, *El Milagro de Santa Leocadia*, que hizo imprimir a dos tintas, dorado y azul reflex ligeramente saturado de rojo, con un resultado sutil y elegante, un homenaje al Barroco; aunque Gómez Soubrier escriba en *La Verdad* el 26 de abril del ochenta y uno: se han impreso “...carteles exclusivos, de la exposición del pintor murciano de hace cuatro siglos, en los que no se le incluye ni alude a «Contraparada», porque estaba, –se refiere a la exposición “Pedro Orrente 1580-1645”– claro es, concebida como exposición aparte lo que ahora se considera perfecta simbiosis, y, por cierto, en pésimos carteles casi imposibles de leer por su pésimo diseño, el papel es impegable en que se han impreso”. Absurda crítica a un magnífico cartel. Para “El Paisaje en Murcia” (Fig. 224), la muestra itinerante de pintura incluida en “Contraparada 2” que organiza la Consejería de Cultura, Ballester recurre a una ilustración propia, un divertido dibujo en trazos negros que muestra a un pintor⁽¹⁸⁷⁾ midiendo con el pincel las distancias y las perspectivas antes de llevarlas al lienzo; es un cartel interesante que valora el blanco del papel haciendo de él un importante campo visual al que otorga absoluto protagonismo.

Otra muestra itinerante de pintura, “Murcia Hoy”, que organiza el Consejo Regional y la Excma. Diputación Provincial, tuvo como cartel anunciador otro sugerente trabajo de Antonio Ballester; la fotografía tramada de una patinadora, sobre fondo azul, que se pierde en el margen izquierdo del papel dejando el sugerente rastro de un trazo de pintura roja.

En la temporada 1981-1982 la Sala Municipal de Exposiciones de Santa Isabel instaló en su espacio, del 11 al 25 de enero del ochenta y dos, la muestra “Murcia 1927. Verso y Prosa” organizada por la Consejería de Cultura del Consejo Regional de Murcia y la Diputación Provincial, con fondos pictóricos y bibliográficos de la Galería Chys y fotografías realizadas por Juan Guerrero. El cartel anunciador lo realizó Antonio Ballester, que



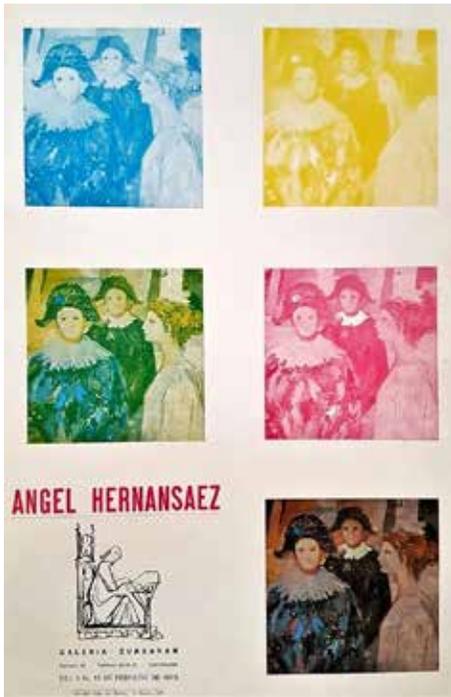
(Fig. 223) Severo Almansa y Vicente Martínez Gadea. Murcia Parque.



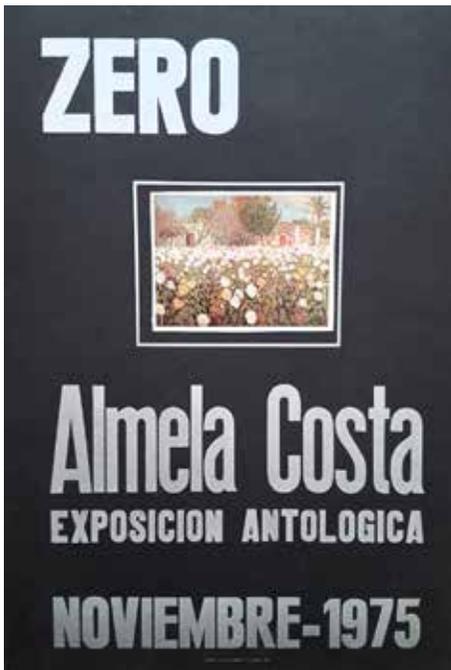
(Fig. 224) Antonio Ballester. *El Paisaje en Murcia*. 1981.

(186) Los carteles: *Cursos de Psicomotricidad Relacional, VII Escuela de Verano de la Región de Murcia y Nueva sede CIADJ en Alcantarilla*, diseñados por Pedro Manzano entre 1984 y 1985; la publicación *Excursiones didácticas por el campo de Cartagena*, que edita la Editora Regional de Murcia en 1986 y diseña Eduardo Saro; *3er. Aniversario Escuela Taller*, diseñado por Pablo Portillo en 1989 para el Ayuntamiento de Hellín e incluido en la exposición “Carteles Españoles de Utilidad Pública. 1977-1990”; podrían considerarse continuadores, a lo largo de los años, de aquella forma de abordar El Dibujador los problemas que plantea el diseño.

(187) Su amigo Alfonso Albacete, según manifiesta Antonio Ballester el 30-9-2016.



(Fig. 225) Ángel Hernansáez. *Exposición Galería Zurbarán*. 1973.



(Fig. 226) Almela Costa. *Exposición Antológica Galería Zero*. Murcia. 1975.

(188) Mariano Ballester. *Aproximación a sus inquietudes estéticas*. Número 2 de la *Colección Arte*; editado en 1983, se planteó con parecida estética gráfica en la composición y en la portada. Aquí el pintor aparece en contrastada foto en negro –muy texturizada–, realizando una especie de *action painting* a la manera de Pollock, sobre un atrevido fondo de color coral.

volvió a demostrar manifiesta capacidad gráfica con el *afiche*. Apenas tres tintas: Una foto en negro, posterizada, a partir de una instantánea original realizada por el propio Guerrero, con su cámara Zeiss-Ikon, del grupo de amigos que se reúnen para hablar de literatura y poesía al amparo del campanario de la torre de la Catedral, y que aparecen bajo el peso de una de las gigantescas campanas; un fondo marrón tostado, que aporta la idea de la importancia de la tradición y el pasado, y una tipografía en rojo que remata un hermoso y *poético* cartel.

Un cartel muy en línea con la portada del libro de Martín Páez Burruezo *Joaquín, pintor murciano*, que diseñarían Severo Almansa y Martínez Gadea en abril de ese mismo año, abriendo la *Colección Arte* de la Editora Regional de Murcia. La figura de Joaquín, vaporosa, casi inmaterial, impresa en negro sobre un sofisticado beige oscuro; un libro elegante y atractivo, una línea muy italiana, maquetado y compuesto de forma poco habitual, con cuidadoso y medido diseño; un libro que marcó una forma de editar en Murcia⁽¹⁸⁸⁾ –línea editorial que tendrá continuidad, sobre todo en el número tres de la *Colección Arte*, la segunda edición de la obra de Sánchez Moreno *Vida y obra del escultor Francisco Salzilla*–. La exposición “Joaquín 1892-1956” se incluyó en la muestra “Contraparada 3” –que dirige Martín Páez–, junto a “Nuevos Lenguajes” y “Realismo Español de Hoy”; un proyecto expositivo cuya imagen, un *tres* construido con la ampliación de la trama de impresión, en negro sobre amarillo caliente, realizó Antonio Ballester Les Ventas. Murcia, es evidente, está a la vanguardia del arte y el diseño en el país, basta señalar que el proyecto “Arco, Arte Contemporáneo” promovido por Juana de Aizpuru se materializa en 1982, y su gráfica, concebida por Diego Lara como secuencia visual –aguantó hasta 1986– basada en el uso del color, rojo, amarillo y azul, es más tardía que el juego otorgado por el número indicador de cada edición de “Contraparada”.

Otros diseñadores intervendrán en la cartelería de la Sala de Santa Isabel. Julio García Abril diseña los carteles de las exposiciones: “Arte Búlgaro en Murcia” y “Juan Iriarte. Personajes de Oriente Medio” que se celebran en marzo de 1982. Carteles de pequeño formato y pocas tintas.

El 27 de diciembre de 1981 fallece el pintor Mariano Ballester. Dos meses después, a principios de febrero del ochenta y dos, la *Hoja del Lunes* escribe: “Murcia debe un homenaje al pintor Ballester”; y propone hacerlo en la Sala de Exposiciones del Museo de Bellas Artes. El homenaje tendrá lugar, pero será en la Sala de Santa Isabel del 14 de abril al 8 de mayo del ochenta y dos; una exposición colectiva que al parecer iba a formar parte de “Contraparada 3”, así aparece recogido en el texto de presentación del comisario del evento, Ceferino Moreno, que abre el catálogo; aunque luego “A Mariano Ballester”, así se denominó la muestra homenaje, fuese exposición coincidente en el tiempo, pero no integrada realmente en “Contraparada”. Veintiun artistas participan en la *colectiva*: Alfonso Albacete, Severo Almansa, José Luis Azparren, Antonio Ballester, Juan Ballester, Barnuevo, Belzunce, Cacho, Ángel Fernández Saura, Alejandro Franco, Ignacio García, García Silva, Garza, José Hernández Pina, Esteban Linares, Martínez Gadea, Martínez Mengual, Chelete Monereo, Vicente Ruiz, Paco Salinas y Marcos Salvador Romera. La exposición se anunció con un cartel colectivo en el que cada uno colaboró aportando el motivo de un gato, animal predilecto y muy querido de Mariano Ballester. Una exposición con la que prácticamente cierra la temporada, dejando patente los artistas que habrán de conformar la nueva generación de creadores murcianos, una exposición que, salvo el homenajeado, no incluye ni un solo pintor o fotógrafo de la generación de posguerra. Un cartel coral que visualiza una nueva etapa y nuevos actores en el arte murciano.

En octubre de la temporada 1982-1983 llega a la Sala de Santa Isabel “Carteles de Ayer y de Hoy”. Exposición itinerante que ha recorrido Ceutí, Villanueva del Segura, la Escuela de Artes y Oficios..., organizada por la Consejería de Cultura, el Consejo Regional y la Diputación Provincial. Fondos de carteles de la Galería Chys que abarcan desde 1939 hasta ese momento y presenta a los autores más importantes de la cartelística murciana. Pedro Alberto Cruz escribe en la sección “Arte” de *La Verdad* el 10 de octubre: “...a través de ella –se refiere a la exposición– se aprecian los cambios de mentalidad, de ideología y de concepción del diseño. Hay carteles de pesada elaboración, y otros de una simplificación absoluta en donde un simple objeto resume el mensaje emitido.” El cartel de la exposición lo diseña Antonio Ballester, que con solo dos tintas y un expresivo

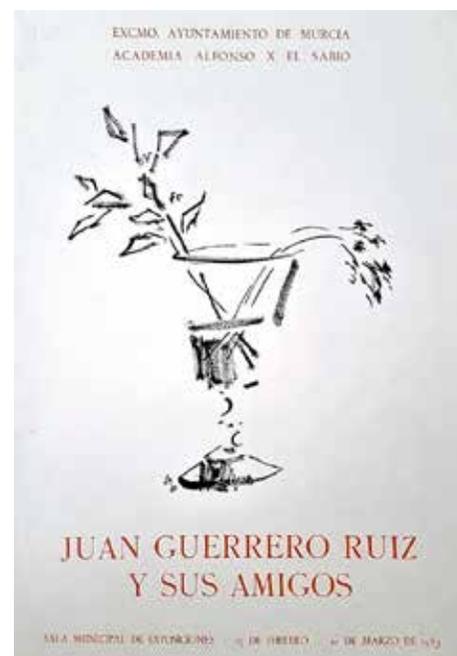
dibujo plantea una reflexión acerca del fenómeno del cartel y su incidencia en la ciudad. Un muro sucio, plagado de mensajes, sobre el cual se pretende pegar un nuevo anuncio, aquel que remite a la propia exposición, feliz recopilatorio, en palabras de Cruz, de una “larga y cultivada tradición”.

Severo Almansa y Vicente Martínez Gadea diseñarán el catálogo y los carteles de “Contraparada 4”. Recogieron en estuche negro –que aportaba sobriedad, prestigio, elegancia y clase– con repetitivo texto en colores primarios, *Contraparada 4*, haciendo de fino estampado, los tres catálogos correspondientes a la edición de abril del ochenta y tres: “Expresionismo Español”; “Los Ballester de Ballester” y “Francisco Salzillo (1707-1783)”. La cartelería se concibió a modo de banderolas verticales divididas en dos campos; idéntico al planteamiento gráfico del estuche y la portada de los catálogos uno, el superior; el otro, con ilustración alusiva a cada una de las tres exposiciones –ninguna celebrada en la Sala Municipal–.

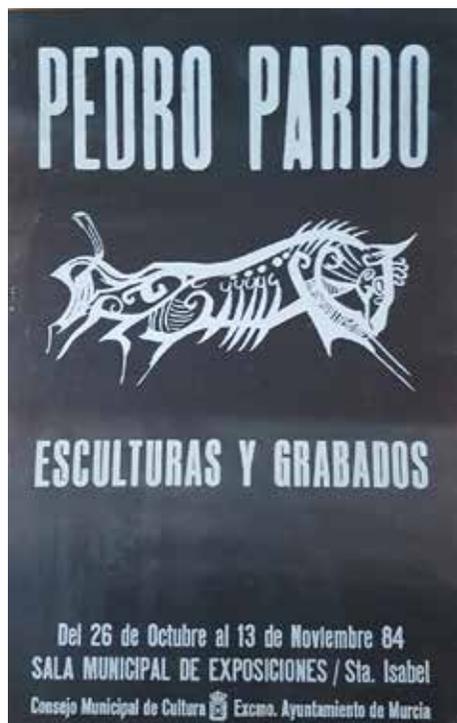
Las exposiciones públicas que organiza el Consejo Regional de Murcia en colaboración con otras entidades y ayuntamientos, y “Contraparada”, como proyecto estrella, lograrían que, de repente, la forma de anunciar exposiciones y eventos por parte de algunas galerías privadas de la región, carteles y catálogos, devengan antiguas. Esos carteles tipográficos que editaban las galerías en los años sesenta y setenta, impresos en la Tipografía San Francisco, Nogués o en Belmar, a una tinta, en general plateada sobre cartulina negra, roja o azul, o en negro y sepia sobre blanco, a veces con pequeñas selecciones de color, no muy precisas, impresas en cuatricromía y pegadas a mano en el pliego, parecen en 1983 viejos, algo salido del pasado. Son carteles que no responden a una imagen de marca propia de cada galería de arte; pues no son carteles de autor, ni buscan fijar la imagen de la galería, sino productos estándar que responden a las posibilidades técnicas de las imprentas. A veces, en un ¿alarde creativo?, se añaden sugerentes fotos a los nombres de los pintores, como ocurre en el cartel del Grupo los Seis, que anuncia su exposición en la Plaza de la Cruz (*con aire acondicionado*), en septiembre de 1970. O se muestra en el cartel todo el proceso de impresión de la selección de color; cosa que ocurre en el anunciador de la exposición que Ángel Hernansáez presenta en Zurbarán, Cartagena, en febrero del setenta y tres. Carteles que, en el mejor de los casos, son revisados, sugeridos por el artista, o un encargado del establecimiento donde se expondrá la obra. Zero, Thais, Chys, Acto, Zurbarán..., incluso los certámenes que patrocinan las cajas de ahorros, recurren de forma casi idéntica a este tipo de cartelería. Los carteles de las exposiciones de Ángel Hernansáez, en noviembre de 1973 (Fig. 225); de Guijarro, en 1974; Muñoz Barberán en 1976; que se cuelgan en Zero, están realizados con pequeñas selecciones de color. El cartel de la exposición de Almela Costa en Zero (Fig. 226) –tipografía plata sobre cartulina negra–, en noviembre del setenta y cinco, es prácticamente idéntico al de la exposición de Pedro Flores de octubre del mismo año, solo que al de Almela se le ha añadido una pequeña selección pegada a mano, tal como hizo la galería en las muestras de Enrique Gabriel Navarro o de Medina Bardón; tal como haría la lorquina Galería Thais para difundir la exposición de Ángel Hernansáez en febrero de 1974. Un cartel tipográfico, impreso en Nogués, anunció en 1977 la exposición “Pintores españoles de la escuela de París” celebrada en la galería Acto en diciembre. A veces, los carteles reproducían, de forma cuidada, bocetos y dibujos de los artistas expuestos; Zero editó bonitos carteles –reproducían dibujos sobre fondo blanco y tipografía en dos tintas– para las exposiciones de Pablo Serrano en marzo de 1975 y Álvaro Delgado en abril de 1976. En 1977 la sala de exposiciones de la Sección de Bellas Artes del Museo de Murcia, en la calle Obispo Frutos de la capital, anunció una muestra de Párraga con un cartel, impreso en Nogués, que reproducía dos dibujos del artista en negro sobre el blanco del papel; tal como haría en 1985, la misma imprenta para el Colegio de Arquitectos, reproduciendo obra en una sola tinta, negro, para anunciar la exposición de octubre de Ángel Pina. Chys mandaría imprimir dibujos de Gaya, Avellaneda (Fig. 227) y Rubio Pacheco, a una o dos tintas sobre papel blanco, para anunciar las muestras de estos artistas a principios de los ochenta. Incluso la Sala de Santa Isabel mantuvo esta cartelería un tanto anodina; en 1982 utilizó un dibujo en negro con texto marrón para anunciar la exposición de Atiénzar en septiembre, y en febrero de 1983 recurrió al dibujo de una copa y un texto en naranja para publicitar “Juan Guerrero Ruiz y sus amigos” (Fig. 228). En enero de 1984



(Fig. 227) Manuel Avellaneda. *Exposición Galería Chys*. 1982.



(Fig. 228) Ramón Gaya. *Juan Guerrero Ruiz y sus amigos*. 1983.



(Fig. 229) Pedro Pardo. *Esculturas y grabados*. 1984.

Almansa y Gadea realizan la gráfica atrevida, rompedora –cartel y folleto-catálogo– de la exposición “15 paisajes de Aurelio”; así que, aunque ese año la Sala de Santa Isabel, para anunciar la exposición de Pedro Pardo (Fig. 229) “Esculturas y Grabados”, recurriera a la imagen de un estilizado toro plateado sobre cartulina negra –emotivo recordatorio de aquellos carteles del pasado–, algo había cambiado ya definitivamente.

Estos carteles sin personalidad definida tienen su eco en los pequeños catálogos, grapados, con mínimas reproducciones, generalmente en negro –solo de forma puntual se reproduce alguna obra a todo color–, acompañadas de dibujos y textos donde es fácil apreciar las marcas, que los tipos metálicos han dejado, en forma de relieve, por mor de la presión tipográfica en el papel. Una forma de imprimir que pronto parecerá un recuerdo perdido en la memoria.

Es cierto que algunas galerías y algunos artistas ya venían mostrando cierto interés en cuidar aspectos relacionados con la gráfica, el diseño y el cartel, en dos niveles, el de la propia imagen y el de las actividades y exposiciones que organizan: Yerba ponía sumo cuidado en los carteles anunciadores de sus exposiciones; y organizó muchas de ellas con el cartel o la obra gráfica como protagonista. El 28 de abril de 1980 Yerba inaugura “España 82. Los quince carteles del mundial de futbol”; los diseños de Miró –cuya propuesta de cartel anunció la muestra–, Alechinsky, Adami, Arroyo, Pol Bury, Chillida, Erro, Folon, Kolár, Monory, Saura, Tàpies, Titus-Carmel, Topor, Velickovic; distintos lenguajes experimentales para indicar que el cartel está lejos de soluciones plásticas y cánones de tiempos pasados. En enero de 1981 Yerba cuelga “Obra Gráfica Americana”, exposición anunciada con cartel de Juan Antonio Molina.

Aunque no podemos obviar que algún producto hubo, ya desde finales de los sesenta, con voluntad de resultar diferenciado, incluso rompedor, con el inequívoco sello del artista. Pedro Borja imprime en negro, en Helvética, con cuidada disposición tipográfica sobre papeles de color su 1967 *Manifiesto Escultocerámico*; un canto a la industria como medio difusor del arte y la belleza: “*El hombre consume belleza porque es utilitaria.*

El arte ha de proyectarse masivamente.

Yo quiero hacer obras de arte (antes reservadas, por su precio, a minorías) a precios asequibles al alcance de la mayoría.

He descubierto en la Industria el medio idóneo –por su capacidad– de intentar ese fin; pero bajo el control del artista sobre los demás medios...”.

Aurelio recurre para el cartel y la portada del catálogo de la exposición que presenta en Zero en 1969, con texto de Alemán Sainz, a la serigrafía realizada en cinco tintas de un jarrón con flores, aunque esta poco tenga que ver con la obra expuesta: “Pinturas inéditas. Marsella 1957-1959”. Ángel Hernández editó en 1973 una magnífica serigrafía a dos tintas para la exposición que inaugura en mayo en la galería Xiner de Valencia. Alfonso Albacete presentó su trabajo en abril de 1976, en Chys, con un pequeño cartel serigrafiado a dos tintas; un cartel muy influido por la pintura de Robert Rauschenberg, semejante al que editó para la muestra, el mismo año, en Valencia: “Acumulación”. Zero presentó en 1978, con un cartel (Fig. 230) serigrafiado que firma Alejandro Franco y en el que colaboró Marcos Salvador Romera, la exposición colectiva “Libertè”; El propio Alejandro Franco, Alfonso Albacete, Antonio Ballester, Barnuevo, Cacho, Galindo, Romera, Silva y Luis Toledo; cartel que trae aires de compromiso político y aromas picasianos y que lleva impresos en rojo unos textos del poema *Libertad* de Paul Eluard; Juan Bautista Sanz explica años después, el 16 de agosto de 2013, en su sección “Olvido y memoria” de *La Opinión* el sentido de aquella muestra, su vinculación a la forma de abordar el trabajo expositivo de otras galerías españolas como la madrileña Multitud: “Una de las muestras organizadas en Murcia con un sentido reivindicativo de las necesarias libertades democráticas del periodo de la Transición fue el encuentro en torno al poema *Libertè* de Paul Eluard; antes había homenajeado a Miguel Hernández... y se había hecho la repulsa a la Guerra de Neutrones; nos convertimos así en un punto cultural de interés social y político.” Yerba colabora en octubre de 1981 en la celebración del centenario de Picasso, con una exposición de carteles de distintas exposiciones realizadas sobre la obra del malagueño; los carteles homenaje a Picasso se expusieron en el Colegio Público Narciso Yepes y en la Escuela de Artes Aplicadas; el arquitecto Juan Antonio Molina⁽¹⁸⁹⁾ diseña el cartel de la exposición “Viva Picasso”; un cartel de gran formato, con el rostro de Picasso en negro, en el que el diseñador interviene, o permite intervenir, añadiendo en distintos colores el texto que da título a la

(189) Colaborador habitual del TEU de Murcia, para quien crea escenografías y carteles; y de la Galería Yerba, hasta su desaparición en 2003, para la que ha ideado el logotipo. Juan Antonio Molina es autor de un buen número de interesantes logotipos: Diógenes, Nordik (sauna masculina), la cafetería Jota Ele, el Aula de Humanidades de la Universidad de Murcia, el restaurante Los Apóstoles... y realizaría la gráfica de la celebración del 200 Aniversario de la Real Sociedad Económica de Amigos del País.

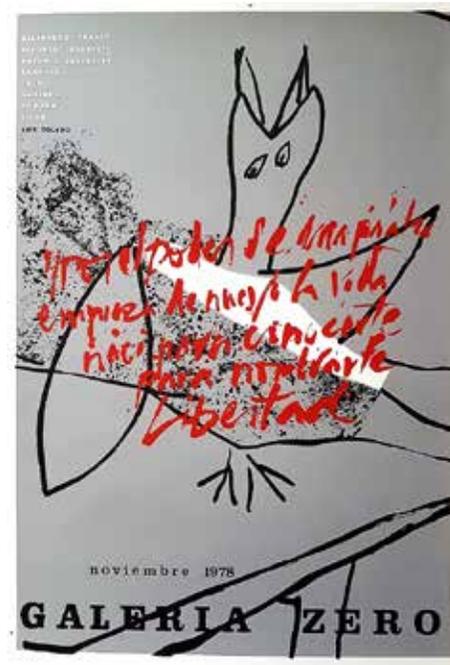
exposición⁽¹⁹⁰⁾. Pedro Pardo experimentó en 1982 con los procedimientos de reproducción de planos de arquitectura, *cianotipos*, para el cartel anunciador de su exposición en la Galería Taba –no fue el único, Paco Salinas había anunciado su exposición fotográfica en El Cuervo, en mayo de 1976, recurriendo a idéntico procedimiento–. Para la muestra que Vicente Martínez Gadea abre en Chys, en marzo del mismo año, becado por el Ministerio de Cultura, El Dibujador diseña un cartel a dos tintas, azul y rojo, con una foto tramada del arquitecto-pintor en su estudio, saboreando un café, un juego sobre el carácter intimista de la propia exposición, que contó con cuidado catálogo de 20x20 cm impreso en negro en Jiménez Godoy. En 1983 Chys anuncia la exposición “Pedro Cano, apuntes, cuadernos, dibujos”, con un cartel de pequeño formato, impreso en Nogués a una tinta, con la imagen de una granada que el pintor interviene y colorea a mano, convirtiendo cada pasquín en obra única –procedimiento, como vemos, al que recurrirán distintos autores y distintas galerías–. Para la exposición de Picasso en Zero, carteles y grabados, con colaboraciones varias –Cien Internacional, Gustavo Gili, Fontanar, González Palencia, Escuela de Artes y Oficios...–, del año ochenta y dos, se editó un cartel atrevido, incluso divertido, con foto del pintor en calzoncillos y textos naranjas desplegados en la tela que el malagueño sostiene. Y en 1983 Ángel Saura realiza en el Taller el cartel –foto de texturas abstractas– de la muestra de Zero: “Murcia joven, Què pintan estos”.

Un año después, el “Premio de Escultura Francisco Salzillo 1984” aún se publicitará, en marzo, con una imagen gris, triste y sombría, de Nila Burruezo; imagen muy alejada del cuidado puesto por Almansa y Gadea en el cartel y el pequeño catálogo, ya reseñado, de la exposición “15 paisajes de Aurelio”, que se celebra un mes antes en Santa Isabel.

A comienzos de 1982 la Diputación Provincial de Murcia y la Comisión de Cultura, Educación y Deportes publica el resumen de las actividades culturales que ha realizado a lo largo de 1981. El diputado-delegado, José Manuel Garrido, expone en la justificación del resumen-memoria: “...los vectores de incidencia de nuestra política cultural han sido, de un lado, la creación y consolidación de estructuras administrativas de gestión en parcelas específicas; de otro, contribuir en estrecha relación con los Municipios de la provincia a la creación de infraestructuras que ayuden a cubrir las necesidades prioritarias de los ciudadanos, y todo ello complementado con colaboraciones e iniciativas en las diversas áreas de la animación socio-cultural –y remata– ...búsqueda permanente de fórmulas inéditas de acercamiento al hecho cultural”. Es evidente, los objetivos que han movido las acciones planificadas y los elementos puestos en juego para alcanzarlos, diseño incluido, han quedado claros.

Al margen de ayudas, becas, subvenciones y colaboraciones con otras instituciones, hay un apartado de significativo interés para el tema que nos ocupa: La “Editora Regional de Murcia”⁽¹⁹¹⁾; dirigida en ese momento por Ángel Montiel. Las publicaciones de la Editora: libros, revistas, y carteles para su difusión en ferias, certámenes y centros institucionales, contarón, a lo largo de los años, con la colaboración de diseñadores, pintores y fotógrafos: Paco Salinas, Ángel F. Saura, Vicente Martínez Gadea, Severo Almansa, Romera, Párraga, Cacho, Garza, Pedro Manzano, Tomy Ceballos, Antonio Ballester, Vicente Tiburcio... y lograron mantener –en sus diferentes colecciones– cuidada edición sin alardes y estridencias, unidad y coherencia formal. Especialmente interesante la cuidada revista de poesía *Márgenes*, con sugerentes grafías abstractas en las portadas realizadas por Vicente Ruiz para el número cero –signos y trazos del lorquino ya recogidos en *Poemas del Sahara* y *Argarìa*, piezas realizadas en 1979 y 1980, que están presentes en el cartel *Muestra de pintura Lorca/Murcia/82*, realizado en septiembre de 1982 y en la portada del libro de Pedro Guerrero *Poética del Gesto* editado por la Editora Regional en 1984– y por Esteban Linares para el número tres.

En paralelo a la “Editora Regional” *El Rotativo Cultural* publica en diciembre de 1980 su primer número y en febrero de 1982 el último. En el intermedio tan solo seis números que han servido de caldo de cultivo, casi de lugar de encuentro y taller experimental, de gentes de la cultura que provienen de ámbitos dispares. En sus páginas publican sus fotografías Paco Salinas –que tiene bajo su cuidado la edición del informativo–, Ángel Fernández Saura y Janc (José Ángel Navarro Cortés). Se imprimía en el Taller, editado por la Consejería de Cultura, bajo la dirección de Ángel Montiel. El cartel para promocionar *El Rotativo* se le encarga a Ángel F. Saura; un cartel sensual, cargado



(Fig. 230) Alejandro Franco. *Liberté*. 1978.

(190) Intervenir los carteles para conferirles el sentido de obra única y original será bastante habitual en los ochenta; una forma de publicitar exposiciones casi en la misma línea que la edición de serigrafía. En mayo de 1982 Antonio Martínez Torres presenta en la galería D’ la Rosa su obra vinculada al Movimiento Cobra, exposición anunciada con carteles impresos a una tinta e intervenidos por el pintor, individualizando, convirtiendo en original, cada ejemplar.

(191) El 16 de diciembre de 1980 se había presentado en el Casino de Murcia, a las 7.30 de la tarde, la Editora Regional; un ente autónomo del Negociado de Cultura de la Diputación Provincial que dirige Garrido. El director de la Editora es Flores Arroyuelo, el director adjunto es Ángel Montiel y los primeros libros editados: el *Homenaje a Ramón Gaya*, el *Vocabulario del Dialecto Murciano*, *La Edad de Oro* de José María Álvarez, *Murcia* y el *Misterio de los Rox* de Pedro Cobos y una *Selección Fotográfica de la Murcia de 1911*.



(Fig. 231) Ángel Fernández Saura. *El Rotativo Cultural*. 1980.

de erotismo y misterio; un personaje anónimo, de indeterminado sexo, pues solo vemos de él dos piernas, una masculina y otra femenina, permanece oculto tras las hojas de un periódico por escribir (Fig. 231); cartel que no necesita para atraer y provocar nada más que la impresión de una fotografía en blanco y negro construida minuciosa e inteligentemente con los miembros inferiores del cuerpo que, como señala Giancarlo Marmorì en su estudio *Iconografía femenina y publicidad*: "...las prendas de las piernas igualan en importancia a la cabeza, torso, caderas, etc.". En 1983 Saura recurrirá a parecido juego de ambigüedades; dos piernas –de varón y mujer– flotan en el aire, a todo color, para anunciar *Cartagena Cultural Verano '83* con texto reiterativo: *Con los pies en el cielo*⁽¹⁹²⁾.

Ángel Fernández Saura nace en Murcia en 1953. Se acerca a la fotografía como una forma de reforzar su interés por la naturaleza –tal como harían otros fotógrafos de su generación– y la espeleología; o puede, como contaría a Pity Alarcón en la entrevista que la periodista publica el 12 de febrero de 2009 en *La Opinión*, que el asunto esté en relación con el olor a revelado que provenía del estudio Fotos Lux, situado en la calle Sociedad en el entresuelo de la casa en la que nació. En 1978 participa en la creación del "Colectivo Imágenes" con el que mantendría conexión hasta su desaparición en 1982. Reportero gráfico del *Rotativo* y la revista *Lean*, desarrolló trabajos de fotógrafo industrial y mostró sus inquietudes artísticas en distintas exposiciones: "Gente"; el proyecto "N.Y. 651 9th Avenue"; "Neo Nada" –donde utiliza los procedimientos fotográficos como un recurso pictórico– con Francisco García Silva, colgada en Los Molinos del Río Segura en 1989; "I Love NY, New York 1988", EspacioAV y Sala Verónicas 2006... y un largo etcétera. La figura humana –en especial el desnudo femenino–, estructuras, huellas, signos urbanos –muy visibles en el cartel *Don Juan y su criado*, la obra de Sebastián Ruiz que produce Arena Teatro–... siempre buscando una aproximación a lo conceptual sin renunciar a la experimentación, son sus preocupaciones y referentes constantes en su trabajo; un trabajo en el que el diseño de libros, catálogos y carteles ha jugado papel primordial.

Saura crearía un estilo en la edición y la cartelería de los años ochenta, con sus diseños realizados a partir de una foto en blanco y negro de unos pocos elementos –una propuesta, casi minimalista, ya anunciada en la gráfica publicitaria que realiza para la sastretería de Francisco Saura a principios de los ochenta y en los carteles autoeditados de sus primeras exposiciones–, que se ubican en el pliego de forma elegante y rotunda; un buen ejemplo lo constituye la serie de carteles *Juegos Escolares*, el correspondiente al curso 81-82 lo compone con una peonza de madera y la sinuosa curva que describe el cordón que la hace girar, para el curso siguiente crea un cartel con cuadernos escolares y barquitos de papel, el del curso 83/84 lo compone con la foto de un lápiz y un balón; el realizado para la *Editora Regional*, esos paquetes de folios, apenas insinuados, que semejan pilas de libros en 1981; el anunciador del carnaval de Molina de Segura en 1984; la portada de la publicación *Cine en el País Vasco: La Aventura de una Cinematografía Periférica*, realizada para la Filmoteca Regional en el ochenta y seis y el cartel de la propia filmoteca; o esas velas que arden en la noche para anunciar el *XIII Festival de Música en la Navidad* de 1985/86. A veces introduce color, iluminando, pintando sutilmente, como en aquellas imágenes antiguas, partes de la fotografía: *Gente*, el cartel de su propia exposición en Chys, en 1981, actúa de mecanismo activador de la memoria; la portada del *Recetario de la Cocina Murciana* de María Adela Díaz Párraga, que edita la Editora Regional; y *Cultura y Administración, I Seminario*, en noviembre del mismo año; *25 años de Radio Popular* en Lorca; *Teatro Romea, Programación 83/84 (I Parte)*, iluminando la foto de una máscara veneciana; *Escuela de Padres*; el sugerente cartel (Fig. 232) *Primeras Jornadas Nacionales de Información y Asesoramiento Juvenil* o el de las *Primeras Jornadas de Prevención de la Drogodependencia*, en 1983; la propia portada de la *Agenda Cultural de la Editora Regional*, también en 1983; *UGT, Primera Semana de Encuentros Culturales* en 1985; *El Encuentro de Consejos Locales de Juventud y Administraciones Locales de la Región de Murcia*, en noviembre de 1988... los ejemplos son incontables. Y los imitadores; el cartel OMIC, para la Oficina Municipal de Información al Consumidor de Lorca, con foto y diseño de Pablo Rae, podría haberlo firmado, sin ninguna duda, el propio Saura.

Pero Ángel F. Saura indagaría otros registros. Con Lucía Pastor Prolongo, diseñadora que había realizado el cartel *Feria de Murcia 1983* y el anunciador de la obra de teatro *Entre Bobos Anda el Juego*, acometió trabajos más próximos al cómic y a la ilustración: *Ecología en acción* es uno de ellos; para el Patronato Municipal de Deportes realizaron

(192) *Con los pies en el cielo*, ciclo cultural de la Concejalía de Cultura y la Universidad Popular del Ayuntamiento de Cartagena para el tórrido verano: teatro, recitales, cine, verbenas... todo bajo la bandera de la atrevida propuesta gráfica de Ángel F. Saura. Un ciclo que cuesta 6,3 millones de pesetas y defiende el concejal de Cultura José Antonio Alonso, explicando que es bueno atraer no solo a los que se quedan en la ciudad de Cartagena sino también a los veraneantes de zonas próximas del Mar Menor y La Manga: "... Cartagena, además del mar y el sol también puede ofrecer cultura" de ahí la imagen atrevida del cartel, dinámica, moderna, con un título elegido para "dignificar lo que se pretende hacer, mi política, es que cosa que se haga, cosa que se publique, pero de forma digna. Intentamos que la imagen vaya en consonancia con el contenido". El concejal Alonso explicita así, quizá sin percatarse de ello, las bases de toda una política de apariencias e imagen.



(Fig. 232) Ángel Fernández Saura. Primeras jornadas nacionales de información y asesoramiento juvenil. 1983.

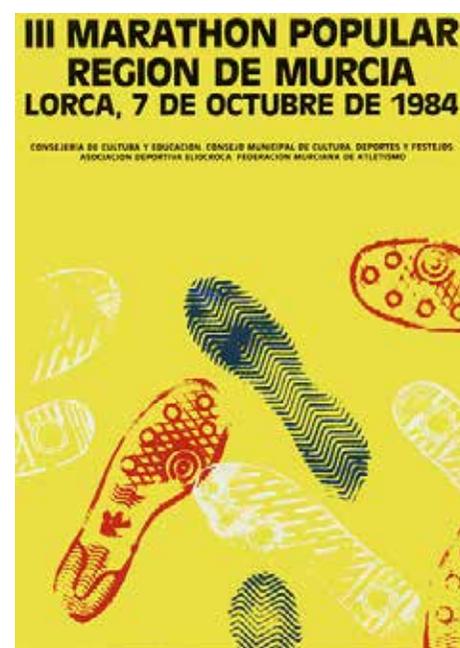
el cartel *Escuela Municipal de Natación* temporada 83/84 y el de *Casas de Juventud de Murcia*. Reutilizó, en solitario, coloridas interpretaciones de huellas para el cartel de 1984 *III Maratón Popular Región de Murcia* (Fig. 233), el fragmento de un mapa para *Cartomur 1985* y los símbolos que se utilizan en la escuela para que los niños aprendan a leer en el cartel *V Feria Regional del Libro* de 1985. Para divulgar el Día de la Constitución diseñó un gran seis sobre el horizonte con los colores de la bandera nacional, que la Comunidad Autónoma reprodujo en 6.000 carteles y 20.000 folletos.

Saura colaborará como diseñador con distintos establecimientos hosteleros: La Puerta Falsa, Torreta Bar, El Continental, café-bar El Escalope..., con grupos musicales como Los Fanáticos; y desde los años noventa, centrará su trabajo en el diseño editorial y fotografía de producto.

La política, las campañas políticas, seguirían impregnando los comportamientos sociales, las dinámicas ciudadanas de aquellos años. Carteles por doquier. Pareciese que el medio es el mensaje. El 30 de abril de 1981 el MCRM edita 2.000 carteles alusivos al Teniente Coronel Tejero y a Calvo Sotelo referidos al intento de golpe de estado. Incluso podríamos preguntarnos ¿de qué sirvió que la Universidad de Murcia acometiese en mayo una operación limpieza de las paredes de su recinto? Sí, Murcia se llenó de carteles contra y a favor de la OTAN. CCOO, JCRM, LCR, MCRM... editan carteles contra el ingreso en la OTAN en una campaña de movilización regional, motivada por la solicitud de ingreso en la Alianza formulada por el Congreso, que presagia el despliegue que se producirá en 1982 para las Elecciones Generales.

La noche del 5 de octubre de 1982 con la tradicional "Gran pegada de carteles" comienza la campaña electoral a las generales. Entre 40.000 y 50.000 carteles tiene previsto pegar el PCR-M-PCE en los lugares asignados y previstos por los ayuntamientos de la región. En contraposición la idea de AP es dar imagen de seriedad y no inundarlo todo de papel impreso. El PSRM-PSOE advierte que no quiere pegar en fachadas, pero que si sus rivales lo hacen ellos también lo harán. El CDS, que carecía de medios económicos para contratar pegadores de carteles –solamente gastó en Murcia 7.000.000 de pesetas– y contaba escasa militancia, llegó a recurrir a pintadas con spray, aunque pegó 40.000 carteles en la región. UCD, en semejante situación, avisó en palabras de Adrián Ángel Viudes: "Tenemos problemas económicos, nuestra campaña va a ser modesta". En efecto los carteles de UCD son de un "verde caduco y un naranja desangelado... casi apuesta a perdedor", escribe José María Serrano en *La verdad* el 7 octubre. Garrido, cabeza de lista al Congreso por el partido socialista abrió la pegada de carteles: en las paredes un Felipe González sonriente sobre fondo azul y la promesa del cambio; un cartel del que la prensa señaló que el líder socialista aparecía con "carita de niño de primera comunión".

Todos los carteles recurrieron a la imagen de los líderes: Manuel Fraga, Santiago Carrillo, Blas Piñar, Landelino Lavilla, Suárez, González... y a lemas que se suponían ganadores en la carrera electoral: UCD recurrió al texto «UCD, Vota el centro» y «Lan-



(Fig. 233) Ángel Fernández Saura. III Marathon Popular Región de Murcia. 1984.



(Fig. 234) Severo Almansa y Vicente Martínez Gadea. VII Festival Internacional de Teatro Clásico de Almagro. 1984.

delino Lavilla responde». El PSOE utilizó «*Por el cambio*», lema que inundó España con 12.000.000 de carteles con la imagen de Felipe González, ante un cielo azul, mirando el futuro con calma y resolución; una campaña valorada en más de mil millones de pesetas que aplicó las técnicas cinematográficas de Pilar Miró. Un lema que las Juventudes Socialistas sometieron a ligeras modificaciones: «*Este es el tiempo del cambio*» y «*Muévete por el cambio*» en los atrevidos e impactantes carteles que imprimieron, con estética inspirada en festivales y encuentros de música; todo bajo el control de Miguel Valls, que creó la serie a partir de fotos de Villagraz ilustradas e intervenidas por Cover+Tirado. AP, en alianza con el PDP, consideró que «*Es hora de soluciones. La hora de Fraga*», «*Todos ganaremos con Fraga*»; mucho anuncio en prensa, fotos con autógrafo del líder y parecido presupuesto, 1.200.000.000 de pesetas, al del PSOE. El PCE de Carrillo imprimió 2.500.000 de carteles, que reprodujeron 132 originales; todo un arsenal publicitario; 600 millones de pesetas para «*Que nada se pare*». El CDS «*Como debe ser*», imprimió 2.000.000 de carteles y gastó 600 millones de pesetas; gasto que no evitó que Suárez fuera tachado de «*Duque pobre, que no tiene ni para carteles*».

El 28 de octubre de 1982, día que se celebran las elecciones, *La Verdad* publica una entrevista al pintor Juan Genovés que expone, en la nueva sede del Colegio de Arquitectos de Murcia, 42 cuadros producidos entre 1974 y 1982 con el patrocinio del Consejo Municipal de Cultura y Festejos de Murcia y la colaboración de Yerba y Marlborough-Nueva York. El pintor, cuya obra se ha visto reproducida en miles de carteles del Pecé, aclara que nunca estuvo en su ánimo hacer cuadros-panfleto.

El Ayuntamiento de Murcia –que llegó a acuerdos con empresas para colocar carteles en las farolas– había recordado las ordenanzas municipales el día 25 de septiembre que, en su art. 14, prohíben la colocación de carteles en las zonas no destinadas para ello y la realización de pintadas, haciendo responsables a las personas que realicen la operación y, subsidiariamente, a la entidad anunciadora; recomendando usar los lugares señalados para colocación de carteles y no convertir la ciudad en un basurero electoral. Los paneles de 4x2 metros se colocaron en Murcia en 32 puntos diferentes y en las 52 pedanías. La relación de lugares se mandó a la Junta Electoral de Zona. Aunque, en general, se respetaron los espacios para publicidad electoral y no se plantearon conflictos entre los partidos, el PSOE pegó carteles fuera de las vallas municipales y en Cartagena la publicidad electoral se colocó de forma anárquica.

El PSOE cosechó un resonante triunfo, logrando una mayoría absoluta más holgada de lo previsto⁽¹⁹³⁾. Al acabar el año 1982 parece que un ciclo estuviese cerrándose. Nada más lejos de la realidad. El triunfo socialista posibilitará, de la mano de Garrido, un importante incremento de la presencia en Madrid del diseño murciano.

En 1983 Severo Almansa y Vicente Martínez Gadea ya se encuentran trabajando en el cambio de imagen de la Dirección General de Música y Teatro del Ministerio de Cultura –carteles, catálogos y publicaciones; además de realizar para la Dirección General de Cinematografía el libro *Cine Español 1896-1983*–, como ellos mismos han manifestado en la entrevista del 18 de julio de 1983 para la *Hoja del Lunes*, reseñada al comienzo del capítulo.

César Oliva, designado director del Festival de Teatro Clásico de Almagro, había anunciado en junio que la imagen del VI Festival sería realizada por Severo Almansa y Vicente Martínez Gadea. Los diseñadores serán también autores, en 1984 y 1985, de los carteles y la gráfica del VII y el VIII Festival Internacional de Teatro Clásico de Almagro. Para el cartel de 1983 recurrieron a la foto de una actriz en el escenario y en 1984 partieron, para difundir el VII Festival, de la distorsión de la fotografía de un actor que representa una obra del siglo XVII (Fig. 234). En 1985 utilizaron, como base de partida de la imagen del Festival de Almagro, el fragmento de un cuadro de Vicente Martínez Gadea, *Teatro Infantil*, en el que cuatro niños representan *Los Músicos de Bremen* en infantil juego teatral disfrazados de animalillos; para el cartel se escogió al portador de la máscara de pollito⁽¹⁹⁴⁾. Carteles bellos, sugerentes y rotundos, que mantienen dos constantes en los trabajos conjuntos de Vicente y Severo: la cuidada tipografía y un juego de vacíos y volúmenes en el espacio del pliego del cartel que los dota de elegancia, misterio y atractivo. Estos trabajos para la Dirección General de Música y Teatro se están imprimiendo en Murcia, primero en Belmar y luego en Novograf: la gráfica del XXXIII Festival de Música y

(193) El interés despertado por la campaña electoral y los soportes publicitarios empleados en ella, especialmente la cartelería, hace que el cine club Buñuel, de Molina de Segura, proponga como actividad un curso de fotografía, dentro de su “Escuela de la imagen”, para analizar los carteles electorales.

(194) El cuadro se colgó en la exposición *Arte en Murcia 1862-1985* que organizó la Consejería de Cultura y Educación de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia y el Ayuntamiento de Madrid. Exposición que se celebró en el Museo Municipal de Madrid y en la Sala de Exposiciones de San Esteban de Murcia entre septiembre y diciembre de 1985.

Danza de Granada, del 19 de junio al 7 de julio de 1984; la *Mostra de Teatro Espanhol*, que se celebra en octubre del mismo año en Portugal⁽¹⁹⁵⁾; la *Muestra Internacional de Teatro Clásico de Madrid*; los catálogos y carteles del Festival de Almagro; imagen, carteles y programas del Teatro Real; también la propuesta gráfica que han preparado para el Ayuntamiento de Murcia de la *Sala Alternativa 2*, que se pretende sea segundo espacio complementario al Romea; y del propio Teatro Romea, con esos cuidados folletos editados en las temporadas 83/84 y 84/85. Programas gráficos con parecidos planteamientos visuales a la concepción de catálogos y publicaciones; un buen ejemplo lo constituyen los folletos diseñados para el Romea: el explicativo de *Flowers*, representada en febrero de 1984 por la Lindsay Kemp Company, y el realizado para anunciar el *I Ciclo de Teatro Infantil* en diciembre del mismo año.

En los años ochenta la relevancia de personalidades murcianas en el mundo de la escena –más allá de formar parte de grupos teatrales– es muy relevante. José Manuel Garrido Guzmán es director general de Música y Teatro entre 1982 y 1985 y luego director del INAEM⁽¹⁹⁶⁾ entre 1985 y 1989, ejerciendo desde allí su influencia y su apoyo. El Festival de Almagro fue dirigido por César Oliva entre 1983 y 1985; Juan Ángel Serrano Masegoso sería subdirector del certamen en 1987, año en el que se inauguró en Almagro el Museo del Teatro bajo la responsabilidad de otro murciano, Andrés Peláez.

El 6 de abril de 1983 Manuel Alcantara escribe en *La Verdad*: “*La ola de papel que nos va a invadir de un momento a otro ...son la yedra cuadrangular de las esquinas* –una expresión debida a Miguel Hernández– *...salvo en esos edificios considerados como monumentos arquitectónicos, en los demás veremos muchos efímeros papeles, se trata de empapelar a todos...*” Es el preámbulo de las nuevas elecciones municipales y autonómicas.

Los eslóganes institucionales de la Comunidad Autónoma de Murcia fueron: «*Funciona con autonomía, vota*» y «*Si quieres ganar el domingo, vota*». Sería una campaña electoral falta de originalidad, pues estaba centralizada y diseñada desde Madrid para todos los partidos.

El PSOE pegaría 200.000 carteles en toda la región y gastó, según Manolo Hurtado, miembro del Comité Electoral, 10.000.000 de pesetas; cifra semejante a la empleada por AP que alcanzó los 12.000.000 de pesetas y muy alejada de los 4.000.000 del PCE que redujo presupuestos.

El PSOE utilizó los lemas: «*Por tu tierra Vota PSOE*» y «*Por tu pueblo Vota PSOE*» unidos al rostro de su candidato, Hernández Ros, y sobre él las banderas de España y la Región de Murcia; un asunto que motivó las quejas de los otros partidos, porque dicen –los servicios jurídicos de AP– infringe lo dispuesto en la ley que regula el uso de la bandera nacional. Aunque a juicio de los abogados del PSOE que apelan a la ley 39/81 de 28 de octubre: “*Se prohíbe la utilización, en la bandera de España, de cualesquiera símbolos o siglas de partidos políticos, sindicatos o entidades privadas*”; es decir: lo que no se puede es utilizar siglas o logotipos de un partido dentro de la rojigualda.

La coalición de la derecha AP-PDP y UL utilizó carteles con el lema «*AP por Murcia. Honradez y eficacia*», «*José Bautista con todos*» y «*Marcha Murcia*» que no gustó entre la militancia murciana de la coalición y propuso cambiarlos por «*José Bautista, con todos y por Murcia. Vota al alcalde de AP*». El PCE insistía «*La realidad está con nosotros. Vota PCE*». Unas elecciones en las que CDS volvió a notar las dificultades económicas, haciendo pivotar la campaña en programas de radio más que en el papel impreso.

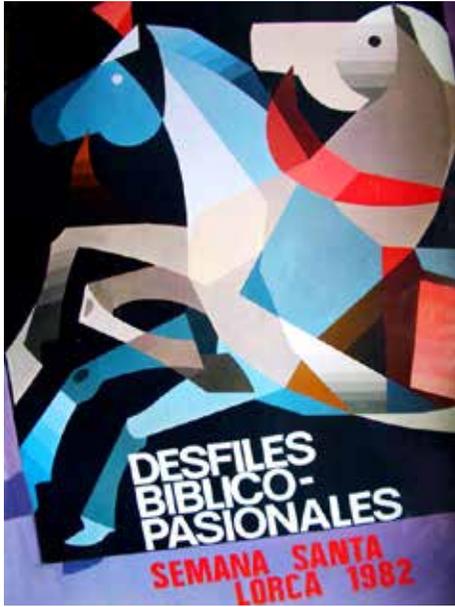
Todos los partidos recurrieron como imagen más usual al rostro de los candidatos autonómicos o locales, o al de los líderes nacionales. Bartolomé Montoro que coordina la campaña del CDS apunta que los carteles azules con la imagen de Suárez se los quitan de las manos o los arrancan de la pared como si fueran posters decorativos. El PDL pegó 5.000 veces la cara de Garrigues en las paredes de las calles de la región. En Cartagena se llegaron a pegar 60.000 carteles y fueron los cantonalistas los que más prodigaron la imagen de sus candidatos. Una campaña con escasos problemas, salvo la aparición de carteles del PSOE rotos y arrancados en el Puente Viejo y las calles de Aljucer.

A finales de abril el PSOE revalida el triunfo en la región y los socialistas pasan a controlar todos los resortes del poder a nivel local, regional y nacional.

Han sido cuatro años, los que median entre 1980 y 1983, en los que el cartel y el diseño ha sufrido significativos cambios en la Región. Más allá de esa renovación,

(195) La gráfica de la *Mostra de teatro Espanhol*, con esas líneas y lutos tipográficos cruzados, tendrá eco en la cartelería que ambos diseñadores realizan en 1985 para el Vicerrectorado de Extensión Universitaria de la Universidad de Murcia, y será llevada por Severo Almansa a su máxima expresión en los años noventa: *Contraparada 12*; conciertos en el Auditorio de Murcia, temporada 1994/95; la línea de publicaciones para el Plan de Salud de la Consejería de Sanidad y Asuntos Sociales de la Comunidad Autónoma de Murcia; o el cartel *VIII Edición Premios de Arquitectura y Urbanismo de la Región de Murcia 1995...* Productos interesantes y atrevidos, minimalistas y conceptuales, que juegan con el color y las unidades de medida, y parecen tener ciertos vínculos estéticos con la pintora neoyorkina Rosemarie Castoro (1939-2015). Aunque el uso de tramas y retículas, creadas a base de segmentos, fue muy recurrente en los noventa, Severo aplicó este recurso gráfico, con resultados plenos de movimiento y tensión, de manera absolutamente creativa y novedosa.

(196) Creado mediante R.D. 565/1985 de 24 de abril, una consecuencia del traspaso de competencias de cultura a las comunidades autónomas.



(Fig. 235) Ignacio García. *Desfiles Bíblico-Pasionales. Semana Santa. Lorca. 1982.*

que ha tenido en Garrido su mayor valedor, su máximo impulsor, las antiguas y tradicionales festividades regionales siguieron anunciándose con carteles fotográficos o con pinturas indistintamente; recurriendo a concursos y adjudicaciones directas en muchas poblaciones; con resultados no siempre atractivos e innovadores, aunque percibamos la importancia que irá adquiriendo el cartel en los debates que en torno a él se producen –las galerías de arte regionales, Zero y Yerba en Murcia, promovieron el debate– y en los incrementos de dotación económica que se ofrecen por su realización.

En diciembre de 1979 Lorca convocaría, en línea con otras poblaciones murcianas, concurso de carteles anunciadores de la venidera Semana Santa; otorgando 25.000 pesetas al cartel ganador, que tendrá unas medidas de 90x64 cm, y un plazo de entrega de originales que finaliza el 17 de enero de 1980. Al concurso de carteles anunciadores de la Semana Santa lorquina de 1980 concurrieron 6 artistas, cuyos bocetos se exponen en el vestíbulo del Ayuntamiento. Solamente dos parecían con posibilidades de obtener el galardón. El jurado, que componen los miembros de la Unión de Cofradías, otorga el triunfo a Santiago Cruz Pallares, por un cartel que presenta tres rostros de perfil caracterizados como personajes babilonios, egipcios y romanos.

En diciembre de 1981, tras unos carteles vulgares editados en abril para Semana Santa, se convoca el I Concurso Nacional de cartel anunciador de los desfiles bíblico-pasionales de Lorca 1982. El boceto se presentará a un tamaño de 70x50 cm, con premio al ganador de 100.000 pesetas. Parece que Lorca pretende romper con una cartelería que juzga poco apropiada para la difusión de sus desfiles, promover mayor concurrencia de artistas y buscar aportes gráficos más originales, de ahí el incremento económico.

A primeros de enero del ochenta y dos se presenta la exposición de los 33 carteles que optan a anunciar los desfiles bíblico-pasionales de Lorca en el Aula de Cultura de la CAAM. La Consejería de Turismo se compromete a financiar la tirada de 3.000 ejemplares del cartel ganador con 100.000 pesetas. Se considera que entre los presentados hay varios de mérito, aunque parece que más que carteles sean cuadros. Ganó Ignacio García por «*Tropiezo*»; caballos cubistas (Fig. 235), realizados en la línea de la exposición “*Flotantes*”, que el pintor había presentado en Santa Isabel en 1981 –una aproximación al Op-art y al Cubismo–, donde dominan los tonos blancos y azules. Es verdad que los procesionistas parecían preferir «*Sueño del Viernes Santo*», menos cartel, pero más indicado, según su criterio, para anunciar las procesiones; otro de los bocetos presentados, «*Escudo Alegórico*», se propuso como anagrama de las procesiones lorquinas. El presidente del Paso Blanco tildó de mofa el cartel ganador, insistiendo en que el cartel anunciador debía ser elegido por los propios procesionistas.

A finales de septiembre de 1982 se hacen públicas las bases del concurso de carteles de la Semana Santa de Lorca 1983, para artistas nacionales y extranjeros, con dotación de 150.000 pesetas que financia la Caja Provincial de Ahorros. A finales de diciembre se habían presentado en Lorca, al II Concurso Nacional, más de sesenta trabajos; seis o siete se consideran aptos para difundir los desfiles. El 4 de enero del ochenta y tres estaba en marcha la exposición, que se mantuvo hasta el 8 de enero, con los 56 carteles que optan a anunciar la Semana Santa lorquina. Simón Ángel Ros Perán, que realiza el diseño, y Miguel Bastida, las fotografías, obtendrían las 150.000 pesetas del premio por una composición fotográfica que presenta diversos aspectos de los desfiles pasionales: *Armaos*, *pasos*, nazarenos, detalles de bordados y la Corredera con el espectacular desfile. Se imprimieron 4.000 carteles en la imprenta Grafisol. Cartel curioso, pues adelanta esos carteles exuberantes, barrocos, plenos de imágenes y detalles del desfile lorquino que acabarán convirtiéndose en los habituales *afiches* anunciadores de las procesiones de Lorca.

La Corporación Municipal de Lorca encargaría, de forma directa, el cartel anunciador de la Feria y Fiestas de septiembre 1983 a Juan Jiménez Asensio; el mismo mes que volvió a convocar concurso de carteles para la Semana Santa de 1984, patrocinado por la Caja de Ahorros Provincial, con idéntica dotación a anteriores ediciones. Acabado el plazo, el 17 de diciembre se habían presentado 25 obras, juzgadas de más baja calidad que el año precedente; algunas se consideran buenos cuadros, pero pobres como carteles; varios de los presentados están en la línea del que ha recibido el último galardón.

El paso de 25.000 pesetas en 1979 a las 150.000 del premio de 1984, que pretendía servir para atraer mejores obras, no parece, a juicio de jurados, prensa o calle, haber cumplido su cometido.

En Cartagena la prensa mostró, en 1980, su malestar por los carteles que afean la belleza y el ornato de la ciudad en las señaladas fechas de Semana Santa. Crítica no referida a la cartelería pasional, que editó ese año una fotografía de penitentes del *paso de San Juan* realizada por el barcelonés Joaquín Villalta, miembro de la Asociación Fotográfica de Cartagena (AFOCAR). La foto, de desdibujados y ardientes nazarenos capirotes, se ha elegido entre las presentadas al Ayuntamiento por cartageneros amantes de la fotografía, a petición del Concejal de Festejos.

Un año después 10.000 carteles, con la imagen de Cristo yacente entre faroles, que costó 250.000 pesetas editar a todo color, en la imprenta Gómez de Cartagena, anunciaron la Semana Santa cartagenera. Se enviaron con tiempo suficiente –a finales de febrero– a todas las oficinas de turismo españolas y algunas del extranjero. El Ayuntamiento había vuelto a pedir, igual que en años anteriores, fotos, o propuestas, para el cartel anunciador; ganando la foto presentada bajo el lema «*Sepulcro*» de Joaquín Villalta. Se habían presentado 50 trabajos.

Una foto del *Encuentro* de la madrugada de Viernes Santo, con la *Virgen* de Salzillo en el centro de la composición, realizada por el cartagenero Amadeo Terol, es elegida para cartel anunciador de la pasión cartagenera de 1982 entre otras 20 fotos y 24 diapositivas; el pintor Nicomedes Gómez está en el jurado. Se tuvo en cuenta que no se pareciera a la de otros años y recogiera el ambiente de luces y flores de los desfiles cartageneros. Curioso, pues todas estas fotos, base de la cartelería pasional en Cartagena, durante años, se componen finalmente con parecido faldón inferior y leves cambios en la tipografía elegida. El cartel, con tirada de 3.000 ejemplares, muy inferior a los 10.000 de otros años, no acabó de gustar. Se suscitó polémica –algunos comercios se negaron a colocarlo en sus escaparates–, avivada por los cantonales, porque los carteles no se imprimieron en Cartagena y por el pie, que incluía a la Consejería de Turismo del Consejo Regional de Murcia que no había contribuido con un solo duro en su edición.

A finales de enero de 1983, el día 20, el Ayuntamiento de Cartagena convoca concurso de carteles anunciadores de la Semana Santa. El premio de unas escuetas 50.000 pesetas –cantidad alejada de las ofrecidas por otros concursos de carteles regionales–; y el plazo escaso, apenas 10 días, pues finaliza el 31 de enero. Pueden presentarse bocetos pictóricos –se presentaron ocho–; diapositivas –concurrieron gran cantidad de ellas, más de ochenta–; y fotografías –lo harían treinta y ocho obras–. La foto del trono de *Nuestro Padre Jesús Resucitado* a su paso por la esquina de la calle del Aire, realizada por SAGA, ganó el concurso. Pedro Sánchez Gallego, nacido en Aledo en 1958, afincado en Cartagena y fotógrafo colaborador de *La Verdad*, había hecho de la Semana Santa cartagenera uno de sus temas fotográficos favoritos⁽¹⁹⁷⁾.

En 1980 Abanilla convoca concurso de carteles anunciadores de las Fiestas de la Santa Cruz y desfile de Moros y Cristianos; al premio de 10.000 pesetas se presentan 13 obras y el jurado emite veredicto el 6 de abril, declarando ganador a Francisco José Lucas.

Jumilla recurrió entre 1979 y los primeros años de los ochenta a carteles clónicos, con idénticos faldones para el texto, diferenciados solamente por la imagen representativa de cada año. La Junta Central de Hermandades editó en el setenta y nueve un *afiche* con el *Cristo amarrado a la columna* de Salzillo, que se venera en el Monasterio de Santa Ana del Monte; representando uno de los *pasos* más antiguos de la Semana Santa jumillana. En 1980 el cartel editado reproducía la imagen del titular de la Cofradía del Santo Costado de Cristo; *paso* en el que había intervenido el escultor José Planes. El *Nazareno* de Ignacio Pinazo anunció la Semana de Pasión en 1981. Y, aunque se convocó concurso y exposición de fotografía sobre la Semana Santa jumillana, al objeto de seleccionar las mejores para el cartel anunciador del ochenta y dos, con ridículos premios de 5.000 pesetas, ganando Luis Francisco Canicio en la modalidad de color, con un detalle de la *Oración del Huerto*, y Plácido Guardiola en la de blanco y negro por «*Armao*», el cartel *Semana Santa Jumilla 1982* se montó con una fotografía del *Cristo de la Caída*; y eso que la Junta Central de Cofradías había insistido a finales de septiembre de 1981 en convocar concurso de carteles en las modalidades de pintura y fotografía, no cumpliendo sus objetivos el concurso fotográfico y la exposición realizada en agosto. Carteles, como vemos, repetitivos, que solo resultan significativos para los propios jumillanos y siendo muy avezados en distinguir los *pasos* cofrades y los autores imagineros. Pero esto es, y será, habitual en muchas localidades murcianas.

(197) SAGA realizará el cartel de Semana Santa de 1993 y numerosas exposiciones fotográficas sobre el tema pasional: en 1999, 2001 y abril de 2004 –que recogió monográficamente fotos sobre *La Lanzada*–.

El 10 de diciembre de 1980 Cieza convoca concurso de carteles de Semana Santa 1981, con un Primer Premio de 40.000 pesetas; al certamen se presentan 34 obras, realizadas por 26 pintores, que se exponen en la sala de la Caja de Ahorros Provincial; un cartel de Toledo Puche, que juega con las verticales de las velas en una composición casi abstracta, resulta vencedor; José Morote Dato obtuvo las 20.000 pesetas asignadas al Segundo Premio. A mediados de enero de 1982 se inaugura en Cieza la exposición del 2º Concurso de Carteles de Semana Santa; se exponen 26 obras en la sala de la Caja de Ahorros Provincial, obteniendo «Nazarenos», del ciezano Bonifacio Pérez, el Primer Premio; capirotes que se recortan ante la cruz del *pas*. Cieza aumentó a 100.000 pesetas la dotación del premio del concurso de carteles de su Semana de Pasión en 1983; convocó concurso en diciembre del ochenta y dos con plazo de presentación hasta el 10 de enero del ochenta y tres; indicando en 90x65 cm el tamaño del boceto; se expusieron 30 obras; Antonio Ángel Carbonell Parra resulta ganador por «*Mayo*»; dos tintas, rojo y negro, para un cartel de austera geometría sometida a la línea de cruces y capirotes.

Más escasa en dotar sus concursos de carteles pasionales, la Junta de Hermandades Pasionarias de Alcantarilla anuncia, en febrero de 1981, concurso de carteles de Semana Santa con premios de 25.000, 10.000 y 5.000 pesetas; concurso para artistas locales que ganó Pascual Ayala, triunfo que repetiría en 1983. En febrero de 1982 Alcantarilla convoca de nuevo concurso de carteles de Semana Santa con idéntica dotación de 25.000 pesetas; ganaría Andrés Terol, estando en el jurado, como asesor técnico, Saura Mira.

Idéntica dotación asignó Yecla en 1982 al concurso de carteles de Semana Santa; obteniendo una estudiante de COU de 16 años, Pilar Ortega, las 25.000 pesetas. El ceheginero Amador Moya, especialista en el uso de aerógrafo, será el ganador, el mismo año, del concurso de carteles de las Fiestas de Primavera yeclanas; no es su único premio en 1982 pues ganaría primeros galardones en Bullas y Caravaca. El año anterior Palao había prestado dibujo para anunciar las fiestas yeclanas de La Cruz; y una foto de la escena procesional de *La Cortesía* había anunciado la Semana Santa. A 20.000 pesetas se redujo el premio al mejor cartel de *Semana Santa Yecla 1983*; un certamen de carácter fotográfico en el que resultó ganador Luis Emilio Pascual con una foto del *Cristo de la Agonía*.

Bullas, que no había impreso carteles de su Semana Santa en 1980, edita en 1981 un cartel pasional con la imagen de cuatro fotos en cruz representando a las cofradías: El *Nazareno* de los *Moraos*, *San Juan* de los *Blancos*, el *Descendimiento* de los *Coloraos* y la *Dolorosa* de los *Negros*. Sin embargo, en 1982 no editaría carteles anunciadores de Semana Santa por presentar el Ayuntamiento problemas deficitarios.

La Semana Santa de 1979 se anunció en Totana con un extraño cartel, en amarillo y verde, diseñado, a propuesta del Cabildo Superior de Procesiones, por el joven coadjutor del templo parroquial de Santiago, José Manuel Lorca Planes, que luego sería Obispo de la Diócesis. Aunque los carteles de la Semana Santa de Totana los haría durante varios años el pintor *amateur* Hernández Larios desde 1981; carteles de los que se encargó hasta 1989; año en que se adoptó el acuerdo de que por orden de procesión fueran ocupando el cartel cada una de las hermandades y cofradías.

Caravaca editó 5.000 carteles de los Caballos del Vino en 1982. Y, curiosa anécdota, un niño de 5 años ganó, ese año, el concurso de carteles del Día de la Cruz.

En Librilla Soto Alcón obtiene, en julio del ochenta y dos, el premio de cartel anunciador de las fiestas de la localidad con «*Cucaña*».

Los citados en los párrafos anteriores son algunos ejemplos de los carteles festeros y pasionales editados en el periodo 1979-1983. Aunque, al margen de festejos religiosos o patronales, en la región se celebrarían otras efemérides y eventos más laicos y prosaicos para promocionar las localidades, renovar e impulsar las fiestas, hacer más atractivo el modelo turístico y, asunto prioritario, desarrollar programas socialmente necesarios. Desde la Comunidad Autónoma se apoyarían iniciativas territoriales, sociales y culturales, que ya estaban en marcha y se iniciarían otras nuevas. Apostando por programas que abundan en la participación ciudadana y la recuperación de tradiciones populares. Todo ello sin renunciar a la reivindicación de derechos. En definitiva, una apuesta por resaltar el carácter de lo murciano, su modernidad, su pujanza, sus aspiraciones... con apoyo del diseño y la cartelería.

En 1980 se editaron 10.000 carteles para anunciar las Jornadas Regionales de la Mujer Trabajadora, y un dibujo expresionista de Esteban Linares sirvió de cartel (Fig. 236) para difundir las Jornadas sobre Medios de Comunicación Social que se celebraron en Murcia en diciembre.

En enero de 1981 se celebra exposición de carteles anunciadores de la Escuela de Artes y Oficios en la sala de exposiciones del centro. Se editan, en febrero, carteles realizados por Ekipo para dar a conocer la campaña de vacunación infantil. Se celebra en el Romea, entre el 24 y el 29 de marzo, una Muestra de Cultura Latinoamericana con exposición de carteles. En abril se reparten mil carteles por la ciudad de Murcia con motivo del "Día del Amor Fraternal". La abundancia de carteles en las calles es tal, y resulta tan atrayente, que el pintor Cacho comenta en *La Verdad*, el 31 de mayo, que va a trabajar con paisajes urbanos, producto de pegar distintos carteles superpuestos para crear un mensaje ambiguo y sugerente. ¿Qué artista no se sintió atraído por esos *collages* rotos, por esas texturas, resultado de pegar unos carteles sobre otros? Jumilla convoca en agosto un concurso de carteles para anunciar la II Exposición de Ganado Caprino que ganó José María Martínez Monreal; y el mismo mes editó carteles, que reproducían un vaso de vino –imagen simplista y vulgar para anunciar las jumillanas Fiestas de la Vendimia, una celebración declarada de Interés Turístico-. Se anuncia concurso de carteles para difundir la II Vuelta Ciclista a la Región a finales de septiembre. Edición de carteles, en octubre, para apoyar la campaña de limpieza de la ciudad de Murcia; una foto con niños y papelera. Un dibujo de Párraga –que realizó el cartel XI Campeonato Mundial de Billar a la Banda 1981, a celebrar en el Casino de Murcia– sería imagen de los "Encuentros de Cuadrillas" en diciembre de 1981.

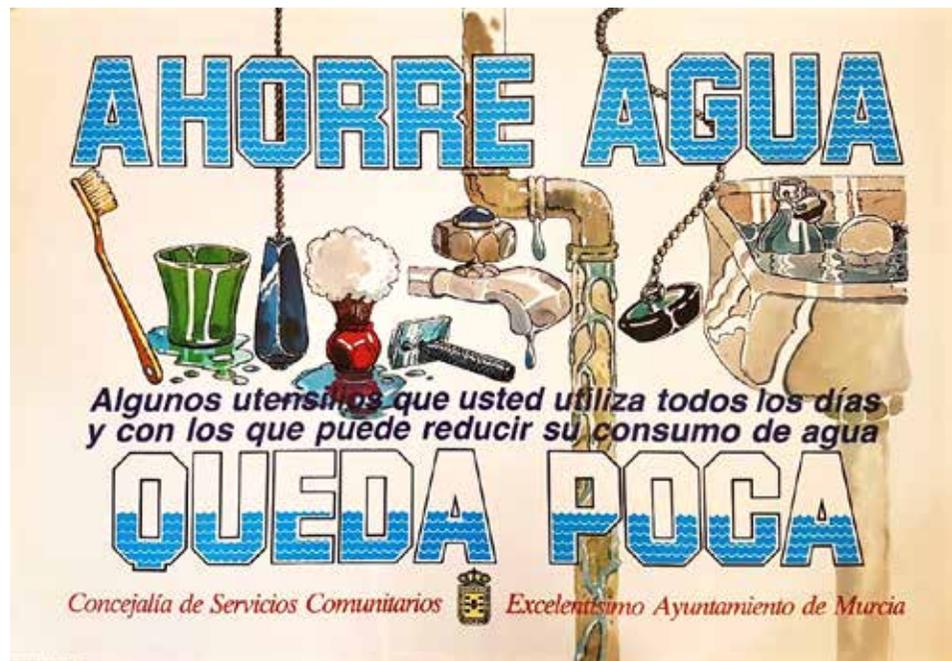
Se publicaron en 1982 carteles contra el servicio militar obligatorio. El mismo año que se pegarían 16.000 carteles en toda España para anunciar la llegada del Papa. Los CIADJ se anunciaron con un cartel de Eduardo Saro; un dibujo de dos jóvenes, de espaldas, que miran y se preguntan, ante una gran interrogación, por los contenidos del Centro de Información y Documentación Juvenil (Saro diseñaría para el CRIDJ, Centro Regional de Información y Documentación Juvenil, un atrevido cartel –un torso desnudo– sobre el Servicio de Información Sexual). A finales de marzo se publican carteles para anunciar la Semana Homenaje a Julián Andúgar en Santomera. Cieza celebró los días 17 y 18 de julio de 1982 la Fiesta del Melocotón: Manifestaciones folklóricas, premios a las cajas mejor presentadas, exposición de maquinaria agrícola...; anunciada con 3.000 carteles que reproducen el diseño, sintético, de un melocotón, resuelto con precisas líneas geométricas por el manchego José Luis Giménez del Pueblo⁽¹⁹⁸⁾. En julio se puso en marcha una campaña, auspiciada por la Cámara Agraria, contra los productos franceses, anunciada con 15.000 carteles y patrocinada por la Consejería de Transportes, con dibujos de Man: «¿Productos franceses?, no gracias». Los IV Juegos del Guadalentín se anuncian, en agosto del ochenta y dos, como venía siendo habitual, con carteles, que en esta ocasión son de Pedro Baena y llevan por lema «Meta». El mismo mes se imprimen 2.000 carteles contra los talleres de reparación de automóviles ilegales, con la imagen de un mecánico disfrazado de pirata. Un año que se editarían carteles para anunciar una Feria de la Artesanía y Productos Calasparreños; y se convocó concurso de cartel anunciador de la Exhaltación del Vino del Campo de Cartagena. Carteles de protesta contra el nuevo rector y la LAU, en el acto de apertura de curso de la Universidad el 7 de octubre. La Universidad y la CAAM organizan en noviembre la I Semana de Cultura Italiana, promovida por la asociación Dante Alighieri con, entre otros actos, una exposición de carteles turísticos italianos que se inaugura en el Casino de Murcia. En diciembre Vicente y Severo, El Dibujador, diseñan el cartel del Día de la Constitución; un cartel sobrio, y aun así efectista: un arco iris con los colores nacionales se abre sobre límpido e inmaculado fondo blanco.

En 1983 se editan carteles para concienciar sobre especies en peligro en la Región; se trata de proteger al buitre que se pretende introducir de nuevo en las sierras del Noroeste. Concurso de carteles para anunciar Mazarock-4 a un tamaño de 100x70 cm y 50.000 pesetas de premio; se presentan 28 trabajos y gana «La marcha» de Sánchez Moya; una cazadora y pisadas sobre la playa. Una fotografía de Ángel F. Saura de una puesta de sol sobre el mar difundió el Día de la Región. En junio el Ayuntamiento de Murcia libró 1.700.000 pesetas para desarrollar una campaña de ahorro de agua



(Fig. 236) Esteban Linares con colaboración de Paco Salinas. *Jornadas sobre Medios de Comunicación Social*. Murcia. 1980.

(198) Estos carteles anunciadores de la Fiesta y Feria del Melocotón, por lo general redundantes, –la imagen suele ser melocotón pintado o fotografiado–, son habituales hasta bien entrado el siglo XXI. Difundiéndose en ferias regionales o nacionales. En la Feria Agrícola del Mediterráneo de Torre Pacheco, en 2002, decoraban el stand de Cieza junto a otros carteles que promocionan la localidad. En 2004 la Feria del Melocotón ciezana, de junio, se anunció de nuevo con melocotón y texto en espiral. En 2008 se recortaron las actividades de la Feria, celebrándose jornadas técnicas el 26 de noviembre anunciadas con la consabida fruta de hueso.



(Fig. 237) Chipola para EKIPO. Ahorre agua, queda poca. 1983.

(Fig. 237) en el municipio –carteles, folletos y pegatinas–, bajo el lema «Ahorre agua, queda poca»; se estima que si se consigue ahorrar un 10% de agua los beneficios municipales ascenderán a 4.000.000 de pesetas; el diseño de los 60.000 folletos, 25.000 pegatinas y 3.000 carteles lo realizó Chipola para la agencia Ekipo; dibujos y una tipografía para el lema que parece un recipiente vaciándose de líquido. El Gobierno Regional editó carteles para prevenir accidentes en la construcción. En Murcia bajo el eslogan «Por una ciudad más limpia, colabora con tu Ayuntamiento», se recurrió al cartel para difundir una campaña de desratización. Con carteles se anunciaron, a finales de octubre, las representaciones del *Tenorio* en el Teatro Romea. Lorca editó 3.000 carteles para ayudar al Lorca Deportiva bajo el eslogan «Un socio más otro socio igual a ascenso». Los “Amigos de la Cultura” lorquinos preparan, en noviembre, una exposición de viejos carteles, recogidos de las paredes del Teatro Guerra que está en obras; carteles que atestiguan la actuación de Margarita Xirgú en el coliseo y que este se llamara durante un corto tiempo, en época de la Guerra Civil, Teatro García Lorca; carteles que documentan la primera sesión de cine en la Ciudad del Sol en 1899.

Carteles para promocionar la denominación de origen Jumilla, con un dibujo amable y descriptivo de la zona, que abarca parte de Albacete y se extiende hasta Montealegre; realizados a principios de los ochenta en un estilo de cartel *naif* al que Ekipo recurre indistintamente para campañas de todo tipo: bibliotecas, salud, bienestar... Carteles para anunciar productos regionales, con foto referenciando el vino, realizados por Contraplano a mediados de los ochenta. El logotipo Cordillera Sur se aplicó en los ochenta a los carteles promocionales de exportación del limón que editaba FRUDESUR con el lema «Limones de la Cordillera Sur»

Desde el Consejo Regional se intenta reforzar estos años la imagen turística de la Región de Murcia, con propuestas novedosas o desde la colaboración con los CIT y las Oficinas Municipales de Turismo. Se considera que la capital de la región es ciudad de paso, con pernoctas que apenas superan una noche; que los balnearios no son divulgados, ni se les da la importancia que tienen en el engranaje turístico; que no está suficientemente promocionado el turismo de interior y la costa está mal explotada; por no señalar el desconocimiento que los murcianos tienen de su propia región. “El turismo no ha sido explotado en Murcia”, señala la *Hoja del Lunes* el 6 de julio de 1981.

Incentivar el turismo, para vencer el descenso de afluencia ocasionado por la crisis, los problemas energéticos, el terrorismo y cierta inestabilidad política en 1981, era pues otro de los grandes objetivos de las administraciones regionales.

A mediados de 1980, con el verano ya comenzado, la Consejería de Turismo se planteó editar una colección de carteles para promocionar el turismo en el extranjero y

entre otras provincias españolas. Serán 3.000 carteles anunciadores de 7 rutas turísticas aprobadas por el Ministerio de Información y Turismo: Mar Menor, Monumental, Los Embalses, El Vino, La Huerta, Sierra Espuña y el Valle del Segura. Preparándose un plan de acción conjunto para acudir a la Feria Internacional de Turismo del próximo febrero. Águilas editó, en diciembre, carteles turísticos en cuatro idiomas para distribuir en España y el extranjero.

En febrero se reparten en "FITUR 81", para celebrar el Día de la Región de Murcia, 16.000 carteles murales con hermosas fotografías de las rutas turísticas, y otros para promocionar productos murcianos. Para dar a conocer la región y la artesanía de Murcia se editó un cartel que lleva impresa la imagen de loza murciana y una *Jarra de Novia* lorquina (Fig. 238). Carteles creados en bastantes ocasiones por Contraplano.

El turismo, convertido en elemento cohesionador de la imagen regional es irrenunciable para todos los partidos políticos, sea cual sea su ideología. La fiesta que el PCE celebra el 29, 30 y 31 de mayo de 1981 incluye exposición de carteles; originales que tienen su origen en un concurso que organiza el *partido* para promocionar Murcia, con premio de 50.000 pesetas.

El Ayuntamiento de Mazarrón convoca en junio concurso de carteles turísticos – dibujos o fotografías– para promocionar sus playas. El plazo finaliza el 15 de julio; los bocetos se piden verticales a un tamaño de 75x45 cm; con Primer Premio dotado con 50.000 pesetas. Al mismo tiempo se convoca concurso de eslóganes con idéntica dotación. Se presentan 25 carteles siendo premiado López Moya; y 3.500 eslóganes, modalidad que se declaró desierto, decidiéndose continuar con el viejo eslogan «Y yo a Mazarrón»; los eslóganes «Mazarrón capricho español» y «Mazarrón, Monumento nacional» recibieron accesits. Parece que hubiéramos vuelto a un tiempo pasado, donde el eslogan era parte esencial de las campañas publicitarias del *régimen*. Línea había informado, el 27 de enero, que José Hilario Martínez había ganado el concurso para dotar de eslogan a Cartagena con la frase «Cartagena, *legendaria, artística y milenaria*». La propia Delegación Provincial de Turismo daría a conocer las bases de la creación de un logotipo para difundir el turismo en España con premio de 1.000.000 de pesetas.

El Ayuntamiento de Molina organiza un concurso de carteles de tamaño pequeño, 50x65 cm, para difundir el eslogan «Molina cuna de la conserva vegetal», con premio de 50.000 pesetas. Un concurso que ganó el ceheginero Amador Moya, con un cartel geométrico diseñado a base de cilindros y espirales que forman un sol.

La Consejería de Turismo convocó, en agosto de 1981, concurso de carteles a nivel internacional para promocionar la región, con suculentos premios de 500.000 y 250.000 pesetas, los bocetos deben realizarse en un tamaño de 100x62 cm, técnica libre y presentarse antes del 30 de octubre. Las 40 obras presentadas, a un concurso que se declaró finalmente desierto, se exponen en el patio de luces del Consejo Regional.

El 9 de febrero de 1982 la Delegación Municipal de Cultura y Turismo del Ayuntamiento de Águilas convoca concurso de carteles turísticos sobre la localidad, a un tamaño de 100x70 cm ó 70x50 cm, con premios de 100.000 y 75.000 pesetas. Se presentan 100 bocetos que se muestran en la Galería Firenze de Águilas. Ignacio García que presentó la imagen de un barco y la Isla del Fraile, obtuvo el premio; no sin ausencia de quejas, pues tenía 7 tonalidades y las bases especificaban 5 tintas, sin aclarar si debían o no ser planas directas. Parece que el jurado no era capaz de distinguir entre tintas planas, tintas para imprimir a partir de una selección de color y tonos o matices de colores en el boceto del cartel.

En "FITUR 83" se pretende popularizar la denominación Costa Cálida; eslogan, marca –un círculo, que parece girar, insertado otro con campos azules, amarillos y rojos–, que pretende promocionar las playas de la región impulsada por el gobierno socialista regional y por quien fuera director general de Turismo, Luis Arróniz. Se editan folletos y carteles institucionales; incluso una empresa privada, la firma editorial I. G. Jimenez Godoy, colaboró editando 3.500 impresos, que a modo de postales ofrecían panorámicas de la Región.

Sí, parece que, mediados los años ochenta, se pretendiese incentivar el turismo en todas las poblaciones. O, quizá, reinventar nuevos perfiles para la Región de Murcia.



(Fig. 238) Contraplano. Artesanía Región de Murcia. 1981.



Antonio Martínez Mengual. *Cursos de Extensión Universitaria*. 1988.

6 LA IGC ES VERDE

El 1 de agosto *La Verdad* hace público que Industrias Gráficas Jiménez Godoy S.A. ha sido galardonada con el Master de Popularidad 1986. Al pie de la foto, en la que el matrimonio Encarna Godoy y José Jiménez aparecen recogiendo el trofeo, el periódico da cuenta de las merecidas virtudes de una empresa dedicada a la impresión de etiquetas, folletos, catálogos, libros, carteles... De su especial sensibilidad con la calidad y de su interés por incorporar las técnicas más avanzadas de impresión:

“...fruto de esta inquietud, en 1985 ha potenciado nuevos elementos. Destaca entre éstos, por ser la primera instalada en España y por contar con la más alta tecnología, una Speedmaster Heidelberg de seis colores, con posibilidad de imprimir anverso o anverso-reverso, barnizado simultáneo y con control de impresión y registro por ordenador CPC. Su capacidad de producción es de 220.000 pliegos/día, impresos a seis colores y en tamaño 72x104 cm.

Otros nuevos elementos instalados son una igualadora, elevadora, guillotina, troqueladora y enfajadora en línea con posibilidad de corte y troquelado para 12.000.000 de etiquetas/día y otra igualadora, elevadora, guillotina y enfajadora cuya capacidad de producción está en 24 millones de etiquetas/día.”

El texto completo referido a Jiménez Godoy S.A. deja claro que la empresa no solo ha logrado un gran avance en la producción, también en obtener la máxima calidad en trabajos de pequeña tirada: catálogos, folletos o carteles, y en las grandes tiradas de etiquetas. Alaba además la valoración que en esta imprenta se ha dado al creador-diseñador, respetando sus criterios en cuanto a exigencias de calidad, innovación e imposición de plazos en la entrega de los trabajos.

Las alabanzas a Jiménez Godoy S.A. ponen de manifiesto el empuje de las industrias gráficas en la Comunidad, iniciado hacia 1980. Diez años más tarde la Comunidad Autónoma cuenta con 130 empresas en el sector. Las empresas murcianas de artes gráficas están muy especializadas, son punteras en España y abastecen los mercados nacionales e internacionales. Un ejemplo es Grafimur; hace carteles, impresión en relieve, libros... pero está especializada en cubres y embalajes, exporta a Europa y nutre el mercado nacional; en 1988 producía diariamente 500.000 cubres para un tipo muy variado de productos. Otro ejemplo es Artes Gráficas Novograf, constituida en 1985; que en 1991 cuenta con 92 trabajadores en plantilla y una facturación, según manifiesta Francisco Solano Gambín, consejero delegado de la empresa, que supera los mil millones de pesetas; sus líneas de producción están enfocadas a la impresión de alta calidad: libros, carteles, folletos, revistas y catálogos –la publicidad de la imprenta, que realizó José Luis Montero, se basó en un cuidado catálogo de alargado formato vertical y en un eslogan que indicaba las preferencias del sector de mercado de la empresa: «*Si el arte te impresiona a menudo lo imprimimos*»–; y a la estuchería de cartón destinada al sector alimentario y cosmético; piensa además invertir 500 millones de pesetas en una nueva sede –que proyectaría Martínez Gadea– y seguir expandiéndose en el norte de España y en Francia –una paradoja, sobre todo si tenemos en cuenta la incertidumbre que ronda el sector de las artes gráficas debido a la recesión económica ocasionada por la Guerra del Golfo tras la invasión de Kuwait por Sadam Hussein en agosto de 1990–.

Las empresas regionales más importantes de artes gráficas provienen de una larga tradición en el arte de imprimir: Jiménez Godoy y Novograf han sido fundadas, o cuentan entre sus operarios, por profesionales formados en Gráficas Belkrom⁽¹⁹⁹⁾ o en Belmar.

Hacia 1990 las grandes empresas de artes gráficas habían renovado la maquinaria y disponían de la tecnología más avanzada⁽²⁰⁰⁾; listas para competir en el *Mercado Único*, pero sin perder de vista que administraciones locales y Comunidad Autónoma son clientes preferentes.

Aunque muchas imprentas cuentan con eficaces comerciales, dibujantes en plantilla y departamento de diseño propio –el de Jiménez Godoy estuvo, primero a cargo de José Luis Giménez del Pueblo, un diseñador manchego formado en Estados Unidos, especializado en tipografía y luego de Nila Burruezo; Novograf contaba con las diseñadoras Lola Gómez y María José Navarro; Likomur con José Pedro Barceló; y el de Surgraf era responsabilidad de Manolo Pardo, por citar unos ejemplos–; ahora es el diseñador *free-lance* el interlocutor directo con empresas de artes gráficas y clientes, sobre todo en lo referido a instituciones públicas.

Primero la Transición, luego la consolidación democrática y desde 1986 la incorporación a la CEE⁽²⁰¹⁾, que afectó en la región sobre todo a los sectores agrícolas y a las industrias cárnicas y conserveras, hicieron bascular el campo del diseño gráfico hacia la imagen de producto, y la cartelería hacia un concepto más amplio y complejo, superador de la simple concepción de una imagen. El cartel pasó a ser un elemento más en la maraña de la Imagen Gráfica Corporativa. Las nuevas instituciones y administraciones, las compañías industriales –inmersas en un mercado de implacable competencia– y el concepto de ocio, entendido como industria cultural, exigieron y reclamaron una puesta al día de su imagen pública y generaron la necesidad de contar con nuevos parámetros en lo que afectaba a la imagen y la comunicación⁽²⁰²⁾, haciéndose más evidente que nunca el axioma que afirma que lo que no es público, lo que no se publicita, no existe. Lo público, entendido como lo que es visible, y la publicidad, entendida como aquello que contribuye a resaltar lo que pretendemos sea visible, dotándolo de durabilidad temporal. ¡Qué gran rol a jugar por el diseño y el diseñador!

Es el diseñador el que asume este nuevo papel regulador en la gestión de la imagen pública de cualquier entidad, da igual que sea el establecimiento de una IGC, la realización de una campaña publicitaria, más o menos extensa o compleja, o la creación de motivo anunciador puntual. A él toca decidir, no solo la parte creativa sino su materialización; el *¿cómo?* y el *¿dónde?* se imprime, otorgándole una total capacidad de decisión y de responsabilidad sobre el producto final y, por tanto, *poder* para determinar los pasos a seguir en el proceso de impresión y quién debe llevarlo a cabo. Es la figura del diseñador la que aporta seguridad y confianza en el resultado, garantiza la aparición en los medios, al mismo nivel que un artista que colgara muestra expositiva, y aporta una imagen de marca complementaria a la de quien realiza el encargo. Si en el periodo de la consolidación democrática parecía que el mundo se estaba reinventando, el diseñador pasó a ser el encargado de justificar y darle forma al invento.

Es normal que todas las imprentas buscaran la complicidad del diseñador, y se anunciaran profusamente en la prensa; Artes Gráficas Delphos, Surgraf, Selegráfica..., alguna incluso utilizó para promocionarse la excusa de la realización de algún cartel anunciador de actividades relevantes en la Región: *“Nuestros laboratorios y talleres han sido los encargados del diseño y la impresión de los carteles y programas del Certamen de Teatro de Cieza del presente año”*; anunciaba Novograf en 1987, año en que el cartel de teatro de Cieza había sido diseñado, como ya hemos indicado, por Ángel Haro. Muchas imprentas convirtieron sus locales en centros de aprendizaje y lugar de encuentro. Industrias Gráficas Jiménez Godoy y Artes Gráficas Novograf siempre facilitaron ayuda a los diseñadores en los procesos de preimpresión e impresión. De bastante menos envergadura empresarial Artes Gráficas El Taller, fundada en 1981, con su local situado en Murcia, en un bajo de la calle Escultor Roque López, números 3 y 5, era lugar habitual de reunión de diseñadores, pintores y escritores que participaban en alguno de los numerosos proyectos editoriales o de comunicación que se imprimían en su taller. El Taller más parecía rebótica y tertulia artística, escuela y lugar de formación en técnicas de impresión, que industria con fines comerciales; era habitual tropezarse allí a los habituales del *Rotativo Cultural*; a los diseñadores de folletos, carteles o catálogos; a los poetas, escritores y

(199) Litografía especializada en etiquetas y cubres que disponía de departamento propio de dibujo para atender las demandas de sus clientes. Los diseñadores y dibujantes: Carbonell Artús, Laorden y Ángel Pujol, entre otros, estuvieron ligados a Belkrom.

(200) En 1984 aparece en Europa el primer Macintosh de Apple, con un software de autoedición basado en el lenguaje Postscript (pagemaker) y en impresoras capaces de alcanzar los 2.540 *dpi* –puntos por pulgada (dot per inch)–; ocasionando una penetración de los sistemas informáticos en las artes gráficas que será decisiva en la década de los noventa. Hasta entonces se utilizaba la repromaster para selecciones de color, contrastes, posterizaciones, montajes y artes finales; los colores se aplicaban a mano con películas de vinilo y los textos con letras transferibles; era un trabajo lento y minucioso, muy especializado, que requería de astralones. El 1 de octubre de 1986 se presenta en Murcia la impresora electrónica Laser Xerox 4045; con nuevas e interesantes características para reprografía e incipiente impresión digital: mayor velocidad, excelente calidad de impresión, gráficos bit-map, posibilidad de copia matriz, diferentes tipografías, silenciosa, varios tipos de interfaces, diseña y modifica impresos, reproduce logotipos y estilos de letras corporativas, reorienta textos y diseña formatos propios; un sistema que permite a las propias empresas realizar trabajos gráficos, edición e impresos que antes encargaba a pequeños talleres. Todo un avance de la futura preimpresión digital. En 1992 el plastificado, los cursos de formación en fotomecánica y fotocomposición, la implantación informática, son ya los temas estrella del sector.

(201) El 1 de enero de 1986 concluye el proceso de incorporación a la CEE tras la firma, el 12 de julio de 1985, del Acta de Adhesión a la Comunidad Europea.

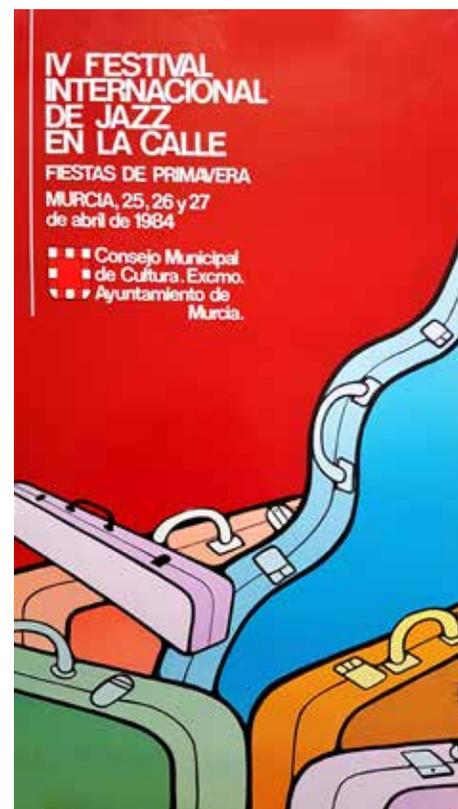
(202) Alberto Corazón diseña para el MOPU, en 1981, el primer programa de identidad gráfica corporativa realizado para un ministerio en tiempos de la Transición. Un manual de normas de aplicación que pronto fue considerado de referencia en escuelas de diseño y arquitectura. Los Ministerios de Cultura, Sanidad y Consumo, Transportes y Comunicaciones, el INI, Grupo Anaya, Red de Cercanías RENFE, ONCE... depositarían en el diseñador madrileño, en los años ochenta, plena confianza en la configuración o aplicación de sus marcas, que causarían fuerte impacto en nuestro país.

pintores que desde 1982 hicieron posible la aventura literaria *Arrecife* bajo el timón de Emma Pérez Coquillat –generosamente asistida por Antonio Durá y David Pujante–, que gozó siempre del apoyo y amistad de los artistas plásticos, y de Faustino Fernández, gerente del Taller⁽²⁰³⁾.

Mediados los ochenta los concursos regionales de carteles se han generalizado. ¿Por qué anunciar en la región convocatorias a certámenes más allá de los límites de nuestra Comunidad Autónoma, si aquí la sobreabundancia es manifiesta? Una curiosa situación, pues en numerosos pueblos, incluso en pedanías, son las cajas de ahorro las que subvencionan los certámenes de carteles que anuncian eventos y festejos locales, y exponen, en las salas que tienen en la localidad, los originales seleccionados, convirtiendo el concurso en una actividad más de su programación, con evidente rentabilidad económica y social, por no citar la comodidad en el montaje de estas muestras de carteles que no requieren del esfuerzo añadido de acometer una producción propia, cosa que ocurre tanto si se expone a un artista de la localidad, o aún mayor si el artista es foráneo, por no hablar del costo en seguros, publicidad, catálogos, carteles anunciadores... Pero nada dura para siempre y al acabar la década los concursos están prestos a desaparecer o devaluarse; las causas son variadas: De una parte, la baja calidad de las obras presentadas, que hizo declararlos desiertos en numerosas ocasiones, pese a la concurrencia de trabajos presentados y a las dotaciones económicas que podían llegar a ser sustanciosas; con polémicas habituales y ausencia de diseñadores de renombre, que preferían esperar el encargo directo. Por otra, la presión de agrupaciones, cabildos y cofradías, que aspiraban a controlar la imagen de unos festejos considerados propios.

El 24 de enero de 1984 el Ayuntamiento de Murcia vuelve a convocar concurso de carteles de Fiestas de Primavera; V Festival Internacional de Teatro de Calle y IV Festival Internacional de Jazz; con premios dotados con 100.000 pesetas. A finales de febrero se publica el jurado: Los concejales miembros de la Comisión Ejecutiva del Consejo Municipal de Cultura; el director de la Sala Municipal de Exposiciones; un representante de la Escuela de Artes y Oficios; un diseñador y pintor –Severo Almansa Pascual del Riquelme–; el presidente de la Agrupación Sardinera; los directores de los Festivales de Teatro y Jazz y la secretaria del Consejo Municipal de Cultura. El cartel de Fiestas de Primavera se declaró desierto. Francisco Cánovas e Ignacio García obtuvieron los primeros premios de las modalidades de Teatro –personajes que semejan zancudos disfrazados de insectos, tratados con la ampliación de una fotocopidora e iluminados con color–, y Jazz (Fig. 239) –maletas conteniendo los instrumentos musicales, subrayadas con tintas planas y un rotundo dibujo–, respectivamente. “*Otra vez ya vamos tarde de tiempo*” escribe *La Verdad* el 12 de marzo.

El cartel de Fiestas de Primavera se encargó a Antonio Ballester, recién llegado de la III Edición de ARCO, feria a la que ha acudido con la galería Zero. Cuando Eduardo Carrasco entrevista al pintor en la *Hoja del Lunes* el 12 de marzo, este explica: “*Hace unos años, cuando el Ayuntamiento socialista de Murcia y la institución autonómica empezaron a preocuparse de darle una publicidad digna a sus actividades, se produjo una cierta euforia gráfica y hubo una arrancada muy interesante, en la que diversos pintores y otra gente dedicada al grafismo se lanzaron a hacer carteles. Desde entonces ha habido una curva ascendente que, en este momento, a mi modo de ver, tiende al descenso. El nivel general de los carteles presentados a concurso este año, me parece, sin querer con esto ofender a nadie, bastante mediocre en cuanto al resultado final. Eso no quiere decir que algunas ideas allí plasmadas, con unos recursos gráficos mejor empleados, no hubieran podido ser buenos carteles. No sé si este descenso en la calidad se debe a la ausencia de unos cuantos señores que elevaron en años anteriores el nivel del concurso con su participación. A decir verdad, no ha habido una avalancha de nuevos valores en los últimos dos o tres años*”. Antonio Ballester ha señalado uno de los problemas, y no pequeño, de los concursos de carteles anunciadores. Y continúa: “*Es triste que se tenga que recurrir a alguien por el sistema del dedo, después de estimar lo presentado como de baja calidad. ...Ahora tengo sobre mí la responsabilidad de hacer algo muy por encima del nivel alcanzado*”. Ballester pintó una ingenua y colorida sardina, que parece *pato chispero* acompañando la cabalgata del Entierro, cruzando animosa el Puente Viejo, intentando



(Fig. 239) Ignacio García. IV Festival Internacional de Jazz en la Calle. Murcia. 1984.

(203) El primer número de *Arrecife* se publicó en enero/febrero del ochenta y dos; y saldría a la calle con una portada diseñada por José Lucas. A partir de ahí, Antonio Ballester, Alfonso Albacete, Cacho, Martínez Mengual, Almagro, la propia Emma..., se ocuparon de sus portadas; incluso Rafael Alberti envió dibujo y una apostilla, “Hacia el Sur”, para la portada del número 13/14 de marzo de 1985. Solo a partir del invierno de 1989 para el número 23/24, con portada e ilustraciones interiores de Spyril, se encargaría de su diseño Pedro Manzano; que creó, en colaboración con Juan José Lorenzo Belda nuevo logotipo –un personaje que se pasea a caballo entre las olas portando como estandarte una pluma–, y mantuvo el formato; salvo en números especiales dedicados a Grecia, Passolini y Ramón Gaya. Este último con el título *Del Color y la Palabra*, publicado en otoño de 1995, números 35/36; un estuche conteniendo una carpeta con fotos significativas en la vida del pintor, y el volumen propiamente dicho, con textos y poemas de y hacia Ramón Gaya. *Arrecife* desaparece en 1998, tras editar 41 números.

(Fig. 240) Paco Salinas. *Feria de Septiembre*. Murcia. 1984.



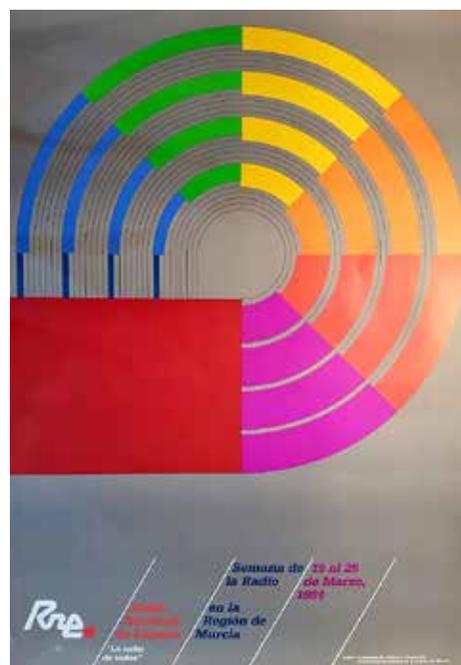
huir de la quema. Un divertido cartel con aspecto de ilustración juvenil reforzado por una tipografía manual. Con el motivo del cartel se imprimieron camisetas, que se vendían a 800 pesetas.

Para cartel anunciador de Semana Santa se utilizó una anodina fotografía de Juan López, con la imagen de la *Virgen de las Angustias* que procesiona Viernes Santo, impresa en pequeño formato, que tuvo que servir solamente como cartel de escaparate.

Vicente Martínez Gadea y Severo Almansa concibieron y diseñaron el programa de Fiestas de Primavera. Una caja metálica roja que pretende semejar bote de pimentón. Una industria, la del pimentón, que desde el siglo XIX comercializa el producto murciano por todo el mundo envasándolo en hermosas cajas metálicas impresas con bellas litografías y motivos que remiten a la ciudad, a la vega del Segura y a la huerta, incluso a los propios festejos ciudadanos —en 1907 el Entierro de la Sardina regalaba en el desfile una pequeña cajita de pimentón con el dibujo del pez—⁽²⁰⁴⁾. La caja contiene en el interior el programa de festejos y distintos regalos: una pequeña sardina de barro, una colección de postales que reproduce carteles y programas antiguos, un pito, una bengala, un bloc homenaje al teatro... Se realizaron 10.000 cajas obsequio. La prensa apuntó: “*Todos los años se edita un programa de las Fiestas de Semana Santa y Primavera y se agotan muy pronto. Pero este año se van a acabar antes que nunca, ya que la idea es muy original y va a gustar sobre todo a los niños.*”

El cartel *Feria de Septiembre* 1984 no se sacó a concurso, ni se sacaría a concurso en el futuro, se encargó directamente al fotógrafo Paco Salinas. Magnífico cartel (Fig. 240), que fue saludado en la época con chanzas y ocurrencias, con chistes y guasas. Una fotografía en blanco y negro, coloreada a mano, de un nutrido grupo de gente que asiste desde las gradas a una corrida de toros; aunque esta situación no quede explicitada con exactitud en la foto a sangre del cartel. Pegados unos junto a otros los carteles componían abigarrado mosaico donde los transeúntes se paraban a buscarse, pues ¿acaso no estamos todos prestos a disfrutar de la fiesta? Todo un triunfo, si valoramos que con el *afiche* se pretende amable y sutil llamada de atención. El *Boletín de Información Municipal* en su número 7, de septiembre, subraya la intencionalidad del cartel: “...el cartel anunciador, realizado por el fotógrafo Paco Salinas en el que el público parece participar, espontáneamente, sin dirigismos, en algún acto.” ¡Qué perfecto acomodo entre mensaje gráfico y político!

El 3 de diciembre de 1984 se convoca públicamente el concurso de carteles de Semana Santa, Fiestas de Primavera, VI Festival Internacional de Teatro y V Festival Internacional de Jazz 1985. El 23 de enero de 1985 finaliza el plazo para presentar originales que debían tener un tamaño de 88x64 cm y accedían a un premio de 100.000 pesetas. Entre los miembros del jurado dos pintores: Manolo Barnuevo y Antonio Ballester. Se



(Fig. 241) José Luis Giménez del Pueblo. *Semana de la Radio*. 1984.

(204) Así se recoge en *El libro del pimentón (1756-1965)*, editado por Turbinto, Sociedad Cultural de Murcia, el año 2000; escrito por Jesús Pérez, diseñado y maquetado por Ana Francisca Díaz e impreso en la Tipografía San Francisco, que fue galardonado en 2001 por la Gourmand World Cookbook Awards en la categoría de mejor libro de historia gastronómica escrito en castellano ese año.

presentaron 112 trabajos y se concedió el Primer Premio en la modalidad de Teatro de Calle al zamorano Jaime Gutiérrez: el frontal del Romea en tonos pastel y figuras que parecen sacadas del cómic de Winsor McCay, *Littel Nemo in Slumberland*, correteando por la fachada. El resto de modalidades se declaran desiertas.

Manuel Avellaneda recibe el encargo de realizar el cartel de Semana Santa; un nazareno estante de los *moraos* sujeta el trono, en una pintura que refleja todo el peso del *paso*, todo el esfuerzo del nazareno murciano. Vicente Martínez Gadea y Severo Almansa recurren a la iconografía del Entierro de la Sardina y al ojo de Polifemo –detalle fotográfico de una carroza– para el cartel de Fiestas de Primavera. La cartelería del V Festival Internacional de Jazz en la Calle se imprime en Novograf; una ironía, el autor del cartel es el diseñador de I. G. Jiménez Godoy José Luis Giménez del Pueblo⁽²⁰⁵⁾; un cartel abstracto, con maclas de color superpuestas que remiten a la música, situadas en un óvalo plateado que refiere el instrumento musical; un año antes Giménez del Pueblo había realizado otro magnífico cartel abstracto: *Semana de la Radio en la Región de Murcia 1984* (Fig. 241).

Los carteles de la Feria de Septiembre de 1985 son obra de Manuel y Pablo Portillo, que aportaron a la, tras la Transición, recién nacida cartelería septembrina, una significativa iconografía. En un tiotivo imaginario se desplaza una pareja de jóvenes que rien y se divierten con una copa en la mano; un atractivo cartel cuyo original ha sido realizado con una técnica que sus autores dominan bien, el aerógrafo. Un cartel (Fig. 242) que pretende romper con la idea de que la feria es cosa de niños o de abuelos, haciéndola llegar, desde el *afiche*, con toda su carga de diversión, a otros sectores de población: jóvenes y adolescentes.

A finales de noviembre de 1985 el Ayuntamiento de Murcia convoca de nuevo concurso de carteles anunciadores de la Semana Santa y Fiestas de Primavera 1986. Cuatro modalidades: Semana Santa, Fiestas de Primavera y Festivales Internacionales de Teatro y Jazz en la Calle; con premios de 125.000 pesetas por modalidad. Solamente se premiaría el cartel del VI Festival de Jazz; que designó vencedor a Pablo Godínez, por un trabajo en horizontal que representa sobre fondo negro tres instrumentos musicales, clarinete, trombón y saxo, y la música convertida ahora en tres franjas sinuosas de color rojo, amarillo y azul. Muñoz Barberán, que había realizado el cartel conmemorativo de los 575 años de la fundación de la Cofradía del Santísimo Cristo de la Sangre⁽²⁰⁶⁾, recibió el encargo de componer la imagen de la Semana de Pasión; un cartel que representa a San Pedro y Malco en el violento y dramático pasaje del *paso* del *Prendimiento* de Salzillo.

Los Portillo acudieron a un clásico del *afiche* murciano para cumplir con el encargo de cartel de Fiestas de Primavera. El huertano, la huertana, que acuden a la ciudad a disfrutar los festejos. Ahora un grupo de jóvenes, con tratamiento de limpia y clara viñeta de cómic, que se desplazan por senderos o jardines, la Catedral al fondo. Un cartel que se imitará veintiún años después, sin la gracia y la limpieza del dibujo de Pablo Portillo, para anunciar el Bando de la Huerta de 2016.

El cartel *VI Festival Internacional de Teatro de Calle* fue obra de Julio García Abril, representado con un personaje que parece actuar en la tradición del teatro griego. Personaje al que el Concejal de Cultura y Festejos sugirió –así lo manifiesta García Abril el 20 de septiembre de 2018– cambiar la disposición del brazo, inicialmente extendido en el primer boceto presentado por el diseñador.

El cartel *Feria de Septiembre, Murcia 1986* lo realiza Ángel Haro. Es un cartel que vuelve a poner de manifiesto el interés del pintor por el cine. Un año antes para anunciar *Vacaciones 85*, un programa juvenil de la Comunidad Autónoma, recurre a la figura de Tarzán punteada de topos Pop; un interés que quedará reflejado en los numerosos carteles que realizará esa década. Aquí el tópico, esa imagen de Marilyn Monroe jugando con su falda en las rejillas de ventilación del metro, se transforma en una propuesta fresca y juvenil subrayada por el gato que observa, divertido, como a la chica se le levanta la falda.

En diciembre del ochenta y seis se convoca concurso de carteles para los festejos primaverales de 1987. La dotación vuelve a ser de 125.000 pesetas y el plazo para receptionar obra finaliza el 12 de enero. En el jurado, junto a los cargos festeros y municipales, se encuentran: Martín Páez, director de la Sala Municipal, que actúa como crítico de arte; Severo Almansa, diseñador; Juan Antonio Molina, arquitecto; y el diseñador y teórico de artes visuales Alberto Corazón. Con una selección de las 110 piezas presentadas se



(Fig. 242) Manuel y Pablo Portillo. *Feria de Septiembre*. Murcia. 1985.

(205) Giménez del Pueblo diseñó para I. G. Jiménez Godoy gran cantidad de carteles y marcas. Especialmente interesantes resultan los trabajos realizados para el Aula de Cultura de la Caja de Ahorros Provincial; el Aula de Cultura de CajaMurcia, creada en 1983; el Banco Popular; los carteles anunciadores de las actividades de la Gran Fraternidad Universal; las Jornadas de Medicina Integral, celebradas en 1982; los Talleres de Cultura Integral o la Semana de la Radio en la Región de Murcia realizada en marzo de 1984. Siempre con estilizados formatos verticales, a una o dos tintas y sobrios y simbólicos motivos. Carteles que eran a veces intervenidos de manera individual, con trazos de color, otorgándoles cualidad de pieza única. Giménez del Pueblo realizaría los carteles de las publicaciones de la Editorial Godoy y las marcas de algunos de los clientes de la empresa de impresión como la conservera Maximino Moreno. El rigor compositivo, la elegancia y el dominio de la geometría, como atestiguan los carteles *Los Caballos del Vino de Caravaca de la Cruz* de 1982 y el citado *Semana de la Radio en la Región de Murcia 1984*, son las inconfundibles señas de identidad del diseñador. Posteriormente a su trabajo en I. G. Jiménez Godoy el hellinense se instalará en Madrid. De su estudio, creado en 1989 con Pamela Hampton, han salido los logotipos y la identidad visual corporativa de RNE, TVE, Antena 3, la Liga de Fútbol Profesional, las de numerosas corporaciones industriales... y el primer DNI editado por el Ministerio del Interior tras la *transición*. En 2013 editó *Apuntes del Flamenco*, un maridaje del mundo del diseño y el flamenco.

(206) Según la tradición los *Coloraos* nacieron en 1411, aunque en realidad la fecha exacta de la fundación de la Cofradía es objeto de polémica.

abre una exposición –formalmente la primera– en la Sala de Columnas del Almudí el 19 de enero. El mismo día tiene lugar una mesa redonda sobre “Cartelismo y Diseño” en la que participan: Alberto Corazón, Severo Almansa, Juan Antonio Molina y Manuel Fernández-Delgado. Entre los temas tratados en la mesa redonda se habló de la excesiva proliferación de carteles, que parecen un producto 24 horas, dada la rápida ocultación de unos bajo otros; de la necesidad de reglar su colocación de la misma forma que ocurre en las ciudades europeas; de la importancia del diseño murciano, que figura en tercer lugar a nivel del estado y del lamento de los profesionales a los que la iniciativa privada solicita poco sus servicios⁽²⁰⁷⁾. Se declaran desiertos: el cartel de Semana Santa, encargándosele de forma directa a Ramón Gaya, que aporta para su diseño una pintura representando el improbable encuentro de un estante de los coloraos con otro de los moraos; el del VIII Festival Internacional de Teatro –que ha perdido la denominación “de Calle”–, que realiza Contraplano, la agencia de Chipola, reproduciendo una máscara teatral de cartón piedra. Jaime Martínez y Claudio Pamies obtienen Primer Premio en la modalidad de la VII edición de Jazz en la Calle.

El aguileño García Meca resulta ganador en la modalidad de Fiestas de Primavera, con cartel que fue objeto de denuncia y polémica. Alertado por *La Verdad*, que el cartel de Fiestas de Primavera, editado en colaboración entre Ayuntamiento y Consejería de Industria, es una vulgar copia de un diseño textil producido por una empresa catalana, especializada en tapicerías para sillones, y que además ha sido utilizado a toda página por una revista nacional como publicidad de la empresa, el 12 de abril el concejal de Festejos se plantea paralizar los envíos del cartel de Fiestas de Primavera al considerarlo un plagio: “*Es idéntico, una copia absoluta, un engaño a la Comisión. Además, la copia no mejora el original*”. Se decidió proceder judicialmente contra su autor, que manifiesta el 14 de abril a *La Verdad* que “*la cosa no es para tanto*”. El Ayuntamiento intentó retener el pago del premio, pero el autor ya lo había cobrado; tampoco se pudo detener el envío a las oficinas de turismo, solamente se paralizó la pegada en vallas y paredes y el reparto al público. El comunicado oficial decía: “*Comprobada la similitud existente entre la tela y el cartel anunciador de las Fiestas de Primavera, la Comisión de Cultura y el jurado de carteles anunciadores de Fiestas de Primavera y Semana Santa decide, por unanimidad, dar traslado del expediente a la Asesoría Jurídica del Ayuntamiento...*” *La Verdad* reprodujo la tela original junto al cartel, con el titular: “El «cartel» de Fiestas, a 4.400 pesetas-metro”. El modelo original es obra del diseñador catalán Alberto Vázquez y la tela recibe la denominación de Orotava. El asunto sirvió de excusa para cuestionar los concursos de carteles. El Presidente del Cabildo Superior de Cofradías manifestó: “*Creo que es absolutamente necesario para el futuro cambiar las bases o las mecánicas del concurso, pues cada año hay menos carteles y de peor calidad. Desde luego el que presentó el cartel ha tenido muy poca vergüenza.*”

Para difundir la Feria de Septiembre de 1987 los Portillo abundaron en el tema de los jóvenes y la fiesta⁽²⁰⁸⁾. Ahora el grupo juvenil se dirige en un descapotable rojo, vaso en mano, a disfrutar los festejos septembrinos, indicados por los fuegos de artificio que brillan en el horizonte al atardecer. Un magnífico cartel, realizado en formato horizontal, utilizando de nuevo la impecable técnica del aerógrafo. Un tipo de cartel que será considerado políticamente incorrecto por la próxima corporación municipal.

Parece, en 1988, que los concursos para elegir cartel anunciador de la Semana Santa y Fiestas de Primavera en Murcia han tocado fondo, algunas modalidades han desaparecido. Declarado desierto el concurso de carteles de Fiestas de Primavera –se había convocado el 19 de diciembre de 1987 con una dotación de 200.000 pesetas, el doble que cuatro años antes, y se habían presentado 30 originales– se decide reeditar, con tirada de 4.000 ejemplares, el de Garay impreso en 1932. Martín Páez, director de la Sala de Exposiciones comenta a la prensa: “...*hemos echado de menos a algunos de los grandes cartelistas de Murcia. Tal vez no se han presentado confiando en que el Ayuntamiento les encargaría directamente la realización del cartel, si el concurso quedaba desierto, pero hemos decidido no hacerlo así*”. Como portada del programa de festejos, que compuso José Luis Montero, se recurre a otra antigua imagen sin firmar, atribuible a Mongrell, utilizada en 1904. En cuestión de cartelería tuvo lugar un hecho novedoso, la Agrupación Sardinera materializó una noticia que había divulgado la prensa en noviembre de 1987, la voluntad de los sardineros de editar cartel propio que recogiera la

(207) Tal como se explicita en el texto de Eduardo Carrasco: *En cartel*, que publica, en la página 4, la *Hoja del Lunes* de 26 de enero de 1987.

(208) Con parecido aire de cartel fresco y divertido, mezcla de pintura y fotografía, los hermanos Portillo realizarían para el Ayuntamiento murciano la campaña *Turismo para todos*.

declaración del Entierro de la Sardina como festejo de Interés Turístico Nacional. El cartel se le encargó a Ramón Gaya: Neptuno –o Poseidón– contempla a una sirena solazarse con la música de una caracola; los dioses acuden a la llamada de la quema de la Sardina.

A finales de enero de 1988 ya era sabido que, por decisión del Cabildo Superior de Cofradías, una fotografía del *Cristo del Refugio*, titular de la *Procesión del Silencio*, realizada por José Alarcón Ros sería motivo del cartel de la Semana Santa murciana; la elección es un declarado homenaje a la memoria de Ramón Sánchez, fundador de la Cofradía en 1944. Será su hijo, que preside en ese momento la Cofradía, quien proponga como deben hacerse en el futuro los concursos y elecciones del cartel de la Semana Grande Pasionaria murciana: *“Yo he propuesto a raíz del cartel de este año, que se haga en el futuro carteles con las distintas imágenes que existen en cada cofradía, que son muchísimas y que, sin embargo, no las conocemos más que la gente que está muy relacionada con las cofradías. De esta manera evitaríamos que puedan hacerse carteles que no digan nada o que no guarden relación directa con el tema. Tenemos imágenes muy bonitas, pero los murcianos, sin ánimo de molestar a nadie, acogemos mejor lo de fuera que lo nuestro, es por ello que debemos potenciar lo que tenemos aquí. ...No sabemos valorar lo nuestro.”* El cambio de planteamiento, en el concepto de lo que deben ser los carteles de la Semana Santa murciana, está servido.

Cuando en 1988 se le encarga a Pedro Manzano el cartel de la Feria de Septiembre de Murcia, el concejal de Cultura y Festejos de la nueva corporación municipal insiste en mantener la idea del acercamiento de los jóvenes a la fiesta que representa la Feria, pero sugiere el abandono de esas imágenes que reflejan una juventud alocada y temeraria y las referencias al alcohol y la bebida. Por eso en el cartel dos jóvenes acuden al recinto ferial tomando un refresco. Un cartel realizado en tintas planas a partir de un *collage* de cartulinas coloreadas; de nuevo un guiño al Pop americano y aquí, específicamente, a las formas limpias y rotundas del francés Moebius.

En 1989 los carteles anunciadores de los festejos primaverales murcianos no serán elegidos por convocatoria de concurso. Las instituciones públicas han desistido de convocarlos. A principios de febrero el concejal de Festejos anuncia que Vicente Martínez Gadea ha recibido el encargo de realizar el cartel (Fig. 243) de Fiestas de Primavera y está ya ultimándolo. *“Representa una mujer murciana que, por la noche, y bajo los reflejos de la luna, plancha un traje de huertana con precioso colorido”.* Un cartel espectacular, que aúna preciosista dibujo y *collage*, 2.000 veces reproducido, con un formato poco usual conseguido mediante la unión de varios pliegos, que recordaba la antigua cartelería festera realizada con cariño artesano. Una vuelta de tuerca a un tema de recurrente iconografía: la joven huertana, que prepara su refajo para acudir a la ciudad a gozar de los festejos capitalinos.

Por las mismas fechas, el 8 de febrero, es conocido que un motivo de la Cofradía de Nuestro Señor Resucitado será la imagen pasional murciana de 1989. De *Cristo Resucitado ante los Discípulos de Emaus en el momento de partir el pan*, una fotografía de Pérez Gómez, se hicieron 3.000 reproducciones. Una foto que se ha elegido entre las seis presentadas por el Cabildo y ha obtenido las 75.000 pesetas. De forma previsoramente el Ilustre Cabildo Superior de Cofradías de Murcia acuerda, y hace público, que el cartel de la Semana Santa de 1990 estará basado en una fotografía de cualquier motivo de la procesión de la Hermandad de Esclavos de Nuestro Padre Jesús del Rescate, siendo la Cofradía de San Juan Bautista la que protagonizará el cartel. Una previsión para que puedan los interesados realizar las fotos, y aclarando que será en diciembre cuando se formalice la convocatoria. Procedimiento que se hará habitual.

Un mes después, en marzo, se da a conocer que Alfonso Albacete será el autor del cartel que por segunda vez edita la Agrupación Sardinera; ahora el rostro de un dios griego que, en la noche murciana, se asoma a contemplar el jolgorio de la quema de la Sardina.

Por primera vez la Federación de Peñas Huertanas consideró editar cartel anunciador de los actos que realiza en el marco de las Fiestas de Primavera. Recurrió a una pintura del totanero Obdulio Miralles –pintor fallecido en 1927– expuesta en el Museo de Bellas Artes.

El Ayuntamiento consideró oportuno recuperar en 1989 el Festival Internacional de Jazz y encargó el cartel a Ángel Haro. Para la 8ª edición del certamen Haro diseñó un



(Fig. 243) Vicente Martínez Gadea. *Fiestas de Primavera*. Murcia. 1989.



(Fig. 244) Ángel Haro. 8º Festival Internacional de Jazz. Murcia. 1989.

cartel (Fig. 244) potente, de fuerte aspecto pictórico, jugando con la palabra JAZZ construida con trozos de hierro retorcido, de nuevo un homenaje a la fragua, a su padre; una continuación de los cuadros que presenta en enero en "Robín de Agua", la exposición que cuelga en la Iglesia de San Esteban. Una exposición cuyo cartel y catálogo firma en solitario Severo Almansa.

Para las fiestas septembrinas el encargo de cartel lo recibiría Julio García Abril, que planteó una bonita propuesta: hacer de la entrada al Malecón, iluminada por la luna en un cielo nocturno pleno de farolillos, o planetas, la imagen anunciadora (Fig. 245). Ana Regalado entrevista en *La Verdad* al diseñador, o asesor de imagen como él mismo se define, el 30 de agosto de 1989. Le pregunta por la razón por la que ha escogido la entrada al paseo murciano como tema y por el protagonismo otorgado a la luna en el cartel. García Abril explicará que se trataba de simbolizar las fiestas en un espacio clave en las que estas se desarrollan y que la luna es elemento gráfico que aporta magia y misterio al conjunto. En la entrevista aparecerán dos cuestiones interesantes que permiten comprender mejor el trabajo del diseñador y las relaciones diseño-empresa en la Murcia de la época: "¿Qué hace un murciélagos sobrevolando todo este lio?"

–Me gusta dibujar testigos con vida. También escondo cosas entre el dibujo que no resultan obvias a primera vista". Un pájaro, en algún lugar, anda escondido en los oscuros árboles del cartel. No es difícil rastrear en los carteles y la obra gráfica de Julio una fina ironía no exenta de humor con notas negras. Está presente en el cartel que ha realizado en febrero para la *Fiesta de Carnaval* del Casino de Murcia con un mensaje demoledor: uno es su propia máscara; en la muñeca cantante, ya reseñada, un desproporcionado juguete, actuando bajo el marco de una de las ventanas del Romea, anunciadora de *Murcia en verano '97*; en la serie de carteles *Creajoven* a los que volveremos a hacer referencia. La segunda cuestión que aparece en la entrevista plantea una reivindicación en apariencia particular, pero en realidad común a los diseñadores y creativos murcianos: "¿Qué tipo de empresas acuden a los asesores de imagen en Murcia?"

–La mayoría son de pequeña y mediana magnitud. Aunque el empresario pequeño todavía se resiste a invertir sus ganancias en una promoción con apoyo profesional. Por su parte las grandes empresas, en general, contratan la publicidad fuera de Murcia." De nuevo una queja que pone en evidencia la escasa relación entre el mundo del diseño, la imagen, y los empresarios murcianos; dejando el diseño y la publicidad, como valor añadido, en manos de las instituciones públicas –o vinculadas a lo público– y los vaivenes políticos⁽²⁰⁹⁾; estableciendo, a largo plazo, las dificultades del sector publicitario en Murcia. La adaptabilidad de García Abril, unida al rigor que imprime a todos sus trabajos

(209) Salvo raras excepciones, y citaremos los trabajos de Severo y Gadea para Forte; Portillo & del Sol para La Técnica, Galupe, la colección Ibn Al Arabí para la Editora Regional o AlValle; Fernández Saura para Marktex, una empresa de Frankfurt, o Concha García Bueno; Severo Almansa para la Hermandad Farmacéutica del Mediterráneo, Rosa Gómez, MutuaMur o la cadena de electrodomésticos Cánovas; el propio Julio para Areo Feu o Pryca; los diseñadores free-lance apenas entraron en los ochenta en el sistema de comunicación de las empresas y los que lo hicieron fue a través de agencias dotadas de potente infraestructura o ya consolidadas: Contraplano, Mipex, Grupo Graphic, Sadimag o Indicativo –con la que colabora García Abril–.



(Fig. 245) Julio García Abril. *Feria de Murcia*. 1989.

es manifiesta. Ese año, ha realizado el cartel de la Feria del Libro de Murcia, una forma obtenida con el negativo de un libro en contrastado fondo rojo y verde y graciosa cinta marca páginas⁽²¹⁰⁾; y el logo de El Vaporeto.

En los años ochenta un nuevo festejo vendría a sumarse a las tradicionales fiestas de Murcia. Las Fiestas de Moros y Cristianos de Murcia serían alegre complemento de la Feria de Septiembre, pronto asumidas por la población como propias, parte integrante de la idiosincrasia del murciano. Un festejo que al finalizar la década estaba plenamente consolidado.

El detonante de los festejos de Moros y Cristianos hay que retrotraerlo al 7 de febrero de 1981, cuando se da a conocer a la prensa que se están preparando los actos conmemorativos del 1.150 Aniversario de la Fundación de la Ciudad de Murcia. Actos con los que se pretende reivindicar los orígenes de Murcia como foco de cultura. Las actividades piensan realizarse la semana siguiente de las Fiestas de Primavera, promovidas por la Asociación de Defensa del Patrimonio en colaboración con la sección de Murcia de Amigos de los Castillos. La idea de celebrar el aniversario de la ciudad está basada en unos documentos en árabe, de Abderramán II, que hablan de la orden de trazar y delinear las calles de la ciudad en abril del 831. Una ciudad cuyas murallas llegaron a contar con 95 torres. Una conmemoración que piensa anunciarse con carteles y sellos alusivos.

En 1982 un grupo de defensores de las movidas históricas organizan los actos conmemorativos de la fundación de Murcia, solicitando la ayuda de los grupos de Moros y Cristianos de la vecina Orihuela, que desfilaron ante el público murciano, pidiendo este, insistentemente, la continuidad del festejo.

El festejo se pone en marcha por primera vez en septiembre de 1983⁽²¹¹⁾. Desfile, con participación de grupos que provienen de Orihuela y Abanilla; representación de la fundación de la ciudad en la Glorieta; y cena medieval en el patio del Museo de Bellas Artes, festín ambientado con timbales y clarines. En junio se había creado la Asociación de Fiestas de Moros y Cristianos con cinco grupos fundadores: Mudéjares, Abderramán II, Aben-Mardenix, Ibn-Arabí y Caballeros del Temple.

Desde 1982 se han impreso carteles vinculados al festejo de Moros y Cristianos de Murcia: en 1982, para anunciar el 1.150 aniversario de la fundación de la ciudad, se recurrió como imagen al sello del Concejo datado en 1374; en 1983 a la reproducción en blanco y negro de una escena historicista que representa la entrega de las llaves de Murcia a Alfonso X, cartel firmado por Manuel Talavera. En 1984, en un cartel de Carbonell, la luna recoge la cruz sobre el perfil de la ciudad. El primer cartel de Moros y Cristianos de Murcia que fijará una iconografía recurrente –semejante a la utilizada para difundir

(210) García Abril diseñó en bastantes ocasiones el cartel de la Feria del Libro de Murcia: en 1991 el libro, resuelto con una pintura a la acuarela, contiene una rosa entre sus páginas; en 1993 son las huellas de las manos las que sujetan un libro en tonos verdes simulando una textura de antigua encuadernación en piel; en 2001 es un niño el que lee recostado en el suelo, un dibujo que parece impreso a partir de una matriz de madera o linóleo...

(211) La información la reseña la *Hoja del Lunes* de 28 de agosto de 1983.

sus festejos de moros y cristianos por Caravaca, Abanilla o Santomera– lo realiza en 1985 Carbonell Artús; moro y cristiano contemplan la torre de la Catedral coronada por la luna que lleva inscrita, entre sus cuernos, una cruz; Carbonell recurre, para *Murcia y Moros y Cristianos*, a una tipografía propia que recuerda la caligrafía árabe.

El 3 de abril de 1986 se publica en la prensa el concurso de carteles para anunciar la Fiesta de Moros y Cristianos de Murcia, a celebrar entre el 7 y el 15 de septiembre. El plazo se acaba el 30 de abril y los originales se presentarán en el Casino de Murcia. El premio asciende a 50.000 pesetas que subvenciona la CAAM; se hará una exposición con los originales presentados en los locales de la Caja de Ahorros de Alicante y Murcia. Ganó Agustín Sáez; filas de cristianos y moros se perfilan ante la sombra de la Torre iluminada por la luna –sustituída por el sello del Concejo–. Tiene Agustín Sáez, técnico de la Bazán, 50 años, y su hobby es el cartel publicitario y el dibujo artístico; acaba de ganar el concurso de cartel anunciador de la Semana Porcina de Lorca y recibir el encargo de realizar el cartel de la Semana de Cine Naval, y este de moros y cristianos es, además, un tema que domina. Agustín Sáez, para quien un cartel “*no debe ser ni bueno ni malo, ha de ser útil*”, representa una forma tradicional de realizar los carteles: tintas planas; efectividad; colores brillantes; magistral uso del temple y la aerografía; pocos elementos, reconocibles, de aire geométrico o abstractizante, colocados de forma clara y equilibrada. Un tipo de cartel con el que es fácil identificarse. Un diseñador que debe su hacer, su buen hacer, a la tradición y a un absoluto dominio técnico. Hasta 1992 Agustín Sáez Alcaraz será el autor que más intervendrá en la cartelería de Moros y Cristianos de Murcia, obteniendo primeros premios –a excepción del cartel de 1987– en los concursos convocados al efecto financiados desde 1988 por la CAM.

El 6 de abril de 1987 se convoca concurso de carteles de las Fiestas de Moros y Cristianos de Murcia, el plazo se prolonga hasta el 15 de mayo. El formato se pide de 70x55 cm. A 50.000 pesetas, que financia de nuevo la CAAM, asciende el galardón. El cartel *Moros y Cristianos de Murcia 1987* lo hará Vicente Gil; un escudo en perspectiva, con cruz y media luna, que flota entre reflejos metálicos y recuerda los carteles futuristas realizados con aerógrafo. En el jurado: Juan Bautista Sanz, Martín Páez y Pedro Sánchez Borreguero.

A partir de 1988 los carteles de Agustín Sáez recogerán la figura de moro y cristiano ante la fachada de la Catedral; los arcos de mocárabes del Casino en el ochenta y nueve; el campamento festero, cuarteles y kábilas, en 1991, tras ganar un concurso dotado con 100.000 pesetas; azulejos, música y timbales del desfile... serían otros tantos motivos puestos en juego en estos primeros carteles del festejo.

Si aquel payaso articulado de Chipola, conteniendo el programa de fiestas murcianas, en la primavera del ochenta y tres, había supuesto un hito en la publicidad festera de la región, con continuación en la caja metálica realizada por Severo y Vicente en las fiestas abriñeñas del ochenta y cuatro; en el periodo que tratamos otros programas festeros serán de obligada referencia. Más al uso los libritos-programa plastificados para la Feria del ochenta y cuatro, y con sabor a motivos antiguos el de las Fiestas de Primavera de 1985, ambos debidos a Severo Almansa y Vicente Martínez Gadea. En septiembre de 1985, para anunciar los actos de la Feria de Murcia, Chipola, al frente de Contraplano, diseña una caja troquelada con aspecto de rostro burlón y nariz prominente, con manecillas de madera que al girarlas hace cambiar el rostro y da cuenta de las actividades festeras. Gadea y Almansa diseñaron como programa anunciador *Murcia Fiestas de Primavera 1986* un juego de la oca impreso sobre metal por Martínez Murciano. Estos programas metálicos, de hojalata, son piezas concebidas por Vicente y Severo como rendido homenaje, ya se ha señalado, a las antiguas litografías sobre metal, que abundaban en Murcia para conservas de frutas y pimentón. En septiembre se imprimiría un programa diseñado por Ángel Haro que consistió en un pequeño bloc con forma de banderola cosido con muelle de alambre. Chipola dio un vuelco a sus troqueles de cartón creando una cometa de tela, con el programa festero sujeto a la cola, para las Fiestas de Primavera de 1987; año del septembrino abanico desplegable, diseño de Vicente y Severo, que recogía el centenario de la plaza de toros, un abanico que tanto recuerda aquellos que editaban las marcas comerciales de los años treinta (Bayer obsequiaba con uno de ellos, anunciador de la Cafiaspirina, patentado por Gráficas Manen de Barcelona). Para la primavera del ochenta y ocho se editó el citado folleto con reeditaba imagen de Mongrell. En 1988 Pedro Manzano dio

cuenta de los actos septembrinos con un abanico troquelado y un folleto que, en la portada, llevaba impreso un caballito de tiovivo; respondía a las demandas manifestadas por la Concejalía de Festejos de recuperar aspectos de la feria septembrina vinculados a la infancia; se imprimieron 20.000 ejemplares. Idéntica cantidad de ejemplares se imprimieron del programa anunciador de las Fiestas de Primavera 1989; reproduciendo una carroza de Conte, en forma de carpeta, conteniendo diversas postales troqueladas realizadas a partir de fotos de Paco Salinas autor de la idea con Pedro Manzano; un adelanto del homenaje que la ciudad piensa dedicarle a Conte el próximo año. Como programa anunciador de la Feria de Septiembre, Manzano diseñó una cajita conteniendo un abanico de tela que llevaba impresos motivos del espacio urbano murciano: Catedral, Puente Viejo, Molinos del Río, fachada del Ayuntamiento; y un pequeño librito conteniendo la programación de los actos festeros.

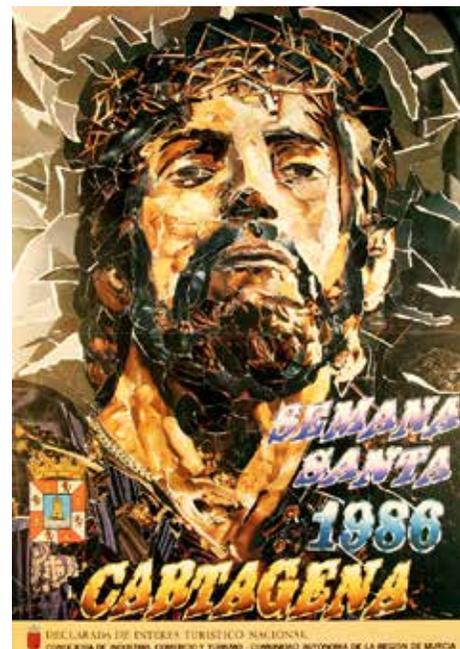
En Cartagena, una pintura expresionista de Mario Ruiz Manteca que representa al *Cristo de los Mineros* se adjudica, en 1984, las 150.000 pesetas del premio de carteles anunciadores de Semana Santa entre las 34 obras que habían concurrido al certamen. La prensa tachó el cartel de bodrio y de oscuro. Es posible que Cartagena se hubiese habituado a esos carteles miméticos realizados a partir de una diapositiva, con idénticos faldones para texto y ligeros cambios en las tipografías elegidas; una estética a la que se volverá una y otra vez.

Cuando en 1985 se declara desierto el concurso de carteles de la Semana de Pasión cartagenera, al considerar el jurado que ninguna de las 40 obras presentadas es digna de premio, pues carece de condiciones para obtener las 150.000 pesetas, se acuerda convocar un concurso, de forma urgente, de fotos o diapositivas con formato de 18x24 cm, eso sí, rebajando el galardón a 100.000 pesetas. Una fotografía de *La Soledad* marraja, procesionando entre el numeroso público asistente, fue el motivo elegido para configurar un cartel de atrevido fondo negro.

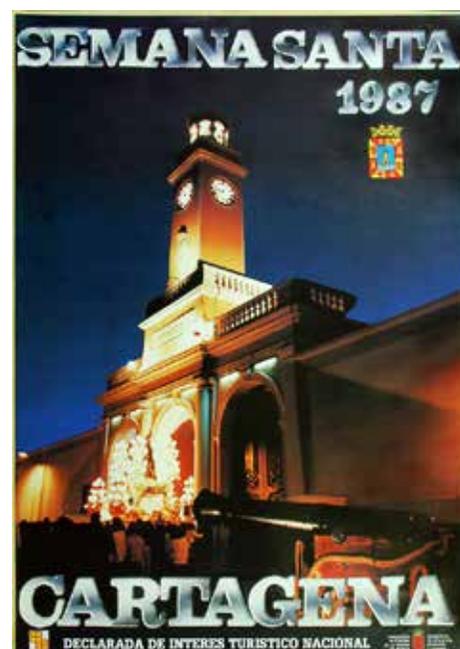
La imagen de *Jesús Nazareno*, un *collage* fotográfico compuesto por fragmentos rotos de otras fotografías que acentúan el dolor que transmite el rostro de Jesús, realizada por Moisés Ruiz Cantero –que ese año había participado, en mayo, en una exposición conjunta con Díaz Burgos en la Capilla Marraja bajo el título: “La Magia, la Pasión y otros excesos”⁽²¹²⁾– obtiene en 1986 el Primer Premio del concurso de carteles de la Semana Santa de Cartagena (Fig. 246). El propio Moisés Ruiz explica la génesis de su obra: “Fue la primera vez que participé en la convocatoria para la elección del cartel de la Semana Santa de Cartagena. El año anterior había mandado a una colectiva de Contraparada un *collage* de un primer plano de Carlos Gallego realizado con fotografías en blanco y negro de desecho, *reciclandolas*, como tuve éxito, pensé hacer algo parecido para el cartel. Una especie de *imagen total* donde tuviera cabida casi todo. Elegí un primer plano del rostro del Nazareno de Capuz, representante de la cofradía más antigua, la Marraja, y lo compuse con trozos de imágenes de las procesiones tomadas por mí mismo los años anteriores, intentando que aparecieran las cosas más relevantes de los marrajos. Incluí también representaciones de las otras cofradías y elementos característicos como el orden, las flores, la música, etc...”. Moisés Ruiz añade que incluso se incluyó a sí mismo y el caballo de *La Lanzada* que muestra sus testículos, lo que le ocasionó algún problema. Para la tipografía jugó con letras ampliadas en la fotocopidora, tratadas con aerógrafo para obtener ese aspecto de reflejos sobre metal dorado. Es un cartel, sin duda, para recordar, una excelente pieza de la cartelística pasional. Una propuesta innovadora en la cartelera fotográfica de Semana Santa que, sin embargo, no parece que tuviera continuidad.

Moisés Ruiz, nacido en Cartagena en 1953, es un fotógrafo en continua experimentación y búsqueda, muy vinculado a los cambios producidos en el ambiente fotográfico cartagenero, de la mano de la Agrupación Fotográfica AFOCAR, impulsados por Díaz Burgos, Gómez Valera, José Luis Montero, Gerardo Beniger –diseñador austriaco afincado en Cartagena que fallecería en mayo de 2014–, Carlos Gallego y él mismo, entre otros. En esos años Moisés Ruiz está muy interesado en la práctica del *collage* fotográfico, así lo recoge Fotovisión en 1985.

El mismo autor sería el creador del cartel de Semana Santa de 1987 (Fig. 247), más en la tradición habitual de la cartelera pasional cartagenera; *San Pedro* saliendo por la



(Fig. 246) Moisés Ruiz Cantero. *Semana Santa*. Cartagena. 1986.



(Fig. 247) Moisés Ruiz Cantero. *Semana Santa*. Cartagena. 1987.

(212) Moisés Ruiz. *Manualidades*. moisesruiz.blogspot.com.es

puerta del Arsenal. Un cartel clásico, a pesar de la tipografía de tonos metalizados y el primer plano del cañón, que el autor del cartel asegura es una bordería de marrajo; el *San Pedro es paso* californio.

Cuando en 1988 la Semana Santa cartagenera se presente en FITUR, lo hara con una imagen de Damián –a la que se ha recurrido tras declarar desierto el concurso– del trono de *La Piedad* a su llegada a la iglesia de La Caridad. Es un cartel que compuso Moisés Ruiz, a partir de un negativo de Damián de baja calidad, al que se añadió la tipografía utilizada por el propio Ruiz en el cartel que él mismo había presentado, sin obtener premio, a concurso: Una instantánea del trono de *La Verónica* con el Ayuntamiento al fondo. La presentación, por primera vez, de la Semana Santa cartagenera en FITUR, estuvo rodeada de cierta polémica, pues iba acompañada de carteles con el nuevo logotipo de Cartagena que aseveraban que la Ciudad Portuaria era capital de la Costa Cálida.

Un pintor de Alcantarilla, Pascual Ayala, realizó el cartel *Semana Santa Cartagena 1989*. El *San Juan* californio envuelto en tonos grises y, a sus pies, el tercio de nazarenos del *paso*, al fondo el Ayuntamiento y el escudo de la ciudad. Un cartel de apariencia en extremo academicista, y falto de capacidad para resultar atractivo. Ese año resulta más atrevido el folleto que edita la Concejalía de Cultura del Ayuntamiento de Cartagena para difundir las actividades que tienen lugar en la ciudad a lo largo de la Semana Santa, con ilustraciones y portada de Ángel Mateo Charris –expresionistas escenas pasionales, realizadas con ceras sobre cartulina negra–, y fotos de Moisés Ruiz.

Es conveniente apuntar aquí que la cartelería pasional basada en la fotografía, usada sin medida ni control, llegando a abusar ampliamente de ella como recurso gráfico, está ahora bajo la influencia de la fotografía documental. No se trata ya solo de fotografiar los *pasos* o la imaginería de tal o cual escultor, de recoger una imagen pasional de referencias locales o de pretendido reconocimiento nacional, sino de lograr reflejar el contexto, la situación, el ambiente, la emotividad que puede llegar a despertar esa instantánea utilizada –más o menos intervenida por el autor o el diseñador– como base de un cartel divulgador de la Semana Santa.

Entre 1984 y 1989 Lorca siguió convocando sus Concursos Nacionales de carteles anunciadores de Semana Santa, y manteniendo sustanciosos premios de 150.000 pesetas. Premios que no siempre fueron bien acogidos por los lorquinos, o que fueron directamente declarados desiertos por los jurados.

En 1984 el pintor lorquino Carrasco Jimeno fue el artista encargado de realizar el cartel. Encargo que recibió del mismo jurado que había rechazado las 26 obras presentadas al III Concurso Nacional. Jimeno diseñó un cartel que semeja un estandarte bordado, con un círculo en su interior que incluye la figura de un romano a caballo.

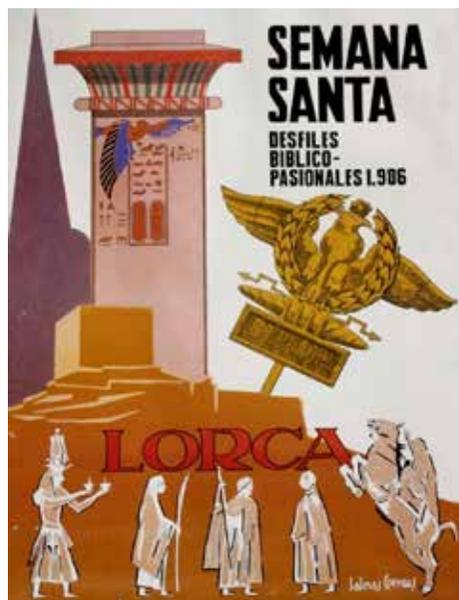
Santiago Cruz Pallarés resultó galardonado en 1985 por «*Bordadora*» (Fig. 248); tras un romano a caballo y un perfil de reina egipcia, que quiere hacer referencia a Cleopatra, una sombra borda franjas azules y blancas. Obra seleccionada entre los 40 carteles que se expusieron en el Aula de Cultura de CajaMurcia, y que fueron considerados, en general, poco adecuados para recoger los sentimientos de la Semana Santa lorquina.

De los más de 30 carteles presentados al V Concurso Nacional para elegir cartel anunciador de los desfiles pasionarios lorquinos en 1986, solo se colgaron 21 obras, consideradas de escasa calidad, flojas, casi realizadas por artistas *amateurs*. El concurso se declaró desierto y CajaMurcia, que financia la edición, encargó el cartel a un habitual de la cartelería lorquina: Francisco Salinas Correas (el pintor lorquino será homenajeado en su ciudad con una exposición en el Huerto Ruano en enero de 2008). En el cartel personajes bíblicos, egipcios, hebreos, romanos y, sobre el perfil de la torre Alfonsina, una columna egipcia y un estandarte romano (Fig. 249).

Del 2 al 24 de enero de 1987 –apenas veinte días– fue el plazo señalado en la convocatoria del VI Concurso Nacional. CajaMurcia siguió subvencionando la convocatoria con 150.000 pesetas. Se presentaron 32 bocetos que llegaron de Valencia, Jaca, Murcia, Cartagena y Lorca. Santiago Cruz Pallarés obtuvo el premio por segunda vez por «*Contrapunto*»; una mezcla de dibujos asirios, relieves y caballos, que no lograron que pareciera un cartel con mucha *garra*.



(Fig. 248) Santiago Cruz Pallarés. *Semana Santa*. Lorca. 1985.



(Fig. 249) Salinas Correas. *Semana Santa*. Lorca. 1986.

En abril del ochenta y siete, en plenas fiestas de Semana Santa, los lorquinos disfrutarían de una exposición singular, pues se muestran, en los locales del Centro Cultural Espín de la Caja de Ahorros de Alicante y Murcia, parte de los fondos pertenecientes a la colección del desaparecido historiador Joaquín Espín Rael. Una exposición que contó, sobre todo, con material gráfico y documental: carteles –uno de los más importantes, de gran tamaño, recoge las Fiestas de Lorca de 1912–, fotos, revistas, programas de mano, textos del “Vía Crucis”, estatutos de las cofradías... Un material inédito hasta ese momento.

A pesar de las críticas, se convocaría en diciembre del ochenta y siete el VII Concurso Nacional, con idéntica dotación y un plazo razonable de mes y medio para presentar propuestas. Diecinueve carteles se habían presentado en Lorca, en enero de 1988, al VII Concurso Nacional de cartel oficial anunciador de los desfiles bíblico-pasionales. Se expusieron en el Aula de Cultura de CajaMurcia. La prensa consideró aceptables varios de los que concurrieron, aunque señaló lo difícil que resulta encerrar en el estrecho marco de un cartel la simbología de la Semana Santa lorquina. «*Sombra 21*» de Eduardo Montesinos, domiciliado en Lorca, obtuvo el galardón; es un cartel con claro dominio tipográfico, aunque la imagen incluya un casco romano y un dibujo de olas que quiere recordar a Egipto. La ciudad del Guadalentín acuñaría el eslogan «*Lorca la oferta viva*» en 1988, una creación de Mipex, difundido con pegatinas y carteles; eslogan reconvertido en «*Lorca ciudad viva*», presentado en FITUR en 1989.

La Junta Central de Cofradías y Hermandades de Jumilla convocó concursos, para elegir sus carteles de Semana Santa, a lo largo de la segunda mitad de la década de los ochenta, contando con la subvención y el patrocinio de la Caja de Ahorros Provincial o de CajaMurcia; premios que oscilaron entre las 75.000 y las 50.000 pesetas, otorgados a originales cuyo tamaño se movía en torno a los 60x40 cm ó 95x65 cm. En 1984 pocos carteles se presentan al concurso para elegir *afiche* anunciador de la Semana Santa, año que pretende conmemorar el 25 aniversario de la Procesión del Rescate. El jumillano Luis Francisco Canicio obtuvo el Primer Premio con «*Melmoth Sedente*», un retrato del *Cristo Resucitado*.

En 1985 el galardón lo obtuvo «*Silencio*», del jumillano Ginés Carrión, un artista *amateur* según la prensa. Velones y luces para un cartel un tanto desapasionado.

Francisco Crespo, profesor de Formación Profesional, de Jumilla, gana en 1986 el concurso de carteles con una imagen que representa el escudo de la localidad, coronado de espinas sangrantes; bajo la corona capirotos nazarenos de las Hermandades.

A mediados de enero de 1987 se convoca nuevo concurso, con escaso plazo de 17 días para presentar obra. El día 31 se exponen en el Centro Cultural de la CAAM; 50.000 pesetas al ganador y 25.000 el segundo premio que se dedicará a portada de la revista/libro de Semana Santa. Domingo Ortigosa, profesor de dibujo en la localidad, resulta ganador, con un cartel que representa el *paso* del *Descendimiento* que desfila Viernes Santo, obra de José Planes.

Una fotografía, del *paso* del *Santo Costado de Cristo* frente a la torre de la iglesia de Santa María del Rabal, de Plácido Guardiola, fue el motivo del cartel de 1988. Dos meses antes, en enero, la asociación Padre Lobo, llamada así en recuerdo del reverendo que fundó la primera cofradía jumillana, la de la Vera Cruz, en el siglo XVI, había organizado en Jumilla una exposición sobre libros y material gráfico antiguo, referidos a la semana pasional jumillana, que incluyó los tres primeros carteles de Semana Santa de 1949, 1950 y 1951.

Una fotografía, de fuerte contraluz, del *Crucificado*, es motivo anunciador en 1989.

El cartel *Semana Santa, Cieza 1984* lo hará un tarraconense, Isidoro Fernández, que ganó el concurso nacional con la obra «*Contraste*»; nazarenos ante la cruz que dibujan los textos: *Cieza Semana Santa 1984*. Concurso al que concurren el año siguiente más de 100 originales; los premios están dotados con 100.000 pesetas; Ignacio García realiza el cartel, una pintura geométrica de líneas minimalistas para referir los capirotos, *Semana Santa de Cieza 1985*. A pesar de ello, en 1986, la VI Edición del Concurso Nacional de carteles anunciadores de la Semana Santa ciezana se declara desierto, imprimiéndose una foto del *Cristo del Perdón*. De igual forma se recurrió en 1987 a otra foto como cartel anunciador, ahora de Ricardo Carrillo, representando *La Flagelación*. Ante la ausencia

de carteles de mérito, y las continuadas polémicas, en Cieza recurrirían frecuentemente a la edición de fotografías.

La Verdad publica, el 10 de febrero de 1987, en la sección “Colaboraciones”, un breve artículo de Juan María Jiménez Serrano que podría valer para todos los concursos de carteles de Semana Santa que se celebran en las localidades murcianas: “...El fracaso del concurso de carteles se debió año tras año a que el jurado, cuyo peritaje en estética pictórica cartelística no pongo en duda, aún siendo ciezano; no tuvieron nunca en cuenta que el cartel iba destinado a quienes sacan las procesiones y quienes vienen a verlas, no a los artistas. Es decir, al pueblo, y el pueblo y el forastero quieren ver ya en el cartel un adelanto o anticipo del espíritu, fervor, ilusión y tradición, que en Cieza saca a las calles su Semana Grande, y no cuatro rayas de colorines por cien mil pesetas, que lo mismo anuncian un jabón, un desodorante o camisetas deportivas...” Un artículo que acaba proponiendo concurso de fotos, con exposición pública, y votación popular por los asistentes para evitar el caciqueo; y que parece despojar al cartel pasional de carga artística alguna, reduciéndolo a un asunto limitado al fervor religioso local.

Quizá a consecuencia del artículo se convoca en Cieza, a mediados de enero de 1989, el I Concurso de Fotografía para elegir cartel anunciador de Semana Santa. Una foto de Dolores Carrillo de la *Virgen de la Piedad* sería utilizada como motivo anunciador.

Otras poblaciones fueron más austeras en la dotación de los premios, o las cajas de ahorro no consideraron necesarios aportes más suculentos. La Cofradía del Silencio, del Santísimo Cristo Crucificado del Palmar, convocó concurso de carteles de Semana Santa, con premios de 25.000 pesetas; en el jurado Barberán, Fernández-Delgado y Juan García Serrano. En 1985 ganó el concurso Francisco Cánovas y en 1987 Ortiz Gea, ahora dotado el premio con 40.000 pesetas.

Una fotografía de Francisco Victoria gana, en 1985, el concurso de carteles de la Semana Santa de Yecla; con exigua dotación de 25.000 pesetas.

El mismo año «*Nazarenos con Cruz*», de Cánovas –de nuevo una imagen de marcado grano, sometida a la ampliación de la fotocopidora–, gana el concurso de la Semana de Pasión de Alcantarilla, que la CAAM dotaba con 50.000 pesetas y venía celebrándose por 4ª vez. Concurso que ganó al año siguiente David Sánchez –se presentaron 21 obras–, con el motivo, muy visto y recurrente, de cuatro triángulos que semejan capirotos. En 1988 la cantidad dotada por la CAAM sería para Sánchez Rosique por «*San Pedro*». Solo 18 fotografías aspiraron a las 50.000 pesetas y a anunciar la Semana Santa de Alcantarilla en 1989, eligiéndose la que representa al *Cristo de la Buena Muerte* realizada por Pedro Antonio Lechugo.

Las 25.000 pesetas, del concurso de carteles anunciadores de “La Fiesta del Tambor Mula 88”, las obtuvo Josefina Sánchez; dibujó un mapa de la región, tres tamboristas y la túnica muleña. Y un año después Tomás Boluda ganó el Primer Premio incrementado a 30.000 pesetas.

Concursos de carteles de Semana Santa en Calasparra. En Alhama; que editó una serie de magníficos y originales carteles pasionales entre 1984 y 1988, a dos o tres tintas planas, cuatro a lo sumo; el de 1984 de Juan Fernández Cursach, en rojo y negro, lo imprimió Serigrafía Junza: capirotos y, al fondo, el castillo de la localidad; en 1989 fue cartel de Semana Santa una foto de *Nuestra Señora de los Dolores*, una talla de Sánchez Lozano perteneciente a la Cofradía de los Negros... Carteles pasionales a lo largo y ancho de la región. Carteles, en fin, cuya edición –al margen de la dotación específica del concurso– asume la propia Consejería de Turismo; de ahí que sea el consejero o el director general de Turismo el que los presente en FITUR, al inicio de cada feria, o lo haga ante la prensa cuando estén cercanas las celebraciones festivas⁽²¹³⁾. Y una curiosidad; en Totana, el Ilustre Cabildo Superior de Procesiones se propone editar, como tales, carteles de Semana Santa a partir de 1988; anteriormente era el artista totanero José María Hernández Lario el que desinteresadamente realizaba uno a uno, y de forma original, los carteles anunciadores de la Semana Santa de Totana.

Concursos de carteles de festejos y jolgorios populares que van más allá de la Semana Santa, pues hacen referencia a otras celebraciones de corte religioso o profano.

Salidos de la mano de Muñoz Barberán, 2.000 carteles se imprimen en 1984 para anunciar la Feria y Fiestas de Lorca.

(213) La Consejería de Turismo invirtió, en 1987, 850.000 pesetas en la edición de 5.000 folletos, referidos a la Semana Santa en la Región, otros 5.000 y 2.000 carteles de las Fiestas de Caravaca de la Cruz, que se repartieron en las oficinas de turismo, además de otros carteles de festejos. Así lo recoge *La Verdad* el 7 de abril de 1987 en la pág. 22.

El ceheginero Amador Moya gana, en 1984, las 25.000 pesetas del concurso de carteles anunciadores de las fiestas de Mula.

El cartel de las fiestas de Caravaca de 1984 lo vuelve a hacer Agustín Sáez; se imprimieron 1.500 carteles de corte clásico y tonos vivos, rojos, amarillos y azules... cruz, caballos del vino, moros y cristianos y el templete como motivo sustituto del castillo. En noviembre del ochenta y cuatro se convoca concurso de carteles de Fiestas de Moros y Cristianos de Caravaca 1985; el formato propuesto es de 50x70 cm y los premios de unas escasísimas 20.000, 10.000 y 5.000 pesetas; el caravaqueño López Guerrero obtuvo la cantidad correspondiente al Primer Premio. El jurado calificador del cartel de Fiestas de Moros y Cristianos y Caballos del Vino de Caravaca 1986 no elige, finalmente, el cartel votado por el público en la exposición previa, tal como se había sugerido, apostando por una obra del ceheginero Cristóbal Morales y creando fuerte polémica. En enero de 1987 se inaugura la exposición de carteles que se han presentado a poder anunciar las fiestas en honor de la Santísima y Vera Cruz de Caravaca; un concurso que patrocina la CAAM con 50.000 pesetas; en 1985 se habían presentado 11 obras, 22 en 1986 y ahora 29 (se impedían las tintas doradas y plateadas); «*Caballo del vino*», de Antonio Carbonell, profesor en Artes y Oficios, obtiene el Primer Premio; el cartagenero Agustín Sáez recibió un accésit por «*Galope*». El caballo de Carbonell levanta las patas delanteras –lo reproduce *La Verdad* el 24 de enero–; un vistoso cartel que parece construido con lettering y anticipar gustos futuros. Fotos, óleos, dibujos... un total de 21 obras se presentan al concurso de carteles en 1988; el triunfo fue para Basilio Ruzafa que presentó la lid entre moro y cristiano, al fondo caballo y castillo, se editaron 3.000 carteles simulando las formas de una vidriera gótica. En 1989 gana de nuevo Agustín Sáez el concurso de carteles de las fiestas en honor de la Santísima y Vera Cruz, dotado con 75.000 pesetas, por «*Caballo de Fiesta*».

Ginés Alonso, Antonio Betanzos, Eugenio Marco y Agustín Sáez, son ganadores en 1985, 1986, 1987 y 1988, del concurso de cartel anunciador de las Fiestas de Moros y Cristianos, convocado por la Hermandad de la Santa Cruz de Abanilla, con premios que ascienden a 25.000 pesetas.

A 40.000 pesetas ascendía, en 1985, el premio de carteles anunciadores de la romería de septiembre al Santuario de la Virgen de la Esperanza de Calasparra.

José Puche gana el concurso de carteles de las Fiestas de la Purísima de Yecla en 1985. Anteriormente, con carteles de Alfonso Muñoz se anunciaron en Yecla en 1982 y 1984 las Fiestas de Primavera y San Isidro de la localidad.

Concurso de carteles –con premio de 35.000 pesetas– para anunciar las Fiestas de la Vendimia en Jumilla y el Festival de Folklore Ciudad de Jumilla que en 1986 anda ya por la V Edición; edición que ganó el estudiante de Bellas Artes Bartolomé Medina. En 1988 José Gil obtendrá las 40.000 pesetas del concurso de carteles de la Fiesta de la Vendimia.

Abarán convoca en 1987 concurso de carteles con tema alegórico sobre la localidad para anunciar su feria y fiestas. Pide pequeños originales para concursar de 29x42 cm y ofrece premios de 40.000 pesetas.

Roberto Yelo Cano, jefe de taller de Novograf S.A., gana en 1988 el concurso de carteles de las fiestas de septiembre de Blanca dotado con 40.000 pesetas.

Alcantarilla convoca en marzo de 1988 concurso de carteles anunciadores de las Fiestas de Mayo, con un premio de 50.000 pesetas. Ayuso obtiene el galardón otorgado por un jurado en el que se encuentran: Carbonell Artús, Barberán, Avellaneda, Cacho y Párraga. Premio que ganó Martínez Almagro en 1989 ante los 18 originales que optaban al galardón. Alcantarilla convoca concurso de carteles dotado con 20.000 pesetas para anunciar la "Navidad Cultural '89".

Los artistas murcianos obtendrán premios en certámenes foráneos. El murciano Cerezo Montilla gana el concurso de carteles de las Fiestas de Moros y Cristianos de Orihuela 1987, dotado con 75.000 pesetas por «*El Día del Oriol*», que recoge un detalle de la Esquina del Pavo durante la bajada de la enseña del Oriol del balcón de la Casa Consistorial; al fondo del *afiche* la torre gótica de Santa Justa; cartel pictórico que recuerda esos carteles con personajes de Barberán.

Los años ochenta suponen la recuperación en muchas poblaciones de festejos populares antaño silenciados o permitidos discretamente por el *régimen* de Franco, pues

son festejos precuaresmales, de corte pagano, que incentivan la sátira y la crítica contra el poder constituido.

Jumilla recuperó en 1984 la tradición popular del “Hombre del higuico”. Molina, La Unión, Mula –donde un bando del alcalde invitó a la población a disfrazarse– recuperaron el carnaval.

En el Cabezo de Torres, donde la costumbre de salir a la calle disfrazado no se había perdido y, tras largo periodo de decadencia, venía revitalizándose desde el año 1973, se retomó con fuerza el festejo; se había acordado potenciarlo por parte del Ayuntamiento murciano en 1980 y anunciarlo con carteles que diseñarán renombrados pintores. También Cartagena, Águilas, Murcia... anunciarán con carteles sus carnavales.

Alhama recuperó sus Mayos –esos simpáticos muñecos de trapo y paja, con sus textos colgados, llenos de gracia, aludiendo jocosamente a cualquier tema de actualidad– anunciados en 1984 con un cartel idea de José María Cánovas Vera. En *La Verdad* se publican el 5 de mayo del ochenta y cuatro las declaraciones del Alcalde, que manifiesta: “Ya ha llegado otra vez la fiesta de los Mayos, rescatada del olvido y con más fuerza que en otras ocasiones; hasta cartel anunciador hemos hecho”. En 1988 los Mayos se anuncian con un cartel de Aurelio, simulados rostros de trapo ante un fondo amarillo; ese año el alhameño José María Vicente realizaría en octubre el cartel de la Feria alhameña y dejaría constancia de su buen hacer como cartelista en un atrevido cartel para la obra *Caperucita Roja, Solos en el bosque* (Fig. 250) de Titeres la Bicicleta, con connotaciones adultas y de gran carga sexual: el lobo acosa a Caperucita tras la puerta intentando despojarla de sus prendas íntimas. Un cartel que posiblemente hoy no se habría impreso.

El carnaval resurge con fuerza en todos los pueblos y localidades de la región. Mula imprimió en 1986 un cartel de Ángel F. Saura, diseñado a partir de una foto que tomó en un escaparate veneciano –según aporta el propio fotógrafo en la reunión mantenida el 13 de diciembre de 2018–, un antifaz prendido de cintas y colgaduras.

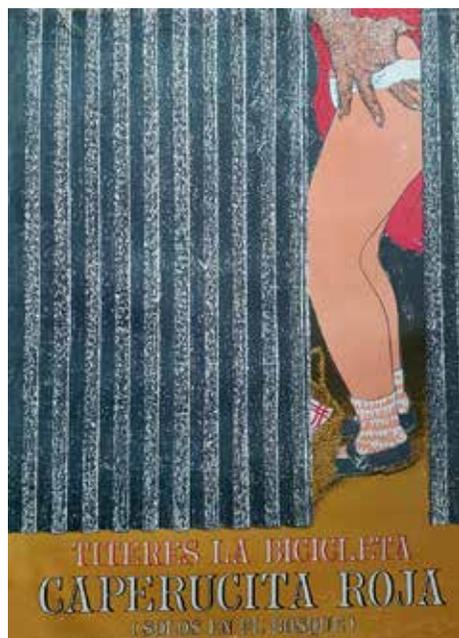
En Cartagena se declara desierto en 1987 el concurso de carteles de carnaval y se encargan los bocetos a diseñadores de Murcia. Severo Almansa y Martínez Gadea serán los responsables del diseño; interviniendo con formas geométricas, para simular una máscara, un grabado del siglo XIX que representa un rostro femenino. Un autobús acondicionado como aula de cultura mostró por barrios y pedanías cartageneras fotos, carteles –algunos realizados por Agustín Sáez– y máscaras de carnaval. El cartel de carnaval *Cartagena 88* lo realizan López Mateo, Pinky y Albaladejo, con clara inspiración veneciana.

En octubre de 1986 Águilas convoca concurso de carteles de carnaval 1987. En julio de 1987 anunciaría concurso de promoción del carnaval de 1988 entre artistas de cualquier procedencia con originales realizados a un tamaño de 70x46 cm, sobre soporte rígido para poder exponerlos; los premios ascienden a 50.000, 25.000 y 15.000 pesetas; un personaje enmascarado anunció el carnaval. En 1989 volverá a convocarse concurso de carteles de carnaval en Águilas. La ciudad costera tiene claro que pretende hacer de los carnavales una atracción turística.

El Ayuntamiento murciano celebró, el 13 de febrero de 1988, baile de máscaras en el Palacio Almodí y anunció el carnaval vinculándolo al Entierro de la Sardina con un cartel que realizó Pedro Manzano: *Llegada de la Sardina. Comienza el Carnaval*. Un evidente ejemplo de la importancia que el carnaval adquirió a finales de los ochenta lo encontramos en el programa que recoge las actividades de carnaval en la ciudad de Murcia en 1990: conferencia de Flores Arroyuelo sobre “Los Orígenes y Evolución del Carnaval”; representación teatral en el Almodí de “Don Juan en los Infiernos”; “Mascarada Roja” en la Plaza de Romea; “Baile de Máscaras” en el Salón de Columnas del Almodí; fiesta infantil de carnaval en Los Molinos del Río y celebración de la Llegada de la Sardina; actividades anunciadas ese año con un cartel de nuevo realizado por Pedro Manzano.

Un tema al que volveremos, pues pronto no hubo en toda la región población que deje de celebrar carnaval, anunciado siempre con profusión de cartelería. Incluso la Universidad Popular de Moratalla convocaría concurso de carteles de carnaval en 1988.

Es también la década del auge de los espacios de ocio compartido, salas de baile, pubs y discotecas que recurrieron a una sofisticada y cuidada publicidad, y a una diversificada y atrayente puesta en escena. Los diseñadores y publicistas murcianos colaboraron de forma continuada con estos establecimientos, diseñando marcas y logotipos,



(Fig. 250) José María Vicente. *Caperucita Roja. Solos en el bosque*.

tarjetas e invitaciones y su abundante cartelería. Carteles de Tábano para Don Pepe Piano Bar y Estudio 27. Carteles de Julio García Abril para la discoteca Triángulo de Los Alcázares, diseñados en 1989 partiendo de cuidadas ilustraciones: *Caza de Brujas*, *Miss Top Less*, *Hogueras*, *Triángulo Fluorescente*... Carteles de Pablo Portillo para Mondrián (Fig. 251). Rosso para La Madrileña. Logotipo, invitaciones y carteles de Pedro Manzano para Splash en 1988. Propuestas gráficas y carteles, algunos serigrafiados, de Mich (Miguel López-Guzmán) para la discoteca Bugatti, Tito's, Kipeer, el Café Continental –en la gráfica de la marca también colaboran Alberdi y Ángel Saura, excelente la imagen de la chica, vestida de fiesta, sujetando la cafetera– y TBO⁽²¹⁴⁾. De Severo Almansa para Bache. Javier de Juan para el Varadero⁽²¹⁵⁾. Y, como destacado ejemplo a imitar, la cuidada imagen de las discotecas Trips y Barbus y los trabajos realizados por Javier G. Alberdi.

El 30 de mayo de 1986, la discoteca Trips, pionera en la celebración de fiestas y eventos en La Manga, celebra su primer aniversario con la edición de una imagen creada por Javier González Alberdi: un grupo de jóvenes que bailan y ríen alrededor de una tarta de cumpleaños. Alberdi será el diseñador habitual de la cartelería y las tarjetas postales con las que la discoteca difunde sus propuestas y movidas para intentar atraer y sorprender a sus clientes: *Tripsolticio*, *De película*, *Islám noche*, *Haley's Comet World Tour '86*, *Baños de Luna*, *Mad in Trips*, *Por Sevillanas*, *Tripspuma*, *TripsFermin*, *TripsColor*, *TecnoTrips*... Infinidad de productos gráficos, muchos de ellos realizados en serigrafía, que permitieron a Alberdi desplegar una intensa creatividad y poner en juego múltiples registros: manipular imágenes fotográficas, crear ilustraciones, jugar con collages y fotomontajes... a un ritmo de vértigo. La denominación del local: Trips –viaje–; y la imagen logo de la discoteca, ese personaje que se desplaza en un bicicleta con casco de viador, en la mano una copa, presto a la aventura bufanda al viento, con tanta similitud con el cartel de Tábano *Drink Ícaro Fly Ícaro* (Fig. 252), tan revelador del gusto de Miguel López-Guzmán –que cobró 40.000 pesetas por la marca y el logotipo– por la imaginaria aeronáutica de la Primera Gran Guerra, fue durante muchos años el emblema a imitar por todos los locales de ocio de la costa murciana. Un aviador tomando feliz una cerveza, al fondo Cabo de Palos y un tramo de la costa, fue el boceto realizado por López-Guzmán para el primer cartel de la discoteca que no llegaría a imprimirse. Tan hondamente caló en los veraneantes el espíritu Trips que intentaría recuperarse en 2015, cuando se planteó una nueva imagen para el establecimiento. No solo Alberdi intervendrá en la cartelería y la publicidad del local. A partir de 1988 Vicente Tiburcio intervendrá en la gráfica del local; y Moisés Ruiz Cantero, será otro autor de sus postales y carteles: *Tercer Aniversario*, *Fluorescente*, *Trips Sport*, *Miss Camiseta Mojada*, *Apocalypse Now*, *Tripspuma*, *Tripscarnaval* (Fig. 253)... en colaboración con Ángel Mateo Charris en 1989. Sí, la Trips sería vertiginosa escuela de aprendizaje en técnicas y procedimientos de comunicación visual; Moisés Ruiz lo deja claro: “Empleé muchas técnicas fotográficas y también aerógrafo, dibujos, collages, tijera, pegamento y muchas prisas”.

Son, sin embargo, los trabajos de Alberdi para la Trips los más recordados. González Alberdi realizaría una serie de memorables y provocadoras imágenes y carteles, mediada la década de los ochenta, para otros locales: la discoteca alicantina Vértice, el Café Continental (Fig. 254), el bar Next, Los Claveles y la discoteca Barbus –de los que destacaremos: *Sed Golfos*, *Sed Golfas* (Fig. 255) y *Semana de Pasión*, con cierta polémica al utilizar en este último el Ángel de Salzillo–.

Alberdi fallece el 27 de junio de 2001 a los 44 años. Truncándose una, más que prometedora, certeza en el campo de las artes gráficas y el diseño regional. Pedro Manzano escribe en *La Muralla*, meses después, un artículo en recuerdo del autor, “Javier Alberdi, qué ironía”, en el que señala: “...su labor como diseñador, fraguada a lo largo de la fructífera década de los ochenta, en pleno boom del diseño nacional y sobre todo murciano, donde la definitiva ruptura democrática como culminación del anterior periodo de la transición, abre inimaginables expectativas en el campo de la comunicación visual...”; comenta sus colaboraciones con Paco Salinas o Tábano, la sutil ironía, la carga delicadamente sensual que impregna sus trabajos, y remata el texto recordando que Alberdi “...nos ha legado un buen número de imágenes, perturbadoras, bellas, que definen la juventud de toda una época”. Formado como licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, recibió el premio Villa de Madrid por un cartel para las Fiestas de San Isidro. Creador de la imagen corporativa de algunas grandes



(Fig. 251) Pablo Portillo. Disco-Pub Mondrián.

(214) Este último local recurriría a imágenes inspiradas en el cómic; el primer cartel se diseñó a partir de la heroína del cómic de terror Vampirella, creada por F. J. Ackerman y dibujada entre otros por Frank Frazetta. López-Guzmán, que integra Zarco Creativos Asociados, intervendrá a partir de 1993 en la gráfica de Pasadena; MTM, una productora de televisión regional por cable; gestión de la cuenta de imagen, carteles, banderolas, ediciones de precio y producto... del Centro Comercial Atalayas; creará el logotipo y el eslogan de la TVM «La televisión de aquí» y editará en 1995, junto a Fuensanta Zarco, *La Muralla*, con sucesivos formatos de periódico, tabloide y revista couché. En 2021 creará la revista digital *Tó Murcia*.

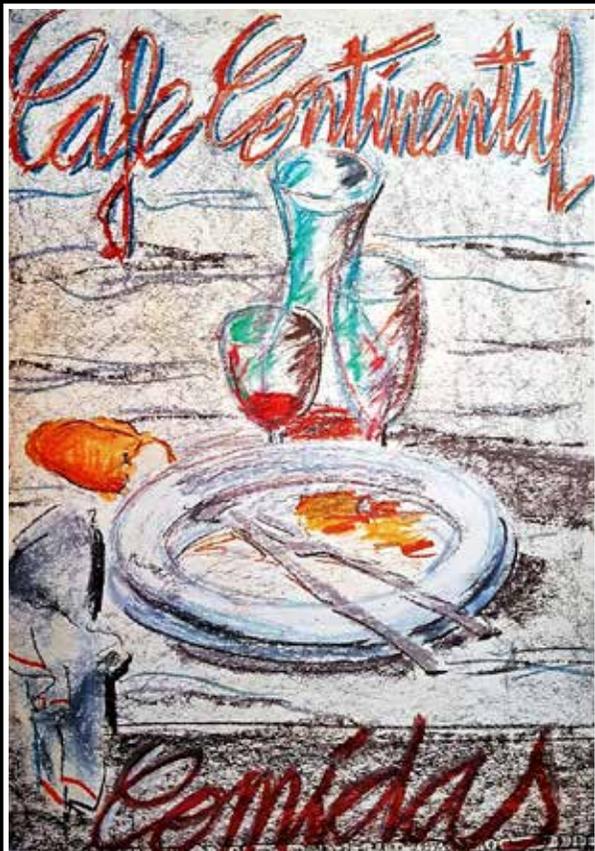
(215) El Varadero, local de copas de Lo Pagán cumple, en 1994, 15 años. En la entrevista que Nany Martínez le hace a su propietario, el Cuqui, para *La Verdad*, este manifiesta: “...creo que es uno de los mejores sitios para mostrar arte. Tengo muchos amigos de la movida madrileña que han expuesto en El Varadero o A los Toros en Murcia, y estoy orgulloso de que alguno de ellos incluso haya realizado carteles para la empresa, como Javier de Juan, Jorge Fin o Tomy Ceballos.” Dora Catarineu realizará en marzo de 1996 el cartel anunciador *IV Regata Latina El Varadero*.



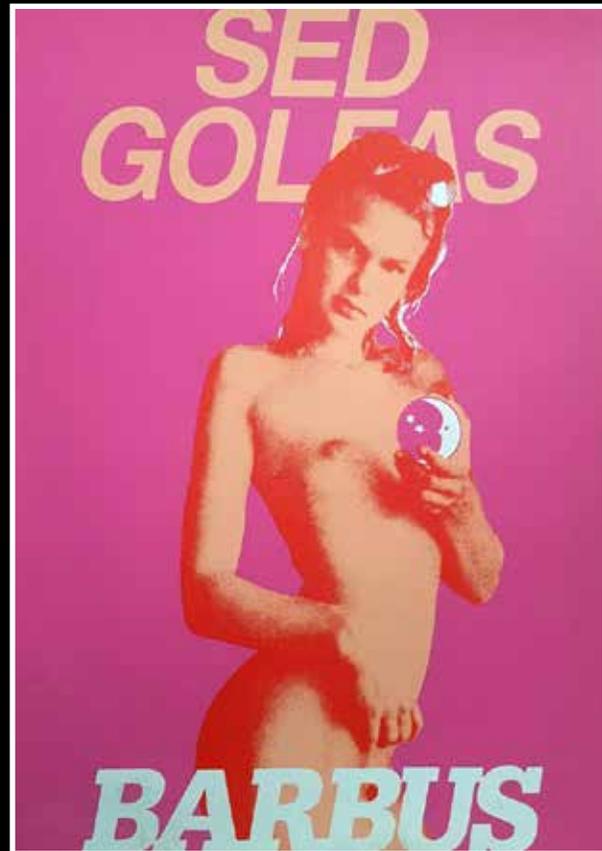
(Fig. 252) Tábano: Julio García Abril y Miguel López-Guzmán. *drink Ícaro fly Ícaro*.



(Fig. 253) Ángel Mateo Charris y Moisés Ruiz Cantero. *Carnaval. Trips La Manga*.



(Fig. 254) Javier Alberdi. *El Continental*.



(Fig. 255) Javier Alberdi. *Sed golfas. Barbus*.

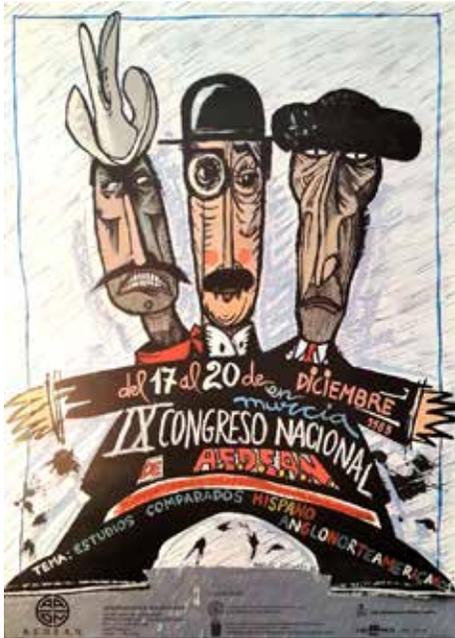
empresas: ZYT, Filippini España... En su papel de diseñador y cofundador de la agencia Tam-Tam realizó en 1989 –en 1988 ya había diseñado el cartel del Programa Cultural de la Feria Regional del Libro: seis rostros que apenas se muestran tras un libro abierto, con atrevida tipografía cruzada en franjas rosas, amarillas y naranja– dos carteles para la Feria del Libro: *Las Revoluciones Contemporáneas y Homenaje a Antonio Machado* que dan fe de su versatilidad y atrevimiento con la imagen impresa; el primero un impactante *collage* que protagoniza el personaje central del cuadro de Delacroix *La Libertad Conduciendo al Pueblo*, acompañada de las efigies de Lenin, Mao o el Che portando libros rojos y amarillos; el segundo una interpretación pop de la figura de Machado. El Primer Encuentro de Revistas Culturales Españolas, celebrado en Murcia a finales de marzo, se anuncia con un cartel de Javier Alberdi que compone atrevido *collage* con la imagen central de una carnal *Venus de Milo*⁽²¹⁶⁾.

Otras acciones institucionales, otras campañas publicitarias, recurrieron al diseño y al cartel en la Región: Con carteles y folletos se anunciaba en 1984 en Murcia la oficina de la OMIC, con un gasto que supuso más de 400.000 pesetas. Los carteles: *Talleres del automóvil*, *Verano '85*... realizados por Miguel López-Guzmán, que recurrió a explicativas, a la vez que divertidas y humorísticas ilustraciones, materializaron campañas que la Dirección Regional de Consumo puso en marcha a través de las OMIC. La Tipografía San Francisco imprimirá en el ochenta y cuatro el cartel *Primer Certamen de Consumo*; dos tintas, negro y amarillo, y el proceso de cascar un huevo fue la imagen propuesta por López-Guzmán. Carteles para anunciar Radio Térmita, una emisora gestionada por un grupo de jóvenes de amplio espectro ideológico que recibió en marzo de 1984 la orden de cierre y el precinto de sus aparatos; la Editora Regional editaría, curioso contrapunto, 7.000 carteles para publicitar la Semana de la Radio. Ángel Pina diseña, para la Cátedra de Cinematografía de la CAAM, el cartel anunciador del Certamen Internacional de Cine de Cortometraje de marzo, a una tinta, rojo, simulando el espacio de una sala de cine. Concurso de carteles anunciadores de los VI Juegos del Guadalentín, que ganó Mario Martínez por «*Andrómeda*». Carteles para anunciar en febrero de 1984 el Primer Congreso de Formación Profesional de Murcia. Sadimag produce el cartel del Día Mundial del Medio Ambiente. Ángel F. Saura hace la imagen de la I Muestra de Plantas Autóctonas de Murcia, una foto tratada en contrastados negros, lilas y verdes, de una hoja de palma; y en junio el cartel para recordar el 2º Aniversario de la Autonomía: un niño coloca las dos velas en la tarta adornada con el escudo regional y el texto «*Feliz cumpleaños*» que no fue la única propuesta presentada. Cartel de Antonio Ballester para publicitar la Verbena de la Tercera Edad organizada por el Ayuntamiento de Murcia. Carteles en julio para anunciar la Fiesta del Melocotón en Cieza. El 6 de septiembre de 1984 la prensa hace público el cartel de Luis Canicio anunciador de la V Exposición y Venta de Machos Reproductores de la Cabra Murciano-granadina; una foto, «*Llamada del macho*», ha ganado el concurso. En diciembre carteles para anunciar en Cartagena el «Día de la Bicicleta». La Consejería de Sanidad inicia una campaña contra las drogas, tabaco, alcohol y café, con el lema «*No destruyas tu vida*» y «*No fumes*», que produce Ekipo y diseña Chipola; «*No te fumes la vida, es el cigarrillo el que te fuma a ti*», Ekipo coloca en el pliego un personaje –payaso irresponsable– consumido y quemado. La Comunidad saca a concurso la contratación de la edición de folletos, dípticos, carteles, mapas y otras publicaciones turísticas. El 17 de noviembre de 1984 el consejero de Cultura confirma a *La Verdad* que se piensa hacer una inversión de 38 millones de pesetas para modernizar y hacer más operativas las instalaciones de la Imprenta Regional, de tal modo que en ella pueda editarse, a partir de 1986, no solo el BORM (Boletín Oficial de la Región), también los libros de la Editora y los folletos y carteles que demandan otras consejerías; sin menoscabo de competencia desleal con imprentas privadas a la hora de solicitar presupuestos; subrayando así una idea que tuvo detractores y no se aplicó, pero que en los años noventa tendrá cierta repercusión, sobre todo en la cartelería que patrocina turismo, en libros de tono oficial, en la elaboración de los documentos presupuestarios y en papelería menor⁽²¹⁷⁾.

El Ayuntamiento de Cartagena edita 4.000 carteles para difundir sus servicios sociales. El cartel *XII Festival de Música en la Navidad*, a celebrar en la región entre diciembre de 1984 y enero de 1985, lo realizó Metro, interviniendo con color un grabado de estilo

(216) Cuando el Ayuntamiento de Murcia se proponga, en 1993, convocar el Primer Certamen Municipal de Iniciación a la Creación Joven, será Javier Alberdi el encargado de diseñar el programa de comunicación visual de la convocatoria, recurriendo de nuevo al *collage*, procedimiento gráfico en el que el diseñador se siente cómodo, para realizar el cartel. *Collage* del que iría extrayendo fragmentos para componer las imágenes de las distintas secciones en las que se podía participar: Pintura, Cerámica, Teatro, Música coral, Pop-rock...

(217) La Imprenta Regional, organismo que nació para cumplir fines sociales, situándose sus orígenes en la pequeña imprenta que existía en la Casa de Misericordia de Murcia para enseñar un oficio a niños sin recursos. En la Imprenta Regional se imprimía el Boletín Oficial de la Región creado por Decreto de Consejo el 30 de junio de 1979 –etapa preautonómica–; pasando más tarde a convertirse en el BORM, creado mediante Decreto el 9 de agosto de 1982 –un día después se publicaría el primer número del Boletín–. La ley 3/1985 aprobada el 10 de julio establecería la creación del organismo autónomo Imprenta Regional, que inaugura en 2002 nueva sede en el Camino Viejo de Monteagudo con una estructura organizativa muy similar a la de cualquier otra imprenta: departamento de gerencia, administración, comercial y suscripciones para el BORM, entre otros. Con área de fotocomposición y avanzados equipos de diseño, filmación e impresión, y con una plantilla de 54 empleados.



(Fig. 256) Manuel Delgado. IX Congreso Nacional AEDEAN.

(218) Carteles, libritos y folletos, con recortables y troqueles fueron diseños habituales esos años y pervivieron hasta bien entrado el siglo XXI –el estudio gráfico Paparajote o el diseñador Desiderio Guerra recurrirían entre 2020 y 2023 a este tipo de diseño que plantea propuestas basadas en troqueles y recortables–. La SER celebró en 1983 el Cincuenta Aniversario de Radio Murcia con la reproducción troquelada de un bronce, creado por González Alarcón y Chipola, para conmemorar la efeméride. Contraplano utilizó un troquel desplegable en el folleto patrocinado por la Dirección General de Consumo para incentivar la compra de carne de cerdo. La Feria y Fiestas de Alhama y la Fiesta de la Vendimia de Jumilla difundieron sus actividades en 1986 con un programa de festejos troquelado. De idéntica forma actuó el Ayuntamiento de Mazarrón para dar a conocer el programa de fiestas de San José en 1987. Un recortable con grabados antiguos, referidos a libros clásicos, realizado por Pedro Manzano, sirvió para difundir la Biblioteca Municipal de Alcantarilla, y despleables y troqueles del mismo diseñador anunciaron las actividades navideñas de la ciudad de Murcia entre 1986 y 1993. Ya en los años noventa Mula difundió sus Feria y Fiestas de septiembre de 1991 con programas troquelados, diseñados y editados por EDICON. Y Tandis produjo carteles circulares, *El papel de nunca acabar*, en feliz acomodación a la idea de reciclaje, para la Agencia Regional de Medio Ambiente y Naturaleza ese año. Era algo común en el país, sobre todo para actividades vinculadas al teatro que solían publicitarse con abanicos de cartón o con folletos recortados; un buen ejemplo es el tríptico anunciador de *Noche de San Juan*, una producción de Dagoll-Dagom y Jaume Sisa en 1981.

inglés del siglo XIX. La campaña *Vive con nosotros la Navidad* se difundió con un cartel, una acuarela de Asensio Sáez que representa a los Reyes Magos.

El *Mesías*, anunciado con carteles, se interpreta en Cieza en la Navidad de 1985; asistieron 1.500 personas que llenaron el teatro; la Consejería de Cultura consideró la publicidad realizada suficientemente amplia; hay que tener en cuenta que el costó en cartelería de la campaña *Música en la Navidad*, en la que está incluida esta representación, rondaba los 2.500.000 de pesetas. Manolo Pardo diseña, para ser impreso en Surgraf, el cartel *Jornadas de Consumo para Educación de Adultos*; cartel que juega con la pizarra y motivos diversos pintados en ella con tizas de colores, un diseño que muestra bien el dominio de Pardo sobre el dibujo y las artes gráficas. Ignacio García diseña el cartel *Fomento del Cooperativismo Juvenil*, tema procedente en tiempo pues estamos en el Año Internacional de la Juventud. El Centro de Capacitación y Experiencias Agrarias de Lorca anuncia su Granja-Escuela de Verano con un cartel de López-Guzmán. En abril de 1985 Pedro Manzano realiza el cartel anunciador de las II Jornadas de Escuela Rural. En centros escolares era habitual diseñar carteles como parte del área de Educación Plástica, carteles con los que se participaba en certámenes y concursos auspiciados por la propia administración; en mayo se anunció concurso de carteles sobre el tema medioambiental entre escolares murcianos de todos los niveles. La educación ambiental es tema que preocupa; entre el 20 y el 22 de junio tiene lugar la “Conferencia Intermunicipal Contra la Contaminación del Río Segura”; conferencia que se anunció con un cartel de Ángel Haro, realizado a cuatro tintas en un tamaño de 46x64 cm, que había resultado vencedor en el concurso convocado al efecto obteniendo las 125.000 pesetas; sobre fondo negro un sinuoso trazo azul, que representa el río, interrumpido por una mancha roja. Estos concursos no impidieron que la prensa acusara, en junio, a la administración de tratar el tema con excesiva frivolidad. La agencia DosxDos diseña el cartel del Día Internacional del Medio Ambiente, pequeños motivos animales y vegetales aparecen estampados en la superficie blanca del papel. Ángel Haro diseña la gráfica de la campaña *Verano 85*, presentada con una chica que parece correr escapada de una película de terror juvenil. A mediados de junio de 1985 las Juventudes Socialistas de la Región de Murcia iniciaron una campaña, con la pegada de 5.000 carteles y 10.000 trípticos, contra el servicio militar vigente. En agosto se celebra en Cartagena el II Curso Iberoamericano de Animación Sociocultural Juvenil, anunciado con un cartel de Manuel Delgado, que había realizado dos meses antes el cartel del Día de la Comunidad: un parchís, inscrito en el mapa regional, y dados y cubiletes que pueden recortarse en la cartulina para jugar y aprender sobre la Región de Murcia; un cartel que parece inspirado en los programas de festejos murcianos y abunda en la idea de troqueles y montajes, una constante en los trabajos de impresión y diseño de Delgado; el diseño de los carteles *IX Congreso Nacional AEDEAN* (Fig. 256), *Campamento Itinerante Río Segura* del ochenta y cinco o *A vosotros Jóvenes*, el programa gráfico que Manuel Delgado realiza, un año después, para los Centros Regionales de Información y Documentación Juvenil insiste en este tipo de trabajo⁽²¹⁸⁾; siempre incisivo, irónico, “*casí de alquimista*” –así se refirió a él Rosa Vivanco– en sus propuestas plásticas y gráficas; buenos ejemplos el anunciador de su exposición en Chys en 1983 y el cartel que diseñó para un carnaval *del demonio* en Santomera. Ángel F. Saura hace el cartel *XIV Semana de la Huerta de Los Alcázares*, una foto de detalle, a sangre, de unos huertanos, una alegoría fotográfica de la huerta y sus gentes. Amador Moya gana en septiembre el concurso de carteles anunciadores de Cehegín bajo el eslogan «*Chegín ciudad de las maravillas*». En noviembre de 1985 se imprimen 1.000 carteles anunciadores de la Feria del Libro con apoyo de la Consejería de Cultura. Un mes después se editaron carteles para anunciar la vuelta ciclista a la Comunidad Autónoma trofeo “Costa Cálida”. Por un importe de 350.000 pesetas la Consejería de Industria y Comercio licitó, en noviembre de 1985, el diseño y la impresión del cartel y las tarjetas anunciadoras de la Navidad.

Carteles abstractos de Cascajosa en 1986 para difundir unas jornadas sobre alcoholismo. CajaMurcia edita carteles para difundir la Semana de Estudios Murcianos. Se editaron, en abril de 1986, 1.800 carteles para apoyar la campaña de elección de Consejos Escolares animando a participar. Carteles anunciadores de la Verbena de la Tercera Edad realizados a partir de un cuadro de Muñoz Barberán. En mayo se imprimen 5.000 carteles, elaborados para anunciar el “Día de la Región 1986” con fotos de motivos turísticos. Pablo Portillo gana en 1986 el concurso de carteles del “Día del Medio Ambiente”; el 6

de junio la noticia está en la prensa, con polémica, pues fue acusado de plagio; Francisco Robledano, un miembro de la Asociación de Naturalistas del Sureste, ANSE, manifestó su perpejidad porque el cartel ganador firmado por Portillo sea una copia exacta de un dibujo suyo: “Ese dibujo es un corte de las Salinas que hice para unas guías de la Comunidad Autónoma en blanco y negro. Lo sorprendente es que ahora, coloreado y firmado por otra persona, sea el cartel ganador. No se quién habrá filtrado mi dibujo original, pero recurriré el fallo del jurado”; unas declaraciones a *La Verdad* que acaban: “Es fácil que dos cortes ecológicos sobre el mismo sitio se parezcan, pero nunca que sean idénticos”; el 25 de junio el jurado acuerda anular el premio dotado con 150.000 pesetas; aunque el cartel se imprimió y distribuyó firmado por Pablo Portillo. Manolo Pardo diseñaría otro cartel anunciador del “Día Mundial de Medio Ambiente”, para el Ayuntamiento de Murcia y el de la “Semana del árbol”. Chipola –Contraplano– crea, diseña y produce un divertido folleto, *Mi escuela infantil*, con dibujos, collages, y objetos infantiles, editado por la Dirección Regional de Bienestar Social encaminado a apoyar la implantación del Plan Experimental de Educación Infantil. Para publicitar la Cátedra de Cinematografía de la CAAM Juan Bautista Sanz diseña un cartel (Fig. 257) en amarillo y negro, con atrevida ilustración de Garza representando la escena de la ducha de *Psicosis*. Ángel Mateo Charris se responsabiliza de la imagen de la campaña *Cine en 35 m/m* que pone en marcha el Ayuntamiento de Cartagena dentro del programa “Verano Cultural ‘86”; y crea una divertida viñeta, con la Casa de Cultura de Cartagena volando, para despedir el edificio sobre cuyo solar han de construir la Asamblea Regional. Signo Publicidad recurre a un cuadro de Mariano Ballester –fallecido cinco años antes– para anunciar la Feria del libro de 1986; dibujo de Mariano Ballester que es utilizado como portada de *Letragorda*, primer número de la revista de literatura infantil que edita la Consejería de Cultura como resultado del Seminario de Literatura Infantil celebrado en diciembre del ochenta y seis. Pedro Manzano diseña para el Ayuntamiento de Alcantarilla la gráfica y los carteles del CIADJ, la Casa de la Juventud, la oferta de actividades de la Universidad Popular y la Navidad Cultural 86. El cartel *Juegos Escolares Curso 86/87* lo ha realizado Antonio Ballester; personajes, contruidos con un collage de recortes de papel pintado a la acuarela por el propio artista, juegan por la superficie verde, azul y roja del cartel, realizado con planteamientos de ilustración de cuento infantil. Para celebrar la Semana Cultural de España en la URSS Ballester realizará el cartel, editado en junio, que parece jugar irónicamente sobre el constructivismo ruso. Saro realiza la gráfica de algunas actividades y el diseño del programa del curso 86-87 de la Escuela Regional de Tiempo Libre. La calle de Correos de Murcia se reivindica con una serie de acciones recogidas bajo el lema «*El triunfo de la Fortuna*», difundidas con un programa gráfico, carteles incluidos, de Morera Design, y logo y colaboraciones de Juan Antonio Molina, que aplicó y desarrolló Pedro Manzano. Martínez Gadea y Severo Almansa diseñan, en diciembre, el cartel y los folletos *14 Festival de Música en la Navidad*; dos tintas sobre papel/cartón metalizado ¡que tardó en secar!; una propuesta gráfica que recuerda los envoltorios de las pastillas de turrón y chocolate; un trabajo que supuso un reto para Novograf, la imprenta encargada de su impresión.

Menos arriesgada la propuesta de José Luis Montero para el XV Festival de Música en la Navidad de 1987/1988 resuelta a partir de una foto solarizada de instrumentos musicales⁽²¹⁹⁾; imagen de un Festival que financió la Consejería de Cultura, costó 19 millones de pesetas y programó 64 conciertos en 24 municipios. Yesqueros, Espacio Joven⁽²²⁰⁾ celebra once meses antes, en enero de 1987, una exposición sobre jóvenes diseñadores, mobiliario, ropa... y un concurso de carteles sobre Pasolini. En febrero de 1987 la Dirección Regional de Juventud y Deportes edita un cartel informativo: *¿Y Qué?*, que recoge la programación juvenil, con pretensión de imprimirlo cada mes. A mediados del mismo mes Turismo se plantea hacer un concurso de fotos para utilizarlas como base de carteles y folletos que promocionen La Manga. El 7 de abril la Consejería de Política Territorial y Obras Públicas, a través de la Dirección Regional de Medio Ambiente, al objeto de concienciar sobre el tema medio-ambiental, convoca los “Premios Regionales de Medio Ambiente 1987” y concurso público de carteles, y otros diseños gráficos, sobre el “Día Mundial del Medio Ambiente 1987”, dotado con 150.000 pesetas. El mismo mes Eduardo Saro confecciona, para el Ayuntamiento de Murcia, la campaña *Un gesto evita un gasto*, con pegatinas, folletos y 1.000 carteles; se trata de concienciar al ciudadano y al funcionario sobre el gasto energético: la mano que apaga la luz, cierra el grifo o regula la calefacción;



(Fig. 257) Juan Bautista Sanz, a partir de una ilustración de Garza. *Cátedra de Cinematografía. Curso 1985-86.*

(219) El Festival de Música en la Navidad se celebraba desde 1972. Su objetivo es reunir, durante unos días, distintas muestras musicales en consonancia con otras actividades culturales que se celebran esas fechas, entre diciembre y enero, en distintos municipios de la Comunidad.

(220) La Concejalía de Juventud del Ayuntamiento de Murcia puso en marcha una serie de espacios juveniles plenos de actividades culturales y de creación: La Nave, Yesqueros... la gráfica y la imagen de estos espacios estuvo inicialmente al cuidado de Pablo Portillo.



(Fig. 258) Eduardo Saro. *No seas así... Vivimos juntos*. 1987.

(221) El cuadro *Carta a Ana* lo realizó la pintora en 1984, exponiéndose en el Almudí en la muestra "Chelete Monereo (período 1980-1987)". Un cartel que representa bien el universo intimista y sincero de la artista. En palabras de José Luis Azparren, recogidas en el catálogo de la muestra, referidas a la obra de Chelete Monereo: "...*La vida, cotidiana y perecedera, se reflejaría interpretada en ese espejo que es el cuadro para rescatarse del olvido, para permanecer con su nueva forma ya siempre en nuestra memoria. Así sería la belleza*".

(222) El Instituto de la Mujer se crea en octubre de 1983, en el primer gobierno del PSOE.

(223) Alfredo González Sánchez, Asturias 1933, dibujante e ilustrador habitual en periódicos y revistas de la época: *El País, Diario 16, El Mundo...* es el autor de los paneles de identidad visual de los ayuntamientos murcianos que aparecían colocados en la entrada de las poblaciones –algunos aún perviven–, que se editaron en forma de coleccionable por la prensa murciana y en forma de caja con postales.

no es la única campaña de concienciación ciudadana de cuya gráfica Saro es el autor, para el Ayuntamiento de Bullas, y partiendo de provocadoras imágenes, no muy alejadas de la estética del cómic, diseñó una serie de carteles acogidos al lema «*No seas así. Vivimos juntos*» (Fig. 258). En junio de 1987 son los alumnos/as de 8º curso del C. P. Sagrado Corazón de Lorca los que ganan el concurso de carteles sobre el "Día de la Región" convocado por la Consejería de Cultura y Educación y dotado con 100.000 pesetas; «*A Volar*», un cartel que interpreta el artículo 13 del Estatuto de Autonomía referido a las competencias autonómicas. El pánico, el miedo y las situaciones de discriminación suscitadas por el SIDA intentó paliarse con la edición de carteles con consejos médicos; en julio se publicó un *afiche* que indicaba: «*El SIDA nunca se contagia por darse la mano*». Las campañas nacionales preventivas contra el SIDA tuvieron en el cartel habitual soporte. Un mes más tarde la Consejería de Sanidad, Consumo y Servicios Sociales de la Comunidad Autónoma hizo pública la licitación para imprimir y diseñar 500 carteles y 5.000 folletos sobre el acogimiento familiar. La XVI Semana de la Huerta de los Alcázares se promociona en agosto recuperando un dibujo original del fallecido Mariano Ballester. A finales de septiembre se convoca concurso de carteles conmemorativos de los 100 años de la creación de Santiago de la Ribera, con un premio de 50.000 pesetas. Se editan carteles en noviembre con la leyenda «*Buscaté en el censo*». La pintora Chelete Monereo diseña el cartel *Feria Regional del libro 1987* a partir del cuadro *Carta a Ana*⁽²²¹⁾; una Feria que giró alrededor de «*Mujeres que escriben literatura*». En la España democrática, recién incorporada a la Unión Europea, el tema de la igualdad de género es tema prioritario, abordado por los poderes públicos⁽²²²⁾, con evidente repercusión electoral y marcado significado en los programas e idearios de los partidos; en mayo del ochenta y siete se había celebrado en los locales del MOPU una exposición itinerante, con sesenta paneles, que pretende concienciar sobre la utilización de la mujer como objeto publicitario. En diciembre José Luis Replinger gana el concurso de carteles anunciadores del "Trofeo Rector". Antonio Ballester diseña la portada del número dos de *Letragorda*.

En enero de 1988 el Ministerio de Administraciones Públicas promueve una campaña para impulsar la igualdad de la mujer y su acceso a los cargos públicos; todos los ayuntamientos y centros oficiales recibieron los carteles con el lema «*Elige bien tu profesión, elige bien tu futuro*». Contraplano realiza el cartel *Cursos Ocupacionales 87/88*. El Ayuntamiento de Cartagena cobra tasas impositivas, a partir de febrero, por la instalación en calles y avenidas de vallas y carteles publicitarios. En febrero la Consejería de Economía, Industria y Comercio saca a licitación la creación, montaje e impresión de carteles para promocionar el limón, tomate, vino y arroz, y la creación, montaje e impresión, de folletos para promoción de la cerámica y otros productos de la región por 3.000.000 de pesetas; dándose solo cinco días hábiles desde la publicación en el BORM del concurso de licitación para presentar propuestas; tiempo escaso que hace evidente que las campañas están realizadas previamente y solo queda adjudicarlas formalmente. Para anunciar la apertura del Teatro Romea, después de su rehabilitación, la agencia de publicidad Mipex recurrió en la cartelería a ilustraciones de Alfredo⁽²²³⁾. En centros de Enseñanzas Medias y en la Universidad se colocaron en febrero de 1988 carteles informativos sobre el SIDA. Clips, un local cartagenero, que se define de vanguardia, regentado por Nuchi Matrán, Clementina Torres y Francisco de los Santos, edita en marzo carteles para promocionar la moda informal diseñada por "DNI: Cartagena". Ramón Gaya hace el cartel anunciador *IV Feria Regional de Artesanía* que tiene lugar en Lorca, en abril, coincidiendo con la Semana Santa. El Centro Regional de Artesanía de Lorca editó una selección de carteles y postales en blanco y negro con fotos realizadas por José Luis Montero (Fig. 259). La imagen del III Certamen de Arte Floral la diseña José Luis Montero a partir de una foto propia. Ángel F. Saura realiza los carteles *Primer Encuentro de Consejos Locales de la Juventud* y *VII Maratón Región de Murcia*. Bajo el lema «*Besos sin nicotina*» se editan 500 carteles alusivos al "Día Mundial sin tabaco". El cartel conmemorativo del Día de la Región lo realiza Antonio Ballester; que volvió a experimentar con el *collage*; aquí componiendo personajes y escenas alusivas a la historia y la cultura murciana. En julio se editan carteles para promocionar el consumo del limón. En septiembre, para anunciar la programación especial del Teatro Romea en tiempo de Feria, se editó un cartel que representa un hombre de espaldas, sentado en una butaca, y el eslogan «*Relájate y goza*».

La Asamblea Regional y la Delegación en Murcia del MEC firman, en enero de 1989, un convenio para desarrollar el programa de difusión de la Asamblea Regional en centros de EGB y EEMM por valor de 10.000.000 de pesetas; *Conoce la Asamblea Regional, Tu Parlamento* constaba de carteles, folletos, libros y carpetas con unidades didácticas; una campaña que diseñó Pedro Manzano. Lorca presentó en FITUR el cartel anunciador de la Feria de Artesanía de la Región de Murcia que ha realizado Muñoz Barberán. Se edita el cartel *Mujer no llores, habla, defiende tu dignidad*; una campaña contra los malos tratos. En febrero se presentan 9 carteles en Jumilla, de artistas de la localidad, para anunciar la Semana Literaria. Para prevenir enfermedades coronarias el Instituto Murciano del Corazón difunde un cartel que ha hecho Mingote; un personaje lleva en una carretilla su propio corazón. El Ayuntamiento de Murcia convoca en mayo el II Concurso de Carteles del Día Mundial del Medio Ambiente en el ámbito escolar del municipio. La CAM y la Delegación Provincial de Educación y Ciencia firman en mayo un convenio para poner en marcha un servicio de publicaciones, la idea es plasmar documentos sobre experiencias educativas y unificar el mensaje de la oferta referida al Plan de Formación del Profesorado; carteles, libros, folletos, calendarios escolares que fueron diseñados por Pedro Manzano. Mipex diseña el cartel anunciador del Día de la Región; un gran sol sobre el puerto de Águilas; las otras empresas que concurren al concurso restringido fueron Contraplano y el Grupo Graphic, que optaron por resaltar los atractivos del litoral murciano y el Mar Menor. La imagen de marca de los productos murcianos comienza a ser anunciada con carteles y folletos diseñados por Contraplano –partiendo de fotos de Ángel García–; imagen de marca acogida y avalada bajo el eslogan «*Alimentos de calidad*» –una campaña que sigue el ejemplo andaluz *Alimentos de Andalucía*–: el arroz de Calasparra, los vinos de Jumilla y Yecla, la miel de azahar de limonero, salazones, eurocaviar, conservas... son algunos de los productos con denominación de origen promocionados bajo esa iniciativa. A primeros de septiembre entra en vigor en Lorca la Ordenanza General de Limpieza que endurece las multas a quienes ensucian la ciudad con, entre otras cosas, carteles. A pesar de que el 19 de agosto terminó el plazo para retirar vallas y carteles, en aplicación de la ley que impedía su colocación en lugares que estuvieran a la vista del dominio público, en carreteras, aún siguen en pie, sin ser retiradas, gran número de ellas. Más de 1.000 carteles sobre la objeción de conciencia, que piden optar por el servicio civil sustitutorio del militar, son editados por el Consejo Regional de la Juventud. Para celebrar el centenario de la imprenta muleña de Basilio Robres Mañas se edita un libro conmemorativo escrito por Juan González Castaño. En noviembre se celebra en Caravaca la VIII Feria Regional del Caballo anunciada con carteles. En Murcia se pone en marcha, en noviembre, una campaña municipal, *Murcia Limpia*, sobre limpieza viaria bajo el eslogan «*Hay gestos que no tienen desperdicio*» (Fig. 260); con un presupuesto de 14.000.000 de pesetas y un plan de medios que incluye 10.000 carteles, llaveros, globos... y 25.000 pegatinas; campaña que impulsó Ingeniería Urbana S.A. y diseñó Pablo Portillo. Severo Almansa rediseña, en solitario, el número tres de la revista *Letragorda* en diciembre de 1989.

Entre 1984 y 1989 la revitalización del arte y el diseño es manifiesta: “Contraparadas”; “Bienales”; apertura del Centro de Arte Palacio Almuñé; “Murcia Joven”; asistencia de la Consejería de Cultura a la Feria de Arte Contemporáneo, ARCO...; Jornadas de Diseño. Una influencia que acabó haciéndose sentir en todas las instituciones y localidades de la Región de Murcia.

“Contraparada”, actividad que se ha convertido ya en tradicional celebración del arte en los festejos abribeños murcianos, contó para su quinta edición, en 1984, con un cartel realizado por Trebol, un gran cinco, blanco, calado sobre fondo azul y un estuche-catálogo, realizado por los mismos diseñadores, conteniendo tres libritos; uno de ellos hace referencia a la nueva sección del certamen, *Obra en Marcha*. Sección, bien diferenciada dentro del programa, dedicada a artistas jóvenes, “reconocidos, pero aún no consagrados”. Trebol no volvería a participar en el diseño de la imagen de “Contraparada. Arte en Murcia”. En 1985 “Contraparada 6” volvió al formato libro para recoger la catalogación de la obra expuesta; catálogo y cartel que diseñó Antonio Ballester, jugando con la imagen de una triunfante bandera al viento, magenta sobre celeste, que lleva inscrito el número de la convocatoria del certamen artístico. Vicente Martínez Gadea y Severo Almansa se encargaron de la imagen de “Contraparada 7”, “Contraparada 8” y



(Fig. 259) José Luis Montero cartel para el Centro Regional de Artesanía. Lorca. 1988.



(Fig. 260) Pablo Portillo. Gestos sin desperdicio. 1989.



(Fig. 261) Vicente Martínez Gadea y Severo Almansa. *Contraparada 8*. 1987.

“Contraparada 9” en 1986, 1987 y 1988. Un siete, compuesto con etiquetas que indican las diferentes muestras: *Esculturas de Martín Chirino, Juan Bonafé (1901-1969)* y *Obra en Marcha*, que presentó los últimos trabajos de Antonio Ballester. Un simple, eficaz y rotundo ocho, despegado, como en relieve, gracias al negro y blanco en el rojo cartel, que se deja ver en el troquel del estuche de cartón que contiene los libretos de la exposición, entre ellos el dedicado a la *Obra en marcha* de Ángel Haro. De “Contraparada 8” se harían carteles sectoriales de las exposiciones, a menor tamaño que el cartel general, con una foto virada en ligero azul y el sello rojo con el ocho en la parte superior (Fig. 261). Para la imagen de “Contraparada 9”, celebrada, como era habitual, en primavera, Severo y Vicente plantearon en 1988 un homenaje a la historia del arte, con un nueve destacando impreso en negativo sobre planos cubistas; en el interior del estuche, de cartón duro forrado, una de las separatas correspondiente a *Obra en Marcha* recoge las pinturas de Francisco García Silva. Es la última vez que ambos diseñadores acometerán de forma conjunta la gráfica del programa expositivo “Contraparada. Arte en Murcia”.

Si desde 1979, las exposiciones municipales de Santa Isabel y, desde 1980, “Contraparada”, habían supuesto un revulsivo en contenido y continente –diseño de catálogos y carteles–; a partir de 1985 serán las Bienales de Pintura y Escultura, y las muestras y exposiciones que tienen lugar en la Sala de Exposiciones de San Esteban –dependiente de la Comunidad Autónoma de Murcia– lo que contribuya a impulsar el arte murciano; siempre poniendo sumo cuidado en los elementos gráficos que contribuyen a su difusión.

El cartel de la Primera Bienal de Pintura de 1985 –en línea con los trabajos del Dibujador–, es obra de Ángel Haro; coloridas brochas y pinceles caen del cielo, llamando a la exposición, sobre un elegante y neutro fondo gris plano; el boletín de inscripción lo había realizado Metro y se imprimió en Surgraf: la *Venus* de Boticelli sutilmente cubierta con recortes de franjas de color. Para anunciar la convocatoria el boletín de inscripción aclara en noviembre de 1984: “*La Comunidad Autónoma de la Región de Murcia convoca la I Bienal de Pintura de Murcia (Premio Nicolás Villacis)...*” y en la base 5 específica: “*El jurado seleccionará las obras presentadas y recomendará a la Consejería de Cultura aquellas que merezcan ser premiadas con su adquisición, hasta completar un importe máximo de dos millones de pesetas*”.

Una declaración de intenciones que se hace más evidente en el texto que el consejero de Cultura, Esteban Egea, escribe en la presentación del catálogo de la I Bienal de Escultura de 1986: “*La I Bienal de Escultura de Murcia, si bien tiene en el Premio Salzillo su antecedente inmediato, introduce un nuevo planteamiento en el que los artistas y la administración pueden mantener una relación más satisfactoria para ambos.*”

Descartando la idea de premio y potenciando la adquisición directa de la obra del artista...

Así mismo, la presencia en una exposición paralela del escultor inglés Anthony Caro –cuyo catálogo y cartel anunciador realizarían precisamente Vicente y Severo–, contribuirá a hacer más profundo el contraste del panorama actual de la escultura...”.

Como vemos se ha creado una manifestación artística en paralelo, o complementaria –las primeras bienales se celebraron en la Sala de Columnas del Almudí y esta de escultura tendría lugar entre el 14 de noviembre y el 14 de diciembre del ochenta y seis– de “Contraparada”. La propuesta gráfica *I Bienal de Escultura en Murcia 1986* la realizan Severo Almansa y Martínez Gadea; una forma escultórica en desarrollo, un cartel tridimensional, a partir de un troquel, utilizada de forma idéntica en la portada del catálogo y en el cartón en el que se imprimió y troqueló el cartel. La idea es absolutamente novedosa. El cartel, un elemento urbano bidimensional, transformado en objeto escultórico.

Con las “Bienales” la Comunidad Autónoma reivindicó su espacio y acometió un decidido impulso del arte y los artistas regionales, con voluntad de convertirse en eco y referente en el panorama nacional. Cuando la Consejería de Cultura asiste a ARCO en 1988, ocupando los stands 572, 573 y 574 del pabellón 10, bajo el epígrafe *Murcia en Arco, un Proyecto de Artes Plásticas*, hace de su presencia una excusa para divulgar sus líneas de acción: Bienales; Muestras de Arte Internacional; exposiciones de relevantes artistas del panorama nacional; reivindicación de los artistas murcianos, tanto de aquellos que forman ya parte de nuestra historia como de los jóvenes valores; becas y ayudas a la creación; puesta en marcha del Centro Regional de Restauración; apoyo a las Contrapa-

radas y al nuevo espacio estrella del Ayuntamiento capitalino, el Centro de Arte Palacio Almudí. El folleto –editado con sumo mimo para la ocasión, al cuidado de Vicente y Severo, con portada de un fragmento del cuadro de José María Vicente *Del temor del pintor al blanco*– recoge las intenciones programáticas que pretenden marcar la línea a seguir por el arte regional: “Dentro de las actividades culturales de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, las exposiciones ocupan un lugar destacado por el interés que genera en estos momentos la creatividad en las formas.

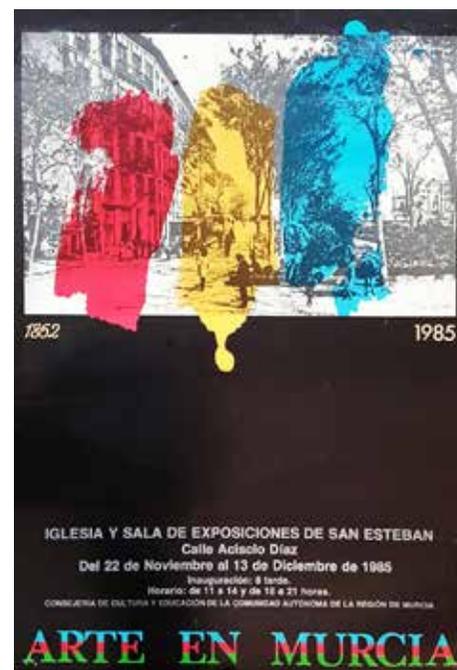
En estas muestras, tres objetivos fundamentales se pretenden conseguir. De una parte, la necesidad de recuperación de nuestro espléndido patrimonio artístico para la difusión y el enriquecimiento cultural. De otra, la posibilidad de introducir a Murcia en los circuitos internacionales del arte.

En definitiva, promoción de nuestros valores y difusión de las estéticas tanto actuales como las que corresponden a nuestro pasado.” Es por tanto normal la deriva mantenida; ¡y el gasto! ocasionado en la edición de catálogos y carteles que difundan y dejen permanente memoria de estas acciones, un trabajo del que se encargarían principalmente Martínez Gadea y Severo Almansa durante los años ochenta.

Para la Exposición “Arte en Murcia, 1862-1985”, que se celebra en el Museo Municipal de Madrid entre septiembre y octubre de 1985 y en San Esteban entre noviembre y diciembre del mismo año, se imprimió, como cartel anunciador de la muestra en Madrid, la reproducción de un bodegón de Vicente Viudes: *Naturaleza de los limones*; y Ángel Haro realizó el cartel (Fig. 262) para las fechas murcianas: la foto antigua de una Murcia fijada en la memoria que se corresponde con un tiempo relevante en el arte regional, una imagen del Plano de San Francisco hacia la época de la generación del 27; una foto manchada de color que pretende referenciar el arte y la pintura, y una tipografía que recoge en el interior de los tipos franjas en tres colores; todo sobre un sedoso fondo negro. Un planteamiento gráfico que era una constante en el trabajo realizado por Haro esos años. El catálogo de Severo y Vicente, sintonizaría bien con el cartel, valoró fotos de la exposición ya instalada y páginas en negro que ayudaron a establecer ritmos y secuencias narrativas en el desarrollo del libro, con establecido formato de 24x24 cm. Un formato de larga duración en los catálogos de arte de la Comunidad que ayudó a unificar las publicaciones y se mantuvo hasta finales de los ochenta, muy apropiado para reproducciones de obra con dominante vertical u horizontal.

En octubre de 1985 la prensa informa de “Europalia”, una exposición celebrada en Amberes, en el interior de la bodega de un buque anclado en el puerto, a la que acude la Consejería de Cultura con un grupo de artistas murcianos; treinta cuadros, fotografías y esculturas; cinco estands que incluyen muestra de artesanía popular. El cartel lo realizó Ángel Haro; una figura clásica, el grabado de un atleta griego al que se le ha añadido, en una intervención sobre la imagen realizada casi en el proceso de impresión, franjas de color convirtiéndola en un cartel impactante, atrevido y original. Cartel en clara conexión con el anteriormente citado.

El 14 de febrero de 1986 se inaugura en la Sala de Exposiciones de San Esteban “N. Y. Con Suma Arte”, una muestra colectiva de Pepe Franco, Ramón Garza, Ángel Haro, Paco Salinas y José María Vicente. El cartel, que han realizado conjuntamente todos los artistas, es una vista del *skay line* de la ciudad de Nueva York bajo una tipografía construida con retícula punteada que conecta bien con los puntos luminosos de Broadway y con el Pop americano. La exposición es el resultado de esas becas de estudios, viajes y aprendizaje experiencial, que la Comunidad Autónoma otorga para fomentar la creatividad artística. Una exposición cuyo montaje constituyó un revulsivo en aquel momento, con debate en la prensa sobre su conveniencia y sobre el gasto que acarrió, unas 700.000 pesetas incluido party hipercromático a cargo del diseñador gastronómico, así aparecía en los créditos del catálogo, Antonio Jesús Gras Mentado; diseño de sonorización, a cargo de Juan Chupé; actuación musical de Los Fanáticos e instalación con coche de desgüace incluido. La exposición editó para la ocasión una magnífica serigrafía con tirada de 190 ejemplares a seis tintas de 36x92 cm que firmaron todos los autores y se imprimió en los talleres Junza⁽²²⁴⁾. La parte gráfica de la exposición, cartel y catálogo, ascendió a unos costos de 350.000 pesetas. Además de los artistas intervienen en los créditos del catálogo: Interlid S.A.L., que realizó la fotocomposición; Formato, que

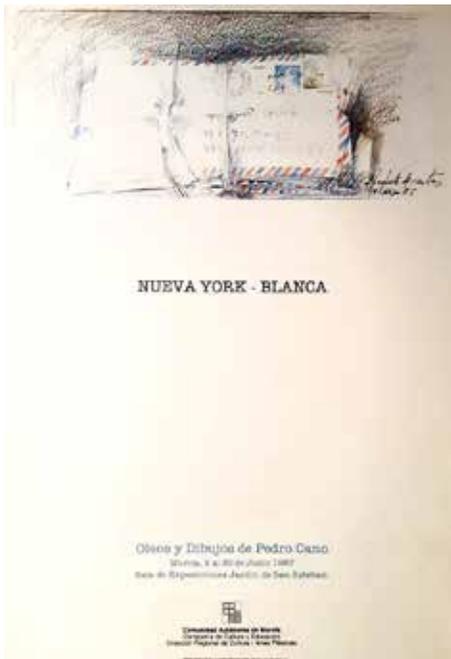


(Fig. 262) Ángel Haro. *Arte en Murcia*. 1985.

(224) El taller de serigrafía Junza es consecuencia del taller artesano creado en La Alberca en 1976 por Pepe Albacete; que en los años ochenta estaba ubicado primero en la plaza de las Balsas de Murcia y en 1982 en la calle Barahundillo. De las tramas de seda de sus bastidores salieron obras firmadas por Alfonso Albacete, Roberto Turégano, Antonio Ballester, Aurelio, Haro, Ángel Pina, Carmen Calvo, Pedro Cano, Saura, Salinas, Cacho... una lista interminable. Serigrafías realizadas en Junza anunciaron como carteles exposiciones y eventos institucionales.



(Fig. 263) Vicente Martínez Gadea y Severo Almansa. Antonio Gómez Cano. 1987.



(Fig. 264) Vicente Martínez Gadea y Severo Almansa. Pedro Cano, Nueva York-Blanca. 1987.

(225) La recuperación de edificios emblemáticos como espacios culturales es una constante promovida por las nuevas instituciones políticas en distintas ciudades del país. Un ejemplo cercano, que abre sus puertas en 1980, es la Sala Parpalló, promovida, en el valenciano Barrio del Carmen, por la Diputación Provincial de Valencia para dinamizar el arte y la cultura contemporánea, cuyas actividades son anunciadas con carteles, y recogidas en catálogos diseñados mayormente por Artur Heras.

intervino en la fotomecánica; Lola Gómez, referencia explícita a una de las responsables del departamento de diseño de A.G. Novograf S.A., que montó las páginas de la publicación, entonces un pretendido reto. Los créditos constituyen un buen ejemplo de la forma de hacer de la época, de la relación intensa entre artistas y artes gráficas, del aprendizaje *in situ* por parte de los artistas en talleres y empresas de impresión.

No fue la única acción singular emprendida por la Consejería de Cultura ese año. En 1986 se editó con bombo y platillo la *Baraja española de pintores murcianos*. No sin críticas más o menos interesadas. Gómez Soubrier escribe en el nº 4 de la revista *Hombre de hoy* en 1987: “Cuarenta naipes que merecen un buen descarte. Mucho me temo que la «Baraja española de pintores murcianos» editada por la comunidad de dicha región, sea –aún a su pesar– claro y fiel exponente de la política cultural de cortos vuelos que anida en las orillas del Segura”. Soubrier salva el trabajo unificador –de lo que considera un embrollo– realizado por Vicente y Severo en el diseño marco de la baraja y en el cartel anunciador del proyecto. El reverso de las cartas, con el estampado de un rediseñado escudo de la Comunidad Autónoma, es el preludio de la futura identidad corporativa creada para la Comunidad, y el cartel un magnífico ejercicio de síntesis gráfica, con esos símbolos icónicos que referencian los cuatro palos de la baraja, todo un ejemplo del buen hacer y la capacidad de innovar y asombrar de los dos diseñadores.

En 1987 Vicente Martínez Gadea y Severo Almansa diseñarán cartel y catálogo de las exposiciones: “Antonio Gómez Cano” (Fig. 263), que se celebra del 13 de marzo al 10 de abril en la iglesia y Sala de Exposiciones de San Esteban; y “Nueva York-Blanca” (Fig. 264) –se editaron dos *afiches*, en uno aparecen representados sobres y cartas, en el otro un paisaje urbano–, óleos y dibujos de Pedro Cano que se muestran del 5 al 30 de junio; y en noviembre/diciembre la gráfica de la II Bienal de Pintura. A unos cuidados catálogos, compuestos para estas exposiciones, se añadieron unos carteles que, en línea con el trabajo que los dos diseñadores vienen realizando, valoran sobre todo la superficie blanca, limpia del pliego y la cuidada tipografía utilizada en la disposición de los textos; en el caso de la Bienal apenas destacan sobre el blanco los trozos de papeles de colores que simulan restos de un collage y, a la vez, referencian los colores de una carta Pantone. Son carteles que recuerdan el editado en 1983 para conmemorar el 50 aniversario de la fundación de la Escuela de Artes Aplicadas y Oficios Artísticos de Murcia, una exposición celebrada en el Colegio de Arquitectos de Murcia.

Un año interesante 1987; para fijarlo en la memoria. En enero abre sus puertas el Centro de Arte Palacio Almuadí. A primeros de marzo de 1982 José Manuel Garrido ya había manifestado a la prensa su empeño en finalizar la segunda fase de las obras del Almuadí para hacer de él un centro municipal de promoción cultural⁽²²⁵⁾; de hecho, a finales de noviembre abriría sus puertas, sin que estén aún finalizadas las obras de restauración, para mostrar una magna exposición itinerante sobre la Guerra Civil patrocinada por el Ministerio de Cultura; un montaje con documentos, carteles, fotos, banderas, videos... que muestra la importante producción gráfica en ambos bandos.

En las salas del Almuadí, en plena restauración, tendrán lugar numerosas muestras artísticas hasta su apertura formal, el 19 de enero de 1987, ya convertido en Centro de Arte Palacio Almuadí. El entonces concejal de Cultura del Ayuntamiento de Murcia, Joaquín Cobarro, presenta el proyecto el 16 de enero: “No será un lugar donde hacer actividades culturales sino un punto de partida para hacer una nueva cultura murciana. Ya se ha pasado el tiempo de programar actos puntuales y ha llegado el momento de ofrecer la cultura de un modo estable para que el ciudadano se incorpore a ella activamente. Por eso pretendemos ofrecer una programación estable; incluir el principio compensatorio para solucionar las carencias culturales; hacer un espacio vivo que permita un continuo debate de artistas y ciudadanos y ofrecer una nueva gestión muy operativa. No queremos hacer cultura dirigida desde arriba, sino dar autonomía e independencia”. La gerencia del Almuadí, edificio público que ha costado remozar alrededor de 100 millones de pesetas y cuenta con un presupuesto para el año de apertura de 15 millones, está en manos del técnico municipal Martín Páez Burruezo.

El mencionado fallo del concurso de carteles de Semana Santa y Fiestas de Primavera, complementado con mesa redonda sobre cartelismo y diseño, abrió la programación.

El 22 de enero se clausuró la muestra “Queridos Reyes Magos” y comenzó el ciclo “cultura y tiempo presente” con la conferencia de Aranguren “La cultura que llaman de la Postmodernidad”; siguió Jorge Wagensberg, Amando de Miguel, Francisco Jarauta, Borja Casani, Francisco Umbral y Fernando Savater⁽²²⁶⁾. A finales de enero se inicia un ciclo musical de concertistas murcianos y el 4 de febrero se inaugura la muestra antológica “Luis Garay (1893-1956)”. Un programa que continuaría con un taller de máscaras, un ciclo de cine alemán, las exposiciones de “Contraparada 8”, el ciclo “Arte y Arqueología Andalusí”, una exposición fotográfica de Fontcuberta y un homenaje al poeta Vicente Medina.

Pintura, fotografía, música, literatura, diseño... un programa nada desdeñable, sin precedentes en la Región. Vicente Martínez Gadea y Severo Almansa se encargan de dar visibilidad al Centro de Arte, creando para la institución una imagen corporativa unitaria que se aplicó a todas las manifestaciones y publicaciones del Centro de Arte Palacio Almodí: Folletos, carteles de ciclos y exposiciones, papelería, señalización exterior... Una “A” de doble travesaño, realizada en Bodoni en caja alta, que juega con *Arte y Almodí* y remite al siglo XVIII, en el que se levanta el edificio y se crea la tipografía utilizada en el logotipo. Connotaciones, referencias, que la han mantenido como marca identificativa del espacio cultural hasta la actualidad. Una “A” susceptible de ser utilizada en diferentes colores, en positivo y en negativo; que abre en rojo, a gran tamaño, el folleto con el que se presenta la filosofía del centro y el avance de la programación de la temporada 86/87. El folleto-tríptico mide 26x21,5 cm, un tamaño que será el utilizado en el catálogo de la exposición de Garay y en los sucesivos catálogos del Centro a lo largo de 22 años, aportando una coherencia formal a las publicaciones del Almodí insólitas en el mundo del diseño editorial, con independencia de los sucesivos diseñadores gráficos que se han ido responsabilizando de este trabajo. Para la portada del catálogo y el cartel de la muestra retrospectiva de Luis Garay, Severo y Vicente utilizaron un fragmento, a sangre, impactante, del cuadro de Garay *Playa de la Horadada*.

En octubre, el fotógrafo José Luis Montero realiza el diseño del catálogo y el cartel de la exposición de otro fotógrafo: “Joan Fontcuberta, Ciencia y Ficción”. Un catálogo sujeto a las normas trazadas por Severo y Vicente. El cartel resulta atrevido; Montero ha elegido del trabajo de Fontcuberta la foto de un perro disecado colgado de un panel perforado, que resulta cuando menos enigmática y misteriosa, atractiva y sugerente, para presentar la exposición. Montero se convertirá en un referente en la edición de fotografía y asumirá la gráfica de las exposiciones que en torno al hecho fotográfico realicen las instituciones regionales o locales; “Dípticos”, la exposición de Rafael Navarro colgada en el Almodí a finales de los ochenta es buen ejemplo. También en diseñador habitual de la Consejería de Cultura, como es patente en la gráfica, cartel incluido, de las exposiciones: “Pablo Serrano”, mostrada en San Esteban en 1987; “Leonardo Lucarini” (Fig. 265) que organiza la Consejería y se expone en el Almodí en diciembre del 89; o en el excelente *afiche* de la 3ª Bienal de Pintura del mismo año. Magníficas piezas de la cartelería.

A la sobreabundancia de objetos y productos de consumo de la década, fruto de un desarrollo económico sin precedentes en las sociedades capitalistas occidentales, y por consecuente en España, se suman ahora múltiples iniciativas políticas derivadas de un impulso por parte de las instituciones, algunas de reciente creación, que pretenden afirmar su lugar en la escena social y reivindicar su cupo de participación en los intereses del ciudadano. Tanta importancia adquiere con qué satisfacer una necesidad como decidir quién podrá satisfacerla. Se trata de hacer visibles empresas y productos, pero también instituciones y recursos. El papel del diseño es crucial, y aún más el papel del diseño gráfico corporativo, de ahí que instituciones políticas, entidades y empresas recurran a la IC para sistematizar su presencia ante el individuo y, a la vez, hacerlo de forma blanda, sin agresividad, como formando parte natural de un ecosistema visual, organizado y amable, *verde*, en definitiva. El diseño gráfico y la *Imagen Corporativa*, entendida como un conjunto de acciones y procesos favorecedores de la implantación normalizada de las señas de identidad visual que singularizan una entidad, o empresa determinada, en la trama social⁽²²⁷⁾. De ahí que algunos ayuntamientos murcianos y la propia Comunidad Autónoma buscara –con más ahinco en periodo preelectoral– afirmar su identidad, destacarla del caos y la maraña visual, personalizarla, hacerla más próxima y amable al ciudadano o, si se quiere, al votante.



(Fig. 265) José Luis Montero. *Leonardo Lucarini*. 1989.

(226) El Grupo Popular se opuso a esta programación por entender que todos los conferenciantes eran de izquierdas y propuso como alternativos a Julián Marías, Miguel Delibes o Severo Ochoa. Visto en el tiempo, una paradoja.

(227) En conversación mantenida por André Ricard y Kenji Ekuon, y publicada en el número 7 de *ARDI*, correspondiente a enero-febrero de 1989, el japonés expone una idea que ayuda a entender con precisión de qué hablamos cuando hablamos de diseño, de qué hablamos cuando nos referimos a imagen gráfica corporativa: “El hombre precisa de la función, y la expresión de la propia función se torna un elemento de la expresión del producto. Pero la sola función y el solo deseo no constituyen un todo. Tienen que ser visualizados porque son el reflejo de los deseos del hombre; han de tener cierta conexión con otras cosas que también son deseadas por el hombre. Así todas las cosas que nos rodean han de relacionarse entre sí. Esto significa que las cosas han de ser visibles y también han de ser parte de un sistema que pone el entorno material del hombre en buen orden para un vivir mejor”.

Cerca de 17.000.000 de pesetas gastó, en 1987, el Ayuntamiento de Murcia en una campaña publicitaria que pretendía reforzar la imagen de Murcia entre los propios murcianos. Spots, cuñas publicitarias, globos, pegatinas, carteles..., *“Queremos proporcionar a la ciudad un marco de comunicación bajo el cual se amparen todas las iniciativas de colectivos particulares o públicos, es decir, las actividades que se hagan en la ciudad, podrían llevar todas, estos signos de identidad como punto de referencia”*; explica el alcalde, Antonio Bódalo, en febrero. Los signos de identidad son: un corazón verde y el eslogan *«De Murcia Todo»* referido a sus jardines, sus festejos, sus tradiciones, sus gentes, su futuro... El eslogan se incorporó a todos los productos impresos por el Ayuntamiento, también a la cartelería. La *Campaña de Imagen Corporativa* se había encargado a una empresa de Barcelona: Comunicación y Press. El jefe del gabinete de prensa municipal, Germán Cantero, señala que consideró idóneo contactar con el Ayuntamiento de Madrid porque allí *“...se hacen continuas campañas institucionales. Asesorado por ellos, vimos algunas empresas de Madrid y Barcelona que trabajan en publicidad institucional y elegimos esta porque nos pareció la más adecuada. El hecho de que no se haya hablado con los publicistas de Murcia responde a que hemos querido llevar el tema con discreción”*. Un disparate que desatiende las quejas, manifestadas meses antes por los diseñadores gráficos, referidas a la ausencia de encargos de calado y al malestar causado por no haber sido informados; algunos incluso se personarían en las dependencias municipales para dar cuenta de su enfado. Cinco días después de que el alcalde, Bódalo, presentara a los medios la campaña, el 16 de febrero, la polémica estaba en la calle: *“...La campaña promocional organizada por el Ayuntamiento de Murcia resulta de todo punto absurda e impropcedente pretendiendo vendernos lo que es nuestro. Se trata más bien, como contestaron los grupos de la oposición, de una madrugadora campaña municipal socialista frente a las próximas municipales.”* Dora M. Alfaro, en la *Hoja del Lunes*, fue demoledora al plantear que, si *«De Murcia Todo»*, porqué se ha despreciado a los profesionales que cotizan y trabajan en Murcia. Se acabaron imprimiendo 25.000 pegatinas y 8.000 carteles, que reflejan cuatro modelos diferentes de cartel con fotografías de Pablo Portillo.

Dos meses más tarde, en marzo de 1987, la Comunidad Autónoma comienza a aplicar, de manera oficial, la nueva identidad corporativa creada por Vicente Martínez Gadea y Severo Almansa, que afirman: *“Se pretende modernizar la imagen de la Administración Autonómica, homogeneizar la identificación visual y sistematizar los impresos, publicaciones y señalizaciones”*. El Programa de Identidad Corporativa propone un símbolo que mantiene las cuatro torres y las siete coronas, a las que se ha dado un tratamiento geométrico, y el rojo y amarillo del escudo original para evitar duplicidades y facilitar su implantación. Las ventajas de estas nuevas señas de identidad regional son evidentes: Fácil reproducción en color, pues se construye con tres pantones, Black, Process Yellow 2 y Process Magenta 2; puede utilizarse en positivo y en negativo, a color y blanco y negro, pudiendo colocarse sobre cualquier fondo; mantiene la visibilidad, aunque se reproduzca a escaso tamaño, pues las líneas no desaparecen como pasaba con el antiguo escudo; la tipografía elegida, Helvética, es de uso común y se halla disponible en imprentas y talleres de fotocomposición. La Consejería de Cultura, Educación y Turismo editó en 1989, impreso en Novograf S.A., el manual de aplicación del Programa de Identidad Visual Corporativa para la Administración Regional de Murcia. Una IGC cuya duración en el tiempo se extendió hasta 1997⁽²²⁸⁾.

El 16 de noviembre de 1987 se cierra el plazo de presentación de logotipos para representar Cartagena y su comarca. Concurren 375 propuestas al certamen dotado con 270.000 pesetas –el propio Ayuntamiento cartagenero aporta 120.000 pesetas y las cajas de ahorro de Alicante y Murcia, CajaMurcia y la Caja Rural el resto– una cantidad nada desdeñable. La mitad de bocetos presentados pertenecen a artistas cartageneros; Alicante, Navarra, Sevilla, Toledo, Vigo o Madrid son otros lugares desde donde se enviaron propuestas. Lo que se pretende según apunta el concejal de Turismo es disponer de un logotipo que sirva para promocionar Cartagena y pueda ser incluido en carteles y publicaciones. Un logotipo que girará alrededor del concepto de playa y campo. El día 22 se exponen en el Palacio de Aguirre. En el jurado, el concejal de Turismo, representantes de los grupos municipales, el fotógrafo Damián, el pintor Enrique Nieto, la pintora Carmen Navarro, el arquitecto municipal y dos técnicos municipales. Juan Pareja, un

(228) Tres años más tarde la Consejería de Asuntos Sociales edita, con semejantes planteamientos, el manual de imagen corporativa de la Red Pública Regional de Servicios Sociales, cuyo símbolo aprobado por Decreto 68/1990 de 26 de julio, ha diseñado Montero.

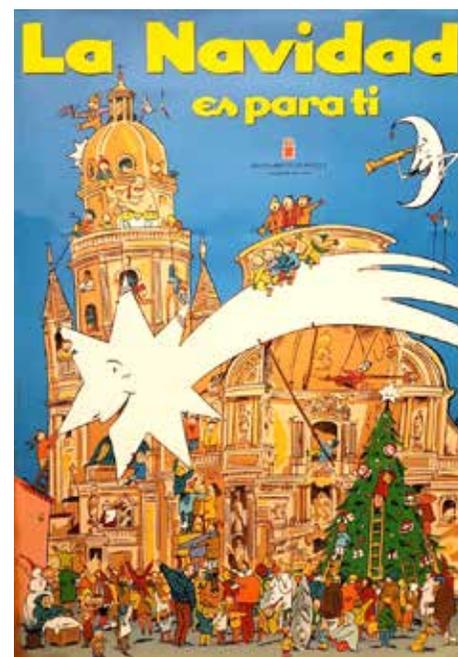
diseñador valenciano de 37 años resulta ganador. Una “C” de color verde, que abraza un círculo amarillo representando el sol, sobre sinuoso trazo azul para hacer referencia al mar, obtiene el galardón. Un logotipo del que se editaron 10.000 pegatinas y carteles para presentarlo en FITUR. Un logo sencillo, que su propio autor declara en la línea mediterránea que se ha ido imponiendo en el grafismo desde que Miró realizará el logo de los mundiales de fútbol.

Incluso las autoridades lorquinas anunciaron a mediados de marzo de 1988 la puesta en marcha de una campaña que pretende incentivar las compras en el municipio, dar a conocer la infraestructura comercial de la ciudad y ofrecer una imagen global y unificada de Lorca, que giró en torno al eslogan «Lorca. Ciudad viva», y supuso un desembolso inicial de 8.000.000 de pesetas. Carteles, vallas, pegatinas, incluso anuncios en televisión unificados por un logotipo en el que Lorca aparece bajo el elemento articulador del perfil del castillo y la Torre Alfonsina. Para las cuñas radiofónicas se compuso música de tono arábigo-andaluz y una melodía cantada que hoy nos parecería ingenua: “La ciudad despierta, nace el sol en Lorca, la vida comienza. Se abren ya las tiendas, la gente se asoma, Lorca está contenta. Mano de artesano, fiesta y sentimiento, Lorca es monumento. Así es Lorca. Una ciudad viva. Ven y lo verás”⁽²²⁹⁾.

Como vemos, a finales de la década hemos reforzado lemas y eslóganes mediante la aplicación de la imagen corporativa, haciendo de la IGC, al menos temporalmente, un talismán capaz de resultar persuasivo y atractivo. Pasando a creer que una acción complementaria ocuparía valor único y suficiente por sí mismo.

Pero hagamos un paréntesis antes de cerrar esta reflexión y acerquémonos desde aquí a un producto que verá la luz años más tarde. En 1990 el Ayuntamiento de Murcia incorpora en sus impresos, libros, folletos, catálogos y carteles, un nuevo elemento identificativo, un nuevo logotipo oficial para representar la institución local. La fachada del edificio municipal, trazado por Juan José Belmonte, flanqueada por dos árboles, en sintético y compacto dibujo, susceptible de ser impreso en negativo o en positivo, en color, con dominantes verdes, y blanco y negro, es ahora el logotipo del Ayuntamiento capitalino. El logo lo creó Eduardo Saro, con manual de aplicación de la identidad visual corporativa que adoptó la forma de carpeta de anillas. Tras varios años de duración de esta iniciativa, de este intento, por modernizar y acercar la imagen municipal, popularizada, al ciudadano –todavía en 1995 aparecía el símbolo en los carteles de Fiestas de Primavera y el Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo–; en 1996, con la nueva corporación municipal en manos del PP desde junio del año anterior, desaparecería definitivamente, perviviendo hasta abril en la cartelería del Bando de la Huerta. Saro colaboró largamente estos años, como diseñador, con otros grafistas, creativos, fotógrafos e ilustradores, en campañas regionales y programas municipales: Calzados de la Región de Murcia, con fotos de Saura, en el 91/92; en 1995 realizó, en colaboración con el ilustrador Alejandro Galindo, Alex, la Guía didáctica *La Ciudad y el Medio Ambiente*; una colaboración que a partir de las sugerentes y divertidas ilustraciones de Alex se extendió en distintos carteles para campañas infantiles y juveniles: campamentos y otras actividades de navidad, Semana Santa y verano, organizadas por el Ayuntamiento de Murcia –buen ejemplo el cartel *La Navidad es para ti* (Fig. 266), de 2001, con ilustraciones de Alex y diseño de Saro y Javier Mañas; con este último realiza la cartelería del *III Encuentro Nacional de Música Coral y Religiosa* que se celebra en Caravaca–.

El año 1987, que comenzó con una exposición de carteles en la apertura de un centro de arte, cerró con dos meses, octubre y noviembre, en los que el diseño fue absoluto protagonista. Entre el 22 y el 24 de octubre se celebró en Murcia el III Encuentro Nacional de Escaparatismo, la Consejería de Economía, Industria y Comercio y el Instituto de Fomento son las instituciones que lo promueven. El cartel del Encuentro lo realizan Severo Almansa y Martínez Gadea; un homenaje a la moda –a las revistas de moda– de los años treinta y cuarenta, figuras femeninas que parecen presentar una colección, destacando un grupo formado por cinco féminas –nada que ver con el cartel de tono antiguo anunciador del II Encuentro–. La moda es un sector económico que factura en la región a finales de los ochenta casi 30.000 millones de pesetas y cuenta con más de 100 empresas instaladas en la Comunidad (algunas de ellas han recurrido al cartel para anunciar sus eventos y al diseño para fortalecer su marca: Cerdán Hermanos anunciaba con carteles



(Fig. 266) Saro y Javier Mañas, a partir de una ilustración de Alex. *La Navidad es para ti*. 2001.

(229) La Torre Alfonsina ha sido símbolo permanente de la ciudad y logo recurrente de su Ayuntamiento. El Ayuntamiento incluía en su logo la grafía de la Torre en el círculo solar, y en 2016 la agencia 100x100 Creatividad+Comunicación la siguió incluyendo en la nueva marca: «Lorca lo bordamos», que buscaba reforzar los aspectos barrocos, artesanos, festeros, divertidos, industriales y amables de la ciudad, buscaba aunar los productos turísticos lorquinos y que tenía en el lettering la base compositiva.



(Fig. 267) Severo Almansa y Vicente Martínez Gadea. *Jornadas Nacionales de Diseño*. 1987.

su Semana de la Moda y el Grupo Artemur recurrió a un estudio de la talla de Rolando y Memelsdorff para la gráfica de su sello), de ahí la importancia de estos encuentros en los que colabora el Centro de Promoción de Diseño y Moda del Ministerio de Industria.

Las jornadas de escaparatismo son solo el preámbulo de otro acontecimiento. Entre el 30 de noviembre y el 5 de diciembre tienen lugar en Murcia las I Jornadas Nacionales de Diseño, con presupuesto cercano a los diez millones de pesetas. Vicente y Severo realizan la gráfica (Fig. 267) de las Jornadas; un inteligente diseño planteado reutilizando como tipografía logotipos ya existentes en el mercado; para las "A" de la palabra JORNADAS recurrieron a su propio logotipo del Almudí y al que ha diseñado Alberto Corazón para "Anaya"; incluyeron en la palabra NACIONALES el nombre de la revista *ON* que está especializada en arquitectura y diseño; y remataron DISEÑO con una divertida utilización de la reinterpretación de la cabeza de Tintín que Peret había creado y difundido en su cartel *Tintín a Barcelona* de 1984; unos pocos ejemplos de los 25 empleados en el cartel –a finales de los ochenta la reflexión sobre la influencia de las marcas en la sociedad y en el arte estará presente en la obra de relevantes artistas plásticos, un buen ejemplo lo constituye el trabajo desarrollado por el pintor español Rogelio López Cuenca–. Ricard, Miguel Milá, Quim Larrea, Cirici, Juli Capella, Rosa María Pereda, Juan Pina, Albert Isern, Oriol Bohigas, José María Morera... lo más significado del diseño nacional asiste a las Jornadas que convierten Murcia en referente nacional. Unas Jornadas que se complementaron con tres exposiciones: CajaMurcia colgó una muestra de "Carteles de una Década"; diez años de diseño gráfico en Murcia a través de una selección de carteles de Alfonso Albacete, Javier Alberdi, Severo Almansa, Antonio Ballester, Baldo, Antonio Carbonell, Chipola, Manuel Delgado, Ekipo, Ángel F. Saura, Ignacio García, Gaya, Haro, Pedro Manzano, Martínez Gadea, Martínez Mengual, Romera, Pablo y Manolo Portillo y Paco Salinas. En la Convalecencia se expone diseño industrial y diseño de moda realizado en Murcia. Los 800 metros cuadrados del Almudí acogen la exposición "Diseño en España", una muestra que presenta los antecedentes del diseño español –gráfico e industrial–, su rápido desarrollo a partir de los años sesenta y el momento álgido en el que se encuentra. Un repaso a los mejores logros del diseño gráfico nacional: Pla Narbona, Elías Santamaría y sus *Cuadernos del Norte*, Garbayo, Daniel Gil y sus portadas para "Alianza Editorial", Alberto Corazón, Diego Lara y *Poesía*, Amat, José Luis Tirado y *La Luna de Madrid*, América Sánchez, Mariscal, Albert Isern, Yves Zimmermann, Carlos Rolando, Peret, Roberto Turégano, Cruz Novillo, Pati Nuñez, Daniel Nebot, Nacho Laverria, Morillas, Javier Utray y *El Paseante*... y un largo etcétera, presentan sus trabajos en el Centro de Arte. En el esmerado catálogo un texto de Arnau Puig, *Del diseño. Teoría, práctica y realidad de una idea*, plantea certeramente, el papel que le cabe al diseño y a

la función del diseñador en los albores del siglo XXI; quedémosnos con tres sugerentes y definitivos párrafos: *“Diseño lo ha habido siempre. Lo que diferencia el arcaico del actual es que aquél nacía de un medirse con el mundo, mientras que éste tiene su génesis en una dinámica de mercado”. “Ahora el «diseño» habrá consistido en saber «ver», proyectar en el objeto natural, una función nacida en la propia mente. El diseño es, por tanto, fundamentalmente la plasmación de una cierta «idea» de utilizar el entorno”. “Por lo tanto el único diseño del que se puede hablar y sobre el que se puede discutir es aquel que admite la noción de «embellecimiento», lo que quiere decir toma de posesión individual y personalizada, la cual permite la proyección en él de un relato íntimo”.*

El diseño, que ha contribuido a hacer de España un lugar de moda en el mundo, sus productos así lo confirman, y de Murcia una región plenamente integrada en la movida nacional.

Para seguir dejando constancia de la importancia del diseño y la moda en Murcia, un año más tarde, el 10 de noviembre del ochenta y ocho, el Instituto de Fomento de la Región de Murcia y el Centro de Promoción de Diseño y Moda del Ministerio de Industria, inauguran en el Almudí la exposición itinerante *“España, 50 años de moda”*.

Es el momento feliz, la edad de oro del diseño en Murcia, un valor añadido que miman y cuidan las instituciones. Adelantemos un poco los acontecimientos. En enero de 1989 el Centro Regional de Artesanía de Murcia organiza la muestra *“Marcas de Murcia”*. El Consejero de Economía, Industria y Comercio escribe en la presentación del folleto-catálogo que ha diseñado José Luis Montero: *“El diseño gráfico ha pasado en España, en los últimos años, de supervivir, a ser una manifiesta vocación y una profesión de reconocida importancia. Es por ello por lo que, desde el Instituto de Fomento de la Región de Murcia, en esta exposición se ha querido reunir algunas de las mejores marcas, o de las marcas mejor diseñadas por profesionales en nuestra Región. Diseñadores de aquí y diseñadores de fuera se han dado cita dentro de nuestros límites geográficos en un intento de hacernos más agradable nuestro quehacer diario y de «acercarnos» mejor el mensaje que tenían que comunicarnos”.* En la selección, que han realizado conjuntamente Montero y Fernández-Delgado, se han recogido los logotipos del INFO, realizado por Maketa; *“Agrosur”* que ha concebido Ekipo Publicidad; el Centro Regional de Artesanía, un diseño de Juan Antonio Molina que se configura físicamente, como un eco, en el gran jarrón blanco que el arquitecto ha instalado en la fachada del edificio del Jardín de la Pólvora, logotipo que ha dado pie a sucesivos carteles donde sus amigos, artistas, arquitectos y diseñadores juegan a reinterpretarlo; Altoreal, creado por Míplex; el logotipo de Vicente Tiburcio para la Agencia Regional de Medio Ambiente y Naturaleza; Vinos de Yecla y *“Rovira-Muñoz”*, ambos creados por Contraplano; la *“M”* de CajaMurcia de Juan Costa, una marca y un logotipo en cuyo rediseño había trabajado el grupo catalán de comunicación SUMMA; el ejercicio bauhaus de Taula de Disseny para la CAM y la referencia levantina a la palmera que propone el mismo estudio para el Rincón de Pepe; *“Maximino Moreno”*, una marca trazada con contenida elegancia por Giménez del Pueblo; la nueva *marca* de la Comunidad Autónoma diseñada por Severo Almansa y Vicente Martínez Gadea, que aportan, además, los logos de Bache y el Centro de Arte Palacio Almudí a la muestra; la Bodoni pura y dura en caja alta utilizada por José María Majoral para la tienda de Francisco Medina; Javier Alberdi, el creativo de Tam-Tam, y sus gafas-logo para el Centro Óptico Diplomado; un triángulo para representar el pico de Columbares, topos-limones y franja-agua para exportar agrios desde la Cordillera Sur, una propuesta de Pedro Manzano; *“Plumita”*, un patito infantil creado por Rolando y Memelsdorff para el Grupo Artemur; José Luis Montero propone para Florsureste, mercado de flores y plantas de Lorca, que se anunciará con carteles de Montero en años sucesivos, un amanecer cuajado de pétalos; y un sello de carácter barroco, reflejo de una *“S”*, es la marca para relojes De Bussi que diseña Pedro López Morales.

Jamás el diseño murciano volverá a contar con semejante trascendencia, ni con semejantes valedores privados e institucionales para su promoción.

Inspirado complemento de esta eclosión cultural y artística la Consejería de Cultura y Educación, a través de la Dirección Regional de Juventud y Deportes y la colaboración de los ayuntamientos, puso en marcha la campaña *Murcia Joven* (Fig. 268), por primera



(Fig. 268) Metro. Murcia Joven. 1984.



(Fig. 269) Vicente Tiburcio. *Murcia Joven*. 1990.

vez en 1984. Un programa que se declara heredero de otras muestras y concursos anteriores de música y pintura, y pretende, según recogen las bases incluidas en la carpeta folleto *Murcia joven 84*: Crear canales para difundir y promocionar la cultura juvenil; aumentar el conocimiento y la participación de los jóvenes en los fenómenos culturales; favorecer la producción juvenil, los intercambios con otros colectivos y promocionar el asociacionismo. Metro, Antonio Ballester, Pablo Portillo, Vicente Tiburcio... se encargan de materializar la imagen del programa entre 1984 y 1990; la idea es que el material impreso: bases, carteles, catálogos y folletos resulten visualmente atrevidos e innovadores, acordes al proyecto. La imagen de Metro *Murcia Joven 84* planteó, con ilustraciones en tintas planas, la secuencia donde un joven –que Ángel Haro señala inspirado en José Antonio Martínez, “El Chota”, un joven escritor y poeta murciano de la época, al que Haro ilustraría en el dos mil el poemario *La lluvia en el cristal*– escribe, toca un instrumento musical o realiza fotografías; todo acorde a las modalidades del certamen: literatura, música, pintura, fotografía, investigación... Más atrevida la propuesta de Antonio Ballester *Murcia Joven 85-86*; una graciosa ratita sabia que presenta la convocatoria asomada a una corona de laurel, tal que fuera el león de la Metro; una imagen de aire muy cinematográfico; en sintonía con la colaboración, en el diseño de folletos y carteles, que Ballester ha realizado con Títeres La Bicicleta para la gráfica –casi una nueva interpretación del cuento *Memorias de Africa*– de la obra *Viaje a Tangalongo*; una ratita viajera –adoptada por la agencia Signo Publicidad para anunciar las exposiciones itinerantes–, pintora, música, fotógrafa... una ratita memorable. Portillo volvería a recurrir a personajes en distintas situaciones para ilustrar la campaña *Murcia Joven 89*, aunque ahora algunas de esas ilustraciones estén directamente creadas por ordenador. Y Vicente Tiburcio (Fig. 269) insistió en idéntica propuesta en 1990; un personaje de semejantes rasgos identificativos se pasea sobre fondos coloristas, creados con papeles rasgados, en actitudes acordes a las convocatorias.

Los *Murcia Joven* tenían amplia difusión regional y servían para promocionar los jóvenes valores murcianos. Esteban Bernal y Ángel Mateo Charris aparecían ya seleccionados en la relación de autores y obras que se exponen en la Escuela Superior de Arte Dramático y Danza de Murcia resultado del concurso “Murcia Joven 85-86 Artes Plásticas”. La edición de material impreso rondaba unos costes cercanos a los tres millones de pesetas. La Comunidad Autónoma sacó a concurso la contratación de la impresión gráfica *Murcia joven 88* –11.000 carteles generales y 10.000 sectoriales, 2.000 folletos, 2.000 catálogos y 10.000 trípticos para la exposición itinerante “Nuevos creadores Murcia joven”– por 3.085.000 pesetas.

Ninguna institución, pública o privada, escapó a la eclosión cultural producida en la región, ni prescindió de anunciar sus actividades con profusión de material impreso y cartelería.

Para anunciar, en mayo de 1987, la exposición de Ángel Haro “Donde estas que no te veo” en la Galería Clave, se editó una serigrafía del pintor realizada por Equipo 3.

El 18 de septiembre de 1989 abre en Yecla la V Muestra Nacional de Arte Contemporáneo, que coordina José Antonio Ortega, director de la Escuela Municipal de Bellas Artes. Una edición que para ser anunciada contó con 200 carteles originales de 50x70 cm realizados a mano, como en años anteriores, por los propios alumnos participantes en la muestra.

Iguálmente los artistas propiciaron acciones y agrupaciones que les permitieran gozar de mayor presencia y visibilidad. Ejemplo paradigmático esos años lo constituyó el Grupo Spyral, formado por Martínez Torres, Mercedes Molina Miñirola, Ignacio García, Manuel Delgado, Guijarro, Almagro, Manolo Pardo, Antonio Rosa, Cascajosa y Martínez Mengual. Los miembros del grupo deciden los proyectos expositivos en que se implican, y asumen el montaje y la parte gráfica que las exposiciones llevan aparejadas. Siempre buscando patentizar la idea de colectivo. Hay que tener en cuenta que la mayoría de sus miembros tienen larga trayectoria como diseñadores gráficos o trabajan en el ramo del diseño en imprentas o empresas. “El Díptico”, exposición celebrada entre marzo y abril de 1987 en CajaMurcia, fue anunciada con un cartel de Francisco Almagro. La exposición “El Río”, que tuvo lugar en El Museo Hidráulico de Los Molinos del Río Segura entre mayo y junio de 1989, es otro buen ejemplo de esta forma de abordar la gráfica de sus

exposiciones: el cartel es obra de Martínez Mengual, un pato figurativo un tanto alejado de otros productos del pintor en estos años, y el catálogo *El Río* con portada de Manuel Delgado aparece diseñado por el propio Delgado, Mengual, Martínez Torres y Antonio Rosa. También se editarían –costumbre arraigada en Murcia– postales anunciadoras. En 1992 será Cascajosa el autor del cartel *Spyral x Spyral*, muestra celebrada en CajaMurcia.

Tampoco la Universidad de Murcia, como no podía ser de otra manera, fue ajena a esta efervescencia cultural, o al uso de la cartelería. La cantidad y calidad de actividades promovidas desde el Aula de Música, el Cine-club Universitario y el Aula de Cine, el Aula de Humanidades y el Aula de Artes Plásticas, su implicación en la sociedad murciana estos años, así lo subrayan. Actividades que contaron para su difusión con abundante material impreso.

Obviemos las actividades, y sus soportes publicitarios, realizadas por las aulas de Teatro, Música y Cine, ya reseñadas en capítulos anteriores, y rememoremos algunas de las llevadas a cabo por el Aula de Artes Plásticas, el Aula de Humanidades y otros servicios del Vicerrectorado de Extensión Universitaria.

La exposición antológica de Pedro Cano, celebrada del 20 de enero al 12 de febrero de 1983 en el Salón de Actos de la Universidad de Murcia, contó con cartel y catálogo diseñado por Joaquín Cánovas (Fig. 270) –no es la única incursión de Cánovas en la técnica del cartel, como ejemplo citaremos la gráfica del *Concierto Extraordinario de la Coral Universitaria de Murcia*, realizada a dos tintas en Nogués–. “Mariano Ballester, pequeño formato”, una muestra celebrada del 25 de enero al 11 de febrero de 1984, dedicada a Mariano Ballester (Fig. 271) conjuntamente por la Universidad y el Ayuntamiento de Murcia, se difundió con un cartel de Antonio Ballester concebido a partir de un dibujo de su padre; un cartel de 70x50 cm impreso por ambas caras, el anverso llevaba impresa una ilustración de Mariano y el reverso, con texto de Juan Manuel Bonet, constituía, plegado, el propio catálogo de la exposición –también concibió Antonio Ballester la gráfica de la exposición “Queridos Reyes Magos” en 1986; una muestra homenaje al pintor y a su pasión por los juguetes, patrocinada por la Comunidad, con cartel y catálogo diseñado a partir de otro dibujo de su padre representando un niño sobre caballo balancín–. El Aula de Artes Plásticas de la Universidad de Murcia celebró un año antes, en marzo de 1985, la exposición “Junza, Serigrafías en Murcia 1976-1985”, presentada con un cartel serigrafiado en el propio taller, una exposición que recogía una selección de los trabajos realizados por Junza y mostraba el proceso serigráfico con un audiovisual de Pablo Portillo; una muestra acompañada de mesas redondas y demostraciones prácticas. Carteles, realizados por Joaquín Cánovas, para anunciar la exposición de Guillermo Pérez Villalta en las salas de la Universidad. Se edita en marzo de 1989 una serigrafía de Jorge Rueda –Murcia, la muerte como manola procesional– para cartel de la exposición de sus fotografías en la Sala de la Convalecencia. Barberán colgó obra en la Sala de Exposiciones de la Convalecencia en 1990; el cartel horizontal, de 70x100 cm, compuesto a partir del cuadro del pintor *Alhelies*, y el catálogo, lo realizó Pedro Manzano.

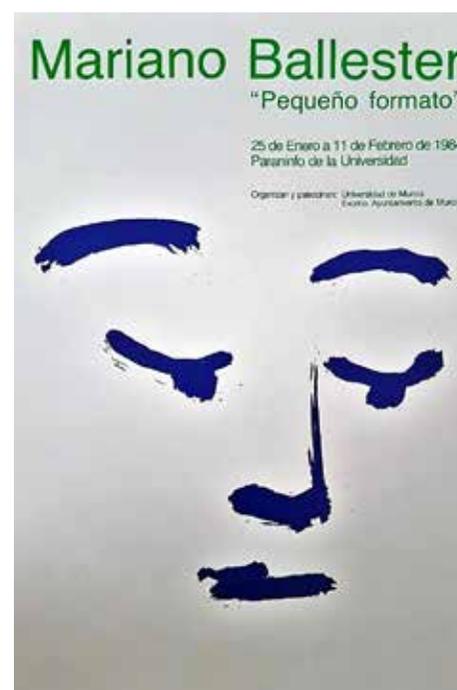
La presencia social de la Universidad de Murcia es apabullante; tal como queda recogido en memorias, folletos informativos, boletines, agenda y revista *Campus*... en cuyos sucesivos diseños intervinieron, entre otros, Ángel F. Saura, El Buho Negro, José Luis Giménez del Pueblo, Vicente Martínez Gadea y Severo Almansa. Una presencia que se articula desde el Vicerrectorado de Extensión Universitaria.

Cartel de Pedro Manzano para anunciar en 1984 las actividades con que se celebraría la Festividad de Santo Tomás de Aquino. Colaboración de Antonio Ballester, que diseñó los carteles –un *collage* que representa un atleta en plena carrera– para apoyar el deporte universitario en 1985. Encuentro de la Coordinadora Estatal de Estudiantes Universitarios, el 8 y 9 de marzo de 1986, anunciado con carteles que diseñó Ángel F. Saura.

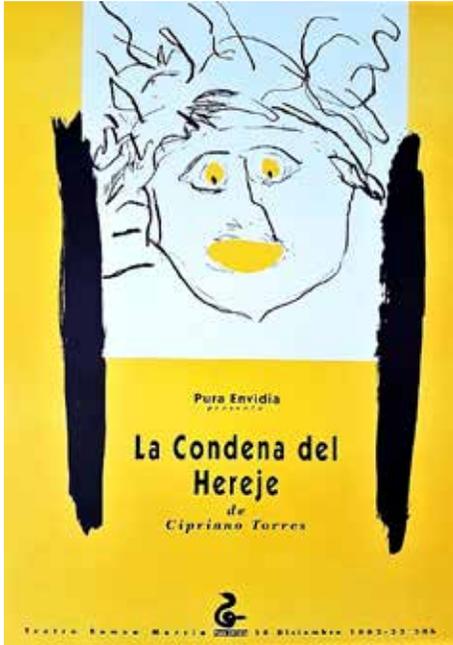
Charlas y conferencias del Aula de Humanidades, difundidas inicialmente con carteles marco sobre los que se añadían posteriormente las actividades a realizar y, de forma especial, con carteles de Vicente y Severo que jugaron con antiguos grabados y fotografías del siglo XIX para crear los carteles de dos ciclos de conferencias: “Debates recientes en la historia económica” y “Agua y modo de producción” en 1987. En 1988 diseñan el cartel *VII CEHA*; cartel y gráfica del Congreso Español de Historia del Arte que se celebró en Murcia, en octubre, organizado por la Universidad –el cartel incorpora la tipografía que



(Fig. 270) Joaquín Cánovas. *Pedro Cano*. Antológica. 1983.



(Fig. 271) Antonio Ballester. *Mariano Ballester, pequeño formato*. 1984.



(Fig. 272) Antonio Martínez Mengual. *La condena del hereje*.

ambos diseñadores habían utilizado para la agenda y la revista *Campus* de la Universidad a mediados de los ochenta, creando un vínculo formal en distintos productos de comunicación de la institución universitaria–; un congreso que giró en torno a la fiesta pública, la ciudad y el arte, los patronos, mecenas y clientes del arte y los artistas; un cartel resuelto con la utilización novedosa de una antigua vista de Murcia sobre la margen izquierda del Segura y un uso atrevido de la tipografía, en negro sobre amplio campo de color amarillo.

Pero, sobre todo, carteles de Martínez Mengual –que había prestado fotografía para la portada del catálogo-memoria de actividades del curso 1984-85 de Extensión Universitaria–; esas columnas jónicas que dejan ver, sorprendentemente apoyados sobre ellas, cursos, charlas, actividades diversas... en 1988; o trazos y papeles rasgados para difundir los Cursos de Extensión Universitaria (ver imagen página 338). Esas grafías tan personales, esas manchas-collages abstractas de Mengual que anunciaban en negro y amarillo *Mujer y trabajo: un binomio conflictivo*, y en rojo y negro *América en la Literatura Española*, en 1992; incluso las Jornadas sobre Psicología Clínica y Salud se anunciarían en el noventa y dos con una ilustración de Mengual que semeja una flor agostada. Actividades que cuentan con el apoyo económico de CajaMurcia y que, a través de la gráfica de Martínez Mengual, parecen tener una continuidad con las propias actividades que subvenciona o propone el Aula de Cultura de la Caja.

Martínez Mengual creó, desde la aplicación de su personal estilo, una coherencia visual en todos los aspectos culturales propiciados desde CajaMurcia: catálogos⁽²³⁰⁾, libros, folletos, carteles, publicaciones varias... *Foro de los Noventa*; conciertos de Semana Santa que patrocina la entidad de ahorro y girán, a lo largo de los años, en torno al *Requiem* de Verdi, Mozart, Brahms, Cherubini...; *Festivales de Órgano de la Catedral de Murcia*, en 1990 y 1991; ciclos de economía, música, teatro, cine... Ilustraciones y portadas para libros: *Murcia Floral*, *La Vega de las Norias*, *La Laguna Mágica*, *Caravaca Tierra de Luz*... Pero sobre todo su impronta es mas personal en aquellos temas vinculados al mundo del teatro, la literatura y especialmente la poesía: *Literatura fin de siglo*, *Homenaje a Miguel Hernández*, *Francisco Brines y la poesía*, presentación de la antología poética de Sánchez Bautista, *Nuestros poetas y su poesía*... Dejando aparte otros trabajos y carteles de Antonio Martínez Mengual, ya citados, es relevante hacer mención de los que realiza en 1985 para la *II Semana de Teatro Universitario*, y en 1992 para la compañía Pura Envidia: *La Condena del Hereje* (Fig. 272); este último cartel realizado con unos expresivos trazos que representan una máscara griega en fondo amarillo; la obra anunciada se representó en el marco de la I Muestra de Artes Escénicas que tuvo lugar en el Teatro Romea, un cartel que recoge bien el interés de Mengual⁽²³¹⁾ por el mundo clásico, la luz y el ámbito geográfico y cultural del Mediterráneo oriental, especialmente Grecia. Un interés recogido en sus numerosas exposiciones individuales y en la gráfica que las difundió, por citar algunas: "Fatum" en 1992, "Océano" en 1993, "Resplandor" en 1997, "El Sueño de Jacob" en 2001, "Odysseus" en 2003... Interés que la muestra, celebrada en el Almudí entre septiembre y octubre de 2016, deja patente en el propio título: "Buscando un color, encontré una patria"; o en el libro sobre Grecia publicado en 2022. Exposiciones difundidas siempre con carteles y catálogos que recogen la obra del pintor y en los que, a veces, interviene un diseñador ajeno al propio Mengual, en general José Luis Montero, aunque Pedro Manzano colaboraría con el pintor en la gráfica de las exposiciones "El otoño de las rosas" celebrada en el Almudí en 1988 y "Donde la espuma sueña" patrocinada por la Universidad de Murcia en 2002. Y en el diseño de portadas; aquí citaremos tres de esas magníficas portadas de Mengual con vínculos literarios: la del poemario de Antonio Durá, que publica Huerga y Fierro Ediciones en 2002, *Después que me miraste*; la del número 8 de la 2ª época de *Monteagudo*; y la de *Galería*, una selección de poemas de David Pujante que edita la Universidad de Valladolid en 2020 en su colección Licenciado Vidriera. En 2015 Mengual realizará el cartel de la presentación del número 2 de la revista leonesa de poesía *Fake*, que autoeditan un grupo de poetas y diseña Daniel Cabalpor, recibiendo ese año el premio Clap de diseño internacional.

No faltarían entre 1985 y 1990 las lógicas campañas electorales con la, por lo general, aburrida cartelería de siempre.

El 12 de marzo de 1986 se celebró el referéndum sobre la permanencia de España en la OTAN. A finales de febrero se pegaron en la región miles de carteles pidiendo el SI

(230) En 1985 se responsabiliza del diseño de la publicación *Ramón Gaya. Dibujos*, que recoge la exposición del pintor inaugurada en noviembre en el Aula de Cultura de CajaMurcia de la Gran Vía.

(231) Nacido en Murcia en 1948, Martínez Mengual es un verdadero maestro en la realización de obra gráfica. Carteles, fotografías, ilustraciones... son otras actividades habituales en su trabajo. Con la obra *La iluminada rosa negra*, veinte serigrafías realizadas para acompañar los poemas de Francisco Brines, editada por AHORA, Ediciones de Bibliofilia, recibió en 2004 el Premio Nacional de Bibliofilia.

o el NO a la OTAN. El partido de Fraga pidió la abstención y pegó más de 4.000 carteles en las calles de Murcia. El partido Cantonal hizo, en el último día de campaña, una masiva pegada de carteles pidiendo el NO. El PCE se mantendría en un claro rechazo a la permanencia en el *tratado*. El peso de la campaña recaería sobre el PSOE, que con ambigüedad calculada había editado carteles con difuso lema: «OTAN de entrada NO». Un referendun en el que se impuso la permanencia condicionada en la Organización del Tratado del Atlántico Norte.

El 30 de mayo de 1986 comienza la campaña electoral a las generales. García Martínez escribe en *La Verdad* el día 31: “...Hay que tomarlo como el que oye llover, me parece a mí. Que te agobian los carteles callejeros, pues miras hacia otro lado...”. Izquierda Unida hace su aparición en escena –Pilar Urbano había contado a finales de abril que el partido se fraguó en apenas 6 horas– con un bonito color verde en el logotipo y la publicidad impresa que quiere ser un guiño a grupos simpatizantes de izquierdas, especialmente a los ecologistas.

La Verdad escribe el 1 de junio: “Ayer comenzó la campaña electoral, más de 300.000 carteles en las calles de la Región”, un gasto ingente en papel impreso. Y eso que solamente seis partidos participan en la primera pegada.

Coalición Popular, AP, tiene previsto gastar 16.000.000 de pesetas en la campaña murciana y colocar 70.000 carteles, revisados y mantenidos por ocho equipos de tres personas cada uno, formados por militantes de Nuevas Generaciones de AP, y otros de PDP y PL. «Para salir adelante», fue el lema de la Coalición Popular. García Ortuño, gerente de la campaña, señala a la prensa que se colocarán 60.000 carteles; en unos aparece Fraga, en otros Calero.

El lema del PSOE fue «Por buen camino». Un camino que sugiere un Felipe González retratado de medio cuerpo, con aire de satisfecha aura institucional, ante un fondo verde. ¿Un guiño a los cada vez más influyentes grupos sensibilizados con el medio ambiente? El PSOE colocó 125.000 carteles, con el apoyo de un millar de militantes, según apunta Manolo Hurtado, uno de los coordinadores de la campaña.

Los carteles de CDS recurrieron al rostro de Suárez y al lema «El valor del Centro».

Salvo algún problema de orden menor los incidentes con la cartelería electoral fueron mínimos. Cierto que siguieron arrancándose carteles de adversarios políticos o pegando unos sobre otros, pero eso era moneda corriente.

Los reformistas de PRD también utilizarían la foto de su líder, Miguel Roca, que reforzaron con el texto «La otra forma de hacer España».

El PCPE, que decidió no acudir con IU bajo las mismas siglas a las elecciones, pediría que se retirasen los carteles de IU o que sus siglas fuesen borradas de la cartelería. El lema de IU, con ausencia de fotos de sus líderes, en los 20.000 carteles pegados en las calles murcianas, era «Hace falta».

Alfonso Guerra intervino en aspectos técnicos de la cartelería del PSOE. En unas declaraciones a Rogelio Rodríguez, que publica *La Verdad* el 6 de junio, dice: “la nuestra es la campaña mejor realizada, también desde el punto de vista técnico, y es que hay otras... preparadas por brillantes profesionales, que parecen estar hechas a la contra.

–¿Dice usted a la contra, señor Guerra?

–A la contra. Esos carteles, esos colores que se come el sol en tres días, qué cosas, qué horror; la nuestra la realizo yo, que de eso entiendo, que ya en el 72 me recorría países viendo como funcionaba la cosa...”.

Una campaña, la del ochenta y seis, anodina y poco estimulante a nivel gráfico. Las palabras del humorista Antonio Mingote reflejan bien la tónica general de la publicidad política impresa en las generales: “los carteles electorales no pasan de ser una foto de carnet ampliada”.

Un año después, en mayo de 1987 tienen lugar las elecciones locales y autonómicas.

Izquierda Unida contó con una cantidad de dinero que ronda los 13.000.000 de pesetas; cantidad insuficiente, según se desprende de las declaraciones a *Hoja del Lunes* realizadas por Pedro Antonio Ríos, cabeza de lista a la Asamblea Regional de la formación política, el 11 de mayo, once días antes que comience la campaña.

Lema pegadizo pretende Alianza Popular que defina la nueva situación del partido. Recurriendo al eslogan: «Porque corren nuevos tiempos, Alianza Popular».

El 15 de mayo, una semana antes de que arranque oficialmente la campaña electoral el PSOE llenó los espacios electorales para cartelera de los puentes de Murcia, originando el primer enfrentamiento con AP y el CDS. AP había solicitado esos espacios que el PSOE ocupó la campaña anterior. La prensa escribe el 23 de mayo: *“El PSOE comienza a solucionar los problemas del río tapando su visión con los carteles”*. La mordacidad de *La Verdad* ha sido certera, dirigiendo el dardo a un tema muy sensible al ciudadano de Murcia. Entre 1.500 y 1.800 millones de pesetas tiene previsto invertir el PSOE en la campaña acogida al lema *«Por las cosas bien hechas»*.

El 20 de mayo el presidente del PDP, Antonio Pérez Crespo, denuncia que la derecha económica quiere hacer desaparecer al Partido Demócrata Popular de la vida política y, además, el partido no ha contado con dinero para hacer carteles. Los democristianos piensan enfundarse unas camisetas que han encargado y esa será su única publicidad. Los candidatos no saldrán en los carteles, una campaña austera y modesta, espartana.

El 22 de mayo comienza la campaña; algunos partidos sin medios, otros con abundante cartelera que reprodujo el rostro de los candidatos locales y autonómicos –en Murcia: Elvira Ramos (IU), Ramón Luis Valcárcel (AP), Adolfo Fernández Aguilar (CDS) y José Méndez (PSOE)–; obviando a los dirigentes nacionales de los partidos en algunos casos; el rostro de Felipe González desapareció de la cartelera en la campaña que el PSOE puso en marcha en la región y que costó a los socialistas 38.000.000 de pesetas. El partido regionalista, PRM, sin embargo, no pudo colocar carteles en todas las localidades, pues solo cuenta con 300 militantes.

El lema del CDS, *«El centro avanza»*, aparece pegado en carteles con un sonriente Suárez sobre fondo verde, y se anunció desde el *adolfomóvil*, un destartado vehículo que el candidato a la alcaldía de Murcia por el CDS utilizó como soporte difusor publicitario.

En nota dirigida a *La Verdad* el 2 de junio, los cantonales publican una protesta. En carta abierta *“Al pueblo de Cartagena”* los Cantonales manifiestan que han sido robadas y derribadas sus pancartas, colocadas por sus militantes en la Ciudad Portuaria, y son sistemáticamente pegados carteles de otros partidos sobre los del Partido Cantonal.

Hubo cierto recochineo con los carteles y el eslogan del PSOE debido a su lema *«Por las cosas bien hechas»*, frase utilizada, en esas fechas, por una marca de chorizos de Cantimpalo: *“El Acueducto”*. García Raimundo escribe en la sección *“El Alboroque”* de *La Hoja del Lunes* el 8 de junio: *“...se puede plagiar un eslogan, un cartel o lo que usted quiera. Pero cuando quien ostenta el poder coloca de forma tan indecente en puestos clave a un hatajo de pelagatos sin más título que su caradura –ésa sí acreditada donde haga falta–, por citar sólo un botón; lo que no se puede plagiar es a una marca de chorizos, y más sabiendo lo mala que es la gente. Lo que uno no sabe es si el creador de la imagen en cuestión era un agente doble, que en lugar de trabajar para los socialistas trabajaba realmente para la fábrica de chorizos de marras, pues ha conseguido que el eslogan de los chorizos suene en los últimos confines del país.”*

Los comicios, que tienen lugar el 10 de junio, volvieron a dar el triunfo regional al PSOE. Tal como había ocurrido en las generales de 1986.

En 1989 tendrían lugar dos contiendas electorales. En mayo las elecciones al Parlamento Europeo y en octubre las generales al Parlamento Nacional.

En ambas campañas eslóganes, fotos de los candidatos en vallas y carteles... lo habitual. Para conquistar los escaños europeos el PSOE propuso entrar *«Con fuerza en Europa»*. El Grupo Popular nos recordaba que en Europa *«Todos salimos ganando»*. IU haría hincapié en que incluso en Europa *«Es tiempo de alternativas»*. Campaña en la que apenas se utilizó el espacio municipal destinado a cartelera y en la que fue poco perceptible la palabra Europa.

Las elecciones generales de octubre de 1989 recogieron en la cartelera de los distintos partidos concurrentes la consabida foto de los candidatos y los eslóganes partidarios.

Los carteles del Partido Popular –refundación de la vieja Alianza Popular– enviados a Murcia recogen solo fotos de José María Aznar, en camisa y corbata y un lema atrevido y poco usual por lo brevísimo del mensaje: *«Palabra»*. Un candidato *popular* a la presidencia de gobierno, recién elegido el 4 de septiembre, al que hay que dar a conocer.

El mensaje del CDS: *«Vota CDS capaces de hacerlo»*, subraya la imagen de Suárez, que se presenta también con camisa y corbata en una informal foto en blanco y negro,

que parece inspirada en las campañas americanas e intenta ocultar la falta de liquidez del partido. Reforzando el eslogan central una serie de puntos que definen el programa del Centro Democrático Social: “Viviendas de alquiler a 40.000 pts”. “Un plan de urgencia para asegurar la sanidad”. “Mili, tres meses ahora, voluntaria después”. “Para todos los jóvenes o primer empleo o sueldo”. “Pensiones libres de impuestos”.

En Alcantarilla el propietario de un taller mecánico llenó la fachada de su negocio de carteles con la foto de Ruiz Mateos.

Como siempre, se suscribieron acuerdos para pegar los carteles en los sitios dispuestos por los ayuntamientos, aunque la cartelería ya no es tan abundante. Casi medio millón de carteles se pegaron en la Región. El PSOE pegó 150.000 y 130.000 el PP; 2.000 la Agrupación Ruiz Mateos; 5.000 el CDS y 65.000 la coalición de IU. La campaña costó al PSOE en la Región de Murcia 12.000.000 de pesetas, 11.000.000 gastó IU, 10.000.000 el PP y 5.000.000 el CDS.

Se criticó la foto con el ojo morado de Aznar y se tildó a González de parecer un notario de derechas, en esa foto de político maduro que declamaba: «*España, en progreso*», y llegó a editar octavillas con su autógrafo impreso. El PSOE obtuvo 175 escaños frente a los 107 del PP.

Para los partidos políticos la preocupación sobre como incentivar el turismo regional es acuciante. Los propios programas políticos electorales de todos los partidos lo recogen como tema prioritario⁽²³²⁾. El 11 de diciembre de 1984 se celebra en Archena el II Encuentro Turístico de la Región de Murcia; entre los asuntos tratados se volvió a insistir en la falta de infraestructuras y las pésimas comunicaciones que impiden el desarrollo de un sector que cuenta en la región con doscientos cincuenta kilómetros de costa y un interior con suficientes atractivos. Se planteó la constitución de un Consejo Regional de Turismo y se presentaron los cuatro nuevos carteles editados para la difusión de la Región. Un dibujo de María del Carmen Artigas, pintora *naïf*, fue utilizado para promocionar La Manga y el Mar Menor, una vista del mar interior desde los balnearios de cualquier localidad costera⁽²³³⁾. Se presentó una versión del logotipo Costa Cálida con una vela de surf que pretende hacer hincapié en los deportes náuticos más populares.

Junto al logotipo de la Costa Cálida, el escudo de la Comunidad Autónoma de Murcia o el logotipo promocional de España diseñado por Miró, estos años carteles y publicaciones llevan incorporada una bonita estampa de Ramón Gaya, que reproduce los carteles realizados por el pintor para difundir la costa murciana: el mar visto desde la huerta, palmeras, bancales, barracas y, en lo alto, el sol anaranjado de nuestra cálida costa.

En 1985 la Consejería de Industria Comercio y Turismo invita, mediante anuncio público, a las empresas que puedan estar interesadas en presentar ofertas para la ejecución de trabajos de turismo (da 10 días). 250.000 pegatinas *Costa Cálida*, 1.250.000 pesetas; 100.000 carteles *Costa Cálida*, 5.000.000 de pesetas; 75.000 folletos *Tierras y gentes de Murcia*, 9.075.000 pesetas. Serán las imprentas, la parte más interesada, las que pujarán en connivencia con empresas de diseño o diseñadores autónomos.

El propio Ayuntamiento murciano hace público, el 13 de febrero de 1985, la decisión tomada por el Consejo de Festejos y Turismo, ocho días antes, de convocar un concurso de carteles turísticos con dos premios de 100.000 pesetas para promocionar la ciudad. Las bases fijan que los bocetos se presentaran antes de 22 de abril. Fecha límite ampliada posteriormente al 8 de mayo. El día 13 se reúnen en la Sala de Santa Isabel los miembros del jurado –representantes municipales, de la Comunidad Autónoma, artistas, fotógrafos... Joaquín Cobarro, Rafael Soto, Jesús Lechuga, Rafael de San Eustaquio, Luis Arróniz, Antonio Carbonell Artús, Francisco Salinas y Teresa Vilaseca– que declararon desierto el concurso.

En 1988 el Primer Premio Nacional de Carteles de las Comunidades Autónomas, concurso que organiza FITUR, se le otorga a SADIMAG, por un cartel patrocinado por la Comunidad Autónoma para promocionar el turismo en Mazarrón que ha diseñado Julio García Abril: *Mazarrón. Costa-Cálida*. El cartel, «*Reflejos*», representa el efecto de la imagen de dos embarcaciones deportivas sobre las aguas del litoral mazarronero, foto obtenida en realidad en la localidad mar menorense de La Ribera. Ese año se repartieron más de 1.000 carteles del Balneario de Fortuna y una cantidad ingente de material promocional de Los Alcázares que contó con stand propio. Los empresarios del sector

(232) El programa político electoral del PSOE de 1987 dividido en 13 apartados titula uno de ellos “Por atraer más riqueza a Murcia potenciaremos el turismo”.

(233) Cuadros de María del Carmen Artigas sirvieron de portada de las publicaciones: *Feria, Fiestas y Festejos de la Región de Murcia* en 1986, la Virgen de la Fuentísima de romería en el Puente de los Peligros; y *Fiestas de Navidad 1986-87* en Murcia, con una cuadrilla de Auroros que canta al belén de la Plaza de la Cruz.

volverían a manifestar que no se hace la propaganda adecuada y es necesario incentivarla. Eso a pesar de que se han repartido en FITUR 100.000 folletos referidos a distintos aspectos de la Comunidad Autónoma, 2.000 carteles y 6.000 unidades de material promocional (camisetas, llaveros, puzles, carpetas...), 5.000 kg de productos murcianos y otros objetos artesanos (platos, jarras de novia lorquinas...), y publicaciones. En FITUR se repartieron ocho modelos diferentes de carteles para promocionar la región, y 11 modelos distintos de folletos; presentándose una ruta de escalada al Capitán, protagonizada por los hermanos Gallego, denominada Costa-Cálida.

El certamen "Miss España 88" se celebró en La Manga entre el 22 y el 23 de septiembre, anunciado con carteles diseñados por el artista Juan Castell; cartel que incluyó el eslogan «*La Manga está de moda*». La oficina de turismo de Los Alcázares recibió en 1988 20.000 visitantes. El Mar Menor y La Manga son considerados pilares de vital importancia turística. En 1988 llegaron a la región 800.000 turistas.

Un año después se editarían nuevos carteles turísticos para Águilas. Sadimag producirá la cartelería basándola en una ilustración de dibujo plano y colorido amable, una vista de la bahía que hace honor al lema impreso: «*Águilas. Nido cálido todo el año*» y a la pervivencia de la marca Costa Cálida.

El gasto institucional en cartelería y publicidad, folletos, catálogos... es ingente –solo la Concejalía de Juventud del Ayuntamiento de Murcia gastó 2.800.000 pesetas desde el inicio de la corporación en 1983–, haciendo que la oposición a los socialistas pregunte, a finales de enero del ochenta y cuatro, cuanto ha gastado esa Concejalía, y tache el gasto de "*lujo asiático y autentico derroche*". Adjudicaciones, contratos, distribución de impresos, diseño e impresión de campañas publicitarias que provocarían no pocos rifirrafes políticos. Desde poner en cuestión las cuentas de la Editora Regional y el descontrol en el reparto de material impreso; lo que daría lugar a que en diciembre de 1985 se hiciera público en la prensa que el nuevo *mandamás* de la Editora, Eduardo Carrasco, ha dado orden de repartir, en la caseta de la Feria del Libro, las 10.000 pegatinas y los 2.000 carteles editados con cuentagotas. Un cartel, el de la Editora, que diseñó Vicente Tiburcio Caballero, que ejerce de profesor en la Escuela de Bellas Artes de Valencia, y ha aplicado en el *afiche* un estilo que lo aproxima a la viñeta de cómic bajo un elemental lema: «*Lee, que algo queda*»⁽²³⁴⁾. Hasta acusar, el 28 de mayo de 1985 –lo da a conocer *La Verdad*–, al entonces concejal de Urbanismo, Juan Enrique Serrano, de contratar con SADIMAG, empresa que no figura inscrita en el registro ni tiene autorización provisional para trabajar, diversos programas y carteles: "Día de la Flor", "Día Mundial del Medio Ambiente"... por valor de 2.275.000 pesetas sin mediar concurso alguno. Pedro Soler llega a proponer en *La Verdad*, el 15 de noviembre de 1985, como medidas de austeridad y ahorro, repelar en el costo de los viajes presidenciales, en el gasto de los catálogos que llegan con retraso y de los carteles que no se exponen... etc, etc. "...*un ejemplifico de austeridad que no le viene mal al personal*". El 25 de septiembre de 1986 el Grupo Popular del Ayuntamiento de Murcia vuelve acusar al PSOE de realizar gastos de dudosa utilidad cultural en folletos y carteles. Crítica que mantuvo en 1987 haciéndola extensiva al excesivo derroche en cultura. *La Verdad* se pregunta el 18 de febrero de 1988: "*¿Qué se hizo de las famosas patrullas ciudadanas aparte de gastar en carteles con el dibujo de una pareja de policías uniformados?*"; carteles diseñados por Pablo Portillo; que también diseñaría ese año los anunciadores del 092.

Severo Almansa y Vicente Martínez Gadea, indiscutiblemente los dos diseñadores mas relevantes durante la década de los ochenta, separarán sus caminos profesionales en 1989. Ya había firmado en solitario Severo Almansa el diseño gráfico, cartel y catálogo, de la exposición de Chelete Monereo que se celebró en el Palacio Almodí en febrero-marzo de 1988. Y Vicente Martínez Gadea acometerá bajo su única responsabilidad la gráfica de las II Jornadas Nacionales de Diseño que se celebraron en Murcia entre el 28 de noviembre y el 2 de diciembre del mismo año; el cartel constituye una interesante propuesta, un reto para Novograf, la imprenta encargada de su realización; un cartel que, a partir de la obra de Velázquez *La familia de Felipe IV* o *Las Meninas*, obtiene con una tinta cubriente, semitransparente, reservas en determinadas áreas y detalles del cuadro: la falda con guardainfante de la Infanta Margarita, el pie de Nicolás de Portosanto sobre

(234) Vicente Tiburcio, Cartagena 1961, licenciado en Bellas Artes, creó un reconocible estilo gráfico –ya anunciado con su exposición "Brillante", celebrada en Valencia en marzo de 1984 y anunciada con un sugerente y estilizado cartel basado en una ilustración de aire muy comiquero–, con esas portada y carteles que parecen una viñeta aislada en la secuencia de un cómic. Estilo muy apropiado para los temas encargados, siempre relacionados con programas de juventud o medio ambiente: *HOPE'87*, plan conjunto de creación de empleo para jóvenes en Murcia, Cartagena y Lorca, puesto en marcha por la Comunidad Autónoma; Logotipo y campaña de imagen y difusión de la *Agencia para el Medio Ambiente y la Naturaleza*; imagen del CIAJ (Centro de Información, Asesoramiento y Documentación Juvenil) y la Concejalía de Juventud del Ayuntamiento de Murcia, folletos, carteles, pegatinas...; programa *Murcia Ciudad Joven* en 1988; cartel *Día Mundial del Medio Ambiente* el mismo año; *Murcia Joven 90*, convocatoria de la Comunidad Autónoma para animar a la creación joven... Cartel para *Angie Meca Detrás del Rollo*... Colaboró con las revistas *Madriz* y el *Vibora*. Expuso el año 2000, en la Galería Wssel de Cartagena, una colección de cuadros profundamente vinculados a su trabajo como diseñador gráfico, y en 2001 colgó "Dasein-pop. Avatares y paradojas" simultáneamente en: La Muralla Bizantina, Wssel y la Cervecería Principal de la Ciudad Portuaria.

el perro que aparece en la escena, la cruz de Santiago bordada en las ropas del propio Velázquez, la mano enjoyada de Doña Isabel Velasco, el búcaro o jarrita que ofrece Doña María Agustina Sarmiento... para justificar diseño de moda, marcas, mobiliario, joyas... todos los aspectos, en fin, que recogen las Jornadas.

Aunque a lo largo del ochenta y ocho habían producido, fruto de su trabajo conjunto, algunas piezas memorables. En octubre se edita el cartel *IV Encuentro Nacional de Escaparatismo*; un cartel (Fig. 273) que compone la figura de un varón a través de los complementos de moda y ocio que intervienen en su atuendo y en sus usos; desde sombrero y gafas a zapatos y discos; un cartel que nos retrotrae a aquellos primeros trabajos con los que Severo y Vicente asombraron al viandante y marcaron una época del diseño en Murcia.

El programa de identidad visual de "Contraparada 10", jugando con los dos números, el "uno" y el "cero", en degradados tonos verdosos obtenidos con una trama, fue asumido en 1989 por Vicente y Severo de forma separada; Martínez Gadea firmó la realización del cartel y Almansa el catálogo; aunque es casi evidente que el trabajo se ha concebido conjuntamente.

Vicente Martínez Gadea se dedicará preferentemente, a partir de 1989, a los proyectos de arquitectura, haciendo en 1992 el pabellón de Murcia en la Expo de Sevilla. Severo dedicará sus menesteres al diseño y la pintura. Sin cerrar la puerta a la posibilidad de asumir conjuntamente trabajo puntual en algún proyecto. En diciembre de 1990 Alfredo Vera, Martínez Gadea y Severo Almansa, presentaron conjuntamente la intervención arquitectónica y la nueva identidad gráfica del Museo Salzillo. Y en 1995 un trabajo conjunto de Severo Almansa y Martínez Gadea, el diseño de los rótulos señaladores en edificios históricos de la ciudad de Murcia, será premiado en los Premios de Arquitectura y Urbanismo de la Región de Murcia.

En la sección "Voces Propias" de *La Verdad* Juan Luis López Precioso entrevista a Severo Almansa el 27 de febrero de 1989. Una entrevista que hace patente lo que en círculos del diseño murciano ya era un hecho intuido, que Severo trabaja por su cuenta tras haber laborado conjuntamente con Vicente en este campo. Precioso le pregunta al diseñador: "—¿Consideras el diseño gráfico meramente como «vender» una imagen o también como arte en sí mismo?"

—No hay diferencias. El arte tradicional siempre ha «vendido» imagen también y ahora el diseño gráfico vende imagen y hace «marketing» y sigue siendo arte. Yo no encuentro ninguna diferencia entre hacerle un retrato a la Coca-Cola o hacerle un retrato a los Médicis. No veo muy bien cual es la frontera. Un diseñador como yo nunca se plantea donde está esa frontera y si existe de verdad. Nosotros, los diseñadores vivimos esta profesión con una intensidad total y absoluta y cuando nos planteamos hacer un diseño de una publicación, de un cartel o de un objeto, intentamos hacer un objeto de arte, como la gente entiende qué es el arte.

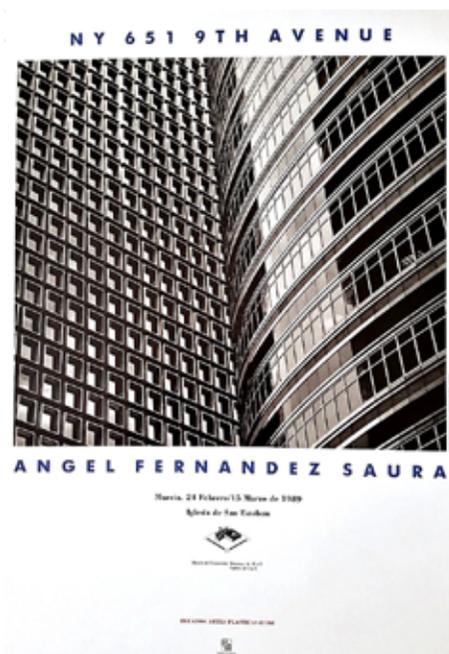
—¿Entonces el diseño gráfico es un arte en sí mismo?"

—Claro que sí. Siempre lo ha sido. Ahora es que está de moda diseñar todo. Se diseñan los planes de las cuencas de los ríos y antes se construían. Pero es una cosa que ha existido toda la vida, es el arte al servicio de la industria o de otras actividades". Explica Severo Almansa que a raíz de la exposición del "Dibujador" Vicente y él comenzaron a trabajar juntos, y Antonio Ballester, que inicialmente iba a formar parte del proyecto, se decantó más por la pintura y la ilustración, aunque no abandonó el campo del diseño. El diseño es, según Severo, una palabra de moda en ese momento. Palabra que apenas deja entrever su verdadera importancia si la entendemos como un conjunto de operaciones aptas para resolver un problema de funcionalidad o de comunicación, según estemos refiriendonos a diseño industrial o gráfico. Resultan interesantes las respuestas del diseñador a la pregunta: "—¿Cómo consideras que está el diseño en Murcia?"

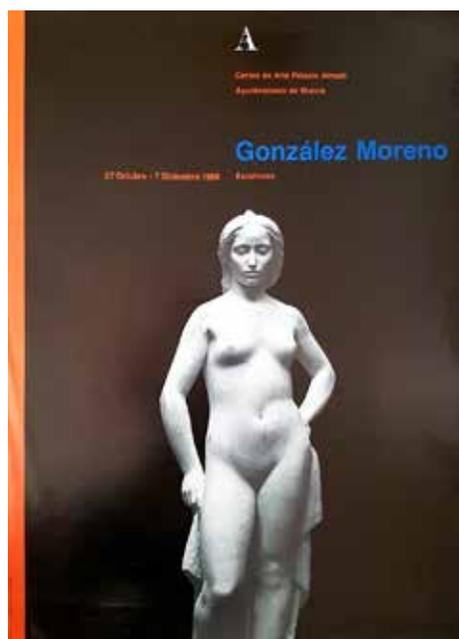
—Yo creo que el «boom» del diseño en Murcia es importante, que lo de menos es hablar de si hay buenos o malos diseñadores dentro de ese «boom». ...no es normal que se cuente con grafistas que no sean ni valencianos, ni catalanes, ni madrileños... en Murcia, que es una zona mucho más aislada, sí hay una inquietud por mejorar la imagen de las cosas, que no existía antes. Hay muchísima demanda y esto implica el peligro de que prácticamente cualquiera puede trabajar en esta profesión nueva que se está creando.



(Fig. 273) Vicente Martínez Gadea y Severo Almansa. *IV Encuentro Nacional de Escaparatismo*. Murcia. 1988.



(Fig. 274) Severo Almansa. Ángel Fernández Saura, NY 651 9TH Avenue. 1989.



(Fig. 275) Severo Almansa. González Moreno. 1989.

La gente no está educada o no es receptiva todavía para discernir cuándo el trabajo tiene calidad o no, cuándo le meten gato por liebre, en una palabra."

A lo largo de 1989 Severo Almansa acometerá importantes trabajos ahora en solitario: Maquetará la revista *Letragorda* de literatura infantil, editada por la Editora Regional. Diseñará la marca *La Voz de la Empresa*. Y carteles y catálogos para las exposiciones que organiza la Consejería de Cultura o el Centro de Arte Palacio Almudí. Entre otras "Robín de agua", pinturas de Ángel Haro que se muestran en enero y febrero en la Iglesia de San Esteban; con catálogo de la exposición especialmente interesante, con ese cuadro del pintor que divide en dos el campo blanco de la portada reservándolos para los textos del título y del artista; un planteamiento gráfico al que volverá el diseñador años después para establecer la nueva imagen de las publicaciones del Almudí. Y, a continuación, entre el 24 de febrero y el 15 de marzo, "NY 651 9TH Avenue", de Ángel F. Saura; con un cartel anunciador (Fig. 274) que vuelve a conceder absoluta importancia al campo blanco que ocupa casi la mitad del pliego, una constante en los trabajos de Severo que como vemos viene de tiempos anteriores. A finales de año diseña la gráfica de la muestra "González Moreno, esculturas" (Fig. 275) que se celebra en el Centro de Arte Palacio Almudí; seleccionando una escayola del escultor, *Desnudo Mediterráneo*, para componer portada de catálogo y un elegante cartel con fondo negro y vibrantes textos en añil y naranja. En 1990 diseña el cartel *Feria del Libro*, un juego constructivista; y la imagen gráfica *Contraparada 11*, carteles, invitaciones, catálogos, con austera, sofisticada y formalista numeración que contrapone dos "unos" en degradados tonos azules y tostados.

Pero volvamos a adelantarnos un poco en el tiempo. En 1991 Severo Almansa realiza el programa de identidad visual de "Contraparada 12"; sobre un dominante fondo magenta un luto vertical negro en el margen izquierdo del que parecen desprenderse la numeración de la edición y los textos que anuncian las exposiciones: "Pedro Flores", "Adolfo Schlosser" y la colectiva "El retorno del hijo pródigo". Un cartel impactante, dotado de movimiento y con una innovadora disposición tipográfica, incluida en lutos y campos de color, que el diseñador convertirá en marca de la casa a lo largo de los noventa.

Es evidente, las declaraciones de Severo a López Precioso lo han dejado entrever con claridad, que se está produciendo un cambio en las estructuras del diseño murciano y que está surgiendo una nueva generación de diseñadores, con todo lo que ello implica.

José Luis Montero, fotógrafo, diseñador, museógrafo... nacido en Cartagena en 1959, es buen ejemplo de nuevo valor en alza. Vinculado al grupo de fotógrafos cartageneros que han contribuido a revitalizar AFOCAR, la Asociación Fotográfica de Cartagena, comienza su incursión en el mundo del diseño a mediados de los ochenta. En "Encuadre estival", una pequeña sección de "A toda Costa" de la *Hoja del Lunes*, el propio José Luis Montero apunta los inicios de su trayectoria profesional el 17 de agosto de 1987: "...la universidad—estudió magisterio y trabajó como profesor de fotografía en la Universidad Popular de Cartagena—, la montaña, mi primer contacto con la foto..." Explica que la adquisición de un lenguaje propio requiere un aprendizaje formal y un recorrido por distintas etapas. Que ha participado en concursos y exposiciones. Que su trabajo como fotógrafo ha estado ligado a la arqueología y la fotografía editorial, catálogos y carteles; actividad que le permite ampliar su campo de expresión personal y reafirmar su lenguaje fotográfico—comienza a trabajar como fotógrafo freelance en 1984, y en 1985 realiza las fotos de la *Guía Artística de la Ciudad de Murcia* con textos de Ángel Peñalver—. En 1989 ha pasado, de realizar las fotografías que otros diseñadores utilizan en catálogos y publicaciones, a ser él el responsable de la gráfica de exposiciones—en algunas desempeñando labor de coordinación—, certámenes y campañas publicitarias. Al margen de los trabajos ya citados hay otros productos que es conveniente señalar: la muestra "Siete fotógrafos murcianos", cartel—realizado a partir de un grabado antiguo— y cajita conteniendo 14 reproducciones fotográficas a modo de postales de los fotógrafos participantes: Paco Salinas, Moisés Ruiz, Díaz Burgos, Ángel F. Saura, Carlos Gallego, Hernández Pina y el propio Montero; en 1988. El cartel *III Certamen de Arte Floral*. Carteles y catálogos *II Bienal de escultura Murcia 1988*. Cartel y catálogo de la exposición "La Tradición Romántica", febrero-marzo 1988. Programa de identidad visual de la Orquesta de Jóvenes de la Región de Murcia en 1988. Catálogo y cartel *Francisco Serna pinturas (período 1965-1988)*, diciembre de 1988 en el Almudí. *IV Muestra de Artesanías de*

Navidad, que recurrió como imagen a una figura de Belén de los Hermanos Griñán, la misma que abrió el cataloguito de la exposición “Figuras de Belén”, inaugurada en el Almudí en diciembre de 1988. El folleto *Murcia en Arco* en 1989. Cartel y catálogo *Avelleda con otra dimensión* también en 1989. *Almela Costa Exposición Antológica* en el Almudí en febrero del mismo año.

Hay ciertas características que parecen aflorar ya en estos trabajos. Interés por el uso de colores planos, suaves, para componer los ritmos del catálogo: salmones, beige, tostados, azules; la elección de papeles especiales como soporte de los trabajos gráficos y la utilización de detalles y motivos jugando entre los renglones y los tipos que componen pliegos y páginas de folletos, carteles y catálogos. El uso de la fotocopidora para potenciar las texturas en las imágenes, en la búsqueda de un plus extrafotográfico, que pronto hará extensivo al tratamiento de los textos. Las guías informativas y las monografías editadas para la Consejería de Sanidad en 1989: *Guía Informativa para Enfermos y Usuarios, Reglamento sobre Condiciones Higiénico-Sanitarias de las Piscinas de Uso Público...* profundizan en la utilización de estos recursos gráficos y en el interés de Montero por incorporar un lenguaje más próximo a la ilustración y al dibujo.

En marzo de 1989 realiza los carteles para la inauguración de los nuevos centros culturales (Fig. 276) del Ayuntamiento de Murcia: El Palmar, San Basilio, Puente tocinos... fotos sometidas a manipulación, contrastadas y fotocopiadas, iluminadas con fuertes contrastes de tintas planas y un único hilo conductor en la tipografía y en la superficie azul de la parte superior del cartel. Ese año realiza el folleto *Murcia Ciudad de Congresos*, con fotos del propio Montero; colabora en la promoción de los Centros de Artesanía de la Región de Murcia y firma la magnífica y cuidada edición gráfica del cartel –esa untuosa masa de barro oscuro que parece resbalar ante nuestros ojos– y el libro-catálogo de Juan Manuel Díaz Burgos *Paisaje: Realidad o ficción*, que edita en 1989 la Consejería de Cultura (Fig. 277).

Una década que acaba. Una década que ha supuesto una importante eclosión en la cultura y el diseño murciano, favorecida por la puesta en marcha del gobierno autonómico, las políticas culturales propiciadas por el PSOE a nivel local y nacional –cuya expresión máxima fue la oficialización de la *movida madrileña*– y una incipiente revolución tecnológica que acabará haciendo del ordenador personal una herramienta imprescindible, modificando modos y resultados en el diseño gráfico. Si la alegría infantil que reflejaba el diseño de los sesenta, y primeros años de los setenta, estaba justificada por la posibilidad de acceder a los bienes de consumo, antes reservados a las élites burguesas, a las amplias clases medias; en los ochenta es el acceso a la libertad democrática y la exaltación del individualismo lo que propiciará la componente de diversión, a veces funcionalmente inútil, en la gráfica posmoderna, con diseños de fuerte componente subjetiva alejada de aspectos rigurosos o dogmáticos. Esto no implica que los diseñadores murcianos no se acogieran a fórmulas comunes: el uso de la fotocopidora para alterar las imágenes de partida, los *collages* de papeles recortados o rasgados, las coloridas tramas a base de puntos y pequeñas líneas, las fotos en blanco y negro iluminadas, las continuadas referencias a la historia del arte... son aspectos repetitivos en diseñadores con distinta formación y planteamientos, pero elementos preciosos para definir un tipo de diseño, una época en la que, junto al exultante optimismo lleno de color, atrevimiento y desenfado, pervive un cierto residuo del informalismo, las tendencias americanas llegadas desde el Pop neoyorkino o la Escuela de San Francisco, el racionalismo constructivo suizo y las formas imposibles, oníricas, coloristas, de los Memphis italianos⁽²³⁵⁾. Un coctel que ha resultado ser excelente para producir obras eclécticas, magníficas, que perdurarán en la memoria a lo largo de una década y aún muchos años después.

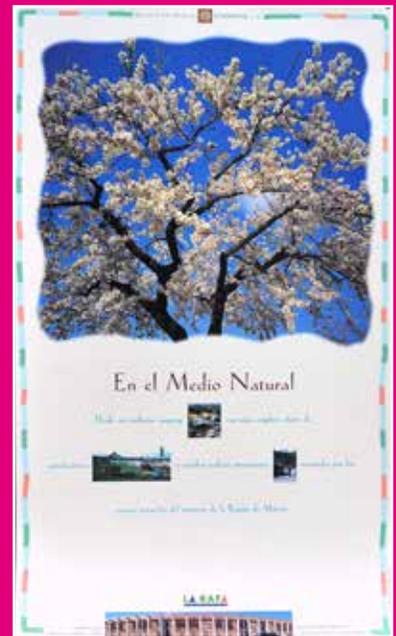


(Fig. 276) José Luis Montero. *Centros Culturales*. 1989.



(Fig. 277) José Luis Montero. *Juan Manuel Díaz Burgos, Paisaje: realidad o ficción*. 1989.

(235) Las revistas de los ochenta: ON Diseño, El Croquis, ARDI, Visual... contribuirán a la difusión de los múltiples planteamientos estéticos vinculados al mundo gráfico y al diseño.



José Luis Montero. *En el Medio Natural*.

7 UNA FIESTA A PUNTO DE TERMINAR

La suciedad recurrente, en forma de restos de papel, carteles sobre carteles, se superpone en fachadas de calles y callejones de las ciudades de la provincia, a pesar de la insistencia de algunos ayuntamientos en poner orden en rótulos y anuncios. El 8 de junio de 1990 se plantea en el Ayuntamiento de Murcia una nueva ordenanza, y multas de hasta 15.000 pesetas para reincidentes por colocar carteles en lugares no autorizados; aunque IU y el grupo mixto plantearon que la ordenanza podía ser un límite a la libertad de expresión, tal era todavía la relación subliminal cartel-actividad reivindicativa. El 23 de noviembre del mismo año la Gerencia de Urbanismo de Murcia aprueba una normativa específica para rótulos y carteles, sobre todo cuando afecten al conjunto histórico artístico de la ciudad. Y en enero de 1991 el ayuntamiento capitalino decide poner en marcha la "operación Neon", que afectaba a rótulos deslumbrantes y parpadeantes, banderolas, cartelones perpendiculares a la vía pública y al exceso de carteles que ensucian las fachadas murcianas. Llegaron a pegarse carteles, para anunciar fiestas de pubs y discotecas, en los troncos de los árboles del paseo Alfonso X el Sabio de Murcia. Pronto, varios ayuntamientos regionales cederán la concesión de chirimbolos y marquesinas anunciadoras a empresas especializadas en publicidad exterior y mobiliario urbano.

No es extraño que César Oliva escriba en *La Verdad*, el 16 de marzo de 1991, un texto que es, a la vez, queja y reivindicación de un procedimiento artístico que se adivina, en el artículo "Carteles no", cercano a certificar su defunción:

"Entre las muchas y variadas versiones que una ciudad ofrece de la plástica callejera, el cartel (o póster, con permiso de don Luis Rubio) tiene curioso protagonismo. Los carteles, tomados en su valor estético, que sin duda tienen, no sólo anuncian determinados acontecimientos, sino que ilustran de artística manera paredes y calles de la ciudad. Al menos deberían hacerlo. Y no es que esta tierra carezca de ingenios suficientes para la realización de carteles, no. Todo lo contrario. Algún día se hablará de esa pléyade de excelentes cartelistas, como Antonio Ballester, Severo Almansa, Martínez Gadea, Pedro Manzano, Pablo Portillo, Chelete Monereo, Martínez Mengual..., que han ilustrado con exquisito gusto las paredes de la transición. Me refiero, más concretamente, al pésimo orden con que se ofrecen al viandante los carteles murcianos. En definitiva, una mala imagen del trabajo de unos magníficos artistas. Alguno de ellos me ha contado que coleccionistas hay que cortan o despegan escrupulosamente obras recién pegadas. ¡Pobres! Porque junto a esas verdaderas piezas de museo deben llevarse adheridos los mil y un pasquines que muestran las sucias paredes de la ciudad. Y eso cuando llegan a tiempo de hacerlo, porque lo normal es tapar inmediatamente obras gráficas de gran valor con auténtica basura. De esa manera, no es raro adivinar en esta ciudad, tras las letras de un anuncio de discoteca –con todo el respeto por las discotecas–, el de alguna importante exposición o el de un festival de interés. Mucho más se ven los puntuales carteles de bailes o fiestas de la cerveza, que los de un prestigioso pintor o una obra dramática. Con lo cual, un gasto considerable, como es todo cartel que se precie, se suele realizar para nada. Lo que demuestra mucha mayor profesionalidad en los fijadores de

aqueños carteles que los de estos. ¿Qué quiere decir esto? ¿Qué instituciones y empresas deben dejar de encargor carteles? No. Justamente lo otro. Que legisle al respecto quién pueda legislar, pero con seriedad. No se trata de prohibir o multar. Se trata de crear espacios donde fijar todo aquello que tenga que ver con la cultura, sin mezcla de mal alguno. Como bien saben nuestros gobernantes que las ciudades europeas inventaron hace tiempo.”

Un texto que parece haber sido leído por los gobernantes aludidos, pues en abril de 1992 el Ayuntamiento de Murcia pretende una inversión de 10 millones de pesetas para habilitar columnas –algunas llegaron a instalarse– de colocación de carteles. Medida absurda, pues un mes después ya es público que Mobiliario Urbano, filial de la sociedad francesa Decaux, se ha adjudicado la concesión de las 150 marquesinas del municipio; no sin polémicas y acusaciones, pues Cemusa, otra de las empresas que concurrieron al concurso, presentó recurso contra la filial francesa. Un asunto, en fin, que abre la puerta a otra forma de establecer la publicidad exterior en el medio urbano, implantando nuevos chirimbolos y columnas. Sentenciando de facto, a corto plazo, al cartel como soporte gráfico destinado a ser pegado en paredes y fachadas urbanas cuyo objetivo es atraer sorpresivamente la mirada del viandante. Los chirimbolos, de doble cara, parecen concebidos, sobre todo, para ser percibidos desde el automóvil en circuitos urbanos, relegando la publicidad institucional, considerada de poca relevancia comercial, al lado menos visible, reservado para el paseante que discurre por la acera.

Pero volvamos al texto. Un texto que reivindica el cartel como producto artístico, la necesidad de seguir contando con él, y a los artistas y diseñadores que lo han hecho posible. Una lista incompleta que César Oliva deja abierta. ¿Se ha olvidado de Paco Salinas, Ángel F. Saura, Chipola, Charris, José Luis Montero, Julio García Abril, Ángel Haro, Marcos Salvador Romera...? Una lista que aquí también dejaremos abierta e incompleta. No. Se trata más bien de la imposibilidad de recoger en un listado sucinto a toda una serie de personajes que, durante más de 20 años, entre 1975 y 1999, coincidieron en torno al cartel y el diseño en la Región.

Un artículo teñido de melancolía que parece referirse al cartel en pasado, aunque todavía estén el diseño y el cartel murciano por vivir algunos momentos de euforia a lo largo de los noventa, sostenidos, más allá de festejos tradicionales, por eventos de trascendencia internacional –la Exposición Universal de Sevilla 1992, las publicaciones de folletos y cartelería para sucesivas concurrencias a FITUR– y por el afianzamiento del diseño editorial de libros y catálogos.

Los concursos de carteles desaparecerán, en la década de los noventa, de forma casi absoluta de la ciudad de Murcia como paso previo anunciador de sus festejos primaverales o septembrinos, manteniéndose solo los concursos anunciadores de la cartelería pasional y la relativa, los primeros años de la década, a desfiles de moros y cristianos; y aunque se mantengan en otros pueblos y ciudades de la región lo harán con asignaciones económicas muy escuetas, salvo Cartagena y Lorca, con poca participación y convertidos en concursos intrascendentes, sin capacidad de crear corriente favorable de opinión alrededor del cartel, al contrario, lo frecuente son las críticas y los rechazos que recoge la prensa.

Cuando en febrero de 1990 se hace público que Basilio Ruzafa ha ganado el concurso de carteles de las fiestas de mayo de la Santísima y Vera Cruz de Caravaca, dotado con 75.000 pesetas, por su boceto «Fuegos artificiales», la prensa comenta, el día 18 de ese mes, que el concurso cae en picado en calidad y cantidad, y se acusa al propio Ruzafa de presentar obras no totalmente inéditas. Cieza convocó con idéntica dotación concurso de carteles fotográficos de Semana Santa, que ganó Pascual Muñoz con una foto del *paso del Santo Sepulcro*. Otra fotografía, ahora de Plácido Guardiola, que recoge el trono de la *Virgen del Primer Dolor*, anunció la Semana Santa jumillana. El cartel *Moros y Cristianos, Jumilla 1990* es obra de Agustín Sáez, que ha resultado vencedor con el lema «*Alhambra*» en un certamen al que concurrieron solamente 12 originales. Con una mediocre pintura, representando cruz, corona de espinas y palomas, obtuvo Eustaquio Espinosa las 50.000 pesetas del premio de carteles de Semana Santa de San Pedro del Pinatar, aquí concurrirían 11 obras al certamen. Águilas asignó la misma dotación a su concurso de carteles

pasionales. Otra pintura, en este caso de Andrés Vélez, representando tambor y ropajes nazarenos, anunció la *pasión* en Moratalla. Foto Estudio Ramoné utilizó una imagen de *La Magdalena* y un primer plano de la monumental trompeta conocida como El Carromato para componer cartel anunciador de la Semana Santa de Yecla.

En noviembre de 1989 se habían publicado las bases del concurso de carteles: Semana Santa de Cartagena 1990. Las bases indicaban un tamaño de 46x64 cm y exigían bocetos de composición artística, no fotográficos, que se piensan exponer. El sustancioso premio ascendía a 250.000 pesetas. Ganó «*Contraluz Lunar*»; un desfile nazareno con portaestandartes y el perfil del *Monumento a los Héroes de Cavite* ante una impresionante luna llena que parece la protagonista del *bienpagado* cartel. Aún se editaría otro cartel con una toma fotográfica del desfile y un exagerado luto que indicaba: *Procesiones en la Región de Murcia*.

En Lorca los desfiles bíblico-pasionales se anuncian en 1990 con un cartel en el que dos rostros se observan de cerca, con tocados griegos o romanos representando el Paso Blanco y el Azul.

El cartel de la Semana Santa de la capital murciana es una fotografía del *Cristo del Rescate* realizada por Juan José Pérez Gómez, que ha ganado el concurso de carteles por segunda vez.

Los carteles de la Semana Santa de Murcia, Cartagena, Lorca, Jumilla, Águilas y Yecla (declaradas de Interés Turístico Nacional o Regional), se presentaron, como era habitual, en FITUR'90 a mediados de enero.

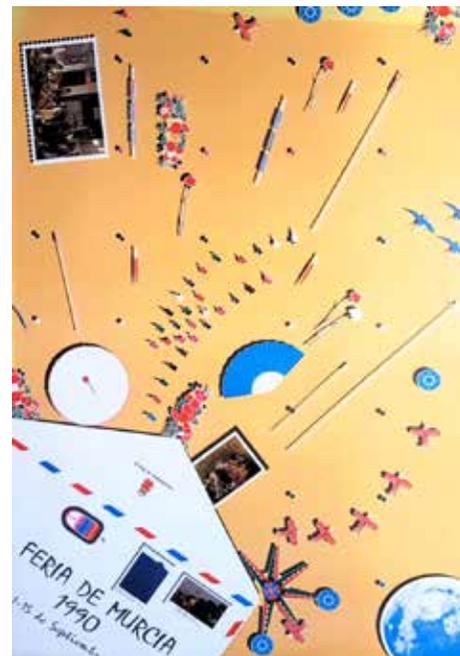
En abril se presenta el cartel sardinero que ha diseñado José Lucas: *“trazos que resaltan toda la luz y el colorido que identifican el entierro de la sardina”*. Se imprimen 3.000 pequeños y 2.000 grandes. La sección “Chispas” de *La Verdad* escribe el 30 de marzo: *“el polémico pintor ciezano afincado en Madrid José Lucas es el autor del cartel que este año anunciará el Entierro de la Sardina. Esperemos que a nadie se le atragante ninguna raspa”*. En realidad, es un cartel abstracto en la línea expresionista y colorida del pintor, sin sardina ni raspa. Pedro Manzano realiza el apaisado cartel de las Fiestas de Primavera; este sí, representando una sardina sobre papel metalizado –referencia a la propia apariencia del pez y a los brillos que cubren papeles y cartones de las carrozas sardineras–, con tirada de 2.000 pequeños y 1.000 grandes; una imagen que se imprimió en camisetas. Con roja tipografía sobre una expresiva textura azul se compuso el cartel anunciador *10 años de jazz en Murcia*. El programa de fiestas es una barraca troquelada desmontable, con la programación de actividades formando el tejado, que ha ideado Pedro Manzano y ha realizado en colaboración con el pintor y ceramista Pablo de la Peña⁽²³⁶⁾. El 10 de abril, primer día de entrega, se habían repartido, al final de la mañana, 3.800 ejemplares de los 10.000 editados.

El cartel de la Feria de Septiembre, un sobre blanco sobre fondo anaranjado del que salen distintos elementos de la feria: confeti, banderillas, claveles, abanicos, cohetes... es un diseño de Julio García Abril concebido a partir de un esmerado dibujo (Fig. 278).

El programa de la Feria de Septiembre de 1990 es un librito con hojas en distintos materiales, troqueles y relieves en seco, que maqueta y diseña Pedro Manzano.

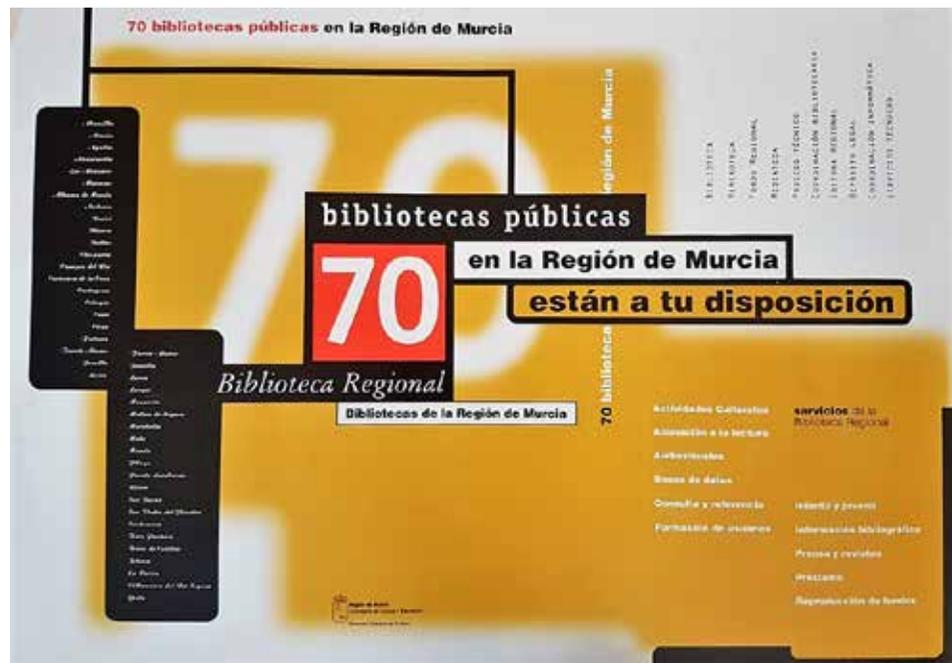
A finales de enero de 1991 Calasparra convocó concurso de carteles anunciadores de su Semana de Pasión dotado con 50.000 pesetas, se indica en las bases el formato de los originales, 70x50 cm, y la técnica libre, pero se puntualiza que deben ejecutarse a cuatro tintas para poder ser reproducidos a off-set; un concurso en el que resultaron vencedores el fotógrafo Níco y los hermanos Hernández. El mismo año Bullas convoca concurso de carteles de Semana Santa con idéntica dotación. Mula organizó su IV Premio de Carteles anunciadores de la Fiesta del Tambor con una asignación de 40.000 pesetas, la misma que otorga al anunciador de las Fiestas de San Isidro. Sensiblemente menor, solo 25.000 pesetas fue la cantidad asignada por el Ayuntamiento de Alcantarilla a su convocatoria para la realización del cartel de Semana Santa; muy inferior a las 50.000 que piensa adjudicar al cartel que resulte ganador para anunciar las Fiestas de Mayo del noventa y uno. Por idénticas 50.000 pesetas se sacó a concurso el cartel anunciador de las Fiestas de San Cosme y San Damián en Abarán. Magras dotaciones.

La Semana Santa de Lorca se difundió con un cartel editado por la Dirección General de Turismo compuesto con dos imágenes fotográficas de los desfiles bíblico-pasionales, un nazareno del Tercio del Rosario y una escena bíblica que representa a Egipto.



(Fig. 278) Julio García Abril. Feria de Murcia. 1990.

(236) Pedro Manzano y Pablo de la Peña realizarán una serie de carteles entre 1990 y 1991 para la Asociación de Artesanos de la Región de Murcia, concebidos a partir de la construcción de originales en yeso y en barro: *10 Ceramistas en Madrid*, para la exposición inaugurada en Noviembre de 1990 en la sala de CajaMurcia en Madrid; *Asociación de Artesanos de la Región de Murcia*, exposición en el Museo Arqueológico de Cieza entre diciembre de 1990 y enero de 1991; *Asociación de Artesanos de la Región de Murcia*, anunciador de la exposición de septiembre de 1991 en CajaMurcia.



(Fig. 279) Nuño de la Rosa. *Bibliotecas públicas en la Región de Murcia*.

En 1991 un dibujo con capirotos morados y rojos y el perfil del Ayuntamiento cartagenero fue el boceto ganador del concurso de carteles y el pobre anunciador oficial de los desfiles. Se editaría otro *afiche* con *el crucificado* ante la Catedral Vieja, editado por la Cofradía del Cristo del Socorro; y aun se imprimiría otro cartel que recoge 4 tomas de los desfiles nazarenos, editado por la Dirección General de Turismo, a partir de fotografías aportadas por Moisés Ruiz.

La Semana Santa de Murcia se anuncia en 1991 con 3.000 carteles que edita el Cabildo Superior de Cofradías. Una fotografía de un momento del desfile del *Cristo de la Salud*, titular de San Juan de Dios, realizada por Antonio José García Romero que ha resultado ganadora en el concurso de fotos para carteles pasionales que organiza año tras año el Cabildo. También en Murcia editaría cartel de Semana Santa la Dirección General de Turismo a partir de dos tomas fotográficas, un nazareno *colorao* y un detalle de *La Cena* de Salzillo.

El cartel *Fiestas de Primavera Murcia 1991* es un encargo directo al estudio del diseñador José María Nuño de la Rosa. Nuño de la Rosa aportará al diseño murciano un aire fresco, rotundo y divertido, con uso determinante de la tipografía sobre imágenes sometidas a elegante tratamiento infográfico y un fuerte componente profesional. También realizará en 1991 el cartel *VII Encuentro Internacional de Escaparatismo*. Desde su estudio se ha realizado la gráfica de BBSI; la tienda de material deportivo Cancha; Catlike, material para ciclistas; en colaboración con Eduardo del Fraile diseñará la imagen de la línea de autobuses municipales LAT; Flor de Jamaica, cafés y tés del mundo; carteles e identidad gráfica aplicada de la Biblioteca Regional de Murcia (Fig. 279); conservas Hida; Pio Autor: vinos y aceite; AgroMediterránea; Espartalia; cartel y gráfica del I Congreso Europeo sobre Mujer y Deporte, que se celebra en febrero y marzo del 2001, con esa velocista que alza los brazos en señal de victoria; y otras numerosas campañas en torno al deporte en la Región; el logotipo conmemorativo de la exposición "Salzillo, testigo de un siglo"; cartel y gráfica *Mujer y Asociacionismo* o *Mujer y Medios de Comunicación* en 2002... y un largo etcétera. En 2003 del estudio de Nuño de la Rosa saldrá el cartel y la gráfica para difundir el Museo Salzillo; un detalle fotográfico –realizado por Carlos Moisés García– del grupo escultórico del *Beso de Judas* y, sobre él, el estrellado sello dorado que incluye una "S", nuevo logotipo del Museo. Formado en la escuela Massana de Barcelona, Nuño de la Rosa había colaborado en 1990 con el estudio de Severo Almansa en el diseño de la imagen del Plan COPLA (Plan Emergencia de Protección y Salvamento en Playas); colaboración a la que volverán años después para realizar la imagen y el diseño gráfico de la programación inaugural, febrero-junio 1995, del Auditorio y Centro de Congresos Región de Murcia.

El cartel de los festejos primaverales referidos recoge bien la influencia en Nuño de la Rosa del diseño catalán; esos festejos que anuncia una asombrada figura en negro, casi icónica, sobre un potente fondo amarillo enmarcado en bandas azules y naranjas. Un cartel donde la tipografía Kabel es, junto al contraste de color, protagonista absoluta. Se imprimirían 10.000 ejemplares de un *afiche* que deja constancia del interés por la línea marcada desde determinados equipos de diseño del arco mediterráneo, como los integrantes del valenciano La Nave, y especialmente por algunos diseñadores catalanes: Pere Canals o Peret. Una evidencia aún más determinante en el cartel y la máscara que Nuño ha diseñado para los carnavales murcianos de ese año; idéntica elección tipográfica, tres tintas: rojo anaranjado, amarillo y negro, y un personaje sinuoso que recuerda vivamente a Zsa Zsa, el icono femenino creado por Peret para el local barcelones de la calle Rosellón premiado con un FAD.

Paco Salinas diseña el cartel del Bando de la Huerta, una huertana de espaldas con elegante peinado, manipulada con un procedimiento al que Salinas recurre esos años, foto tratada y ampliada en fotocopidora que resulta descompuesta, como pixelada. El cartel del Entierro, la cabeza de una ardiente sardina de la que se hicieron 3.500 reproducciones, lo realiza Antonio Ballester. La dirección General de Turismo editaría por su cuenta cartel del Bando en 1991, con dos detalles fotográficos, los bordados de un refajo y niños ataviados de huertanos en una carroza; y del Entierro, cuatro tomas fotográficas de hachoneros y carrozas –este tipo de carteles del Bando y el Entierro los imprimirá Turismo en años venideros recurriendo a un archivo fotográfico con diapositivas de Hernández Pina, Ricardo Zaragoza, Montero y Salinas, entre otros–. Unas fiestas en las que el Festival del Jazz, anuncio la XI edición con un colorista y evidente saxo. La caja de juegos-programa de Fiestas de Primavera 1991 fue realizada por Pedro Manzano; se editaron 10.000 cajas, conteniendo el folleto de Nuño de la Rosa, y corriendo con los gastos de edición la Dirección General de Turismo. Una primavera en la que un bonito cartel de Párraga había anunciado la XI Vuelta Ciclista Costa Cálida.

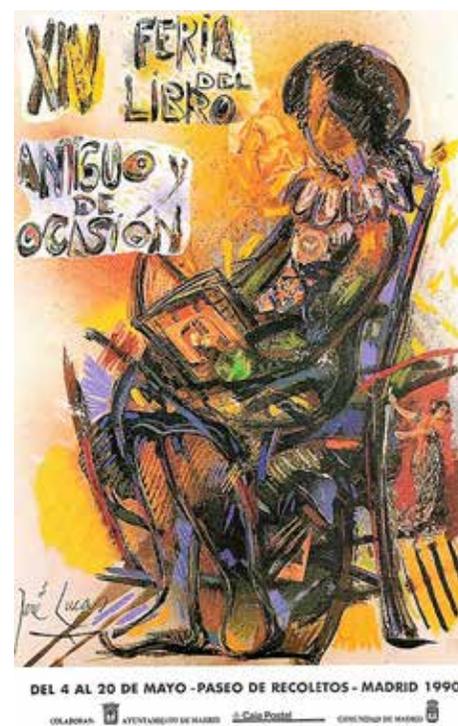
En septiembre Pedro Manzano realizaría cartel y programa. El cartel es una composición fotográfica con cuatro escenas que recogen el Festival de Folklore, la feria infantil, Moros y Cristianos y la Feria Taurina. Fotos sometidas a ligera deformación, alargándolas; y que se han obtenido de los archivos del Festival de Folklore o ha realizado el propio diseñador. Los 10.000 programas festeros componen un teatrillo troquelado de cartón que recoge los elementos de la fiesta, en escenas que remiten a jardines y espacios urbanos donde los festejos tienen lugar: Floridablanca, de donde sale el desfile de Moros y Cristianos; Malecón, espacio destinado a los Huertos y Jardín de la Seda donde se celebrará el espectáculo del Gran Celeste. Costó 1.652.000 pesetas editar los carteles y programa, impresos en Jiménez Godoy.

Dos años en los que en la región han tenido lugar múltiples eventos anunciados con cartelería. El 4 de junio de 1990 aún aparecería un anuncio en *La Verdad* que da idea de la abundante edición de carteles: “Se necesitan personas para pegar carteles”, con teléfono de referencia. Los carteles siguieron siendo recurrentes para difundir asuntos dispares.

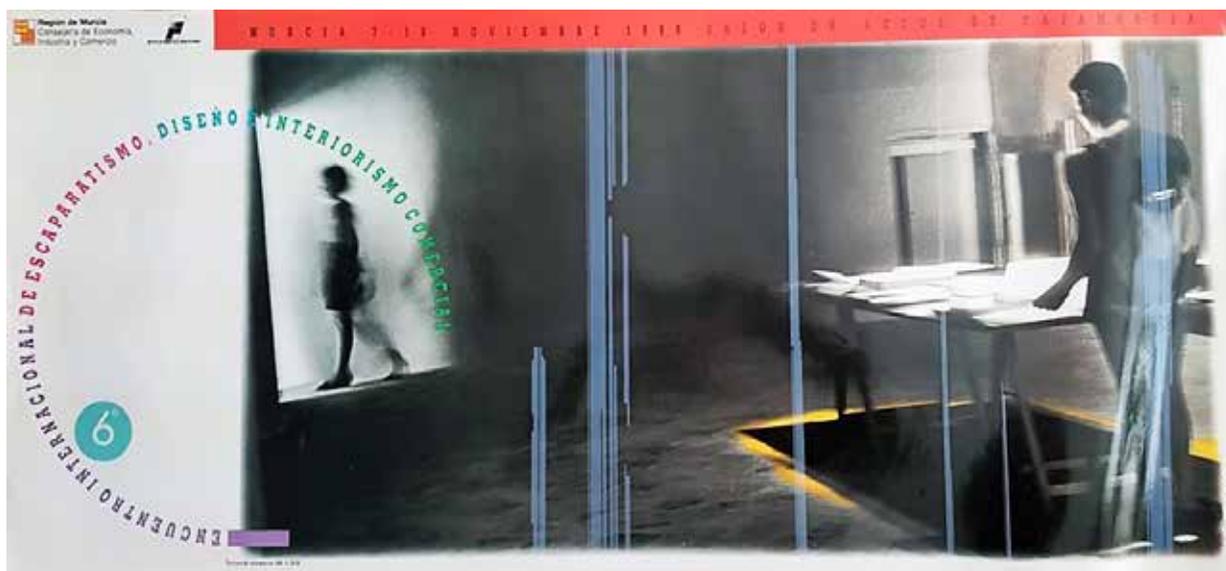
En febrero de 1990 se convocó un concurso de carteles para promover la Educación para la Salud en la Escuela. Y en marzo el Ayuntamiento de Molina de Segura recurrió a otra convocatoria para prevenir el alcoholismo, una campaña que contó con un presupuesto de 500.000 pesetas. José Luis Montero desarrolla la imagen promocional *Productos de la Región de Murcia* y, casi como un complemento de las acciones emprendidas, en marzo se celebra en la Iglesia de San Esteban la exposición “14 diseñadores para el mueble” con excelente gráfica al cuidado de José Luis Montero (Fig. 280). Yecla celebra, en abril, una semana para proteger las aves esteparias, organizada por ANIDA y anunciada con 2.000 carteles. José Lucas imprime el anunciador de la XIV Feria del Libro Antiguo y de Ocasión que se celebra en Madrid, en mayo, en el Paseo de Recoletos (Fig. 281). En Caravaca tendría lugar un certamen de moda y peluquería, CEMODE 90, anunciado con carteles. Juan Álvarez realiza en junio un cartel con estética de cómic, habitual en su producción, para proteger la naturaleza y el medio ambiente; se editaron 5.000 pliegos coincidiendo con la celebración del Día Mundial del Medio Ambiente. Las Juventudes Cantonales pegaron 1.500 carteles contra la celebración del Día de la Región y contra el centralismo regional. No son los únicos carteles de fuerte contenido político editados ese



(Fig. 280) José Luis Montero. 14 diseñadores para el mueble. 1990.



(Fig. 281) José Lucas. XIV Feria del Libro Antiguo y de Ocasión. Madrid. 1990.



(Fig. 282) José Luis Montero / Tropa. 6º Encuentro Internacional de Escaparatismo, Diseño e Interiorismo Comercial. Murcia. 1990.

año; el Movimiento Comunista de Cieza distribuyó carteles antimonárquicos con la figura del Rey Juan Carlos I, criticando la llegada a Cartagena de los monarcas y planteando la campaña reflejada en los carteles como una encuesta, *¿sabe usted para que sirve este Rey?* Las posibles respuestas eran: *Pa llenar de policías Cartagena de vez en cuando. Pa ser irresponsable. Pa enseñar a su hijo el difícil arte de navegar en el Mediterráneo...* En junio la Agencia Regional para el Medio Ambiente pone en marcha la campaña *El monte está que arde*; se imprimieron 5.000 carteles, dípticos y pegatinas. La cartelería seguía siendo un pilar publicitario. Blanca editó carteles en agosto para anunciar un descenso por el río Segura; y en Lorca se imprimieron en septiembre 16.000 carteles para anunciar los Juegos Deportivos del Guadalentín. En Murcia el Bulevar Cetina abre en otoño, con un guiño al texto de José Ballester *El otoño en la ciudad*, ilustrado por Garay, y un lema que quiere indicar su voluntad de convertirse en importante centro comercial urbano: *«Una calle para la moda, para el diseño, para el arte»*; Pedro Manzano aplica su imagen gráfica corporativa por encargo de la agencia de publicidad e imagen Alzarco; dos ballenas, que hacen referencia al significado de la palabra “cetina” –esperma de ballena– y a la idea de convertir el centro en contenedor y sorprendente zona de paso en referencia al vientre de la ballena de Jonás; llegando a editar cartelería navideña: *Bulevar Cetina. Feliz Navidad de Todo Corazón*. En noviembre se exponen en el Almudí una selección de carteles sobre las fiestas de Murcia. La promoción de la miel murciana se realiza con carteles. La cartelería es el soporte más popular del lema de la campaña, que promueve en toda España el arzobispado de Madrid, *«Propóntelo, propónselo»*. El 16 de noviembre se abre el centro de hemodonación, y los profesionales de la comunicación de la región colaboraron en una campaña que contó con un presupuesto de 300.000 pesetas; con carteles, trípticos, pegatinas... y el diseño de un logotipo; el SOS es la base de la campaña de hemodonación que pretende concienciar y obtener apoyo de la sociedad. Tres días después comienzan los “Coloquios Europeos sobre el Barroco”, anunciados con un cartel de Pedro Manzano que reproduce una ventana de la Catedral tratada con tintas doradas. En noviembre se celebra el “VI Encuentro Internacional de Escaparatismo, Diseño e Interiorismo Comercial 1990”, que promueve el INFO; el cartel –otra excelente pieza de la cartelística regional– (Fig. 282) es obra de José Luis Montero, realizada desde su estudio, Tropa, un hermoso y sugerente cartel de formato horizontal –un fragmento del mismo fue, a su vez, cartel anunciador de una exposición de artistas murcianos a beneficio de la asociación Solidaridad Social–, que juega con la atmósfera, la luz, la calidez de la foto en blanco y negro, y una atrevida disposición tipográfica; cartel que nada tiene que ver con el expresionista y colorido anunciador del V Encuentro del año anterior. Entre octubre y noviembre los Molinos del Río Segura celebraron una exposición sobre el programa europeo PETRA, y el SIE de la Universidad murciana anunció con carteles campaña para promover el asociacionismo; ambas acciones, dirigidas a los jóvenes, contaron con cartelería abundante que diseñó Pedro Manzano.

En 1991 el cartel *VII Feria de Artesanía de la Región de Murcia*, evento que celebra Lorca a finales de marzo, coincidiendo con la Semana Santa, lo realiza José Lucas; un expresivo gallo mecánico, un juguete, ante platos de cerámica lorquina; un cartel en la línea de ese expresionismo, a veces figurativo, del pintor. Los carteles de la Feria de Artesanía solían ser encargados, como se ha reseñado, a pintores y artistas murcianos: en 1985 lo realizó Francisco Salinas Torres, el fotógrafo lorquino José Bastida en 1986, los diseñadores Severo Almansa y Martínez Gadea en 1987, y los pintores Ramón Gaya, Barberán y Aurelio en 1988, 1989 y 1990; y en 1993 lo realizará Pina Nortes. Cáritas edita, en marzo del noventa y uno, 2.500 carteles apoyando la donación de órganos bajo el lema; «*Cuando tu vida se para otra puede seguir latiendo. Dona tus órganos*». Carteles anunciadores de las “Jornadas sobre la Mujer en el Medio Rural”, a celebrar en Torre Pacheco el 8 de marzo.

En abril se convocan Elecciones Municipales y Autonómicas. El 29 de abril de 1991 la prensa informa que todos los agentes electorales serán instruidos sobre sus obligaciones, incluida la colocación de carteles. Los partidos prevén un gasto próximo a los 85 millones de pesetas. «*Vota por lo que tú quieras*» es el eslogan institucional difundido en carteles y vallas. Los partidos acordaron una campaña limpia, sin pegadas en fachadas públicas o privadas. La imagen más socorrida fue, otra vez, los rostros de los aspirantes. El PP pegó 50.000 carteles con la cara de Calero y los candidatos municipales; el lema: «*Vota eficacia*». El CDS utilizó como lema «*La fuerza del diálogo*» para los 30.000 carteles que colocó en la Región. El partido murcianista recurrió al lema evidente de «*Vota lo tuyo*». El PSOE encoló 100.000 carteles con un mensaje directo, sin ambages ni medias tintas: «*Vota PSOE*». A idéntica cantidad recurrió IU. Más original, el candidato socialista a la alcaldía de Cartagena se presentó con un cartel, «*José Antonio Alonso, porque se trata de Cartagena*», que recordaba aquellos de José Ramón Sánchez para las elecciones del setenta y siete; una Cartagena feliz y productiva, una escena de cómic que se pretende joven y rompedora. Fue una campaña con casi total ausencia de incidentes, solo el CDS denunciaría la rotura de los paneles que tenía asignados; y los Verdes denunciaron en Cartagena que sus espacios electorales los había usurpado el Partido Cantonal (PCAN) con el lema «*Podemos lograrlo*». Algunos partidos recordaron a sus militantes, encargados de pegar carteles, la recomendación de hacerlos desaparecer de vallas y fachadas después del 26 de mayo, se trata de mantener la idea de limpieza y modernidad que defienden en sus programas, invitando de paso al resto de partidos a hacer lo mismo. Elecciones que volvieron a dar al PSOE el gobierno de la Comunidad y de los ayuntamientos más importantes.

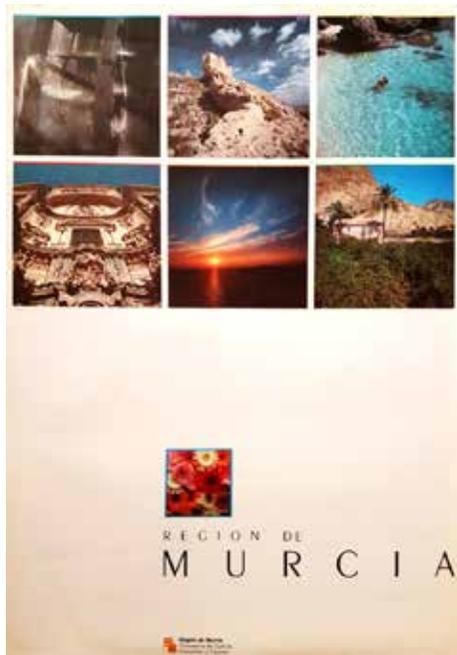
En paralelo a las elecciones se imprimen carteles para anunciar, en abril, los Mayos de Alhama. En mayo el cartel *Fiestas de Moros y Cristianos de la Santa Cruz de Abanilla* lo realiza Agustín Sáez, con planteamientos semejantes al realizado para “Moros y Cristianos” de Murcia en 1986. El mismo mes, se editan carteles anunciadores de la exposición “Una casa hispano musulmana en Murcia. La vida cotidiana en Al-Andalus” que tiene lugar en el Instituto del Mundo Árabe de París, en colaboración con el Ayuntamiento de Murcia. Se edita el cartel *Laudate Dominum, Concierto de Campanas en las Torres de la Ciudad*, que diseña Pedro Manzano a partir de una fotografía de la Campana de los Conjuros –fundida en 1383 y regalada a Murcia por el Rey de Castilla–, para anunciar el concierto organizado por Enrique Máximo para la noche del 29 de mayo a las 12 p.m. En junio el Ministerio del Interior invierte 80 millones en una campaña sobre los impuestos: «*Sal a la luz, ponte en regla*» que editó cartelería. Bullas organiza a finales de septiembre “Imaginar” un encuentro de Arte Contemporáneo que se publicitó con una imagen gráfica diseñada por Paco Salinas; un *collage*, que compone, con fotografías fragmentadas, la denominación del Festival Internacional de Artes Audiovisuales. En el Almudí se exponen carteles de Renau en la exposición “Fata Morgana”. En diciembre Asensio Sáez hace el cartel de la Asociación de Belenistas de Murcia, imprimiéndose 5.000 ejemplares. New Age edita carteles en serigrafía, con la imagen de los 45 municipios regionales y algunas de sus fiestas más emblemáticas, realizados por Alfredo, que se venden en 3.800 pesetas; eran tiradas de 100 ejemplares en formato de 50x70 cm. Con carteles se anuncia la Copa de España de Catamaranes en Los Alcázares “II Trofeo

Infanta Cristina". Tropa realiza el diseño del cartel *Festival de Música en la Navidad, Concierto de Los Inocentes* que tiene lugar en la Iglesia de San Esteban el 28 de diciembre.

En los primeros años de la década de los noventa la Comunidad Autónoma estaría presente en numerosos certámenes, ferias y convocatorias, presentando folletos, ediciones de libros y sobre todo carteles. La Comunidad de Murcia estuvo presente en ARCO 1990 con stand informativo que presenta catálogos y carteles de los artistas murcianos. En enero del mismo año Murcia acude al certamen Natur'90 que se celebra en Sevilla; donde presentó sus parques y espacios naturales protegidos a través de carteles.

Pero FITUR seguirá siendo la convocatoria estrella, un escaparate ineludible para difundir los aspectos turísticos que aporta la Región. En mayo de 1990 se editan los nuevos carteles promocionales de la región, realizados por Montero (Tropa) que recogen imágenes, entre otros lugares, de las playas de Bolnuevo y la Rueda de Alcantarilla; llegando a editarse en Novograf un cartel (Fig. 283) con seis vistas de espacios naturales y la fachada catedralicia, y como contrapunto unas flores. Un mes en el que el Centro de Estudios Tecnológicos y Turísticos, CETT, otorga el premio Alimara al trabajo *Región de Murcia 5 tenedores*, por su cuidada realización; galardón que recibieron: Novograf, impresor; José Luis Montero, diseñador y fotógrafo –que cocinó personalmente los platos fotografiados–; y Adelaido Gómez Roth, autor de los textos de un libro que versa sobre cocina murciana, editado por la Dirección General de Turismo con el número 1, abriendo colección que tendría continuidad: *Paisajes, el Mar Menor y La Manga, Monumentos, Fiestas de interés turístico*; colección con idéntico y original formato de 30x16,5 cm; vistosas fotografías de José Luis Montero, Carlos Moisés García, José Hernández, Paco Salinas... y un diseño al cuidado de Montero y posteriormente Paloma Zamora.

Al año siguiente, el 25 de enero de 1991, FITUR dedica el día a la Costa Cálida y presenta 12 carteles que recogen su oferta turística. Los carteles los ha diseñado Tropa –que tendrá a su cargo año tras año los carteles y otros soportes publicitarios de la oferta turística regional– a partir de las imágenes fotográficas aportadas por José Luis Montero y Carlos Moisés García. Son carteles que presentan dos imágenes complementarias en dispar formato –un detalle de la Colegiata de Lorca junto a un contraluz de la Torre Alfonsina, dos vistas de una regata en el Mar Menor...– y, a veces, contrapuestas –las calas de Bolnuevo y un paisaje de interior, una fachada modernista de Cartagena y playa del litoral...–. Postales, mapas, publicaciones diversas, que recogen museos y rutas... Y más carteles. Junto a los de Semana Santa, se presentó el del carnaval de Águilas de A Tres Bandas, Carthagineses y Romanos⁽²³⁷⁾, Entierro de la Sardina, Caballos del Vino y Bando de la Huerta. Carteles que fueron objeto, ese año, de alguna queja. El 20 de febrero Miguel Alcantud, concejal de Turismo de Cartagena publica en *La Opinión*: "...En la presentación en el mismo lugar y tiempo –se refiere al stand de FITUR de enero de 1991–, de los nuevos carteles de la Región de Murcia, se muestran 7 u 8 carteles, preciosos en su confección, y curiosamente ninguno de Cartagena". Y continúa: "El Día de la Región en FITUR, se presentan los carteles de las fiestas de la Región de Murcia, allí se exhiben los distintos carteles festivos de nuestra Región entre los que se coloca el de Semana Santa, exclusivamente, y soy yo en persona quien coloca el de Carthagineses y Romanos y el de Carnaval, que curiosamente se habían olvidado de ponerlos. Pero lo más grave a mi modo de ver sucede después, cuando al presentar el cartel denominado Murcia en Fiestas, observo una preciosa lámina con más de 18 fotografías de los distintos acontecimientos festivos de la Región y, ¡oh casualidad!, ni una sola fotografía de las fiestas de Cartagena. Pero ojo, ni Carthagineses y Romanos, ni Quema de Judas, ni Carnaval, y hasta aquí se me puede decir que sólo aparecían las de Interés Turístico Regional: ni de Semana Santa. Les tengo que recordar que es de Interés Turístico Nacional. Lo más sorprendente es la respuesta del Director General de Turismo: es que no he encontrado diapositivas. Sin comentarios." Sí, aquella vieja demanda de editar carteles conjuntos para Semana Santa y otros festejos relevantes ¡se cumple!, pues la Dirección General de Turismo edita carteles que pretenden aportar una imagen unitaria de la región a través de las fotografías impresas y un diseño corporativo, que no parece contentar a todos en la misma medida, ni contar con objetivos nítidos y satisfactorios. FITUR '91 fue, en palabras de Ginés Rosa, entonces director general del ramo, *la feria del miedo*, un momento crítico para una actividad sensible como el turismo con la Guerra del Golfo de telón de fondo.



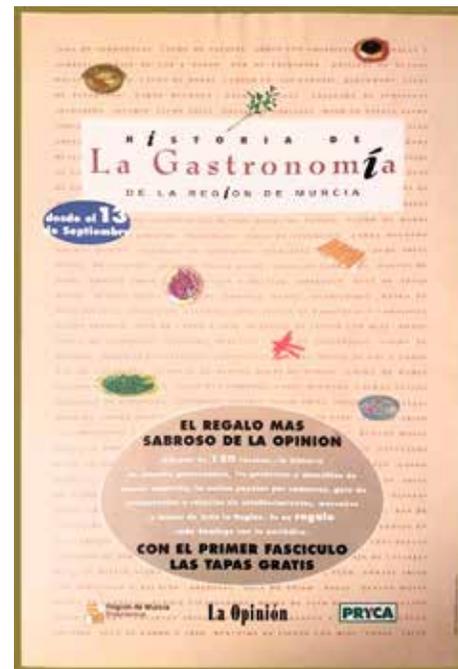
(Fig. 283) José Luis Montero / Tropa. *Región de Murcia*. 1990.

(237) Carthagineses y Romanos, una fiesta que comenzó en 1990 y rinde homenaje a la fundación de la ciudad por los cartagineses y a su posterior conquista por Roma. Escenificando, durante diez días de septiembre, las hazañas más relevantes que tienen lugar en la ciudad entre el 223 a.c. y el 209 a.c. Vestuario, puesta en escena, recreaciones históricas que comienzan con la creación de Qart-Hadasht por el caudillo cartaginés Asdrúbal, y finalizan con la rendición de la ciudad al general romano Escipión. Las bodas de Aníbal e Himilce, el Oráculo de Fanit, los desembarcos de la armada cartaginesa, la marcha de las tropas de Aníbal contra Roma, sesiones del Senado, *incruentas batallas*... Son algunos de los espectáculos que tienen lugar durante los festejos y que la cartelería anunciadora intentará reflejar a lo largo de los años. Los carteles de 1990 y 1991 –Año I y Año II del festejo– jugaron con la idea de los restos arqueológicos hallados en la ciudad de Cartagena: Monedas, acuñadas por cartagineses y romanos con la plata de las minas cartageneras, se convirtieron en emblemas de tropas y legiones –un shekel con palmera y caballo, en referencia a la mítica reina Dido, representa las tropas cartaginesas y una cuadriga, referenciando los antiguos juegos que se celebraban en Cartagena, las legiones romanas–, teselas, mosaicos y motivos históricos, todo tratado de forma colorida.

Para fortalecer el turismo de interior en la Comarca del Noroeste, se abriría el Hotel Cenajo. Una iniciativa difundida con un programa gráfico producido por Tandis –firma comercial vinculada a José Luis Montero y a Tropa– a partir de fotografías de José Luis Montero; una imagen corporativa: logotipo, folletos, cartelería... innovadora, elegante y sofisticada, que permite ver, decididamente, una utilización tipográfica en la composición de los textos que será seña de identidad de José Luis Montero y Tropa. Mezclas de atrevidas tipografías: Industria, Insignia, Bedrock, Font River, Aldous –algunas adquiridas por el estudio en Londres y aplicadas en el diseño del propio logotipo de Tropa–... son la base compositiva de la imagen con que se anuncia la convocatoria de la IV Bienal de Pintura –la 3ª Bienal, ya citada, se había anunciado en 1989 con una foto, de las obras instaladas en el interior de San Esteban, en grano grueso y tonos grises, que se sostenía en el cartel merced a un luto rojo– y lo que identificará muchos de sus carteles y catálogos de estos años; dos ejemplos: la gráfica de la exposición “Javier Agudo”, celebrada en San Esteban, y la de la muestra “Niebla” colgada en Verónicas. Un interlineado muy abierto para dejar actuar las imágenes entre los vacíos producidos por las líneas de texto. Un estilo, un procedimiento asumido con nitidez en la gráfica de las campañas y la imagen promocional realizadas por Tropa en los primeros noventa para el camping de la Rafa *En el Medio Rural* (ver imagen página 380), *Productos de la Región de Murcia* y *Alimentos de Calidad de la Región de Murcia*⁽²³⁸⁾, con continuación en *Artesanías de la Región de Murcia*, o en los carteles encargados por *La Opinión* (Fig. 284) de la promoción *Historia de la Gastronomía de la Región de Murcia*⁽²³⁹⁾. Los dípticos publicitarios *Timón I* para Taray y *Comercio Especial* para CajaMurcia tienen estas características, y nos remiten a Tropa, el estudio que lidera Montero. Aunque quizá sea en los productos gráficos realizados por Tropa para el coleccionable *Memoria Gráfica de Murcia* publicado en 1993; o en los catálogos y carteles anteriores, de la exposición “Clausuras”, con pinturas de Pedro Cano, montada en Verónicas entre abril y mayo de 1991, donde mejor se recojan de forma conjunta estas particularidades de estilo, referidas a materiales y soportes, utilización de tipografías y una cierta sobreactuación en el producto de diseño –la reproducción de la obra del pintor iba pegada a mano en las páginas, como en aquellos álbumes antiguos, elevando los costos del catálogo–, que marcan los trabajos de José Luis Montero y Tropa. Un uso tipográfico que vincula, esos años, el trabajo de Montero con el del diseñador inglés Neville Brody –creador de los tipos de Coca-cola o Dior, del inconfundible estilo de revistas como *The Face*, capaz de acometer el rediseño del tipo Times New Roman, y gurú gráfico y creativo de toda una generación entre 1980 y 2000–, o el español Diego Lara.

La Comunidad Autónoma, que busca la internacionalización de sus festejos, gastaría 6 millones de pesetas en 1992 en campañas de promoción de la Dirección General de Turismo. Editó 35.000 folletos y 32.000 carteles solo para difundir la Semana Santa de la Región. Los carteles, algunos presentados en FITUR’92, se dan a conocer a los murcianos el 6 de abril. Como en años anteriores están basados en tomas fotográficas y un faldón blanco inferior con los textos alusivos que les otorgan unidad visual. Carteles anunciadores de los distintos festejos regionales, no solo pasionales, basados en fotos de: Ricardo Zaragoza, Saura, Hernández Pina o Carlos Moisés García, entre otros. Un cartel genérico, con diez escenas pasionales, hace referencia a las tres localidades que tienen declarada su Semana Santa de Interés Nacional: Murcia, Cartagena y Lorca; y a los cuatro desfiles pasionales declarados de Interés Turístico Regional: Jumilla, Yecla, Moratalla y Mula. Se imprimen además siete carteles, propios de la Semana Santa de cada localidad. El cartel de la Semana Santa murciana tiene formato horizontal y presenta fotografías de Carlos Moisés García: los *Salzillos* ante la Catedral y, sobrepuesta, una toma fotográfica de los *coloraos* –el año anterior el cartel se había construido, ya se ha señalado, con dos imágenes verticales, nazareno *colorao* y detalle de *La Cena* de Salzillo–; el cartel de la Semana de Pasión cartagenera volvió a recurrir a cuatro tomas de los desfiles pasionales; Lorca presentó sus desfiles bíblico-pasionales con dos detalles de bordados, fotos de Saura, las procesiones de Jumilla se anuncian con una foto del *Ecce-Homo* de la Hermandad del Rollo, que cumple 50 años; una fotografía de la *Verónica*, realizada por Foto Estudio Victoria, fue cartel de Yecla; Mula y Moratalla anunciaron su Fiesta del Tambor con fotografías generales o de detalle.

Estos carteles editados por la Dirección General de Turismo no suponen renuncia a cartel propio editado por cabildos o cofradías. Murcia y Cartagena editaron otros carteles



(Fig. 284) José Luis Montero / Tropa. *Historia de la Gastronomía en la Región de Murcia*.

(238) Dos campañas que resumen bien a nivel gráfico los planteamientos de comunicación de Tropa, la agencia que lidera Montero: Uso atrevido de la tipografía; juego compositivo que imbrica textos y fotografía, haciendo de las páginas de lectura una composición visual; utilización de la fotografía que potencia su lado documental y sobrio sobre el creativo; uso de lutos como cabeceras y apoyos complementarios. El folleto firmado por Tandis en 1990 para Onda Regional; El librito-catálogo *Murcia, Calidad en su Mesa*, con portada y dibujos de Martínez Mengual, editado en 1992; o el folleto *Alimentos de Calidad de la Región de Murcia*, editado por la marca institucional “Región de Murcia Alimentos de Calidad” e impreso en Novograf en 1994 son perfectos ejemplos.

(239) El número 30, 31 y 32 de la revista *Poesía* –diseñada por Diego Lara–; monográfico dedicado al poeta Vicente Huidobro en 1989, usaba este recurso de abrir el interlineado para insertar fotografías referentes a la vida del poeta entre los textos alusivos correspondientes.

diferentes a los reseñados. Murcia difundió una foto de Pardo Mora, el *Cristo de la Misericordia* saliendo de San Esteban; y Cartagena el *paso procesional de La Verónica* ante la cúpula del Ayuntamiento, una foto de Moisés Ruiz que ganó el concurso. La Unión anunció su Semana Santa con un cartel de Asensio Sáez; en Alhama el cartel pasional representa la Hermandad de San Juan; en Alcantarilla fue una foto de Juan Cánovas la que resultó ganadora de las 50.000 pesetas del concurso de carteles pasionales; y en Cieza sería Fernando Galindo el vencedor del concurso de carteles, con una foto del *Ángel* de la Hermandad de Los Dormis. La demanda de carteles por parte de turistas y ciudadanos seguía siendo intensa; el Centro de Iniciativas Turísticas de Cartagena agotó en diez días 600 carteles anunciadores de Semana Santa.

Como si se tratase de un paréntesis la participación murciana en la Exposición Universal de Sevilla de 1992 centró los esfuerzos de la Comunidad Autónoma. El lema de la Exposición Universal «*La Era de los Descubrimientos*», articuló la propuesta murciana bajo un eslogan de fuerte componente turística: «*Descubre Murcia*». El texto de presentación del avance de contenidos y actividades del Pabellón de Murcia en la Exposición Universal de Sevilla 1992 –un folleto-catálogo diseñado por Tropa– recoge los objetivos que piensan lograrse en el evento: “*La Región de Murcia tiene la suerte de contar, en su más inmediato pasado, con varios acontecimientos lo suficientemente significativos como para que su presencia en Sevilla quede totalmente justificada. ...El pabellón de Murcia contiene dos de los eventos en este campo más sobresalientes de nuestra Era: El Submarino Peral y el Autogiro de Juan de la Cierva; sin olvidar, pese a la capital importancia de lo citado, el enorme interés de otro de sus contenidos, las Estructuras Desplegables de Emilio Pérez Piñero.*

Siguiendo el espíritu de la exposición ...el Pabellón mismo y el conjunto de sus contenidos y de su programación intentan representar para el visitante un resumen o compendio de lo más destacado y significativo de nuestra Comunidad en sus más variados aspectos: historia, arte, cultura, economía, turismo, desarrollo industrial, costumbres, folclore, tradiciones...

Nuestro Pabellón, proyectado por el arquitecto Vicente Martínez Gadea, resume, en sus tres cuerpos de altura, lo más característico de nuestra geografía: el litoral, la huerta y las zonas altas, teniendo en su gran frontal de flores naturales su más destacada singularidad.

El grueso de nuestros contenidos lo constituye la Exposición Permanente, integrada por tres grandes bloques... la Murcia Musulmana, centrada en la figura del gran místico sufí nacido en Murcia Ibn Al'Arabí, a quien se le dedica un Congreso Internacional. ...la Murcia Barroca, representada por La Cena, paso procesional del insigne imaginero Francisco Salzillo. Por último, el apartado de los descubrimientos murcianos...

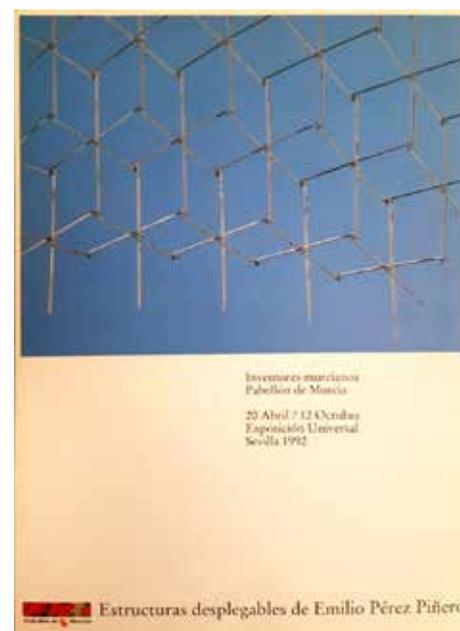
Muestras importantes de nuestra artesanía y nuestras más ancestrales tradiciones: los mantos bordados de la Semana Santa de Lorca y de los Caballos del Vino de Caravaca de la Cruz.

El Arte y la Cultura son parcelas destacadas de nuestra participación. El gran Mural Floral de Pedro Cano recrea en el interior las flores del exterior, haciendo de ellas símbolo gráfico de nuestro Pabellón... lo más representativo de la plástica murciana actual... irá desfilando por la Galería del Pabellón a lo largo de los seis meses de exposición. En otros campos como el musical, el cinematográfico o el de la danza, Murcia estará presente en Sevilla...

Nuestras más significativas publicaciones... estarán a disposición del visitante en la biblioteca y tienda del Pabellón...

Por su parte, los cuarenta y cinco municipios de la Región tendrán a lo largo de la exposición sus correspondientes días de honor, en los que podrán mostrar al mundo los más destacados aspectos de su personalidad; al igual que la Región entera se hará protagonista en su Día de Honor coincidente con nuestra fiesta autonómica, el 9 de junio, en el que saldrán por primera vez fuera de su entorno y sus fechas habituales nuestros más representativos festejos: el Bando de la Huerta con su Festival de Folklore y el Entierro de la Sardina.”

Siguiendo el texto, paso a paso, casi es posible determinar la producción gráfica que aportó la Región de Murcia a la Expo de Sevilla. Pedro Cano fue el autor del car-



tel-símbolo (Fig. 285) de nuestro Pabellón, flores de un intenso color rojo –señalaban así su vinculación a la tierra murciana– que se imprimieron, en formato horizontal, sobre dos fondos bien diferenciados: blanco y rojo Cartagena, y en distintas texturas de papeles, con efecto final de producto original, como serigrafiado, más póster enmarcable que pliego anunciador destinado a la pared. Esquema gráfico habitual en otros carteles realizados a partir de la obra del pintor de Blanca –un ejemplo, el anunciador de la exposición del pintor en Fuente Álamo, en agosto del 2006: “Frutos y Flores”–, y en general compuestos bajo la dirección de José Luis Montero.

Severo Almansa diseñó los carteles referentes a Ibn Al'Arabí, a los inventos y descubrimientos, con imágenes, en algún caso de archivo, que aluden al submarino de Isaac Peral, al autogiro de Juan de la Cierva y a la cúpula de Pérez Piñero (Fig. 286); y de las exposiciones permanentes, con un detalle del San Juan de *La Cena* de Salzillo; son carteles de medida disposición en sus elementos visuales, imágenes y tipografías; con absoluta valoración del blanco, que actúa de campo cromático no impreso en la mitad inferior del cartel. García Abril diseña el cartel anunciador *Ballet del Alba* para la actuación de la compañía en la Expo.

Continuum Asociados se encargó de las publicaciones de arte –ya habían producido interesantes carteles, algunos realizados en papeles artesanales mediante serigrafía y gofrado, obteniendo sugerentes texturas: *Treblinka*; o el anunciador, en 1987, de la exposición de Mercedes González Alberdi (Fig. 287), que tuvo lugar en los locales del equipo de diseñadores sito en Andrés Vaquero 22–. Continuum produjo un excelente y cuidado catálogo, un libro editado con motivo de la exposición “XX Un siglo de arte en Murcia”, celebrada en las Salas del Arenal del 9 de junio al 3 de julio; y los catálogos de pequeño formato, 21x21 cm, grapados al lomo, muy alejados de las publicaciones habituales de la Consejería de Cultura, editados para dejar constancia de las 24 exposiciones temporales –colectivas o individuales– celebradas en la Galería del Pabellón.

En la Exposición de Sevilla se presentarían una serie de publicaciones: *La Murcia Musulmana*, *La Última Cena*, *Murcia*, *Descubre Murcia*, con carácter promocional o divulgativo de las características de la Región. Otras se acogieron a colecciones establecidas para la ocasión: *El Autogiro de Juan de la Cierva*, *El Submarino de Isaac Peral* o *Las Estructuras Desplegables de Emilio Pérez Piñero*, editándose bajo el paraguas de la Colección Inventores Murcianos. Un evento, el Congreso Internacional en torno a la figura de Ibn Al'Arabí, estuvo enmarcado en una serie de iniciativas previas de la Comunidad Autónoma. La Editora Regional cuenta con una Colección Ibn Al'Arabí, de publicaciones que diseñan María José del Sol y Manuel Portillo –en 1991 habían colaborado en otro proyecto literario realizando el cartel *Fiesta de la Poesía*–, que ya había publicado en 1992: *La joya del viaje a la presencia de los Santos*, *Guía Espiritual: Plegaria de la Salva-*

(Fig. 285) Pedro Cano. *Pabellón de Murcia*. Expo'92.

(Fig. 286) Severo Almansa. *Estructuras desplegables de Emilio Pérez Piñero*. Murcia. Expo'92.

ción, *Lo Imprescindible y Terminología Sufí*, y una *Guía Islámica de la Región de Murcia* con textos entre otros de Alfonso Carmona y José Antonio Manzano; tras la Expo, la colección incorporará *Las Contemplaciones de los Misterios e Ibn 'Arabí o la búsqueda del azufre rojo* en 1994 y 1996.

Todas las localidades importantes de la región intentaron dejar su impronta en la Exposición Universal de Sevilla; un ejemplo: Muher realizó el cartel de Mazarrón. El 26 de junio se celebra el Día de Murcia. El Ayuntamiento murciano a través de la Concejalía de Cultura, Educación y Turismo había editado un *Informativo Especial Expo'92*, diseñado por Pedro Manzano que pretende difundir las actividades más relevantes que realiza la Concejalía: el Festival de Folklore; las últimas exposiciones de artistas nacionales en el Almudí, Brossa, Antonio Saura y José Hernández; el Museo Ramón Gaya; el Centro Cultural y Museo Hidráulico Molinos del Río; el Centro de Estudios Árabes Ibn Arabí; el Teatro Romea y la edición 13 de Contraparada. También se reeditó, con motivo de la Expo, *Murcia Barroca*, el catálogo de la exposición celebrada en el Almudí entre noviembre de 1990 y enero de 1991; catálogo y cartel que fueron diseñados por Severo Almansa, que recurrió, en la primera edición, a un detalle del *Calvario*, el cuadro de Orrente, como portada y cartel; un catálogo que rompería las medidas habituales de las publicaciones de arte del Almudí, acogiéndose a un formato de 28x28 cm⁽²⁴⁰⁾.

Junto al señalado cartel de Semana Santa –una fotografía del *Cristo de la Misericordia*, realizada por Juan José Pardo Mora, ganador del concurso convocado por el Cabildo Superior de Cofradías, que ilustró los 3.000 carteles anunciadores de los desfiles pasionales–, en abril se presentan a la prensa los carteles anunciadores de los festejos murcianos de primavera. Un *trece* destacado en azul, gracias a la utilización de una capa de plástico-barniz brillo sobre fondo plastificado mate, concebido por Julio García Abril y Pedro Manzano anuncia la edición de Contraparada. Una acuarela de Conte de 1948, boceto de una carroza que representa *El Infierno*, y no llegó a construirse debido a sus dimensiones y su posible inestabilidad, es el cartel anunciador del Entierro de la Sardina 1992. También se presenta el cartel del Festival de Tunas; y el de Fiestas de Primavera, que diseña Pedro Manzano a partir de una vista de la ciudad de Murcia bajo los fuegos artificiales y una orla de limones y flores de azahar de inspiración modernista. El cartel *Bando de la Huerta 1992* lo realizan Julio García Abril y Pedro Manzano; representa un Bando que recorre la ciudad en círculo, cuyas evidentes referencias se encuentran en las pinturas de la Romería de la Fuensanta realizadas por Pedro Flores en el Santuario, o en los motivos que recorren los bordes de los lebrillos de loza popular murciana –la Comunidad Autónoma editó en 1992 carteles para el Entierro y el Bando, y para difundir de forma genérica la Semana Santa, partiendo de escenas fotografiadas por, entre otros, Hernández Pina–. La programación de los festejos se incluyó como separata en un libro concebido, diseñado y coordinado por Pedro Manzano, que redactó la reseña bibliográfica y recogió la historia, en un recorrido visual, de los programas de Fiestas de Primavera de la ciudad de Murcia desde 1878 hasta 1992; a las imágenes de los programas –obtenidas con permiso del Archivo Municipal– y las reseñas, acompañó textos de presentación el Concejal de Festejos y el profesor Flores Arroyuelo. Carteles del Entierro y del Bando de la Huerta que se reeditaron con nuevos textos, referenciando los desfiles celebrados en la Exposición Universal de Sevilla el 26 de junio.

Los actos promocionales del Día de Honor de la Región celebrados en Sevilla contaron con la edición de 20.000 programas del Día de la Región, 30.000 programas del Bando de la Huerta y el Entierro de la Sardina, 200.000 pegatinas divulgativas del día regional, 10.000 carteles y otros innumerables gadgets. Eso no impidió las quejas del músico Narciso Yepes, publicadas el 2 de mayo en la prensa, ante la ausencia de publicidad, carteles y folletos, que anunciaran su actuación el 1 de mayo en el Teatro de la Maestranza.

Patrocinado por el Instituto Nacional de las Artes Escénicas y de la Música se representa en el Teatro Central Hispano de Sevilla, los días 26 al 28 de septiembre, *La Trotsky*, obra de Martín Recuerda que dirige César Oliva, produce Enrique Cornejo y cuenta con la actuación de Lola Cardona, escenografía de Juan Antonio Molina y gráfica de Pedro Manzano: un espetón, con reflejos de la bandera republicana, pincha el corazón de La Trotsky al ampuloso sillón burgués.



(Fig. 287) Continuum Asociados. Mercedes González Alberdi. 1987.

(240) Un formato que se utilizaría para recoger exposiciones y publicaciones de carácter singular. *Manolo Valdés, obra reciente y Arquitectura y arquitectos del siglo XIX en Murcia* en 1993, ambos diseñados y maquetados por Pedro Manzano.

En 1992 se editarían otros carteles. Moratalla convocó concurso de carteles anunciadores del V Centenario del Aparecimiento de Cristo en el monte Benamor. Cehegín editó carteles de carnaval. El carnaval de Águilas se anuncia con un cartel de Coronado, pintor que realizó otro *afiche* anunciador: *III Muestra de Trajes de Carnaval, Águilas 1992*. El Stern publicó 2.000 carteles dirigidos a centros escolares públicos para apoyar la revalorización social del trabajo docente. Los sindicatos editaron carteles contra las pruebas médicas que detectan el SIDA en los trabajadores de las empresas, por miedo a posteriores despidos. Con fotos de los miembros del comando itinerante de ETA –que había atentado en Murcia– se imprimieron 20.000 carteles. El 26 de marzo se cumple el plazo previsto por la ley, 2/1990 de 27 de agosto, de carreteras de la Región de Murcia, transitoria primera, que obliga a proceder a la retirada de vallas y cartelones visibles desde la zona de dominio público de las carreteras regionales. Se anima, en mayo, a los estudiantes, a participar en la reforma universitaria con carteles acogidos al lema: «¡Eh! Tienes algo que decir». El pintor figurativo Jesús Lozano (Jumilla 1957) gana las 60.000 pesetas del concurso de carteles de Moros y Cristianos de Jumilla, se habían presentado 15 originales. Campaña de prevención de embarazos, auspiciada por el Consejo General de la Juventud, en una región que tiene el mayor índice de embarazos no deseados entre jóvenes de 15 a 19 años, bajo el lema «*Es divertido, pero no es un juego*». En agosto José Lucas realiza el expresionista cartel *Fiestas de Mazarrón en honor al dios Neptuno* (Fig. 288).

Pedro Manzano y Pablo de la Peña resultan ganadores del concurso de carteles *Moros y Cristianos, Murcia 1992*. Un cartel construido con papeles rasgados. Representa un caballero medieval que porta estandarte con los signos de la cruz y la luna, y cruza, a lomos de su engalanada cabalgadura, el arco de Santo Domingo, al fondo la Catedral recortada en la noche.

El cartel y el programa *Feria de Murcia 1992* se encargó de forma directa a Pedro Manzano que recurrió a un personaje femenino para presentar los festejos septembrinos. La chica recoge en sus ademanes, el complemento del abanico y su ropa, el ambiente taurino, la sensualidad de la cálida noche y, al fondo, tras ella, el recinto ferial. Un cartel planteado como un homenaje a la pintura americana de los sesenta⁽²⁴¹⁾. El programa consistió en una caja, diseño de Manzano, que contenía una baraja cuyos palos eran referencia a los festejos de septiembre: moros y cristianos, toros –el as de este palo de la baraja, creado a partir de un grabado del siglo XIX, ha sido, durante muchos años, el símbolo con el que abría *La Opinión* su sección taurina–, folklore y recinto ferial; librito con la programación y un pin con el motivo del abanico representado en la chica del cartel. El cartel anunciador, en septiembre, del XII Festival Internacional de Jazz; trombón, saxo, clarinete y trompeta, en tintas doradas que flotan sobre la palabra JAZZ en rojo fuego, es obra de Pedro Manzano; reinterpretación de un boceto presentado a concurso por el diseñador en 1985.

Paco Salinas diseñó en 1992 el cartel *La Ciudad También Enseña*, un programa que desarrolla el Ayuntamiento de Murcia a través de espacios e itinerarios públicos, museos, plazas, teatros... en centros educativos. El cartel con ese aspecto de pieza inacabada o en desarrollo, tan propia de Salinas en este periodo, cuenta con unas fotos, que Salinas realiza a su hija María y unas amigas, cogidas con fixo, y una tipografía colorida de aire escolar.

Pablo portillo diseña ese año los carteles *V Encuentro de Horticultura ornamental* y *III Jornadas de Micología* (Fig. 289). El primero está creado a partir de un dibujo muy simbólico de tulipanes realizados en tintas planas; para el segundo creó un dibujo que recuerda a un personaje de los años veinte, al que se han añadido en los anteojos fotos de setas y hongos. Dos carteles que muestran la cantidad de registros de Portillo a la hora de abordar diseño y comunicación.

En Cartagena, Cartagineses y Romanos se anunciaron en 1992, su tercer año, con un interesante cartel (Fig. 290); lo realiza Moisés Ruiz Cantero, que ganó el concurso de cartel anunciador con una escena de lucha entre cartagineses y romanos. Escena de una batalla del festejo que había publicado *La Opinión* en 1991 y que Moisés trató, coloreándola a mano, con lápices y acuarelas; manteniendo esa apariencia de vinculación con el género de la pintura de historia.

FITUR seguiría siendo cita ineludible. Temprano escaparate anual en el que presentar la oferta turística de la Región de Murcia. Cita que obliga a realizar con premura los

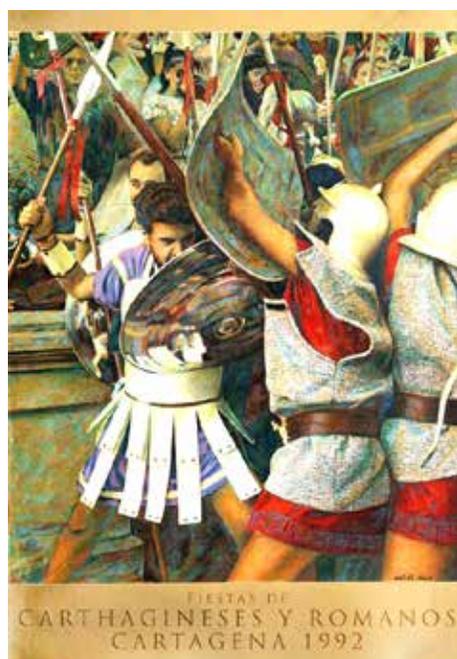


(Fig. 288) Pepe Lucas. *Fiesta de Neptuno*. Puerto de Mazarrón. 1992.

(241) Algunos de los carteles que Pedro Manzano realiza esos años –entre 1988 y 1993– para la Concejalía de Cultura y Festejos y el referido a la Feria de Septiembre de 1992 están inspirados en el Pop y, especialmente, en el trabajo del artista Alex Katz, concebidos a partir de detalles de figuras, realizadas con contrastados colores planos, apenas texturizados con la inclusión de cartulinas o tramas en forma de *collage*; carteles planteados como si formaran parte de una secuencia. Los carteles sucesivos citados: *Murcia en Verano 1990* (ver Fig. 185), con la representación de una chica que contempla la luna como si fuera la calavera de Hamlet y *Murcia en Verano 1991*, con un personaje actuando en pleno escenario, están diseñados con estos supuestos.



(Fig. 289) Pablo Portillo. *III Jornadas de Micología*. 1992.



(Fig. 290) Moisés Ruiz Cantero. *Cartagineses y Romanos*. Cartagena. 1992.

carteles de los festejos más significativos. El 27 de enero de 1993 se presentan en la Feria Internacional de Turismo los carteles del Bando de la Huerta y del Entierro de la Sardina, y los nuevos folletos turísticos diseñados por Tropa a partir de fotografías de Montero, con portada colorista de atrevido juego tipográfico y cuidados interiores. Es también ámbito en el que se presentarían los carteles, guías y folletos, editados conjuntamente por la Mancomunidad formada por los ayuntamientos de Los Alcázares, San Javier y San Pedro, para divulgar la oferta turística del Mar Menor; el nuevo auditorio y palacio de congresos de la región, próximo a inaugurarse, en 1995; rutas culturales en Murcia y Cartagena; los balnearios de Archena y Fortuna; los calendarios oficiales de las fiestas declaradas de interés turístico en más de 28 localidades regionales; agroturismo, turismo verde y las rutas de interior; todo ello presentado con abundante material impreso. Ofertas que pretenden superar el consabido *Sol y Playa*.

Y año tras año la cartelería habitual, y semejante visualmente, de los desfiles de Semana Santa declarados de Interés Turístico. Carteles que la Dirección General de Turismo presenta al completo –tanto los acogidos a su línea y formato gráfico como los que se deciden al margen– en preámbulo de los desfiles pasionales. A mediados de marzo de 1993 se presentan los carteles de pasión de 12 localidades de la Región de Murcia y de las tamboradas que caracterizan la Semana Santa de Moratalla y Mula; además de un estuche con 23 postales y una guía para seguir los itinerarios nazarenos.

El cartel de los desfiles lorquinos se ajustó al formato propuesto desde la Consejería de Cultura, recogiendo dos tomas de los desfiles bíblico-pasionales. De igual manera el cartel pasional de Cartagena, con una imagen de SAGA representando la talla de Federico Coullaut Valera de *Jesús Resucitado* se amoldó al modelo de cartel propuesto. Otros carteles, aunque subvencionados por Cultura, no se ajustarían al esquema previamente diseñado. El cartel de la Semana Santa de Murcia es una foto a sangre, realizada por José Luis Griñán, ganador del concurso de carteles entre los 18 presentados, del *paso del Arrepentimiento de la Magdalena*, de la Cofradía de la Esperanza. El cartel de La Unión representa al *Cristo de los Mineros*. En Cieza la Semana Santa se anunció con una foto de Fernando Galindo. Las tamboradas de Mula y Moratalla se anunciaron con un cartel dividido en cuatro cuarteles y sería objeto de críticas; la Asociación de Tamboristas de Mula celebró a finales de marzo una asamblea, y aprobó rechazar el cartel anunciador de las fiestas del tambor de la localidad editado por Cultura, alegando que ninguna de las fotos representa la tamborada muleña, ni aparecen los tamboristas muleños vistiendo el atuendo tradicional; la propia localidad de Mula había convocado su propio concurso de carteles de Semana Santa, dotado con 50.000 pesetas, que ganó Antonio García, un joven muleño. El cartel de la Semana Santa yeclana es una fotografía de Foto Estudio Ramoné.

Como vemos una gran dispersión visual unida a un exceso de monotonía y repetición formal en los carteles, en los que solamente los muy entendidos, incluso en la propia localidad que anuncia sus desfiles, identifican singularidades. Carteles recurrentes que acabarán por devaluar el sentido de la cartelería pasional, su capacidad de asombrar e innovar.

Un asunto que no cambiaría en años venideros. A finales de marzo de 1994 se presentan en el Salón Pedro Flores del Palacio de San Esteban los 16 carteles que anuncian la Semana Santa de Mula, Moratalla, San Pedro, Yecla, Cartagena, Murcia, Lorca, Jumilla, Cieza, Alcantarilla, Calasparra, Blanca, Abarán, Alhama, Totana y Bullas. Carteles realizados a partir de fotografías seleccionadas a resultados de concurso o elegidas desde la propia Consejería. Se presenta también un folleto de José Emilio Rubio que recoge la Semana Santa regional dividida en tres apartados: desfiles de Interés Nacional, de Interés Regional y Rutas Pasionarias. Y carteles y folletos del Bando y el Entierro de la Sardina confeccionados por Tropa con fotos de Carlos Moisés García.

Alhama había convocado concurso fotográfico de carteles de Semana Santa con escasa dotación de 25.000 pesetas, reproduciendo una imagen de la *Virgen de los Dolores* del Paso Negro. Calasparra otorgó el premio de 70.000 pesetas a una foto presentada por Pascual Cano de *La Dolorosa*. Yecla imprimió un cartel de Felipe Nohales, y organizó una exposición de carteles pasionales en la Asociación de Mayordomos. El psicólogo Manuel Esteban aportó la imagen del cartel pasional de Archena. En Cieza se recurriría a una composición con tres fotografías: nazareno, trono de *San Pedro* y procesión del *Resucitado*. Lorca compuso el cartel con ocho tomas de sus desfiles. Cartagena difundió sus procesiones con una fotografía del *Encuentro*, realizada por Moisés Ruiz, que no dejó

contento al propio autor quejoso de como había sido editada por Turismo. Una foto del *Cristo del Amparo* realizada por Juani Madrici Ríos resultó ganadora en la convocatoria del Cabildo murciano (Fig. 291). Incluso la pedanía murciana de El Palmar, como ya sabemos, convocaba concurso de carteles de Semana Santa dotado con 60.000 pesetas.

En 1995, el XI concurso de carteles de Semana Santa convocado por la Cofradía del Silencio de El Palmar fue ganado por Agustín Sáez. En la capital murciana, una fotografía de los nazarenos estantes, que portan la talla anónima del *Cristo Yacente* a su paso por Santo Domingo, realizada por Andrés Nortés Checa, anunció la Semana Santa murciana, en respuesta a la tradicional convocatoria que el Cabildo anunció un año antes, indicando que las fotografías concurrentes al concurso habrían de corresponder a la procesión de la Cofradía del Santísimo Cristo Yacente que procesiona Sabado Santo. Lorca volvió a recurrir a un cartel que representa diferentes momentos de los desfiles; fotos pactadas, como era habitual, por las distintas cofradías. En Abarán la Dirección General de Turismo subvencionó con 125.000 pesetas los 1.000 carteles editados con una foto de la *Virgen de los Dolores*. Cieza imprimió una foto de *La Cortesía* con la que Enrique Ríos ganó las 75.000 pesetas del concurso convocado al efecto. Y Cartagena imprimió una imagen del *paso de los californios: Jesús Preso*; sometiéndola a un formato de cartel estándar, vulgar y anodino.

Aunque FITUR ha sido el gran escaparate de la oferta turística murciana en los 15 años que cuentan sus ediciones, el 25 de enero de 1995 Miguel Rubio escribe en *La Verdad*: “*Fitur, la Feria Internacional del Turismo que hoy comienza en Madrid, es pura imagen. Técnicos y empresarios murcianos coinciden en destacar que más que cerrar operaciones, en pesetas contantes y sonantes este certamen es sólo un escaparate. En 350 metros cuadrados que ocupa el «stand» de Murcia, los ayuntamientos expondrán su mejor cara a la espera de que algún «tour operador» les incluya en sus paquetes*”.

Sí, el agotamiento visual de la cartelería pasional regional, parece perfecto ejemplo de adecuación a los magros objetivos que cubre la feria, en palabras del presidente de la Federación de Empresarios de Hostelería Luis Arroniz: “*Vender se vende poco, pero es imprescindible para fomentar la imagen de Murcia, que incluso muchos murcianos aún desconocen*”. Algo que es necesario hacer, aunque no esté claro para qué. Quizá por eso los carteles de Semana Santa de Murcia de 1996, realizados a partir de una fotografía del *Cristo del Perdón*, que celebra el primer centenario de la refundación de la cofradía, realizada por María Dolores Bartolomé vuelven a acomodarse al estandarizado formato repetitivo; y de igual forma «*Dos Capirotes blancos*», una imagen del Tercio del San Juan californio, realizada por José Albaladejo, para anunciar los desfiles cartageneros, siga el mismo ejemplo. Ejemplos que señalan la pronta necesidad de renovación en los carteles representativos de la Semana Santa de la Región. Alguna excepción de estas fotografías repetitivas hubo, señalemos como ejemplo una pintura de Fulgencio Cegarra que será la anunciadora de la Semana Santa de La Unión, como antes lo fueron obras de Esteban Bernal, Hernández Cop, Francisco Conesa o Asensio Sáez. En fin, los fotógrafos locales siguieron ganando los concursos de fotos de las procesiones locales... María del Carmen Salmerón en Cieza; Juan Franco en Alcantarilla... Igual, siempre, año tras año.

Promoción turística, certámenes, carteles de festejos y festivales... a eso ha quedado reducida la edición de cartelería... el mundo no es necesario inventarlo y construirlo, eso ya está hecho en 1996 y el cartel, como máxima expresión popular del diseño, parece haber jugado ya su papel.

Pero volvamos al pasado y comentemos algunos carteles relevantes editados entre 1993 y 1996. En enero del noventa y tres la Concejalía de Turismo del Ayuntamiento de Murcia propone un proyecto para potenciar los itinerarios culturales de la ciudad, sobre todo los aspectos barrocos, canalizándolos a través de una oficina municipal de turismo. *Murcia en todos los sentidos* es el resultado de la iniciativa. Siete folletos, carteles, libro-guía y exposición en el Almudí en septiembre. Un proyecto que contó con textos y fotos de Flores Arroyuelo, y cuya materialización gráfica desarrolló Pedro Manzano. Siete itinerarios: “De la Catedral al Malecón”, “Del Almudí al Museo Salzillo”, “De las Agustinas a la Gran Vía Alfonso X”, “De Santo Domingo al Casino de Murcia”, “La Huerta”, “El Valle y la Sierra de Carrascoy” y “Fiestas de Murcia”. Un intento de aportar una nueva imagen turística para Murcia.



(Fig. 291) Juani Madrici Ríos. *Semana Santa*. Murcia. 1994.

En la primavera de 1993 el pintor Francisco Cánovas produce dos imágenes interesantes. La ciudad de Murcia se propone recibir la estación primaveral con exposiciones de plantas, concursos y reparto de flores y macetas. El cartel divulgador, acogido al lema «Murcia, una fiesta en primavera» lo realiza Paco Cánovas. La imagen, un lirio en trazos azules, está muy vinculada a algunos cuadros de temas florales que el pintor recoge bajo el concepto *Emblemas de lo Fugaz*, título de la exposición que cuelga en Chys en enero del noventa y dos anunciada con un cartel que muestra una rama florida. El lirio del cartel es una evidente consecuencia del cuadro de gran formato *Lirios blancos*, pintado en 1992 y presentado en la Expo de Sevilla.

Para anunciar las Fiestas de Primavera, que tendrán lugar entre el 11 y el 18 de abril, Cánovas recibe el encargo del cartel (Fig. 292), que resuelve como una extensión del anterior: macetas y flores sobre un poyete, un espacio huertano bajo un emparra-do junto a la acequia. La Concejalía de Festejos imprimió 1.000 carteles grandes, 600 pequeños y 10.000 postales con la imagen del cartel. Se levantó un recinto festero en el jardín de Santa Isabel donde se repartieron tarjetas y carteles firmados por el pintor, algunos impresos en papeles especiales, casi como si se tratara de una obra litografiada autenticada por el artista.

Raquel Suárez lo entrevista para *La Verdad* el 17 de abril de 1993. El pintor, que ha nacido en Murcia en 1941 y expuesto por primera vez de forma individual en 1964 en Chys, manifiesta a la periodista que “*creo firmemente en su trabajo*” como pintor. Explica que el lirio elegido para el cartel *Murcia, una fiesta en primavera* es un pretexto argumental para desarrollar la pintura, el azul un referente a los cielos limpios de nuestra tierra y que incluso el eslogan lo había pensado como algo que describiese la Región: “*una fiesta*”. Cuando Raquel Suárez le pregunta: “*—Las flores son un recurso frecuente en su pintura. ¿Qué más le sirve de fuente de inspiración?*” Cánovas responde: “*—En mi pintura hay una connotación permanente hacia las flores... Busco la trascendencia en la cosa más mínima, no me interesan los grandes temas. Amo lo que pinto. La vara de nardos que dibujé cuando tenía doce años, es un tema que he repetido en muchas ocasiones, es una fijación, no se porqué hay una especie de génesis. Pero, además, derribos, puertas viejas, ventanas, fachadas, balcones, frutas, hierbas, tinajas inservibles, ... motivos todos ellos que son Murcia, y cualquiera me vale.*”

Paco Cánovas ha introducido con estos dos carteles un nuevo icono visual en la cartelería de los festejos primaverales murcianos, alejando referencias al Bando de la Huerta o al Entierro de la Sardina que, por otra parte, cuentan con edición de sus propios carteles y con definida iconografía propia que había ido relegando, desdibujando y dificultando las propuestas genéricas del Ayuntamiento. Ha aparecido una nueva iconografía, un nuevo sustrato conceptual, vinculado a las Fiestas de Primavera que tendrá en el futuro larga trayectoria.

El cartel *Bando de la Huerta 1993* es obra de Pedro Manzano; un refajo rojo en el que se ha bordado —con el recurso del ordenador— el desfile huertano. El cartel sardinero lo ha realizado el lorquino Vicente Ruiz; una muchacha, apenas figurativa, ofrece una flor para invitar al desfile.

El programa de festejos primaverales es un recortable. Una familia que puede vestirse con ropas nazarenas, huertanas, sardineras y de tuno, en referencia a los actos que recoge la programación festera. Un libro recortable concebido por Pedro Manzano como regalo a sus hijas, en recuerdo de aquellas antiguas hojas troqueladas, que las niñas compraban en las tiendas de los pueblos para pasar las tardes recortando, vistiendo y desvistiendo personajes.

Los festejos de la Feria de Septiembre se anuncian en 1993 con un cartel, un *collage* de Pedro Manzano, que presenta a una guapa Paola Dominguín, en representación de una estirpe torera, que asiste al espectáculo taurino bajo los arcos de un palco; un homenaje a los antiguos carteles de principio de siglo de Genaro Palau. Para el programa de la feria septembrina Manzano repite la idea, acometida en la primavera de 1992, ahora recogiendo en un libro antiguos pasquines y las portadas de los programas festeros de septiembre publicadas entre 1882 y 1993. Se editaron 12.000 libros que costaron cuatro millones de pesetas. El concejal de Festejos Carmelo González Vidal explica: “*No son programas para leer y tirar, sino que la gente los conservará*”. El profesor Cristóbal Belda Navarro escribe, en el preámbulo del libro: “*...Hay muchas formas de conocer la vida de*



(Fig. 292) Paco Cánovas. Fiestas de Primavera. Murcia. 1993.

una ciudad y acaso carteles e ilustraciones de época sea el resumen más elaborado para narrar su existencia. En pocos trazos se ha de decir mucho, pero es la personalidad de sus creadores la que transmite el sentimiento más exacto... Los avatares políticos, los hechos religiosos, las novedades tecnológicas... dieron realce a unos espectáculos milagrosamente transmitidos desde la Edad Media como fue la feria septembrina. Por eso, no extraña que la identidad de una ciudad se recoja en determinados símbolos, claros y contundentes, subordinados a los intereses del momento...". He aquí, perfectamente acotada, la función y el sentido último del cartel, su importancia como procedimiento artístico.

El cartel *Moros y Cristianos 1993*, cuyo concurso se había convocado a finales de mayo con premio de 200.000 pesetas, patrocinado por CajaMurcia, y un jurado formado por: Nicolás Arnaldos, García Illescas, Miguel Franco, Martínez Mengual y Chipola, es seleccionado, entre los 14 originales presentados. Dos figuras, moro y cristiano, contrapuestas; una obra de Francisco Claudio Pamies, agente publicitario, recibe el Primer Premio. Se le hicieron al ganador algunas sugerencias previas a la impresión, encaminadas a reforzar los colores y destacar el negro. Bajo el lema «Murcia 2 culturas» se realiza el último cartel de diseño de este festejo septembrino. A partir de aquí los carteles de la Federación de Moros y Cristianos de Murcia tendrán, sobre todo, una fuerte componente pictórica.

Pedro Manzano diseñó el cartel del XIII Festival Internacional de Jazz (Fig. 293), que tuvo lugar del 7 al 9 de septiembre; un reflejo lunar que cruza el bloque de texto e incide en el contrabajo, con un fondo negro que hace destacar los rojos y azules de la tipografía.

Dos meses antes, en junio de 1993, comienza la campaña electoral a las elecciones generales. Cada vez se dedican menos recursos a cartelería. Carteles y vallas que se ajustan a un esquema, a una estructura compositiva sin innovaciones ni sobresaltos: El rostro de los candidatos, que aparecen a veces de medio cuerpo; una tipografía corporativa, del propio partido o de la campaña diseñada al efecto, que recoge un lema –lo que Alfonso Guerra llamaba *idea fuerza*–; y un color transporte blanco, claro o en tonos poco agresivos. Tres elementos con los que juegan directores de arte, creativos y coordinadores de campaña.

El lema de las generales del noventa y tres acuñado por el PP fue: «Ahora PP», repetido en dos tipos de carteles, los que constaban solo de logo y tipografía y los que incluyen la imagen de Aznar en la parte central. «Vota CDS, el centro es necesario» fue lema del CDS; en ellos la cara del candidato aparece en la parte superior del pliego. «Vota futuro, vota PSOE», texto que acompañó a un Felipe González, de medio cuerpo, que aparece trabajando en una mesa de apariencia muy institucional. «IU Sí», carteles de la formación de izquierdas que presentan el rostro del candidato en la parte superior. La campaña del noventa y tres supuso una inflexión radical en el uso de la cartelería. La pegada tradicional de carteles el 21 de mayo, para abrir la contienda, quedó reducida a un acto simbólico, y se recurrió más a las vallas, a su descubrimiento, como punto de arranque de campaña; así lo hizo el PP. Tampoco participó en la pegada de salida el candidato de IU. Anguita manifestó en Canarias que consideraba la pegada de carteles para abrir la carrera electoral un acto de cara a la galería. Ricardo Fernández escribe en *La Verdad* el 22 de mayo: "...comportamiento ejemplar ... las fachadas salpicadas de cola líquida y restos de carteles forman ya parte del pasado". Solo se pegarían varios miles de carteles en la región, y el 80% de los paneles institucionales permanecieron vacíos. Parece como si los partidos hubieran madurado y ya no fuera necesario el uso de carteles ensuciando la ciudad para convencer al votante. Aproximadamente once millones de pesetas gastaron el PP y el PSOE en la Región de Murcia, entre cartelería, actos de candidatos, difusión de mítines y otros gastos en publicidad y comunicación: contratación de vallas y banderolas. El 6 de junio se celebran las votaciones; el PSOE volvió a ganar por cuarta vez consecutiva, aunque sin mayoría absoluta y con subida espectacular de votos y escaños por parte del PP. El 9 de junio se recogen vallas y paneles, y tras la campaña, vuelve la normalidad.

La situación de recesión e inestabilidad económica, resultado de los fastos del 92, es tal que afectó a todos los sectores productivos del país, traduciéndose incluso en una crisis social y política que acabaría impulsando al Partido Popular a ocupar el poder en la Comunidad Autónoma y en el Estado en la segunda mitad de la década. La peseta sufrió tres devaluaciones en 1992; y en 1993, con un crecimiento negativo del 1,2%, un desempleo del 23% y un déficit público que superó el 7%, volvería a ser devaluada. Una



(Fig. 293) Pedro Manzano. XIII Festival Internacional de Jazz. Murcia. 1993.

crisis que, desde luego, tuvo su reflejo en las artes gráficas y en las imprentas, donde era frecuente la acumulación de impagados por parte de las administraciones públicas, y de algunas empresas, que no pueden satisfacer los costos debidos a la demanda de material impreso que habían solicitado.

En 1994 el cartel del *Entierro* lo encargan los sardineros a Molina Sánchez; un hachonero que ofrece gozoso una flor. Es claro que desde la Agrupación Sardinera pretenden reforzar su colección patrimonial. Incluso encargaron, a partir de 1994, su *Testamento de la Sardina* no por concurso sino directamente a escritores y poetas de reconocido prestigio.

Paco Cánovas vuelve a realizar el cartel anunciador *Murcia una fiesta en primavera*; un ramillete de anémonas o pensamientos.

El anunciador de las Fiestas de Primavera supuso en 1994 la vuelta a un clásico; huertanos y huertanas que acuden a la ciudad a contemplar el desfile sardinero. Un cuadro realizado por Muñoz Barberán al que el pintor no puso la tipografía, encargo que recibió Pedro Manzano.

El cartel del Bando de la Huerta (Fig. 294) lo encargó la Federación de Peñas Huertanas a Marcos Salvador Romera, como señala *La Verdad* el 7 de marzo: "...en justa reciprocidad del interés que don Marcos se tomó para que la embajada huertana dejara bien alto su propio pabellón en la Expo". Un cartel que se mantuvo en la línea ingenuista y naïf del pintor; representando huertano y huertana ante una barraca. Complemento de estos carteles la Dirección General de Turismo editó carteles del Bando y el Entierro con motivos fotográficos de Montero, Carlos Moisés, Ricardo Zaragoza y José Hernández Pina, componiendo mosaico.

Para el programa de Fiestas de Primavera Pedro Manzano diseñó una caja alargada, un automontable, que contiene tres pequeños tondos de barro representando Semana Santa, Bando de la Huerta y Entierro de la Sardina; piezas que pretenden ser un recordatorio de los regalos que los sardineros regalaban al pueblo de Murcia con motivo del desfile. Las piezas de barro fueron realizadas, cocidas y pintadas a mano por la Peña de la Pava. La portada de la caja reproduce una carroza de Conte con motivos marinos, peces y caballos de mar, un boceto en yeso policromado que, en la actualidad, forma parte de los fondos del Museo de la Ciudad.

En septiembre el cartel de la feria lo realiza Pedro Manzano, bajo el seudónimo Dardo, a partir de una fotografía de José Antonio Acosta, fuegos artificiales sobre la Catedral, ganadora de un concurso organizado por el Club Juvenil de Murcia en los meses de primavera. El programa de fiestas –se editaron 15.000 ejemplares–, encargado al mismo diseñador, es un display con la Catedral, que se levanta dejando ver la fachada catedralicia y la Plaza de Belluga. Y una pintura de Falgas; Mora y cristiana bajo la torre de la Catedral, anunció en septiembre las fiestas de Moros y Cristianos. Un cartel basado en tipografía superpuesta a un músico negro que toca la trompeta, anunció el XIV Festival Internacional de Jazz, en septiembre, en Murcia.

En 1994 se celebró el Sexto Centenario de la Catedral de Murcia, convocándose concurso, restringido a unos pocos diseñadores, para elegir logotipo, que aparecerá en carteles y ediciones que hagan referencia a la efeméride; concurso que ganó Pedro Manzano, presentando un detalle del frontón superior de la Catedral, aislando el relieve de los dos ángeles que sostienen el jarrón de azucenas símbolo de la Virgen. Con el logotipo se editaron carteles y folletos.

El Bando de la Huerta se anunciaría en 1995 con surrealista dibujo de Ramón Rubio González, RAM⁽²⁴²⁾. Limón y margarita hacen de huertano y huertana en el surreal *afiche*.

José María Párraga aportó exuberantes hachoneros quemando una sardina a la cartelería del Entierro (Fig. 295). El 4 de marzo el pintor manifiesta a la prensa: "...aún hoy me sorprende con la alegría y el bullicio." Y comenta como Garrigós le enseñaba el espectáculo desde el Puente Viejo, "con sus humos y colorido".

Las Fiestas de Primavera se divulgarían con un cartel de Falgas. Una acuarela que representa una huertana entre flores y frutos. Se imprimieron 1.000 carteles, que según el pintor nos trasladan el rostro "bello y deslumbrante" de la huertana, pues según él "no existe símbolo más bello y más significativo. Creo que todo el que vea la huertana de mi cartel deseará venir a Murcia y conocer la huerta que se puebla de tan bellas mujeres..."



(Fig. 294) Marcos Salvador Romera. *Bando de la Huerta*. Murcia. 1994.

(242) RAM realizará en 1994 y 1995 los carteles del carnaval del Cabezo de Torres, y en 1997 y 1998 el anunciador de Moros y Cristianos de Abanilla.

Pedro Manzano diseña el programa de las fiestas primaverales; una caja de cartón automontable de 21x21 cm que contiene un pañuelo serigrafiado con un bodegón huertano y motivos que remiten a la Semana Santa –floridas andas nazarenas– y al Entierro de la Sardina que arde en lo alto de una columna clásica. Selegráfica imprimió los 10.000 ejemplares.

La Concejalía de Parques y Jardines editó un cartel florido encargado a Novograf que recuerda un estampado textil, de evidente semejanza con aquel tan polémico impreso en 1987.

En 1995 se convocan elecciones a la Comunidad Autónoma y a los ayuntamientos regionales.

El 1 de abril ya es sabido que IU invertirá en la región 25 millones de pesetas en la campaña electoral, y que imprimirá 14.000 carteles y 30.000 dípticos, cifras muy alejadas de las noticias que se conocen el 28 de abril del Partido Cantonal, que tiene previsto invertir apenas 2.500.000 pesetas en una campaña que incluía la edición de carteles.

El 8 de mayo se conocen los distintos eslóganes con que concurrirán los partidos a la contienda electoral. El PSOE colocó en vallas y carteles «*Porque se trata de Murcia*» junto a la imagen de sus candidatas. El PP más rotundo pidió «*Soluciones*». IU apeló a «*La razón de la izquierda*». Todos los partidos prefirieron las colgaduras en las farolas a los espacios gratuitos dispuestos por los ayuntamientos. Fue una campaña que mantuvo la línea de editar cada vez menos cartelería.

Manuel Buitrago realiza el 8 de mayo en *La Verdad* un “Análisis comparativo, sin ningún rigor científico de los mensajes del PP, PSOE e IU”: “*Con un vistazo a vuela pluma, el mensaje que el Partido Popular ha colocado en las vallas electorales resulta más afinado, redondo y sin mayores complicaciones de lectura ni comprensión: «Soluciones».* Va al grano... *Es sobrio y con economía de elementos...*

Es de suponer que, ya entrados en brega, aparezcan otros carteles con las fotos de los candidatos. Aunque sería deseable que no se trate de las mismas que colocaron con motivo del reciente congreso del PP, en las que aparecían Ramón Luis Valcárcel y Miguel Ángel Cámara con caras de primera comunión... Es difícil reflejar la sonrisa espontánea y el mohín gracioso y atractivo.

Por ejemplo, la candidata socialista María Antonia Martínez aparece con una sonrisa casi relajada. El pelo, que siempre es un problema para toda mujer, está bien estilizado. Pero el mensaje «Porque se trata de Murcia» no cuaja demasiado. Queda un poco decimonónico. Parece que da demasiadas explicaciones y que hay que imaginarse el contenido.

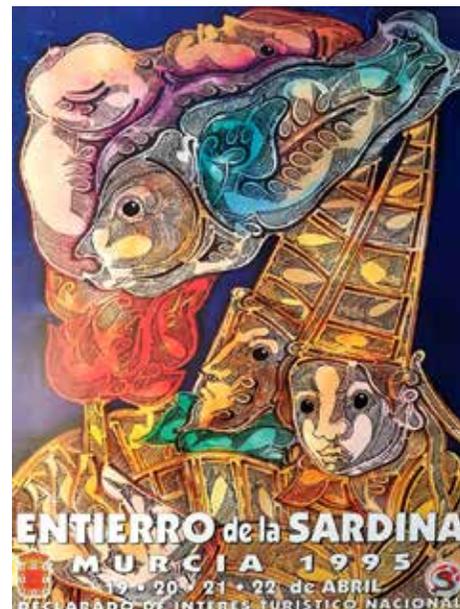
... ¿Por qué debe votar usted a esta señora? Eso, eso, ¿Por qué la tiene que votar?: ¡Pues porque se trata de Murcia, hombre!...

El cartelón tiene a su favor que resulta menos frío y más cálido: Muestra a una señora que le dedica una sonrisa mientras usted circula con su coche.

Izquierda Unida vende: «La razón de la izquierda», engatillada con las siglas IU. Es un mensaje sesudo. Para gente que utiliza la cabeza más que el corazón. Nada de sentimiento. No toca fibra. Sólo neuronas. Razone y vote IU. Porque sus candidatas tienen la razón...

Ya saben que para Julio Anguita y Joaquín Dolera lo importante es el programa...”

Cuanta ironía para referirse a carteles y vallas, de diseño correcto, pero absolutamente falto de originalidad y emoción. Más técnico José Rosales analiza vallas y carteles el 13 de mayo en el mismo periódico, bajo el titular “Freud está en los carteles”: “*En cuanto al nivel de diseño gráfico, es correcto en las tres fuerzas políticas, lo cual es lógico teniendo en cuenta que no hay muchas posibilidades de introducción de elementos gráficos. Practicamente es obligada la aparición de la fotografía del candidato con la más amable y tranquilizadora de sus sonrisas y un vestuario discreto y convencional. Sobre este punto destacar que no se debe utilizar camisa blanca si el fondo de la fotografía es blanco, tal como ocurre en el caso del cartel de Joaquín Dólera de Izquierda Unida*”. Analiza luego los logotipos; el exceso de reducción del logo del PSOE, quizá para desmarcar a los candidatos de las acusaciones y de la situación del partido a nivel nacional; la simplificación del logotipo del PP que ha destacado las siglas sobre el símbolo de la gaviota; y explica la necesidad de IU de incorporar el híbrido flor-sol en su logo tras la inclusión de los Verdes en sus listas, que hace que parezca un flash de oferta de descuentos.



(Fig. 295) José María Párraga. *Entierro de la Sardina*. Murcia. 1995.

Pero Rosales hace sobre todo hincapié en los eslóganes: "...Es en este factor donde las diferencias se marcan con más contundencia. El PSOE utiliza la llamada «Precisamente ahora», lo cual constituye sin duda un grave error. Se trata de un eslogan defensivo, que suplica el voto (votanos por favor), que lo único que trasmite es pesimismo.

...un lapsus freudiano, un acto fallido. Por otro lado, en las vallas publicitarias instaladas hace unos días se solicitaba el voto para María Antonia Martínez «porque se trataba de Murcia»; ¿de qué Murcia?, ¿de la Comunidad Autónoma?, ¿de la Región?, ¿de la ciudad? Otro error.

El Partido Pòpular presenta el eslogan «Soluciones». Es sencillo y directo, y aporta lo que la gente (al menos sus votantes) esperan de ellos. Está bien utilizado.

En cuanto a Izquierda Unida, su llamada es perfecta para el actual momento del mercado político. Con la utilización del eslogan «El voto de la izquierda» se posiciona como la auténtica fuerza de la izquierda..." Rosales, director creativo de Publicidad Líquida, y sin revelar sus propias posiciones políticas, casi ha sentenciado los resultados.

Preguntados los partidos cuanto se piensan gastar en la campaña, por ejemplo, en imprentas: programas, carteles, papeletas, pegatinas y demás parafernalia, la casi totalidad de partidos que concurren el 28 de mayo ofrecen la cantidad de más de 20 millones de pesetas. El PP imprimió 40.000 carteles con el lema y 8.000 con el rostro de los candidatos. Más austero el PCAN gastó 1.000.000 de pesetas y Unión Centrista CDS apenas llegó a las 200.000.

El PP obtuvo una mayoría holgada en la Asamblea Regional y en los más importantes ayuntamientos de la Región. García Martínez escribe incisivo el 30 de mayo: "Lo que no entiendo muy bién es por que siguen María Antonia Martínez y Pedro Guerrero riéndose en los carteles, lo veo masoquismo". Es evidente que se ha asistido al fin de un largo ciclo político. Un final cuyas consecuencias en los temas relativos al diseño y al cartel apenas se dejaron sentir, bastaba con dejarse llevar, seguir una inercia que ya apuntaba marcada trayectoria descendente. Consecuencias que se pondrían de manifiesto en el Ayuntamiento de Murcia en tres aspectos: Logotipos institucionales⁽²⁴³⁾; convocatoria del concurso de carteles taurinos, auspiciado desde la Concejalía de Cultura y Festejos del Ayuntamiento de Murcia; y claro apoyo a carteles de base pictórica para difundir los festejos tradicionales y los nuevos certámenes y festivales.

La Feria de Murcia de 1995 contó con un cartel basado en una pintura del cartagenero Enrique Nieto; un haz luminoso, una franja amarilla, emerge del recinto ferial llamando al ciudadano a participar de la fiesta. Un cartel del que se hicieron 1.000 copias, y sirvió de portada al programa de fiestas. Para anunciar los desfiles y festejos de Moros y Cristianos se imprimió, de nuevo, un cartel muy pictórico, de aspecto impresionista, con la representación de cristiana y moro ante lanzas y estandartes de kábilas y mesnadas.

Los carteles de la Feria de Murcia –denominación que el concejal del PP, González Barnés, reciente edil elegido tras las municipales, cree la más idónea para resaltar más el nombre de la ciudad, aunque se venía utilizando desde 1990–, Moros y Cristianos, Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo y Feria Taurina se colgaron en 380 farolas. Además, el concejal González Barnés determinó utilizar los expositores municipales para colocar la cartelería, sobre todo la taurina, para dar a la ciudad ambiente taurómico. Previo a la Feria se realizaría una limpieza de choque de carteles y pintadas en la ciudad.

Una huertana contemplando la Catedral, representada de espaldas en el *afiche*, es la imagen del cartel *Bando de la Huerta 1996*. Un montaje fotográfico con mezcla de dibujo, que semeja ilustración forzada de color. Francisco Pardo es el autor que ha resultado ganador de las 250.000 pesetas en el concurso convocado a finales de octubre de 1995 por la Federación de Peñas Huertanas –las bases recogían que los carteles concursantes debían incluir motivo identificativo de la ciudad de Murcia–. Certamen al que concurrieron 29 participantes expuestos en el Casino.

El cartel *Entierro de la Sardina 1996* es una pintura de Manuel Avellaneda que recoge el momento culminante del festejo sardinero: la quema del catafalco tras finalizar el desfile.

(243) En septiembre de 1995, tras el triunfo electoral regional del PP, había desaparecido ya en los carteles del Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo el logotipo municipal diseñado por Eduardo Saro, y a partir de 1996 desaparece el emblema de la Comunidad Autónoma creado por Martínez Gadea y Severo Almansa, volviéndose a los escudos oficiales.

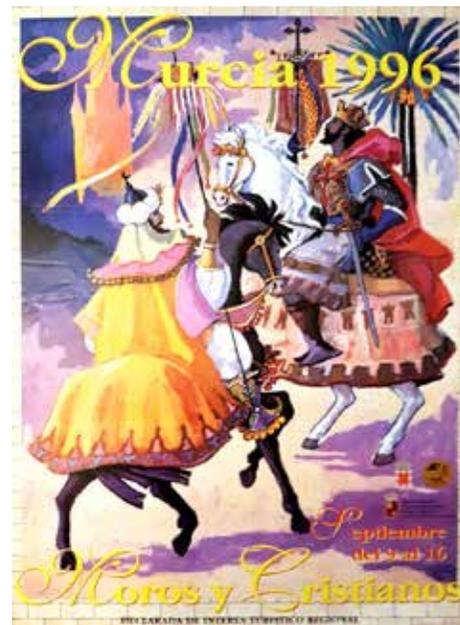
Francisco López Soldevila retomó para las Fiestas de Primavera de 1996 un viejo motivo: fuegos artificiales sobre el Puente Viejo. Es tema –fuegos artificiales y decoraciones luminosas– que se había venido utilizando no solo en carteles también en portadas de programas anunciadores, tanto de los festejos primaverales como septembrinos, y en numerosas ocasiones con la fotografía como procedimiento artístico idóneo para materializar el motivo argumental. El cartel de la Feria de Murcia lo realiza en 1996 el pintor canario, afincado en Alcantarilla, Pedro Rómulo. Un cuadro que recoge el recinto ferial bajo una enramada de naranjos “*frutal y fragante*”. El programa festero, que firman Pedro Manzano y Julio García Abril, se incluyó en una cajita que llevaba impreso el motivo de un caballo de feria –caballo de feria en madera que iba incluido dentro– dibujado por García Abril.

Dos jinetes en lid de Pina Nortes, moro y cristiano, ante paisaje con la torre catedralicia, fueron motivo anunciador de las Fiestas de Moros y Cristianos de Murcia en septiembre de 1996 (Fig. 296).

En Cartagena las Fiestas de Carthagineses y Romanos, que se celebran en la primera mitad del mes de septiembre, forman ya parte de la tradición y, por supuesto, se anuncian con carteles entre 1993 y 1996. En 1993 se difunden con un cartel de Jaime Saborido Mayor, cuyo motivo recoge una carrera de cuadrigas; ilustración un tanto ingenua, en rojos y azules, comiquera y con aire de viñeta chistosa. Los carteles del festejo recurrirían entre 1994 y 1996 a imágenes que recogían la fuerte carga histórica que pretende la fiesta cartagenera. En 1994 el cartel reprodujo un cuadro de historia: *Aníbal vencedor contempla por primera vez Italia desde los Alpes*; un cuadro que Goya presentó en 1770 a un concurso de pintura convocado por la Academia de Parma, y que la Fundación Selgas-Fagalde ha autorizado pueda ser reproducido como cartel del festejo de Carthagineses y Romanos. Otro cuadro, *La Contienda de Escipión*, de Madrazo, propiedad de la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando, será reproducido como cartel en 1995. Y en 1996 una fotografía de Pedro Sánchez Gallego, SAGA, que recoge un momento de la fiesta, una incruenta batalla, y pretende emular esa cartelería anterior de tono historicista, anunció el festejo en su séptimo año.

En el periodo que media entre 1993 y 1996 los murcianos verán impresos en sus pueblos y ciudades otros carteles y propuestas gráficas distintas a las reseñadas.

Un personaje con aire aventurero, a lo Indiana Jones, ideado por Chipola, es la base de la campaña que Contraplano realiza para difundir el Club Mitarjeta de CajaMurcia. En Alcantarilla se imprimen en 1993, para anunciar las Fiestas de Mayo, 2.000 carteles y 5.000 programas de mano; el concurso de carteles lo ganó Alejandro Viudes. Carteles en Molina para difundir entre los escolares ideas de auto-protección contra el tabaco, el alcohol y el trato con desconocidos. Campaña contra los mosquitos difundida con cartelería. Con 1.000 carteles se anuncia en Cartagena el XXXIV Trofeo del Corpus de Velocidad. Se editan miles de carteles en enero, distribuidos por todo el territorio nacional, con las fotos de las niñas de Alcásser: Miriam, Antonia y Desiree. El pintor ceheginero Salvador Fernández gana el concurso de carteles de carnaval convocado por el Ayuntamiento de Cehegín y dotado con 40.000 pesetas. En Murcia se imprimen 2.000 carteles, diseño de Portillo, para apoyar una campaña en la zona de las tascas recordando a los jóvenes que no se meen en la calle «¿Has madurado o solo eres un meón?» (Fig. 297); y que deben evitar los ruidos «*Diviértete sin molestar a los demás*». Se editan 15.000 carteles para promocionar el carnaval de Churra y el Cabezo. Con 2.000 carteles se anuncia el carnaval de Los Alcázares. En marzo se edita el cartel identificatorio de Antonio Inglés, supuesto implicado en el asesinato de las niñas de Alcásser. El rectorado pone en marcha una campaña, apoyada con 1.000 carteles y 5.000 folletos, para que los 30.000 universitarios del distrito participen en la elección de 180 claustrales y 20 representantes en la Junta de Gobierno. Severo Almansa diseña la nueva imagen de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Murcia; en abril se presenta la exposición “José Planes”, con la que se inaugura la Sala dependiente de la Cámara; una exposición que contó con cuidado catálogo, concebido por Severo Almansa, y parece continuación del diseñado para presentar las esculturas de González Moreno en el Almudí cuatro años antes. Una campaña de ahorro de agua en Alcantarilla se difundió con 4.000 carteles. Guía y cartel de la Dirección General de Juventud para dar a conocer sus servicios. En



(Fig. 296) Pina Nortes. *Moros y Cristianos*. Murcia. 1996.



(Fig. 297) Pablo Portillo. *¿Has madurado...?* 2000.

abril se edita cartel fotográfico anunciador del V Centenario de la aparición de Cristo en el monte Benamor de Moratalla. En septiembre Pablo Portillo diseña el cartel *III Certamen de Bandas de Música* a celebrar en la plaza de Germán Hernández Amores de Murcia⁽²⁴⁴⁾. En diciembre la exposición “Sharq al-Andalus, Resistencia frente a los almohades”, celebrada en el Almudí, se anuncia con carteles de Pedro López Morales –que ya había colaborado con el Centro de Estudios Ibn Arabi, realizando en 1992 la gráfica de la exposición “Los Infiernos. Un ajuar rural andaluz de los siglos X y XI”–.

Se imprimen, a principios de enero de 1994, 10.000 carteles grandes y 10.000 pequeños para una campaña regional contra la droga. La huelga general de 27 de enero en Cartagena, San Pedro y Mazarrón se anuncia con 5.000 carteles. El concurso de carteles de carnaval, dotado con 40.000 pesetas, convocado por la junta de comparsas de Cehégín lo ganó Susana Corbalán. La empresa EmeJota S.A. localizada en la calle Saavedra Fajardo, anuncia que realiza todos los aspectos integrales de la comunicación, publicidad, promoción, diseño, mailing, asesoría, imagen, sus tres años de trayectoria y las empresas más importantes para las que ha trabajado: Artemur, Aguas de Murcia, Info... (un artículo que es, por sí solo, fiel exponente de los aspectos que recoge una agencia publicitaria, y algunas de las empresas e instituciones señeras a la hora de solicitar servicios gráficos y publicitarios). A mediados de febrero se presenta el cartel de carnaval, una máscara, de Cartagena. El Ayuntamiento de Murcia destina 800.000 pesetas a la edición de cartelería y dípticos de la campaña *Si vas de copas... coge un taxi*. El 17 de febrero la compañía Tespis estrena en la iglesia de las Anas de Murcia el *Auto del Descendimiento*; auto sacramental, romance sacro anónimo del siglo XV, anunciado con un cartel de Párraga. Alcantarilla convoca en marzo concurso de carteles para sus fiestas de mayo, con premios de 150.000 pesetas y placa conmemorativa. El 18 de abril de 1994 se celebra una Jornada de Puertas Abiertas en todos los museos del mundo, España cuenta con 1.017 museos, 214 son estatales, anunciada con carteles⁽²⁴⁵⁾. A finales de mayo de 1994 se inicia la campaña al Parlamento Europeo; IU utilizó como lema «*Muevete*»; el PP recurrió al eslogan «*Fuertes en europa*»; una campaña en consonancia con la cansera colectiva electoral. La prensa denuncia en julio la desidia y suciedad en algunas fachadas de Murcia; el ejemplo aludido es el antiguo edificio de la Plaza de las Balsas, lleno de carteles. Antonio García Sánchez gana, con «*Resaca en do menor*», una charanga que toca diana las mañanas de las fiestas, las 75.000 pesetas del concurso de carteles de las Fiestas de Septiembre’94 de Mula. Mazarrón edita dos carteles promocionales, realizados por Muher en 1992 con motivo de la Expo de Sevilla: las gredas de Bolnuevo y el conjunto monumental con el edificio del Ayuntamiento, un proyecto que costó 500.000 pesetas. A finales de septiembre de 1994 el Grupo Popular pide en el Congreso de los Diputados el indulto para la valla del Toro Osborne diseñada por Manolo Prieto con una proposición no de ley, señalando: “...han dejado de ser un mero reclamo publicitario para convertirse en un elemento más de nuestro paisaje con unas innegables connotaciones culturales”; Bigas Luna había propuesto comprar los 42 toros e instalarlos en un paraje de su propiedad en Tarragona; por otra parte el diputado andaluz Francisco Garrido, de IU-Los Verdes, sugiere que la normativa que prohíbe la publicidad frente a las carreteras no es aplicable al Toro Osborne y tacha la ley de rigor innecesario hacia los 97 toros que permanecen en las carreteras nacionales; el 15 de octubre los 20 toros de Andalucía son incluidos por la Junta en el catálogo de bienes culturales. Contraplano, la agencia que lidera Chipola, diseña los carteles de la campaña *Planta al Tabaco*. Severo Almansa realiza la gráfica de las iniciativas propuestas por el programa Iniciativa Leader de la CEE, que incluye la carpeta editada para promover la artesanía y los productos tradicionales de la Comarca del Noroeste. Gerardo Beniger diseña el mapa turístico de Cartagena que edita la Concejalía de Turismo. Asaja propuso en octubre una campaña, reforzada con carteles, contra las frutas procedentes de Marruecos. El Ayuntamiento de Murcia edita 5.000 carteles y apoya la creación y participación en los Consejos Escolares. Carteles para potenciar en Totana el uso de la bici. El cartel *XIV Feria del Libro 1994* lo realiza Chelete Monereo; jugando con la idea de las cartas compone un cartel vertical que se lee en ambos sentidos, dos personajes de aire renacentista e indeterminado aspecto histórico leen y escriben; una reivindicación del papel de la mujer perfectamente acomodado al ciclo “*Mujer y Literatura*” que celebra el Almuadí en noviembre (Fig. 298).



(Fig. 298) Chelete Monereo. *Ciclo Mujer y Literatura*. Murcia. 1994.

(244) Portillo será diseñador habitual de los anunciadores de este Certamen a lo largo de los noventa, muchas veces utilizando ilustraciones y dibujos producidos desde el ordenador, como en los carteles del IV y V Certamen de 1994 y 1995 que tiene lugar en el Romea –en el cartel de 1998 se muestran los palcos–, o combinando dibujo tradicional y ordenador como en el señalado de 1993. Aunque intervinieron otros diseñadores: Julio García Abril en el 2000.

(245) El Día Internacional de los Museos se acordó en 1977 por el ICOM, Consejo Internacional de Museos.

En enero de 1995 el colectivo Mestizo, dirigido por Joaquín Cánovas, Francisco Martín y Paco Salinas plantea un proyecto multidisciplinar bajo la denominación "Otros Caminos" –con continuidad en 1996 y 1997: "Sentido" y "En la red"–; la gráfica la realiza Paco Salinas a partir de un juego de textos impresos en colores sobre una fotografía del Toro Osborne; una imagen que desarrolla perfectamente los objetivos del proyecto: "...una propuesta multifocal que ha sido soñada para propiciar el encuentro, el hallazgo y la participación... y, así, vivir mejor el viaje; y enriquecerse y enriquecernos. Algo deseable, aunque, parece ser, impertinente." La XV edición de la Vuelta Ciclista a Murcia se anuncia con un cartel de Párraga, que ha ganado el concurso convocado al efecto; un ciclista que mira de soslayo al pajarito posado en su trasero; un cartel divertido y fresco donde el 15 juega en la composición dibujando manillar y ruedas de la bici. En Beniján se dota con 25.000 pesetas el concurso de cartel de carnaval.

En febrero de 1995 se inaugura el Auditorio y Centro de Congresos de Murcia. El logotipo del Auditorio lo han realizado Severo Almansa y José María Nuño de la Rosa. Una forma en espiral, un arco de circunferencia que crece en desarrollo como representación del sonido en el espacio. Un símbolo gráfico en evidente relación con las formas arquitectónicas del techo acústico de la Sala A de conciertos. Nuño de la Rosa y Severo diseñaron los carteles, en azul y plata, y el folleto que contiene la Programación Inaugural. Severo diseña el libro-catálogo, y realiza las fotos interiores, que recoge el proyecto y el proceso de realización del edificio de García de Paredes e Ignacio García Pedrosa, ganadores del concurso de ideas convocado en 1987 por la Comunidad Autónoma de Murcia. La gráfica de los conciertos Mayo Musical de 1995 y, sobre todo, los sugerentes carteles que Severo realiza para los conciertos del Auditorio: *Zizi Possi* (Fig. 299); la *Orquesta de Cadaques*; la *Big Band del Conservatorio de Murcia*, con Lou Bennett; *Carmen*, representada por la compañía de Antonio Gades; *El misterio de las voces búlgaras* y el concierto de *Tanita Tikaram*; cimentan un personal y determinante estilo en los productos gráficos acometidos por el diseñador. Estilo que se extiende hasta el final de la década de los noventa en los trabajos que realiza para el Auditorio; valgan como ejemplos los catálogos realizados para la temporada 1999-2000 con alargado formato de 27,5x14 cm, o los polípticos, realizados esa temporada, para los conciertos de la Orquesta Nacional Rusa y la BBC Symphony Orchestra, que actuaron el 23 de noviembre y el 20 de octubre. Color, equilibrio, elegancia y movimiento, obtenido merced al uso de potentes campos cromáticos y arriesgado uso de lutos, rectangulares formas geométricas y tipografía, parámetros que, ya se ha indicado, Severo aplicó a otros productos esos años: El anunciador de los Derechos de la Infancia realizado para la Consejería de Asuntos Sociales en 1994; los carteles *Escuela de Golf de Altorreal*, *Inmigrante*, *VIII Edición de los Premios de Arquitectura*, realizados en 1995; las publicaciones para el Plan Regional de Salud y, ya entrado el siglo XXI, en febrero de 2002, volvería a estos recursos tipográficos para el folleto-catálogo *El arte de la instalación*, realizado para la exposición celebrada en el Patio de las Claras. Todos estos trabajos perfectos ejemplos de lo señalado.

A finales de febrero Antonio Ballester diseña el cartel *¿Qué es un rey para tí?* Las OMIC editan carteles para divulgar el Día Mundial de los Derechos del Consumidor. El 7 de mayo de 1995 EMUASA acomete una campaña para ahorrar agua que editó 5.000 carteles. Se editan carteles y separalibros para que los jóvenes se diviertan sin ensuciar el entorno ciudadano: *Diviértete limpiamente*; campaña conjunta del Ayuntamiento e Ingeniería Urbana; la ilustración muestra una calle de Murcia, de noche, con una acera sucia y otra limpia; se imprimieron 5.000 carteles y 60 *muppys* que diseñó Contraplano. El 20 de mayo «Pámpanos» de Moreno Guardiola gana el concurso de carteles de las Fiestas de la Vendimia de Jumilla; y con «Batalla Festera» el de Moros y Cristianos de la misma ciudad. Entre agosto y septiembre, en la Sala Muralla Bizantina de Cartagena, la CAM y la Concejalía de Cultura exponen una selección de fondos modernistas de la Casa Museo de Novelda, con carteles comerciales de la época y otros impresos. Juan Otálora gana las 100.000 pesetas del concurso de carteles del carnaval de Águilas con «*Eclósión Carnavalesca*». Edición de cartelería para la campaña *Gánale la batalla a la gripe*. El Real Murcia se planteó en octubre atraer socios al club bajo el lema, difundido con 30.000 carteles, «*Remátala, un gol, un socio*». La suciedad en la capital regional, permanente asunto sin resolver, hace que se ponga en marcha la campaña *Murcia limpia entre todos, limpia para todos*. Ramón Gaya realiza en octubre el cartel *InterArte'95*. En Abarán, a



(Fig. 299) Severo Almansa. *Zizi Possi*.



(Fig. 300) Severo Almansa. *Con Párraga*. 1997.

primeros de noviembre, Augusto Puche y Vicente Carrasco hacen a mano carteles que colocan en sitios transitados con los deseos de la población. Carteles contra el SIDA en el Instituto Licenciado Cascales. Se denuncian los talleres clandestinos de impresión: “2 PC y una filmadora, todo lo que se necesita para funcionar como taller de impresión”.

José Luis Montero asume en 1996, por tercer año, la gráfica –folletos y carteles– del ciclo “Lecturas de Invierno” que coordina Francisco Jarauta. La Asociación Murciana de Apoyo a la Infancia Maltratada edita una precisa guía para maestros sobre el maltrato infantil que produce Contraplano con ilustraciones de Chipola. Severo Almansa asume la dirección artística de la publicación *Joyas*; editada por la Boutique Joyas con la intención de recaudar fondos para la Fundación Casa de Acogida Rocamur; cuidada publicación que pretende ser delicado objeto acorde al motivo de su edición. Carmen Artigas hace el cartel conmemorativo *75 Años de Empresariales*. Antonio Ballester realiza el cartel XXV *Semana de la Huerta* de Los Alcázares.

La campaña a las elecciones generales la gana el Partido Popular en 1996, en precario, pues solo obtuvo 156 escaños y gobernó en minoría.

El PP presentó como imagen de campaña electoral una foto de José María Aznar, de frente, sobre el eslogan «*Con la nueva mayoría*». El PSOE imprimió una fotografía, que resultó horrible, de Felipe González vestido con traje crema, tal que fuese ya un abuelo, sobre ancho luto rojo, una disfunción de color; el texto «*España en positivo*» sonaba extraño y ambiguo, manteniendo escasa relación con la publicidad y los anuncios creados para el medio televisivo con ese doberman agresivo. Cuando Cipriá Ciscar sacó a pasear el doberman, Francisco Álvarez-Cascos, que aparecía en el anuncio como figura representante del Partido Popular, explicaría: “*Creo que se confundieron, pusieron en valor aquello que querían ocultar... Me pintaron de negro, pero lo realmente oscuro era su gobierno, un escándalo tras otro ...Recuerdo que cuando lo vimos pensamos, estos señores saben que han perdido*”. Las propias agencias publicitarias criticaron el anuncio electoral del PSOE. Anguita aparecía en los carteles y las vallas mostrando un detalle del rostro excesivamente grande y el texto «*IU decide*». El *cambio sobre el cambio* prometido por González en 1993 parece que no tuvo lugar en 1996 y el PP pasó a dirigir los destinos del país.

Si hay un hecho importante en 1997 en lo que al arte regional, al diseño y al cartel se refiere, es la desaparición, a los sesenta años, de José María Párraga Luna. El día 11 de abril fallece el pintor. El Campeonato Europeo de Voleibol todavía se anunciará en el noventa y siete con un cartel de Párraga. Sus imágenes, su pintura, sus objetos... permanecerán largo tiempo en la retina de los murcianos. Algunas de sus obras se seguirán utilizando como imágenes gráficas y como carteles, aunque Párraga esté ausente, años después.

Sus amigos le rinden sentido homenaje en mayo en el Almodú; 160 artistas plásticos –que aportaron la donación de una obra– y 27 escritores. Francisco Sánchez Bautista, al que el pintor ha hecho muchas de las portadas de sus poemarios, escribe el 20 de abril un hermoso poema, *A José María Párraga In Memoriam*, que abre su primera estrofa: “*¿Pero qué calidad de alma era la de / este pintor, y qué clase de hombre / el que la sustentaba para suscitar / tantas y tan entrañables adhesiones?*”. “*Con Párraga*”, una exposición anunciada con un cartel y un catálogo que diseña Severo Almansa en sufridos tonos grises y punzantes, y dolorosos lutos tipográficos (Fig. 300).

Los homenajes y las exposiciones antológicas en torno a la obra de José María Párraga se irán sucediendo. Hagamos un inciso y citemos algunas.

En diciembre de 1998 se celebra en San Esteban una antológica, con un cartel que presenta a Párraga, con inconfundible corbata encendiendo un cigarrillo, y un exhaustivo y cuidado catálogo diseñado por Tropa –José Luis Montero y Rafael Jorge Martínez Pardo–, que recoge la biografía y la producción del artista entre 1937 y 1997. Ángel Montiel elogiaría el catálogo de la exposición en enero de 1999.

El 27 de abril de 1999 el Colectivo de Creadores Provisionales –divertida denominación, que al propio José María habría hecho sonreír, bajo la que se acogen un grupo de creadores, artistas y escritores, para acometer en la Galería Detrás del Rollo un pos-

trer homenaje al amigo recientemente fallecido– inauguran “El Tiempo de Párraga”. El objetivo queda bien definido en las palabras de Ángel Haro que abren el catálogo de la muestra: “...queremos, en agradecimiento a su incondicional solidaridad, hacerle un homenaje público, una reproducción a escala de una de sus figuras; para donarla a la ciudad de Murcia. ...actividad (...) colectiva y civil... primer paso del proyecto, que culminará con la colocación de la pieza definitiva en una de las plazas que en su día fueron marco habitual de los pasos de José María.” El catálogo y el cartel anunciador de la exposición lo diseñan Manolo Portillo y Ángel F. Saura (Fig. 301). Los 125 relojes donados por los artistas constituyen la imagen del *afiche*, y el detalle de un *collage* de Párraga, realizado en 1961, la portada del catálogo.

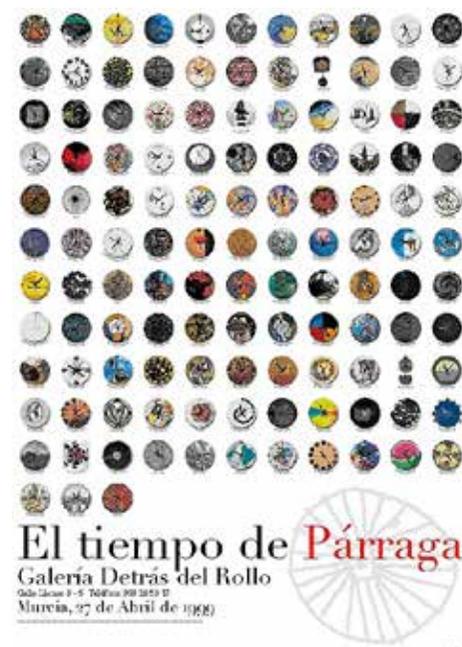
En el Museo de Fuente Álamo –cuya gráfica: logotipo, catálogos y cartelería, diseña Ángel F. Saura; especialmente bonito, con esa textura pictórica, el anunciador en 2006 del XXXIV Concurso Nacional de Pintura Villa de Fuente Álamo– y en la Ermita de San Roque, de la misma localidad, se inaugura el 15 de noviembre de 2007 una muestra: “La Sombra de Párraga”, que bajo la dirección de Julián Pérez Páez pretende celebrar el décimo aniversario del fallecimiento del pintor y revisar las relaciones que José María mantuvo con la población del Campo de Cartagena. Se editaría catálogo y cartel al cuidado de Pedro Manzano, que diseñó la gráfica de la muestra a partir de un cuadro del artista del periodo 1990/1997: *Figura con gallo*.

Los amigos del artista volvieron a realizarle un homenaje en el centro que lleva su nombre en abril de 2008. “José María Párraga y sus contemporáneos, años 60-70”; todo un festival de artes plásticas, música y teatro. Un fragmento del texto de Alfonso Pacheco “A José María Párraga. El dulce canto de la caracola”, recogido en el catálogo: describe esa forma certera, sabia e intuitiva que aplicaba Párraga al proceso creativo: “*Estudio del Puente Viejo, un día de invierno del 87. –Jóse. Quiero que me diseñes los decorados para Una Princesa de Nueva York. (Sentado ante un enorme tablero, dibujaba incansablemente).*

–Habla. Cuéntame el argumento.

–Se trata de... (Él, sin mirarme, tiraba trazos sobre una cartulina blanca, mientras yo hablaba y le contaba la vida de una indigente, creada por Piriz-Carbonell, la dirección de Jacobo Fernández y la interpretación de Inma Martín. No había terminado de hablar cuando, dándole la vuelta al dibujo, me presentó el genial boceto con anotaciones y comentarios, explicaba con todo detalle lo que después realizaríamos, siguiendo exactamente sus instrucciones. Él eligió los materiales, la posición, pintó piezas y creó con sus manos el impresionante sol que preside la obra. Quince minutos son suficientes para justificar una vida)”. Para la portada del catálogo y el cartel anunciador del festival-homenaje Pedro Manzano recurrió a una imagen fotográfica del pintor, en lo alto de una escalera, realizando un mural, un procedimiento artístico determinante en su trayectoria personal como artista (Fig. 302). Y, más reciente, el homenaje realizado en 2023 en el Centro Cultural de Beniel, anunciado con cartel.

Pero nada, ni la muerte de José María Párraga, impide el devenir de los sucesos anunciados año tras año. Los carteles de Semana Santa –también los de otros festejos y celebraciones, basta contemplar los impresos en 1998 para celebrar la XXVII Fiesta de la Vendimia de Jumilla, los Encierros de Blanca o las Fiestas de Sodales Romanos de Fortuna– se ajustaron en la región, en 1997 y 1998, a un formato previamente diseñado por Tropa, la agencia que lidera José Luis Montero. Un formato que pretende establecer una imagen de marca y romper con esa excesiva monotonía visual a la que la repetición compositiva había dado lugar. La cartelería –y el resto de publicaciones–, que patrocina la Consejería de Cultura y Turismo dirigida desde 1995 por el Partido Popular, incluye nuevo logotipo, una semiesfera en relieve de tonos verde-azulados que incluye un sol estrellado y conserva aromas de «La Costa Cálida». El cartel *Murcia Semana Santa 1997* ajustó, al diseño establecido por Tropa, una fotografía horizontal de Miguel Alba que recogía el *paso del Santo Sepulcro* tras abandonar la iglesia de San Bartolomé. Un cartel que no incluye ya el logotipo que Vicente Martínez Gadea y Severo Almansa habían trazado para la Comunidad Autónoma, ni el diseño de Saro concebido como emblema municipal de Murcia. Una estructura compositiva que adecua la imagen de los desfiles procesionales, decidida en cada localidad, a una ventana en vertical u horizontal, subrayada por un luto superior que indica, en idéntica tipografía a la utilizada en el nuevo logotipo turístico:



(Fig. 301) Manolo Portillo y Ángel Fernández Saura. *El tiempo de Párraga*. 1999.



(Fig. 302) Pedro Manzano. *José María Párraga y sus contemporáneos*. 2008.

Murcia la Costa Cálida, el evento de referencia y la localidad donde este tiene lugar. Son carteles acogidos a la subvención de la Dirección General de Turismo, y su acomodo al formato señalado es requisito imprescindible para que el organismo regional asuma su costo (Fig. 303). Carteles, algunos de los cuales daran lugar a encendidas protestas.

En referencia a Lorca, Antonio Soriano escribe en *La Verdad* el 18 de enero de 1997: “El diseño del cartel anunciador de la Semana Santa vuelve a ser este año uno de los temas conflictivos que rodean los preparativos de las procesiones.

Si en otras ocasiones fueron errores de diverso tipo, ahora el problema está en que el formato exigido por turismo para hacerse cargo de la financiación de la impresión de los carteles complica mucho la elección de las fotos. Los presidentes de las cofradías, que tienen libertad para elegir las imágenes, reconocen que la situación es difícil para colocar en el cartel fotos de las 6 instituciones... los presidentes de los 6 pasos –Azul, Blanco, Resucitado, Encarnado, Morado y Negro– han reconocido en rueda de prensa que el cartel anunciador de los desfiles de este año se presenta repleto de complejidad, como consecuencia de la exigencia de la Dirección General de Turismo de imponer un formato único para todos los carteles de promoción de las fiestas de la Región.

La urgencia para presentar un boceto ha llevado a preparar un modelo de cartel que sólo recoge fotos de blancos y azules con las imágenes de la Virgen de la Amargura y la Virgen de los Dolores, una cuadrilla azul y un grupo de caballos blancos”.

La cartelería pasional reprodujo en Cartagena, en 1997, como imagen principal del cartel, una fotografía del *Cristo del Prendimiento* de los californios, que celebraba los 250 años de la cofradía, concebida como un retrato por Moisés Ruiz. Alhama recurrió a una instantánea de la Cofradía de San Juan Evangelista. En Yecla es Nohales y Asociados quien aporta la imagen del *Santísimo Cristo de la Agonía* como anunciador de las procesiones. En Jumilla, que expuso sus carteles pasionales realizados desde 1949, fue una pintura de Bartolomé Medina el motivo central del cartel. Caravaca reprodujo el cartel ganador del concurso de fotografía convocado, dotado con 50.000 pesetas. Las cofradías del Perdón, Calvario, Cristo Yacente y la Verónica, respectivamente de Archena, Totana, Fortuna y Abarán fueron motivos de cartel pasional.

Cuando a mediados de febrero el director general de Turismo presenta el cartel apaisado, ya referenciado, de la Semana Santa de Murcia, tachado por la prensa de *raquítico*, explica que: “El formato respondía a un movimiento renovador emprendido por la Dirección General de Turismo, con una concepción distinta en su diseño con el fin de hacerlos más dinámicos, capaces de ser colocados de forma óptima en cualquier escaparate, y de ser modificados con la sustitución del fotolito...”. También aclara: “con un cartel de menor tamaño se logra mayor agilidad para su distribución y un abaratamiento de los costes”. Parece que esté redefiniendo el papel del cartel como soporte, ya secundario, del medio exterior publicitario, condenándolo a su desaparición, otorgándole un irrelevante protagonismo visual meramente testimonial.

La polémica se repetiría en 1998, aunque ahora no esté circunscrita al formato y al tamaño del cartel. Cartagena imprimió como cartel de su Semana Santa el desfile del Tercio de Granaderos por las calles de la ciudad, y no se acogió exactamente al formato visual estándar de la Dirección General de Turismo, que presenta en 1998 ciertas variaciones y prescinde del luto superior. Lorca, como otras poblaciones, mantuvo los carteles de sus Desfiles Bíblico-Pasionales dentro de los nuevos estándares dictados por Turismo, y colocó en el *afiche* dos fotografías del desfile, carroza y caballería destacando los bordados, y cuatro pequeñas instantáneas procesionales.

Un jurado formado por el presidente del Cabildo, el concejal de Cultura del Ayuntamiento de Murcia, el director general de Turismo, el presidente de la Cofradía de Nuestro Padre Jesús, el director del Almudí, el presidente de la Cofradía del Santo Sepulcro y representantes de otras cofradías pasionarias, otorgan a Rafael Francés el premio de 75.000 pesetas por una fotografía que representa la escena de *Los Azotes* de *El Calvario*, un *paso* de Salzillo que forma parte, Viernes Santo, del desfile de los *moraos*. En marzo de 1997 ya se había hecho público que el cartel pasional del noventa y ocho versaría sobre un motivo de la procesión de Nuestro Padre Jesús. La polémica la sirvió en bandeja el color que rodea la imagen de *Los Azotes*, un fondo rojo que nada tiene que ver con el color morado de la cofradía designada para anunciar los cortejos procesionales. Ante las quejas de los *moraos* tuvo que intervenir el propio presidente de la Cofradía de Nuestro Padre Jesús; “*los diablillos –dice– circulan a veces por las imprentas*”.



(Fig. 303) Tropa. Cartel de la Dirección General de Turismo. *Semana Santa*. Foto: Rafael de los Ríos. Calasparra. 1998.

Un intento de renovación que no parece haya llegado a buen puerto. Quizá por eso en 1999 en Cartagena se vuelve a una foto, ahora de la *Virgen del Amor Hermoso*, insertada en un excesivo recuadro azul al que un filo blanco apenas logra hacerla despegar del fondo. En Lorca se editó un cartel que reproduce escenas de los Pasos Blanco y Azul junto a los emblemas de las seis cofradías lorquinas; sintiéndose discriminados los Pasos Encarnado y Morado; un cartel que no gustó y que hizo decir al presidente del Paso Morado que estaba falto de motivos religiosos. El 18 de febrero de 1999 se presenta a la prensa el cartel de la Semana Santa de Murcia; una fotografía de Andrés Nortés Checa, *Los coloraos y la Catedral*, que ha ganado el concurso, dotado con 100.000 pesetas, convocado por el Cabildo; representa el paso nocturno de la procesión de los *coloraos* bajo la torre de la Catedral; y, por supuesto, ya no queda nada en el cartel que lo vincule al formato gráfico ideado en 1997⁽²⁴⁶⁾. Tallas de Jesús Resucitado fueron motivo de cartel pasional en Alcantarilla y Molina de Segura; en Mula se recurrió a una fotografía del *Monumento al Tamborista*; el *Cristo de la Columna* fue motivo anunciador de la Semana Santa de Fortuna; Yecla reprodujo un cartel de Martín García con *Jesús Nazareno* como motivo pasional; en La Unión, sin embargo, fue una pintura de Asensio Sáez, que recogía nazarenos y escenas de la pasión de Cristo, lo que se imprimiría en el pliego. Más atrevido, el cartel anunciador *XII Encuentro Nacional de Hermandades y Cofradías* concebido por Luis Canicio reproduce un montaje pasional que casi semeja una instalación artística.

En estos años, y si exceptuamos los carteles pasionales, en Murcia los festejos se siguieron anunciando con carteles realizados por pintores. Algunos de esos carteles contaron con textos sobreañadidos que raramente se compusieron, o fueron decididos, por el propio pintor autor del cuadro, o ilustración, base del cartel. Carteles que parecen tener como fin no tanto anunciar los festejos sino seguir engrosando las colecciones municipales. Tónica que será general en los carteles de la ciudad de Murcia tanto en los anunciadores de primavera como de septiembre.

En 1997 el cartel *Fiestas de Primavera* es obra del pintor autodidacta Ginés Vicente, un cuadro que moderniza los bodegones costumbristas y abre una nueva vía iconográfica en la cartelería anunciadora de los festejos primaverales; un bodegón que Gontzal Díez describe: "*Limonos rotundos, pimientos seccionados, una noria, tres extraños recipientes con arabescos y volutas que pueden ser cajas de música o quizá instrumentos para misteriosos hechizos, una mesa de madera que es un paisaje, una chimenea de ladrillos, un cielo que se diluye en azul intenso, un paisaje final que anuncia desierto. Un extraño bodegón realizado por Ginés Vicente (Las Torres de Cotillas 1969) y que se ha convertido en el cartel de Fiestas de Primavera*". El del Entierro de la Sardina lo realiza Pedro Serna; presenta a un grupo de hachoneros; el texto aparece en faldón diferenciado. El del Bando de la Huerta es obra de Domingo, huertanos y huertanas en los jardines de la ciudad disfrutan del bando, barracas, la torre y, al fondo, Monteagudo; una ilustración que Tropa convirtió en cartel anunciador con el añadido de los textos. Carteles que incorporan el nuevo logotipo municipal –que incluye huertana, sardina, fuegos artificiales y torre de la Catedral– para promocionar los festejos abrileros. Excepcionalmente el cartel del Festival Internacional de Jazz en su XVII edición es una fotografía, no una pintura ni una ilustración, que presenta a un músico que parece alejarse cargando con su contrabajo. También se pretende que en julio esté operativa una oficina de turismo a espaldas del teatro Romea.

En septiembre Nicolás de Maya recibe el encargo de realizar el cartel anunciador *Feria de Murcia 1997*. Un cartel que acomete reflejando la fiesta con cuatro personajes, que representan el toreo, el folklore, moros y cristianos, y recinto ferial dedicado a niños y jóvenes, representado con una niña que come una manzana caramelizada; al fondo, tras el río, Ayuntamiento y Catedral. Nicolás de Maya, el pintor ceheginero nacido en 1968, explica: "*Me interesaba realizar una síntesis del espíritu de la fiesta, escogiendo algunos de sus personajes más representativos*". Los hermanos del pintor han servido de modelos. Nicolás confiesa que ha estudiado los carteles antiguos para buscar una nueva visión, una mirada más personal que no cayera en lo excesivamente pictórico. Esa visión de la fachada noble de Murcia desde la margen derecha del río es un motivo recurrente en 1997 en la obra de Nicolás de Maya, pues produjo en el taller La Ermita de Pepe Jiménez una serigrafía que recoge semejante perspectiva a la que aparece en el cartel, con

(246) La Dirección General de Turismo siguió haciéndose cargo de los costos de la cartelería festera, en especial la referente a la *semana pasional*, imprimiéndose los carteles en la Imprenta Regional, organismo que depende de la Comunidad Autónoma. La Imprenta Regional encargaría a un diseñador la materialización gráfica de los carteles a partir de las fotografías o las ilustraciones seleccionadas, sin sujeción a unas normas pre-establecidas en cuanto a diseño, sí en cuanto a dimensiones, pues no debían superar el formato 70x50 cm. Pedro Manzano fue el encargado de componer para el organismo autónomo Imprenta Regional estos carteles. De igual forma la Dirección General de Artesanía canalizó a través del Organismo Autónomo el diseño y la impresión de sus publicaciones; Pedro Manzano se responsabilizó de la edición de numerosos carteles, carpetas y folletos editados desde los centros de artesanía entre 1998 y 2001, buscando una cierta unidad formal, planteada desde la utilización de los recursos tipográficos.



(Fig. 304) Lidó Rico. *Feria de Murcia*. 1998.



(Fig. 305) Nicolás de Maya. *Moros y Cristianos*. Murcia. 1998.

la pasarela y los puentes en atrevida composición. El cartel sería usado, sobre la foto del patio árabe del Casino de Murcia, para ilustrar la caja regalo, conteniendo dos pequeñas espadas-abre cartas, que incluye el programa festero septembrino.

El cartel *Moros y Cristianos, Murcia 1997* lo compone RAM (Ramón Rubio González); rostros de mujer mora y cristiana rodeados de los emblemas de Kábilas y mesnadas del bando moro y cristiano, pintura un tanto ingenuista de compleja lectura.

Un óleo de Antonio Sánchez, que recoge un personaje femenino –su propia esposa–, entre rosales, vistiendo traje regional en el Malecón, al fondo edificios de la ciudad y la torre de la Catedral, en la mano una transparente copa de agua –un guiño a la ancestral necesidad hídrica de la región y a un pintor, Ramón Gaya, en cuya tradición bebe Sánchez– sirvió de motivo anunciador en el cartel *Fiestas de Primavera 1998*. Una pintura enmarcada en un ligero tono rosáceo, con el texto azul en la parte inferior, totalmente ajeno al motivo del cartel.

El 1 de marzo de 1997, con un año de antelación, ya era sabido que Pedro Cano, el pintor de Blanca, sería el encargado de realizar el cartel anunciador del Entierro de la Sardina del noventa y ocho. Cuando Martínez de la Vieja lo entrevista para *La Verdad*, con motivo de haber sido elegido Gran Pez, Cano exclama *¡Ya estoy pintando una sardina!* El pintor se ha ofrecido voluntariamente para plasmar en un lienzo la experiencia que piensa vivir como Gran Pez; y avisa que piensa pintar una sardina “*asada que es como resulta más auténtica*”. Un cartel que supondrá un homenaje a su familia. Pedro Cano aclara en la entrevista: “...*A mi me gusta tocar la vida con las manos. Las mías huelen a aguarras y a pescado, del que vendo cuando estoy en Blanca, pues me gusta ayudar en el negocio familiar.*” En realidad, el blanqueño aportará una nueva visión al festejo del Entierro; el cartel recoge tres visiones de una sardina: nadando en el mar, asada en la parrilla, y la raspa que queda tras ser comida; un cartel sin alharacas ni jolgorio, sin fuegos, hachones ni bengalas, pero sugerente y elegante, un cartel memorable, sin duda; en el que la sardina parece por primera vez como protagonista ajena al entierro, una referencia a las sardinadas con que los sardineros presentan cartel y festejos.

De igual forma, y como era habitual, el cartel del Bando de la Huerta de 1998 recurriría a otra pintura como motivo gráfico.

Lidó Rico idea el cartel (Fig. 304) *Feria de Murcia 1998*. Conceptual, a partir de fragmentos de la persona humana; aquí las manos que se abren en señal de acogimiento hacia una estructura superior construida con disposición tipográfica recordando el arco de entrada al recinto ferial.

El cartel *Moros y Cristianos 1998* lo realiza Nicolás de Maya para Garriga Diseño, que presenta dos impactantes rostros masculinos que refieren moro y cristiano (Fig. 305).

En 1999 el cartel *Fiestas de Primavera* vuelve a la idea del bodegón que realiza ahora Paco Bernal; un bodegón con maceta de geranios, margaritas, pajaros, unas castañuelas y partitura de la Parranda; una pintura, en total sintonía con el cuadro presentado por el pintor al III Premio Párraga convocado por CajaMurcia ese año y a la exposición que colgaría en la sala Art Nueve en octubre del 2000, un homenaje “*al ansia de vivir que representa la música*”; con faldón para textos desvinculado de la pintura, salvo en los tonos verdes que hacen de nexo con la maceta y las margaritas caídas en la mesa; se imprimieron 1.000 ejemplares de tamaño grande. El cartel del Entierro de la Sardina, un hachonero desfilando ante el gentío, es una obra de José María Falgas de la que se reprodujeron 5.000 unidades. El cartel del Bando de la Huerta se diseñó a partir de una pintura de sabor añejo, una estampa popular con huertanos, huertanas y caballerías al amparo de la Torre, de Saura Mira, que Pedro Manzano terminó de componer añadiendo los textos. Para anunciar el desfile Murcia en Primavera aportó obra el fotógrafo Francisco Carrión; cisnes de cartón piedra, detalle de una carroza del renacido desfile de la Batalla de Flores, ilustraron los 500 carteles.

El programa de fiestas de 1999 se incluyó formando parte de un cuento del periodista García Martínez, con despleables ilustrados por Juan Escribano; se editaron 7.500 ejemplares. Ciertamente los programas de festejos murcianos, que otrora habían convalidado colas y expectativas a su reparto, habían devenido ya menos ansiados por ciudadanos y coleccionistas. A pesar de que se había intentado mantener similares niveles de originalidad. Caballitos de madera contenidos en una cajita; agua de colonia en envase con ilustración de Ramón Gaya; pequeña cajita metálica reproduciendo el cartel...

En 1999 Esteban Linares anunció la Feria de Murcia con una vista de la ciudad y la torre de la Catedral, en rojo, destacando sobre los edificios. Una obra muy en sintonía con las pinturas y serigrafías que realiza el pintor esos años y muestran vistas de Murcia, el río y sus puentes.

Otra pintura de RAM, con los rostros superpuestos de moro y cristiano, sirvió de motivo anunciador de las Fiesta de Moros y Cristianos en 1999.

Al acabar el siglo los carteles de festejos de la capital de la región han devenido meros cuadros que responden más al estilo del pintor, del artista, que al objeto que anuncian y los demanda. Carteles, cuyo atractivo depende de la calidad del pintor que realiza la obra. Todas las antiguas polémicas sobre la naturaleza y función del cartel han quedado reducidas a inoperante literatura.

En Cartagena las fiestas de Cartagineses y Romanos se anunciaron con carteles cuya imagen era premiada en concurso. En 1997 un *gladio* y una instantánea de fuegos artificiales sobre el campamento festero, compuso el cartel, creado por Ángel M. Tarifa Díaz, y anunció los festejos. En 1998 se recurrió a una fotografía de las insignias de tropas y legiones bajo afiladas puntas de *hastae*, un trabajo de J. Antonio Lorca que sirvió para diseñar el cartel. El concurso se declaró desierto en 1999, y se le encargó el cartel al pintor cartagenero Enrique Nieto, que lo concibió enfrentando dos barcos en el puerto de Cartagena, con los símbolos del festejo –la cuádriga romana y el caballo bajo la palmera, que representan a romanos y cartagineses– grabados en sus velas. Una fórmula, la del encargo directo, que tendrá continuidad.

Entre 1997 y 1999 verían la luz en la región otras propuestas gráficas y otros carteles –algunos editados, como ya se ha citado, ajustándose al formato de turismo planteado por la Consejería y creado por Montero–. De todas ellas citaremos aquí las que, a nuestro parecer, resultan más significativas e interesantes.

Totana edita en 1997 un cartel turístico realizado a partir de una pintura de Muher que representa la Fuente de Juan de Uceta y la Casa de las Contribuciones o Casa del Arcediano; Francisca Muñoz explica el sentido del cartel el 9 de diciembre: “Queríamos pintar la Fuente de Juan de Uceta porque es uno de los monumentos que caracterizan a Totana, pero desde una perspectiva distinta”; el cartel, que tenía unas dimensiones de 100x70 cm, se acompañó con la edición de una carpeta-estuche conteniendo 12 postales con otros rincones de Totana, tal que fuera un paseo por la localidad, recogido a través de los cuadros que Muher expuso, como complemento a la campaña promocional de la ciudad, en la Casa del Arcediano. Gaya realizó en 1997 el cartel de la Feria del Libro, representada por un personaje leyendo; personaje que ya había aparecido en la obra *El catálogo* realizada por el pintor en 1991, una litografía iluminada con acuarela y gouache por el artista que formó parte de la exposición “El Museo del Prado visto por 12 artistas contemporáneos”, y aún antes en el cartel de Gaya *VIII Feria del Libro Antiguo y de Ocasión* impreso en Madrid en 1984. Tropa realiza a partir de fotos de Díaz Burgos y José Luis Montero, el programa gráfico “Conoce a fondo Cartagena”; una propuesta de la Dirección General de Turismo que pretende dar a conocer rutas culturales y de turismo activo en la comarca cartagenera. Con motivo de la celebración, en 1997, del Año Europeo Contra el Racismo la Concejalía de Juventud del Ayuntamiento de Murcia acomete la campaña *Los Jóvenes por la Tolerancia*; folletos y carteles (Fig. 306), que diseña Pedro Manzano.

La Concejalía murciana de Urbanismo aplicó mano dura contra vallas publicitarias y cartelones. Se exigiría que las empresas de publicidad exterior se inscribiesen en el recién creado registro municipal de publicidad y se adaptasen a las normas que impedían atender contra el paisaje, ajustándose a las normas de seguridad vial en carreteras. Hay 500 vallas irregulares en el municipio que no cumplen la nueva normativa. La prensa indica en octubre que la normativa, aprobada nueve meses antes, lleva camino de convertirse en papel mojado. Los carteles siguen pegados en farolas y señales de tráfico, y las vallas proliferan en los accesos a Murcia.

Bajo el lema «Usa la calle. Disfruta de tu ciudad» el Ayuntamiento capitalino pone en marcha la campaña para poner coto al botelleo, con importantes sanciones de 25.000 pesetas por consumo de bebidas alcohólicas en la vía pública y de 500.000 pesetas por



(Fig. 306) Pedro Manzano. *Concierto Contra la Intolerancia*. Murcia. 1997.



(Fig. 307) Pablo Macías. *Quiérete tú. Denúnciale...* 1999.

(247) En 1999 se editó carpeta para promocionar *Murcia Tierra Dentro*, que diseña Pedro Manzano con acuarelas de Mateo Bovet que recogen el Valle de Ricote: Blanca, Ojós, Ricote, Archena, Villanueva, Ulea y Abarán; impresas sobre una cartulina Conqueror para potenciar la idea de acuarela original. Bovet ya había trabajado este tema en carteles, siguiendo los pasos de Alfredo; recogiendo los 45 municipios de la región bajo la denominación *Descubre Murcia*, un *afiche* editado para el Día de la Región en 1992, y en el cartel reproduciendo vistas de la Catedral realizadas a plumilla en 1994.

(248) Como se ha señalado la crisis económica que se produjo tras los fastos del "92" fue de ámbito general en todos los sectores productivos del país, y tuvo su reflejo en las artes gráficas y en las imprentas, aunque este sector fuera considerado en expansión. En 1995 los problemas, más allá de los impagos acumulados provenientes de los encargos institucionales o particulares, estaban muy vinculados al precio de las materias primas y a la necesidad de renovación tecnológica del sector; una verdadera revolución que acabó por modificar las técnicas de impresión y a requerir la actualización de los profesionales de artes gráficas. Considerable subida del precio del papel. Necesidad de inversiones en tecnología, ordenadores, filmadoras, escáner... Los últimos modelos de filmadoras trabajan directamente sobre la plancha prescindiendo de fotolitos. El laboratorio de una imprenta acabó sustituido por procedimientos informáticos y electrónicos. El plastificado se impone para realzar colores o diseños en catálogos y posters. Incluso los componentes contaminantes de las tintas comienzan a ser remplazados por aceites vegetales, pigmentos orgánicos y resinas naturales. Se hizo necesaria la formación de diseñadores y operarios en maquetación y edición con Quark X Press, Free Hand, Photo Shop e Illustrator; para diseñar, ilustrar, editar imágenes y realizar montajes gráficos de cualquier tipo. Los años que median entre 1995 y 2000 las artes gráficas tuvieron que remontar dificultades económicas y necesitaron invertir en equipos, tintas, maquinaria, tecnología, materiales, servicios y formación. Una verdadera revolución.

expendirlas a menores de edad, una campaña que parece que no tuvo demasiado efecto pues el botelleo continuaría. Severo Almansa realiza la gráfica de los Cantos de Mayos en Murcia; una cruz florida sobre fondo azul celeste en abril de 1998. Contraplano realiza para la Consejería de Sanidad y Política Social una campaña contra la cocaína y el consumo de bebidas alcohólicas; folletos explicativos con una excelente combinación de fotografía y dibujos de Chipola. Tropa diseña, en 1998, la revista de la Dirección General de Turismo *Murcia Región Cálida, Ciudad Abierta*, cuyo fin es publicitar la región como encrucijada de caminos y destino turístico.

El 15 de enero de 1999 la Federación de Asociaciones de Vecinos de la Región de Murcia pone en marcha una campaña contra la violencia doméstica: *Quiérete tú. Denúnciale. Si te pega no te quiere*, anunciada con carteles de Pablo Macías que muestran el puño cerrado de un maltratador (Fig. 307). Se editan carteles anunciadores para promover el "Día sin coches" en la ciudad de Murcia. La sala de Verónicas organiza en febrero de 1999 una exposición de John Heartfield con fondos del IVAM. El cartel *Carnaval de Cartagena 1999* lo hace el pintor Javier Lorente; una máscara que incorpora la recreación del teatro romano en vías de recuperación. El cartel *Murcia Tierra Dentro* gana el Primer Premio de la Feria de Turismo Rural que celebra Valladolid; muestra la foto de un paisaje otoñal de La Rogativa en Moratalla; lo ha publicado la Dirección General de Turismo y recoge la denominación utilizada para promocionar el turismo de interior; un cartel sometido al característico estilo de Tropa⁽²⁴⁷⁾. Se presentan en FITUR carteles para anunciar *Lorca Taller del Tiempo*. Gaya realiza en febrero el anunciador *Carnaval del Cabezo de Torres*; un arlequín sin rostro, con máscara en la mano. Mestizo edita *Ciencia y Ficción* de Fontcuberta. En marzo, Martínez Gadea presenta la imagen *Centro Comercial Abierto* promovida por el Ayuntamiento de Murcia. A finales del mismo mes Publicidad Líquida presenta la campaña sobre el agua *No la dejes correr*, que cuesta 18.000.000 de pesetas e imprimió 5.000 carteles con la poco original foto de un grifo abierto. En abril se editan carteles anunciadores del campo de trabajo de Coy. Cartel jumillano, una composición fotográfica, anuncia el XII Encuentro de Cofradías y Hermandades, a celebrar en septiembre.

Meses antes, el 18 de marzo de 1999, Antonio Parra entrevista para *La Opinión* a Ángel F. Saura que expone en la galería La Ribera desde el día 11. El periodista pregunta: "¿Qué ha hecho todos estos años el excelente fotógrafo?". Saura responde: "profesionalmente he estado trabajando en el área industrial". Y, ante la insistencia de Antonio Parra, que vuelve a inquirir: "¿Qué ha pasado durante este tiempo para que alguien tan presente en el diseño o la cartelería de hace unos años prácticamente desapareciera de ese ámbito?". Fernández Saura se retrotrae al comienzo de la década y a las expectativas creadas en el tiempo de la Exposición Internacional de Sevilla: "La crisis del 92 fue muy dura⁽²⁴⁸⁾. La época de la Expo de Sevilla fue muy brillante para todos, y después vino la gran caída. Aunque ahora ha vuelto con las nuevas tecnologías, con el ordenador, la verdad es que en aquellos años no me adapté, pese a haber hecho cursos de diseño por ordenador". Cita además el fotógrafo otras razones: "La producción de diseño gráfico ha caído mucho en Murcia, está en un momento muy bajo, sobre todo en el caso de las instituciones, que realmente son las que se pueden permitir el lujo de invertir en diseño". Ángel Saura pone el ejemplo del último Murcia Joven, según él un atentado a la profesionalidad de los diseñadores. Y finalmente remata: "El cartelismo ha bajado mucho, la publicidad se ha vuelto ambigua y clásica".

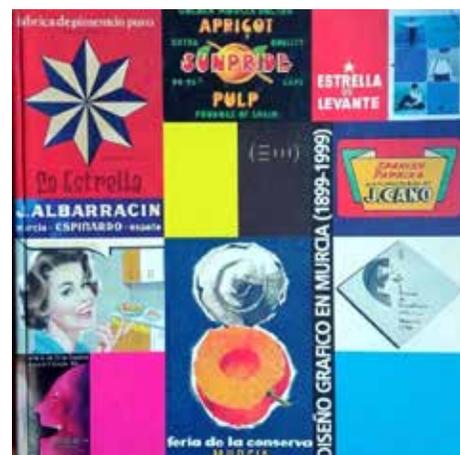
La conclusión de Saura es patente en la cartelería que se imprime en la Región de Murcia al final de los noventa. La pintura domina los carteles, en especial los referidos a festejos tradicionales. Salvo raras excepciones —la cartelería pasional siguió recurriendo a la fotografía de aficionado en general—, los carteles se encargan a pintores, porque les toca o porque se considera un pintor adecuado para ir completando las colecciones municipales, de agrupaciones o de cofradías. Es cierto que, a veces, la capacidad gráfica de un pintor o su propio estilo produce piezas memorables, como ocurre con el cartel *Requiem de Brahms*, unas expresivas manos en el interior de una cruz, realizado en marzo de 1999 por Martínez Mengual para divulgar una actuación de la Orquesta Nacional de Moldavia y el Coro de la Filarmónica de Transilvania, que actuaron en la Colegiata de San Patricio de Lorca el día 24, el 26 en la Catedral de Murcia, y el 27 en la Caridad de Cartagena, con patrocinio de CajaMurcia.

El diseño se verá recluido a la realización de puntuales campañas publicitarias institucionales. Sometido al empuje de las tecnologías de la información y la comunicación. En 1999 Murcia implanta una red informática para venderse turísticamente: "Murcia data". No parece que el cartel sea ya asunto prioritario y relevante, ni aun en la venta de imagen y productos turísticos.

Será sin embargo 1999 un año en el que se revise por primera vez, y de forma comprometida, la trayectoria recorrida por el diseño en Murcia. Al amparo del Centenario de la Cámara de Comercio se celebra, en la sede murciana de la institución, una magna exposición comisariada por José María Hervás Avilés, "Diseño Gráfico en Murcia (1899-1999)". La muestra se articuló en seis apartados: Modernismo y tipografía (1899-1920); Artistas y diseño gráfico, el auge de la edición (1920-1936); Envases: Metalgráfica, cartón y vidrio; Etiquetas y envoltorios; Un largo paréntesis (1940-1980); y El diseño a partir de los ochenta. La exposición quedaría recogida en un libro de formato medio, 23x23 cm, y tapa dura, con abundantes reproducciones a todo color y textos introductorios para cada sección, que maquetó y diseñó, admirablemente, Severo Almansa (Fig. 308). Exposición y publicación que pasaría a ser de obligada referencia en cualquier consulta y reseña sobre diseño en Murcia.

Parece que estemos adentrándonos en tiempos de catalogación y revisión, un síntoma de que aquel empuje, que había convertido el diseño murciano en un referente nacional, parece haberse detenido o, al menos, ralentizado.

El 13 de junio de 1999 el Partido Popular obtiene de nuevo el triunfo en la Región de Murcia, la mayoría absoluta. Los socialistas han presentado como candidato a Ramón Ortiz. Ángel Montiel le saca punta a la publicidad realizada en carteles y vallas por el PSOE en la fase de precampaña; carteles que recogen mensajes sectoriales de educación, sanidad y agua, entresacados del programa electoral, y dan idea de por donde apuntan los mensajes fuerza de la oposición socialista. Montiel escribe en *La Opinión*, en su columna "la Feliz Gobernación", el 4 de febrero. "...esta precampaña no incluye eslogan alguno, sino una serie de frases que inciden en los asuntos de principal referencia de la política socialista y marcan en grandes caracteres el nombre del candidato. ...el candidato se presenta sonriente, en una pose informal, sin mirar directamente al espectador... y con un porte sencillo muy característico de él: jersey colgado a la espalda con mangas sobre los hombros, primer botón de la camisa abierto y, naturalmente sin corbata. Podría decirse que si no fuera por la rosa –o la alcachofa– ...remite a los folletos sobre materias de seguros" Demoledor. La vulgaridad estandarizada, de la cartelería y vallas de las campañas políticas, no solo es monótona y cansina, sino que en el caso del PSOE ni siquiera ha estado a la altura de lo previsible. Y eso que, según el estudio nº 2.361 *Postelectoral Elecciones Autonómicas 1999 Región de Murcia*, realizado por el CIS en junio, el 66,1 % de los encuestados ha obtenido información de la campaña a través de material impreso: carteles, folletos o anuncios.



(Fig. 308) Severo Almansa. *Diseño Gráfico en Murcia (1899-1999)*. Catálogo. 1999.

TRAS-PASAR EL VACÍO



JOSÉ MANUEL BALLESTER

Severo Almansa / Rosa de la Obra. *Traspasar el vacío*. José Manuel Ballester. Catálogo. Edita Centro de Arte Palacio Almodí. 2009.

8 PUBLICAR, EDITAR... DISEÑANDO LA VISIBILIDAD DEL ARTISTA

Ángel F. Saura ha sido certero señalando la crisis del cartel, y sus causas, en Murcia, a finales de los noventa, pero no podemos obviar la importancia que iría adquiriendo la edición entre 1992 y 2009, sobre todo de catálogos de arte, para difundir muestras y exposiciones, acompañados generalmente con el complemento de cartelería. Auge auspiciado, especialmente, por dos instituciones: el Ayuntamiento de Murcia, desde el Almudí⁽²⁴⁹⁾, y la Consejería de Cultura desde sus espacios expositivos, San Esteban y Verónicas en Murcia, y el Palacio de Aguirre en Cartagena. Pronto este auge de la edición editorial, vinculada al mundo del arte y a las exposiciones, se extendió a otras instituciones, públicas y privadas, a galerías de arte, fundaciones y otros espacios dedicados a exhibiciones artísticas, a imprentas y editoriales.

Antonio Parra recoge, en las páginas de cultura de *La Opinión*, el 17 de marzo de 2002, con motivo de la reseña de la exposición que Miguel Fructuoso celebra en la Galería T20, y bajo el titular "T20 inicia con Fructuoso una colección de libros de arte", lo que califica como un nuevo momento de actividad editorial vinculado a las artes plásticas:

"La Región vive un buen momento –o al menos un momento de mucho movimiento– en torno al arte, y ello independientemente de las políticas oficiales en este terreno. Una nueva generación de artistas, sin complejos, conocedores de lo que se hace en otras latitudes, ha irrumpido con fuerza en los últimos años en torno a premios como el Murcia Joven o el de la Cámara de Comercio. Un ejemplo es el propio Fructuoso, pero se puede hablar de una docena de nombres más que comienzan a sonar fuera, en parte también porque las propias galerías los dan a conocer.

Y en el campo de la edición, además de las iniciativas de T20, tanto la revista Cave-canem como ahora la edición de libros, hay que hablar también del proyecto, que ya empieza a consolidarse, de Ángel Pina, con lujosos libros que incluyen obras originales de los artistas que ilustran grandes obras clásicas, como el de Manolo Belzunce dedicado a la Divina Comedia, o el último, presentado en Arco: El Cantar de los Cantares, ilustrado por Ouka Leele y con un texto de Luis Alberto de Cuenca.

Este último libro-objeto fue también presentado en Murcia, en el Palacete de la Seda, hace unos días, con asistencia de la fotógrafa..."

La edición en Murcia, referida a las artes plásticas y visuales estaba, diez años después de la Expo'92, en pleno apogeo. Podríamos citar un solo ejemplo, suficientemente significativo, para dejar constancia de ese auge y dispendio en los productos editoriales; una publicación, un diseño editorial salido del estudio de Tropea, probablemente el estudio más relevante en la región a lo largo de más de veinticinco años en lo que respecta al mundo de la edición: En 2001 Cristina Morano y José Luis Montero diseñan un libro que recoge los bocetos de Pedro Cano para *El Paño de La Verónica*; se editaron 500 ejemplares de una publicación que se presentó envuelta en lienzo natural. El 6 de abril el pintor manifestaría que "El libro recoge los sentimientos que lo acompañaron en el proceso creativo". Sí, un excelente ejemplo del auge y el cuidado, de la trascendencia de las publicaciones que se acometen en el territorio regional.

(249) Valgan como ejemplo los cuatro anuarios editados por el Centro de Arte Palacio del Almudí, referidos a las temporadas 1991-1992, 1992-1993, 1993-1994 y 1994-1995, concebidos por Pedro Manzano buscando la unidad formal: formato 32x24 cm, material de impresión y apariencia gráfica con dominio del blanco como color transporte y un fragmento de la fachada del Almudí; y el catálogo de publicaciones del Centro de Arte. Recogieron las exposiciones y Contraparadas, y las ediciones de cartelería y publicaciones que en torno a estas actividades se realizaron esos años.



(Fig. 309) Julio García Abril/Pedro Manzano. *Contraparada 14*. Murcia. 1993.



(Fig. 310) Vicente Martínez Gadea. *Contraparada 16*. Murcia. 1995.

Tendría que llegar 2009, y patentizarse la crisis económica que se instaló y afectó a todo el sistema, para que comenzara el declive de las publicaciones que giraban en torno a las artes plásticas y visuales y al propio engranaje expositivo, alargando los tiempos de las exposiciones en instituciones públicas o en galerías y salas privadas, reduciendo costos en el material impreso y recurriendo, cada vez en mayor medida, al empuje que marcan las redes sociales. Apuntemos aquí, para remarcar lo antedicho, dos ejemplos diametralmente opuestos al reseñado en el párrafo anterior: El pequeño catálogo, de apenas veinticuatro páginas, diseñado por Pedro Manzano, y compuesto por José Buitrago, para difundir la exposición “Caja de Agua” de Perla Fuertes, inaugurada en diciembre de 2017 en la galería Bisel de Cartagena –catálogo que no contó con soporte impreso, difundándose a través de correo electrónico y wasap–; y los magníficos carteles digitales de Martínez Gadea para difundir, con el soporte de wasap, las actividades que organiza la Real Academia de Bellas Artes Santa María de la Arrixaca entre los años 2017 y 2024; una feliz e inteligente variante de los populares *memes*.

Analicemos, siquiera someramente –pues el asunto daría pie, por sí mismo, a un extenso estudio–, el auge y caída de este fenómeno editorial en la treintena larga de años que median entre 1993 y 2024; las publicaciones acometidas desde instituciones públicas y, también, desde organismos y empresas privadas.

Comencemos por los carteles y los catálogos publicados por el Centro de Arte Palacio Almuñé. Los relativos a *Contraparada* desde 1993, otras publicaciones del Centro y las ediciones propiciadas por las distintas salas y espacios expositivos del Ayuntamiento de Murcia.

Julio García Abril y Pedro Manzano continuaron desarrollando la imagen de *Contraparada 14* y *Contraparada 15*, a partir del juego visual aportado por el número de la edición de la muestra de arte. La sombra proyectada del número 14 sobre fondo amarillo en 1993 (Fig. 309); y un 15, compuesto con coloridos campos geométricos de color para la edición de 1994. El formato para la caja automontable, contenedor de los catálogos, siguió adecuándose a las medidas 30x21 cm. El cartel *Contraparada 16* fue, sin embargo, una creación de Vicente Martínez Gadea que, en homenaje a la reconocida trayectoria del certamen, lo compuso reproduciendo todos los carteles anteriores que dejaron reservado en negativo el número 16 de la convocatoria (Fig. 310). Una convocatoria cuyos catálogos diseñó Julio García Abril. Una propuesta gráfica que significó, al menos puntualmente, el cierre de ciclo en contenidos y en identidad visual.

En 1996 *Contraparada 17* se organizaría al amparo de la nueva corporación municipal, lo que supondrá un cambio en las directrices de los contenidos y la propia imagen de la muestra. Julio García Abril y Pedro Manzano volverían a diseñar en equipo carteles y catálogos. Los catálogos se plantearon con unas medidas de 28x28 cm reforzando el carácter de una publicación tipo libro; esto es así porque los contenidos a exponer girarán en torno a una propuesta unitaria: “El legado de la escultura. Murcia 1243-1811”. La cartelería se editó en pliego estándar de 100x70 cm; aunque también se editarían carteles para *muppys*. La numeración pasó a ser un simple sello, inserto en un círculo, que acompaña la imagen principal, aquí un detalle del *Arcángel San Miguel*, la talla policromada de Roque López, que pasa la espada que esgrime por la “D”, la séptima letra, del título de la exposición monográfica.

Contraparada 18 contó, en 1997, con los mismos diseñadores: Pedro Manzano y Julio García Abril. Con el mismo formato para cartel y catálogo. De igual forma la numeración es, de nuevo, asunto secundario, otro sello semejante al de la edición anterior: círculo con el número y, alrededor, Arte en Murcia y *Contraparada*. La imagen es ahora un fragmento del cuadro de Atienzar Sala *Barrio de San Antolín*. Elegido porque la pintura habla de una época concreta de Murcia: el cambio de siglo. Un cuadro no demasiado conocido, en tonos ocre y dorados, que encaja bien con el título de la muestra: “Murcia, 1902-1936. Una época dorada de las artes”.

García Abril y Manzano aportaron idéntica solución para la 19 edición de *Contraparada* en 1998. Semejante sello para la numeración e idénticas medidas en las publicaciones. La imagen principal, usada como portada de catálogo y cartel, es una pintura de Mariano Ballester sujeta a la técnica del *dripping* de 1960: *La Catedral de Murcia*. Una pintura realizada finalizado el periodo que recoge la exposición: “Murcia, un tiempo de

posguerra, 1930-1956". De nuevo es una imagen de la ciudad, que busca dar continuidad a estas monografías locales en que ha devenido Contraparada, reforzando la idea de colección y secuencia en las publicaciones.

Otra vez se recurriría al sello para marcar la convocatoria Contraparada 20 en 1999; volviendo a incidir en el recurrente recurso gráfico para mantener la apariencia secuencial de la muestra. Idénticos formatos y semejantes planteamientos en la maqueta de carteles y catálogo. García Abril y Pedro Manzano utilizaron el fragmento del cuadro de Pedro Orrente *Abraham partiendo de Jaram a Canán* para divulgar la muestra expositiva. Cuadro elegido porque se trata de uno de los pintores más importantes del periodo expuesto: "El legado de la pintura. Murcia 1516-1811", y porque la pintura seleccionada tiene reconocibles elementos visuales, cromáticos e iconográficos –con ese personaje de penacho rojo– muy identificativos del pintor.

Los dos diseñadores seleccionarían el cuadro de Aurelio de 1970 *Puente Viejo de Murcia* –una imagen complementaria de los motivos elegidos en ediciones anteriores– para construir la propuesta gráfica de Contraparada 21 en el 2000. Muestra expositiva que giró en torno al tema "Murcia, 1956-1972. Una ciudad hacia el desarrollo".

Cargando alforjas y Huertano –cuadro reproducido casi a tamaño del original– de Inocencio Medina Vera, serían portada de catálogo y cartel; dos imágenes distintas, elegidas por los diseñadores, que reproducen motivos del pintor y acentúan el carácter costumbrista de su obra, en la edición numerada 22 de 2001, que se articuló como una monografía del pintor archenero. Idénticas medidas para cartel y catálogo, idéntica idea de sello en la numeración de la edición.

Seis ediciones de Contraparada que han dado lugar a seis sendas publicaciones, que casi son una continuación de aquella de 1990 cuyo diseño se debe a Severo Almansa: *Murcia Barroca*. Otro ciclo que parece cerrarse.

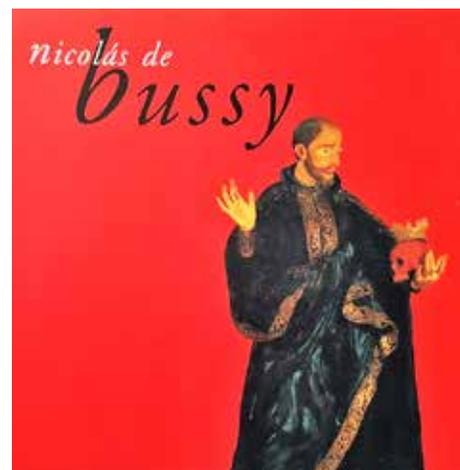
Contraparada 23 supuso una vuelta a la caja catálogo, conteniendo las tres muestras expositivas del evento en la primavera de 2002. Un juego en verdes, positivos y negativos, con el número anunciador de la edición, impreso en relieve seco, y los textos Contraparada y Arte en Murcia de protagonistas (Fig. 311). Toni Catany en los Molinos del Río, Esteban Vicente y José Carrilero en el Centro de Arte Palacio Almuñé. Una propuesta que pretende retrotraerse a los viejos tiempos del certamen artístico murciano. Nuevo packaging en formato 28x28 cm, y de nuevo la numeración secuencial como absoluta protagonista del cartel. Una gráfica –cartel, catálogos, invitación...– que diseñó en solitario Pedro Manzano.

Contraparada 24 revisó en 2003 la obra de Nicolás de Bussy. José Luis Montero (Tropa) diseñó la gráfica que recoge la monografía sobre el escultor del siglo XVII. Libro que mantuvo el formato de ediciones anteriores, 28x28 cm, con el número secuencial en segundo plano (Fig. 312), y un cartel anunciador que abundó en el color rojo, vinculando al escultor con la Archicofradía de la Sangre presta a celebrar su 600 aniversario, y que fue la que encargó al escultor de Estrasburgo sus esculturas patrimoniales. Para la portada de catálogo y cartel se eligió un contrapunto al rojo dominante, el detalle del *San Francisco de Borja* que medita sobre la muerte contemplando la coronada y rojiza calavera que alude a la esposa de Carlos V, la emperatriz Isabel de España.

Del diseño gráfico de Contraparada 25 se responsabilizaría José Luis Montero, que volvió a plantear una caja conteniendo tres catálogos. Una vuelta a la estructura editorial de la 23ª edición, presentada con un número seccionado en dos mitades, extrafina y bold, casi un recordatorio que parece referir las aguas que acumula y reparte la Contraparada del Segura. De nuevo un fotógrafo, Rafael Navarro; un artista murciano, Manuel Avellaneda y una figura del arte internacional, Manolo Valdés. Los carteles alargados, de pequeño formato, recogieron en tres versiones del mismo modelo una obra de cada uno de los autores. Una estructura gráfica para los catálogos que no se abandonará ya en las últimas ediciones: Contraparada 26, 27 y 28, diseño de Pedro Manzano. Carteles, caja contenedor y catálogos que dan absoluto protagonismo al número de la edición, y jugaron con tintas y tonos metalizados y negros, publicaciones que recogen en una caja de 28x28 cm los libros de las muestras: Venacio Blanco, Pepe Yagües y Escultura Española Contemporánea, en Contraparada 26; Genovés, Gómez Cano y Cinco Miradas (5 fotografías murcianas), en Contraparada 27. En 2007, tras 28 años de andadura, Contraparada llega a su final con una muestra que recoge la



(Fig. 311) Pedro Manzano. *Contraparada 23*. Murcia. 2002.



(Fig. 312) José Luis Montero. *Nicolás de Bussy*. *Contraparada 24*. Murcia. 2003.

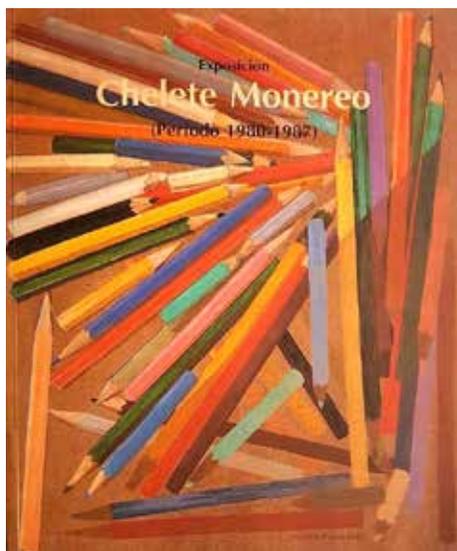
obra de Francisco Toledo, Carpe y Rosa Martínez Artero y que, como las anteriores, ha estado bajo la dirección de Martín Páez.

Pasemos a revisar los formatos editoriales del Centro de Arte y los de otros espacios expositivos municipales de la capital de la Región.

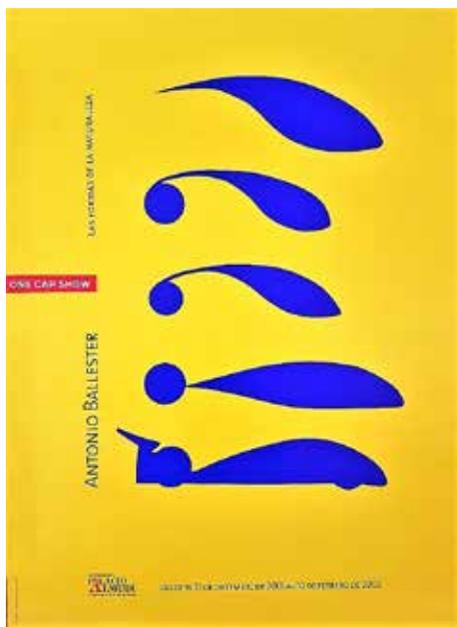
Aquel planteamiento de catálogo con formato 26x21,5 cm, aquella estructura de publicación, concebida por Martínez Gadea y Severo Almansa, que había recogido la muestra "Luis Garay. Exposición Antológica 1893-1956" en febrero-marzo de 1987 – incluso aquel pliego-cartel de 100x70 cm–, unificará los formatos de las distintas publicaciones del Almudí, y mantuvo la idea de costos ajustados, manejabilidad, idea de libro por encima de artefacto... hasta el año 2009, en el que una exposición de circuito, "Veinte artistas de la nueva generación", montada ese año en las salas del Almudí y recogida en un catálogo diseñado por Campillo y Nevado S.A., una empresa de artes gráficas ajena a la región, cerró la dilatada andadura de una propuesta gráfica de largo recorrido. Un recorrido en el que se han visto implicados múltiples autores como artistas expuestos o como diseñadores de la cartelería y las publicaciones editadas, que han podido ajustarse a unos inteligentes planteamientos gráficos, dúctiles, elegantes y, sobre todo, eficaces. Citaremos aquí algunos de esos autores y algunas de las colaboraciones –diseño de carteles y catálogos– que consideramos destacadas, más allá de los primeros catálogos, algunos ya citados, realizados por Vicente Martínez Gadea y Severo Almansa. José Luis Montero: *Joan Fontcuberta. Ciencia y ficción*, octubre-noviembre 1987; *Almela Costa, exposición antológica*, febrero 1989. Severo Almansa: *Chelete Monereo (período 1980-1987)* (Fig. 313), febrero-marzo 1988; *González Moreno. Esculturas*, octubre-diciembre 1989; *Avellaneda*, mayo-junio 1997. Paco Salinas: *El eco*, enero-febrero 1991. García Abril: *Escultores y pintores de la Academia Alfonso X*, 1991; *Realidades*, mayo-junio 1997. Pedro Manzano: *Muher*, octubre-noviembre 1993; *Ramón Gaya*, marzo 1995; *Aurelio. Panta Rey. Pinturas 1990-1997*, febrero-marzo 1998; *Pepe Yagües. Paisaje humano*, octubre-noviembre 2000; *Luis Garay 1893-1956. Pintor y diseñador*, diciembre 2006-enero 2007. Tropa: *José Molera. Esculturas*, septiembre-octubre 2000. Pablo Portillo: *Manolo Belzunce. El jardín de los suplicios*, febrero-marzo 2000; *Luis Manuel Pastor. Pretextos*, mayo-junio 2004; *Esteban Campuzano. Momentos*, diciembre 2007-enero 2008. Ana Cortils: *Eduardo Cortils*, enero-marzo 2001. Eduardo Saro y Javier Mañas: *Antonio Ballester. One car show*, diciembre 2001-febrero 2002 (Fig. 314). La Bauhaus Española: *Baltazar Torres. Hierbas dañinas*, mayo-julio 2005. Severo y Vicente han ideado un producto de calado incuestionable, como indica esta breve reseña.

Las publicaciones antes citadas no serían el único vehículo oficial para difundir las muestras del Almudí. Introduciéndose nuevo formato y criterio en la composición de los catálogos –y de los carteles, acogidos a veces a formatos especiales; un ejemplo la gráfica de Tropa en 1998 para el cartel *Colecciónarte 98*– desde 1995; formato que se alternaría con el anterior y que tuvo como excusa para su implantación el recoger muestras de artistas de reconocida relevancia en el panorama nacional, el que se imprimiesen para las actividades expositivas celebradas en el Palacio Almudí con motivo de la Feria Taurina o, ya a partir del 2003, sirvieran para recoger la obra de pintores murcianos de finales del siglo XIX. El diseñador que tuvo a su cargo el diseño de estos catálogos y carteles fue, principalmente, Pedro Manzano. El primer catálogo con estas características se realizó con motivo de la exposición "Pablo Serrano"; para la portada de la publicación y el cartel se reprodujo un detalle de la pieza *Drama del Objeto*, realizada por el escultor hacia 1957; así que entre septiembre y octubre de 1995 tuvo lugar la exposición, acogida a un catálogo de 27x24 cm que imprimió en Zaragoza Tipo Línea S.A.

A esta publicación seguirían otras con idéntico formato y tipología semejante: En diciembre de 1996 el Almudí colgó en su Sala de Columnas la exposición de Julio Le Parc, "Alquimias", en colaboración con la CAM –la colaboración de las cajas de ahorro con el Centro de Arte era práctica habitual en exposiciones señaladas y en Contraparada–; para la portada y el cartel Manzano utilizó un fragmento del cuadro *Alquimia 174* pintado en 1991. En 2001 Chelete Monereo diseñó el catálogo y el cartel de la exposición "Antonio Maya. Miradas sobre el tiempo quieto", celebrada entre mayo y junio; Chelete construyó la imagen gráfica de la exposición a partir de un detalle del cuadro de Maya *El Instante*; una figura sedente observa la hora en su reloj de pulsera en un momento de



(Fig. 313) Severo Almansa. Catálogo. *Chelete Monereo (período 1980-1987)*. 1988.



(Fig. 314) Eduardo Saro y Javier Mañas. Catálogo. *Antonio Ballester. One Car Show*.

concentrado aislamiento; un cuadro, un fragmento elegido en base a la propia denominación de la muestra. Tropa planteó como propuesta gráfica de la muestra “Pedro Cano. Secuencias”, celebrada en febrero-marzo 2002, una imagen dividida en nueve casetones con distintos fragmentos de la obra del pintor; imprimiéndose también un cartel con un cuadro del pintor que representa un abrazo (Fig. 315). “José Caballero 1915-1991” se expuso en mayo-julio de 2007; muestra presentada con el detalle de una textura –elegida por Pedro Manzano– del cuadro *Cuando zumba el verano* pintado por Caballero en 1968. El 11 de septiembre de 2008 volvió a inaugurarse en la Sala de Columnas del Palacio Almudí una muestra dedicada al escultor Pablo Serrano; en esta ocasión bocetos y esculturas destinadas al espacio público; la muestra “Pablo Serrano en la esfera pública” se recogió en un catálogo, con diseño de Pedro Manzano, cuya portada juega con la idea de lo clásico, entendida como una forma de recuperar aquellas publicaciones de arte de los años setenta; así que la portada se concibió a partir de una foto en blanco y negro –recoge al escultor trabajando sobre el retrato de Antonio Machado, encargado por la Comisión Paseos para su instalación en Baeza–, impresa en cuatricromía para otorgarle calidez, con reserva de los textos en Óptima, impresos en elegante tono verde-crema. A partir de 2007 la ausencia de cartelería empieza a ser manifiesta.

Roberto Domingo (1883-1956); Pedro Serna, Tauromaquias; Venancio Blanco, Temas Taurinos; Escultura y Toros; Manolo Prieto y los toros; Antonio Maya, Tauromaquia y Pintura y Toros, fueron algunas de las publicaciones que recogían las exposiciones septembrinas del Almudí que giraban alrededor del planeta toros. En el caso de las exposiciones: “Escultura y Toros”, celebrada en septiembre-octubre de 2004, y “Pintura y Toros” colgada en los mismos meses del 2008, Manzano intentó crear, a partir de un campo de color de intenso rojo, para las portadas de los catálogos y los carteles, y unos toques de amarillo caliente que pretenden referir el coso taurino y el burladero en la primera y la segunda muestra, una cartelería y unos catálogos con la unidad propia de una colección; pues ambas exposiciones recogían una selección del trabajo que, en torno al mundo taurino, habían desarrollado los artistas murcianos.

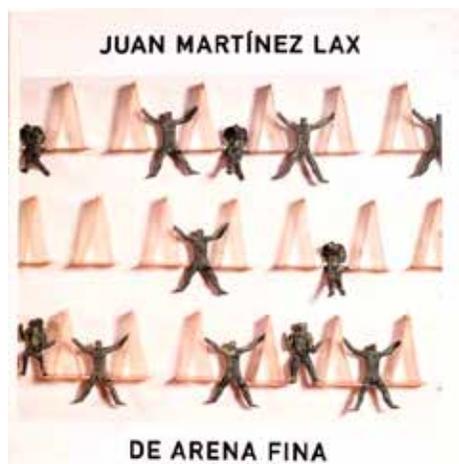
Junto a estas publicaciones alrededor de la tauromaquia, editadas en el formato medio ya señalado de 27x24 cm, se materializarían otras ediciones de formato más reducido, más intimista, 22,5x24,5 cm, referidas, con raras excepciones, a artistas de ámbito local o regional: *Nicolás de Maya. Desde dentro* y *José Hernández Cano, esculturas* en 2001; o *Manolo Belzunce. Cerámicas taurinas* en 2007, por citar unos pocos ejemplos.

En 2003 se edita *Enrique Atalaya (1851-1913). Del Costumbrismo al Postimpresionismo* y en 2008 *La pintura de género. Manuel Picolo López (1851-1913)*. Pedro Manzano diseñó ambas publicaciones, acompañadas de los correspondientes carteles, ahora materializadas en catálogos de tapa dura, que recogen las muestras expuestas en el Almudí dedicadas a la recuperación de estos pintores murcianos, que marcan el paso del XIX al XX. Para los carteles y los catálogos de Atalaya se recurrió como imagen a un fragmento del cuadro *Los Cómicos* que pretende subrayar la vinculación del pintor con los ambientes populares parisinos de finales del XIX y la afición a los espectáculos de titiriteros y saltimbanquis de una cierta bohemia. Para la gráfica de la exposición de Picolo se utilizó un fragmento de *La noticia*, señalando la vinculación del pintor al Casino de Murcia, su trabajo como pintor de *paneau* y la relevancia de la prensa en la época.

Estos planteamientos sometidos a un cierto rigor normativo en lo que respecta a la edición no siempre se mantuvieron firmes, pues ocasiones hubo, sobre todo cuando el Centro de Arte colaboró con otras instituciones de forma puntual y con carácter especial, en que carteles y catálogos no estuvieron sometidos a los formatos o supuestos gráficos señalados. Un buen ejemplo lo constituyen los carteles y la publicación *José Lucas. Retablo de la Lujuria*; la exposición se celebró en octubre de 1999, en colaboración con la CAM, con montaje realizado en la sala de columnas por Juan Antonio Molina y al cuidado gráfico de Severo Almansa; un cartel en formato cuadrado, con dominantes negros y azules, que presentan una abigarrada masa orgánica, y mantiene la importancia para la información tipográfica de un amplio campo blanco; un catálogo en tapa dura de 31x25 cm, recogido con una camisa de un papel especial, llamativo, sedoso, con irisaciones metalizadas, impresa con un relieve seco para el nombre del artista, que semeja una bombonera y pretende reflejar el carácter carnal, sensual, acaso pecaminoso de la propia exposición. Severo volvería a diseñar para Lucas el catálogo de la exposición “Minotau-



(Fig. 315) José Luis Montero. Pedro Cano. *Secuencias*. 2002.



(Fig. 316) Severo Almansa / Rosa de la Obra. Catálogo. *De arena fina*. Juan Martínez Lax.. 2013.

ro", colgada simultáneamente en el Almudí y en Verónicas entre octubre y noviembre de 2004; una colaboración del Ayuntamiento de Murcia y la Consejería de Presidencia; aquí un juego de rojo y negro en la tapa dura que lleva grabado el texto y un relieve seco con minotauro del pintor, una portada con total ausencia del exceso de colorido al que Lucas acostumbra, un libro con desplegados interiores y aparatosas y desacostumbradas dimensiones que cumple bien, como el anteriormente señalado, su voluntad de convertirse en objeto de deseo.

Los carteles de las exposiciones señaladas, y otras no reseñadas, se ajustarían a unas dimensiones de 100x70 cm, aunque excepciones hubo en que la cartelera –a veces único rastro gráfico de las exposiciones del Almudí, junto a escuetos trípticos de 26x21,5 cm idéntico al formato de los catálogos habituales del Centro de Arte: *El otoño de las rosas*, Martínez Mengual 1989; *Conversaciones con Cézanne*, Ignacio García 1990... planteadas para convertir el lucernario en sala expositiva con carácter propio– se ajustó a un formato más reducido de 70x50 cm. Un planteamiento, cartel de 70x50 ó 100x70 cm y tríptico, que se extendió a exposiciones con el tema taurino como protagonista, es el caso de las muestras "Tauromaquia. Juan López. Fotógrafo 1914-1985", o "Juan Martínez Lax. Esculturas" celebradas a finales de los ochenta. Y de algunas exposiciones de talla internacional: "Howard Hodgkin", "Saura. Decenario" o "José Hernández. Taller" celebradas entre 1991 y 1992.

En 2009 la Concejalía de Cultura, dependiente de la nueva corporación municipal, se plantea modificar y unificar las publicaciones del Almudí, atendiendo, hipotéticamente, a la idea de abaratamiento de los costos de los catálogos –los carteles han desaparecido y solamente se cuelgan, como anunciadores, banderolas en la fachada del Centro de Arte y en las farolas adyacentes para ciertas muestras expositivas–. Severo Almansa es el encargado de plantear la maqueta modelo. El 28 de mayo se inaugura en la Sala de Columnas "Tras-pasar el vacío", una colección de fotografías de José Manuel Ballester; Severo Almansa y Rosa de la Obra Asociados plantearon la publicación desde la más absoluta limpieza y pureza formal; un formato medio de 23,5x23,5 cm, que pretende aprovechar al máximo el pliego de papel, el blanco como color transporte dominante apoyado en una tipografía san serif, de palo seco, la Helvética, y una encuadernación en tapa dura que confiere al catálogo una prestancia objetual. La elegante y rotunda personalidad del catálogo *Tras-pasar el vacío*. José Manuel Ballester (ver imagen página 412) es absoluta, casi una conclusión de la línea de trabajo mantenida a lo largo de los años por Severo Almansa –un planteamiento gráfico que recuerda aquel catálogo diseñado por Severo en 1989 para la exposición de Ángel Haro "Robín de agua"–. Una gráfica con voluntad de asumir el papel de corporativa en las ediciones del Almudí que Severo y Rosa de la Obra mantendrán sin interrupción hasta 2015 en la serie de catálogos de los que se responsabilizan; hagamos referencia a algunos: *Óptica pictórica* en 2009, *Dionisio Paje. Esculturas y Encuentros* en 2010, *Ramón Pontones. México* en 2011, *Juan Martínez Lax. De arena fina* en 2013 (Fig. 316) y *Una historia verdadera. Manuel Pérez* en 2015. Aunque intervendrían otros diseñadores, durante estos años siempre procuraron ajustarse al programa trazado por Severo y Rosa de la Obra: formato, encuadernación en tapa dura, predominio visual del blanco y utilización de tipografías san serif: Helvética, Futura, Frutiger... Pedro Manzano diseñó, entre otros, los catálogos de las exposiciones "Cristobal Toral. Libro de sueños de Jorge Luis Borges" en 2011, "Antonio Gómez Cano (1912-1985)" y "Dennis Oppenheim en el Almudí" en 2012, "Muher. Toros y Feria" en 2013, y "París Vivant" en 2019. Julio García Abril se responsabilizó en 2011 de la gráfica de la exposición "Paco Bernal. El divino Hombre". Vicente Martínez Gadea asumió, desde su taller-estudio, el diseño de la publicación de la exposición "Chelete Monereo. Poema numérico" en 2012. Es cierto que las exposiciones: "Antonio Gisbert (1834-1901)", inaugurada en diciembre de 2011; "Martínez Novillo. Paisajes y bodegones (1980-2008)", celebrada en mayo-junio de 2012; y "Francisco Cánovas. Retrospectiva", inaugurada el 14 de diciembre de 2012 rompieron con el carácter propio de los catálogos al colocar los responsables de su diseño, Pablo Portillo, MMM y F&C (Paco Cánovas), respectivamente, fotos a sangre de detalles de la obra eliminando los campos blancos en la portada y haciendo uso de tipografías con serifa. Para la muestra de José Lucas "¿Quién sabrá de la suerte de la línea, de la aventura del color?", celebrada en abril-mayo 2012, Almansa y Rosa de la Obra Asociados no mantuvieron los formatos

habituales. El catálogo *L'enfant terrible* para la muestra de Cantabella de 2013 respetó los campos blancos en la portada, pero se editó en tapa blanda. Aún sería más radical la ruptura en las publicaciones: *Cinco pintores en la fiesta de los toros*, editada en 2010, o *Molina Sánchez*, de la que también se responsabilizó García Abril en diciembre de 2015, colocando a sangre, recorriendo portada y contraportada, el cuadro *Juego de niños* pintado por Molina Sánchez en 1960; *Miguel Fructuoso. Pintar pintura*, un catálogo realizado por Ángel F. Saura en 2015 que prescindió de tapa dura, de imágenes de la obra del artista y de referencias al blanco en una portada y contraportada oscura y gris; y José Luis Montero, que tampoco respetaría, en abril de 2014, el programa visual trazado por Severo y Rosa de la Obra, en el catálogo de la exposición "Pompeya" de Pedro Cano, ni en 2016 en el que se recoge la muestra de Martínez Mengual "Buscando un color, encontré una patria". Son solo algunos ejemplos. Un programa recuperado de nuevo en 2017 tras la realización de la publicación *Espacio y Paisaje. Homenaje a Siza* encargada a Rosa de la Obra y Severo Almansa; una vuelta al origen de la colección que, solo puntualmente, tendrá continuidad. Montero volverá a romper el programa en el catálogo *Eden*, con relieve seco en portada, publicado con ocasión de la exposición de Nicolás de Maya de septiembre-octubre de 2018 (Fig. 317). Ruptura radical y definitiva en el diseño de Hurtado Mena, de 2019, puesto en juego para dejar memoria impresa de su exposición "El huerto de la vida".

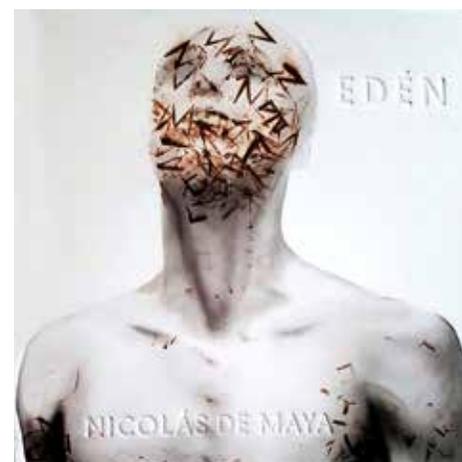
Los cambios operados en la dirección del Almudí –que, tras Manuel Fernández Delgado, primero dirigió Álvaro Peña y luego Mamen Navarrete– al comenzar la tercera década del siglo XXI, supondrán que vuelva a replantearse una nueva imagen para el Centro –la ausencia de cartelería es definitiva–, y el logo-marca, que había quedado en segundo plano volverá a adquirir presencia plena en la primavera de 2021, tanto en la revista Almudí –que dirige Peña, como continuidad de Cuartel, con cuidado diseño de Edu Vilar–, como desde los catálogos trazados por José Luis Montero o Edu Vilar –por citar dos diseñadores habituales–, con nuevos materiales de impresión –papeles verjurados y táctiles– y nuevo formato, 29x23 cm., y tipografías; unos ejemplos los catálogos *Después de la herida* para la muestra inaugurada en abril de 2021 y *Suite* que recogió la exposición de Ricardo Escavy celebrada en 2023. Formato que sufrirá modificaciones ajustándose a 25x20 cm. como el realizados por Edu Vilar para la exposición "Pasear por la jara" de Vicente Ruiz, inaugurada en febrero de 2022 o *¡¡Grita!!* la exposición de Garres de octubre de ese año.

Aunque el Almudí ha procurado la identificación formal de sus publicaciones, la pervivencia de la marca, no siempre se ha adaptado a supuestos previos.

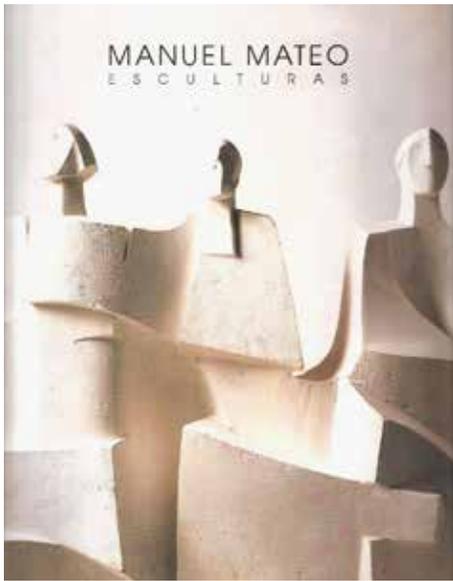
En 1990, como complemento a la labor que el Ayuntamiento desarrolla desde el Almudí, comienza a exponerse obra en los Molinos. Tal vez como justificación de una cierta indecisión respecto a la función de los Molinos del Río Segura recién restaurados: ¿Museo Hidráulico? ¿Centro Cultural? ¿Sala de Exposiciones?... pues todas esas connotaciones están presentes en el folleto, logotipo y cartel, diseñado por Pedro Manzano, a partir de una foto de Javier Salinas, que recoge una vista del interior del espacio recién restaurado, mostrando las grandes piedras de los molinos hidráulicos, para la inauguración-apertura del espacio municipal. Exposiciones anunciadas con catálogos, ajustados al formato 22x24 cm, y carteles que realizan los propios artistas que exponen su trabajo o un diseñador. *Neo-nada*, *Vicente Ruiz*, *Manuel Menárguez*... diseños de García Silva y Fernández Saura, Manuel Portillo y Menárguez, respectivamente.

Un formato que se vería modificado en 1991. La exposición "¡A los toros!" se presenta ya con unas dimensiones para el catálogo de 28x24 cm. Catálogos y carteles anunciadores de las exposiciones que realizaron diseñadores –Ricardo Luis Zaragoza diseñó varios de ellos, como el de la muestra colectiva que acabamos de referir, y el de "Lucía Montero"– o los artistas que exponen y cuelgan obra –Manuel Delgado diseñó el de su propia exposición, "Grabados", en 1992; Esteban Bernal acometió el diseño de la publicación de su exposición celebrada entre marzo y abril de 1999; tal como hizo el mismo año Antonio Sánchez para recoger su exposición "Paisajes"–. Un planteamiento formal que se dilató hasta 1996. Exposiciones que pasarían a acogerse, incorporando logotipo desde 1993, a la tutela del Centro de Arte Palacio Almudí.

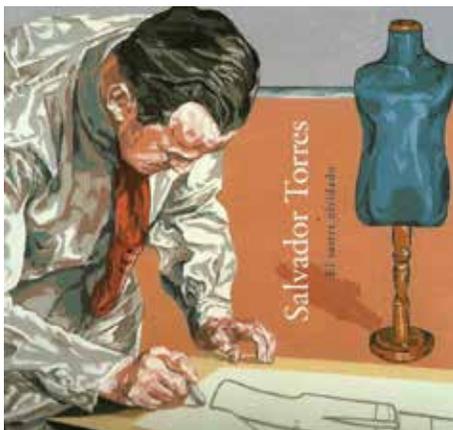
Aunque indudablemente sería Julio García Abril, en el periodo 1993-1995, el diseñador que más se prodigaría en el diseño de estos carteles y catálogos: *Cinco creadores de*



(Fig. 317) José Luis Montero. Catálogo. Nicolás de Maya, *Edén*. 2018.



(Fig. 318) Julio García Abril. Catálogo. Manuel Mateo. Esculturas.



(Fig. 319) Pablo Portillo. Catálogo. Salvador Torres, El sastre olvidado.

un mar cercano; Pilar Sala, Remirada; Menchu Mondejar, Tapices; López Soldevila, Arte y Toros; Frederic Volklinger, Fotografías; Manuel Mateo, Esculturas (Fig. 318); Camilla Adami... Es curioso que al final de la década se volviera prácticamente al formato inicial –ahora 22,5x24,5 cm–, grapados al lomo, con tapa blanda en cartoné y solapas. Austeridad y rigor. Formato que se extendió hasta bien entrado el siglo XXI. Siendo Pedro Manzano a partir de 1997: Nicolás de Maya; Manuel Pérez, Retratos del Renacer; Carmen Baena, Del aire y el agua; Una visión metafísica; Emilio Pascual, A la orilla del aire; Paloma Zamora entre 1999-2000: Una nueva generación para un nuevo siglo; Mercedes Martínez Meseguer, Los límites de lo real; Jesús Silvente...; y Pablo Portillo hasta 2007: Pintores 2001; Ginés, Tauromaquias; José Hernández Cano, Toreros; Salvador Torres, El sastre olvidado (Fig. 319); Carlos Callizo...; los grafistas que más intervendrán en el diseño de las publicaciones. En 2007 la exposición de Carlos Callizo, celebrada entre octubre y noviembre, aún se acogió a este formato. Sí, la lista de artistas plásticos y diseñadores que han intervenido en el diseño de los elementos y soportes de comunicación –con cada vez menor presencia de la cartelería– del Centro Cultural y Museo Hidráulico Molinos del Río es amplia y variada: Ángel F. Saura, Manolo Portillo Alcalde, Manuel Menárguez, Ricardo Luis Zaragoza Usobiaga, Manuel Delgado, Julio García Abril, Pedro Manzano, Elena Fuster, Antonio Sánchez, Esteban Bernal, Paloma Zamora, Eduardo Saro y Javier Mañas, Pablo Portillo, Estudio Severo Almansa, Sánchez y Guerrero Comunicación, María José Navarro... Y como es fácil comprobar muchos de estos productos gráficos fueron realizados por los propios artistas.

A partir de 2008 la gráfica de las exposiciones –que incidieron preferentemente en la fotografía– del espacio Molinos del Río/Caballerizas estará a cargo de Germinal Comunicación, que modificó el logotipo, agrupó el texto Molinos del Río seccionando por la mitad los tipos bold, a los que añadió Caballerizas igualmente segmentado y colocado invertido, tal que se conformara una feliz idea de dos textos –dos espacios expositivos– que se reflejan en el agua, o mejor uno sobre otro. El material impreso se ajustó a modelos que intentan mantener la idea de colección. Germinal planteó distintos tipos de catálogos –algunos editados en tapa dura–, señaladores de libros, folletos desplegados... Si comparamos el material gráfico editado para recoger las muestras: “Work in Progress, serigrafías con Pepe Jiménez”, exposición celebrada en junio de 2008; “Kimiko Yoshida. Espejo consagrado”, fotos expuestas en septiembre-noviembre del mismo año; y “Joaquín Clares. Río de Janeiro” inaugurada en abril de 2011, apreciamos que se han presentado y difundido con una serie de impresos que tienen escasa relación, más allá del gusto en la selección de los materiales de impresión y un marcado estilo que prima el diseño de una forma que nos puede llegar a parecer por encima de los autores y la obra mostrada.

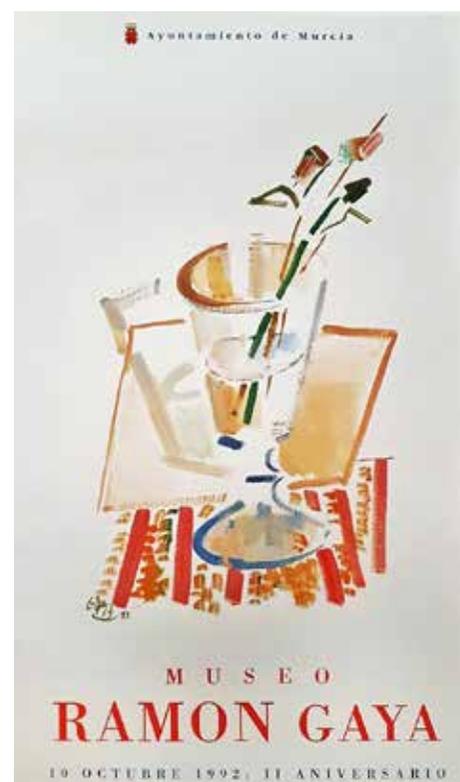
Los catálogos de tapa dura de Los Molinos del Río están concebidos en un formato de 20x40 cm y se plantearon como el desarrollo de una secuencia cromática que oscila del azul intenso al amarillo, pasando por distintos tonos de verde; en negro solo los logotipos institucionales, incluso el nombre de la muestra pasa desapercibido impreso en plástico brillo, en tipografía bold de palo, sobre el campo plano de color de la tapa plastificada mate. Juan de Sande. Arquitectura y naturalezas. Fotografías 2003-2008 abrió la serie en abril de 2008; seguida de, entre otros, los catálogos de las muestras: “Kimiko Yoshida. Espejo consagrado”, “Juan Ballester. Panorama Humano. Fotografías 1972-2010”, “Ciucó Gutiérrez. Paisaje emocional, 1996-2009”, “Frédéric Volklinger. Retratos de una ciudad”, “José Luis Montero. Topografías de lo efímero”, o “Juan Manuel Díaz Burgos. Historias de playa”, este último catálogo lo diseñó Montero siguiendo las pautas del diseño editorial de Germinal, para la exposición inaugurada en mayo de 2014.

Otro tipo de publicación más austera fue la concebida para la serie Territorio. Pequeños catálogos de 20x15 cm en tapa blanda, con solapa completa y parecido papel Gardapat, para el interior. Una serie que recogió, aunque aquí no las citemos todas, las exposiciones de Mar Sáez, “Chinguetti”; Kike Gomicia, “Djenne”; Inma Salazar; Moises Yagües; Tatiana Abelán, “NY & me”; la citada de Joaquín Clares; José Velasco, “Un viaje al norte de la India”; Gómez Martial, “Rovuma”; Luis Sáez, “Kashgar”; y Jesús Martínez, “Qal eh-ye now”.

Los Molinos también han posibilitado edición de catálogos para los concursos de fotografía referidos a Murcia, sus tradiciones, cultura y etnografía. Y, desde luego, editado unos productos muy alejados de las propuestas de Germinal, como ejemplo los pequeños cataloguitos, diseñados por CyP y por José Luis Montero, de 16x16 cm, y 96

y 24 páginas, respectivamente que recogían en 2014 y 2016 los trabajos de Nuria Mora: "Sedimentos", y de Luis González Adalid: "Principio Naturaleza". La evolución de las publicaciones del Espacio Molinos del Río/Caballerizas, es evidente, se fue volviendo austera y restrictiva; el signo de los tiempos.

El 10 de octubre de 1990 se inaugura el Museo Ramón Gaya en pleno centro de la ciudad de Murcia, la plaza de Santa Catalina, en dos inmuebles, adquiridos por el Ayuntamiento a la familia Palarea, rehabilitados al efecto. Las exposiciones temporales que han tenido lugar en el museo, desde entonces, han girado en torno a las vanguardias históricas; la Escuela de París; artistas y escritores nacionales, o locales, en directa relación, bien por proximidad temporal, afinidad estética o influencia manifiesta en y por la obra del titular del museo; y revisión de aspectos monográficos y relevantes en la producción de Gaya. Desde el principio estas muestras se difundieron con cartelería –de formato no superior a 70x50 cm, destinada a un ámbito cercano, muchas veces pareciera que está pensada para ser colocada en centros oficiales o escaparates de los comercios próximos al Museo– que reproduce en numerosas ocasiones cuadros, dibujos y diseños del propio titular del espacio museístico –buenos ejemplos son los anunciadores (Fig. 320) del II y XI Aniversario de la Institución–; muestras también recogidas en publicaciones y catálogos. El diseño de los catálogos del Museo ha estado desde el principio al cuidado de Severo Almansa, en asociación con Rosa de la Obra. Son catálogos de pequeño formato 24 ó 23,5x17 cm. y se han concebido para aprovechar al máximo, 32 páginas en pliego, el tamaño del papel, de un blanco roto para facilitar la dificultad de la impresión de una obra tan sutil como la de Gaya, encuadernados por lo general con grapa al lomo y cubiertos con una camisa en cartulina *Conqueror* que lleva impresa una obra relativa a la muestra, rara vez a sangre –por citar unos ejemplos, los relativos a las exposiciones: "La pintura de Juan Bonafe", mayo-julio 1994; "Aurelio, sobre papel", octubre-noviembre 2004; "Ramón Gaya y Picasso", junio-octubre 2013; y "Avellaneda, pequeño formato", inaugurada el 9 de octubre de 2013; o "Diálogos con Ramón Gaya", junio-octubre 2016– pues valora la superficie sin manchar, que suele ocupar casi la mitad de la portada, donde se ubican los textos en tipografía con serifa pertenecientes a la familias Times y Bodoni. Como es fácil observar publicaciones en la línea del marcado estilo del diseñador. Más de veinticinco años donde las publicaciones del Museo Gaya apenas han sufrido variaciones, tanto da que sean catálogos de muestras expositivas como otro tipo de publicaciones vinculadas al museo, o a la obra de Gaya, no diseñadas necesariamente por Severo Almansa. Tres ejemplos pueden servir de muestra de estas publicaciones: *En torno a Ramón Gaya*, primer número de la colección Los Libros del Museo, editado en 1991 –con una ilustración de portada, un dibujo de Gaya de 1980, con la mano vacante portando lápiz o pincel, que sería logotipo y emblema del museo, cuya gráfica correspondería a Tropa–; *Al volver. Desde que Ramón Gaya regresa del exilio*, un libro-catálogo editado para la exposición que el Almudí celebra, entre abril y junio del 2010, con motivo del centenario del pintor; y *"El hombre y el poeta: Homenaje vivo a Tomás Segovia"*; publicaciones que fueron diseñadas por Tropa manteniendo el carácter de unidad respecto al resto de ediciones del museo. Museo que guarda y recoge un buen número de carteles realizados por el titular, o que se han basado en la obra del titular para muestras y exposiciones en torno a su trabajo, algunos de estos carteles están citados en otros apartados de esta publicación: *Ramón Gaya. Exposición antológica*, Museo San Pio V; *Ramón Gaya*, Galería Chys, Murcia; *Victoria de los Ángeles; Murcia*, cartel turístico de la Costa Cálida; *Miguel Espinosa. La escritura*, congreso sobre la obra del autor murciano... En mayo de 2003 se presentó en el museo la exposición "Algunos carteles de Ramón Gaya"; muestra que contó con la edición de un catálogo diseñado por Severo Almansa; y reproduce en el interior los originales realizados por Gaya para distintos eventos: X Certamen Internacional de Tunas "Costa Cálida '97", Carnaval de Cabezo de Torres 1999, Semana Santa 1983 y 1987, XXXIII Festival Nacional del Cante de las Minas de 1993, Turismo Murcia 1985, XVIII Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo, Bando de la Huerta 2001, Feria del Libro de Murcia de 1997, IV Feria de Artesanía Región de Murcia, Fira Internacional D'Art de Valencia en 1995, Entierro de la Sardina de Murcia 1988, el editado para celebrar el X Aniversario del Museo y el gouache anunciador de los Encuentros con Ramón Gaya: Del color y la palabra en 1995. Un museo, en fin, pródigo en edición de catálogos, libros y carteles; y, como podemos apreciar, con marcada línea editorial.



(Fig. 320) Ramón Gaya. Museo Ramón Gaya. II Aniversario. Murcia. 1992.

El Museo de la Ciudad, inaugurado en 1999 en la casa de los López Ferrer, recogió y difundió sus exposiciones y muestras con parecido y aprovechado formato de catálogo de 24x17 cm. Catálogos con unos planteamientos gráficos muy marcados. La portada volvía a estar dividida en dos campos, uno para la imagen de referencia y otro ligeramente inferior, en blanco, para los textos alusivos, campos separados por un cintillo impreso, inicialmente destacado con plástico brillo, que recorre portada y contraportada y lleva en negativo *Museo de la Ciudad*. Nuño de la Rosa –autor del logotipo–, inició la serie de catálogos y fijó el modelo, en el que también intervinieron Tropa, Julio García Abril, otros diseñadores... y las propias imprentas. Un modelo que, con ciertas variaciones, daría lugar a la colección Museo de la Ciudad Serie Mayor. A finales de la primera década del siglo XXI dejó de tener continuidad aquel planteamiento gráfico ideado por Nuño de la Rosa –que realizará en 2019 el catálogo editado para conmemorar los veinte años del museo–. Reseñemos unos ejemplos: El trabajo de García Abril, *Brillar, arder, perdurar. Una colección ephemera en el museo*, realizado en el 2012; el que recoge en 2014 las *Colecciones del Museo*, realizado por José Luis Montero; o ya en 2018 la publicación *Gil de Vicario, ilustraciones y un apunte de actualidad*, debido a la agencia Artsolut.es, nada tienen que ver gráficamente con la primitiva propuesta. Aunque no podemos dejar de destacar otras interesantes publicaciones editadas por el Museo de la Ciudad, valgan como ejemplos *Murcia. Miradas sobre la Ciudad* en 2002, *Murcia. Miradas sobre la huerta* en 2010 y *20+20 inspirados en la historia* en 2019, libros de gran formato, 30,5x24,5 cm, con esmerado y minucioso diseño editorial al cuidado de José Luis Montero y su agencia, Tropa, toda una lección de maquetación en el uso de la tipografía, ritmos interiores de paginación, los distintos materiales empleados para la *tripa*, las cubiertas de tapa dura y las guardas, tan adecuados al tema objeto de las ediciones. En junio de 2022 se inaugura el espacio expositivo cultural de la Carcel Vieja con la muestra “Muros etéreos” y ausencia de cartelería gráficamente reseñable. Un espacio que rara vez contaría con catálogos. La exposición “Amotinados” de Lidó Rico se acompañaría de una pequeña y elegante publicación que diseñó Montero.



(Fig. 321) José Luis Montero. III Bienal de Escultura. Murcia 1990.

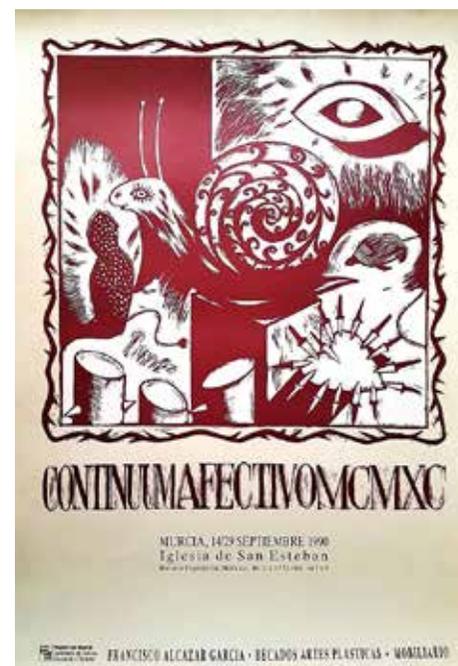
Hasta bien entrado 1991 la Consejería de Cultura de la Comunidad Autónoma mantuvo, para difundir las muestras expositivas instaladas en la Sala de Exposiciones y en la Iglesia de San Esteban, aquella comedia e inteligente propuesta de catálogo planteada por Vicente Martínez Gadea y Severo Almansa, ya señalada, sometida a un formato editorial, 24x24 cm –al que también se verían sujetas otras publicaciones de menor calado, citaremos tres: El folleto *Murcia en Arco* editado en 1989, y las editadas para las exposiciones “Cerezo Montilla, El jardín de la memoria” o “Lolo, pinturas” en 1990, al cuidado de José Luis Montero– apto para reproducir cualquier tipo de obra de arte. Serán, sobre todo José Luis Montero, a través de su estudio –Tropa–, y Severo Almansa, quienes se hagan cargo de estas ediciones con formato libro y de los carteles con que se suelen acompañar muestras y exposiciones en 1990. “Carpe (1923-1977). Exposición Antológica” o “III Bienal de Escultura Murcia 1990” (Fig. 321), con un atractivo y preciosista cartel, que recoge de forma simbólica distintas piezas de la muestra haciéndolas funcionar e interactuar con la propia tipografía –fórmula que Montero hará extensiva en otros carteles posteriores, como el editado para la exposición “Andrés Nagel 1991-1995” celebrada en Verónicas en mayo de 1997– y catálogo en tapa dura que incluye a modo de iconos los relieves en seco de algunas de las esculturas presentadas; son algunos de los trabajos abordados por Montero. La gráfica de la exposición “Pedro Serna. Acuarelas y dibujos” es buen ejemplo de como aborda las propuestas Severo Almansa, una manera que podría responder a una máxima: todo lo que está de más sobra. Otros diseñadores intervendrán en las ediciones de la sala San Esteban de la Comunidad Autónoma, como ejemplo citemos a: Gabriella Giandelli, que realiza el diseño del cartel y catálogo de la exposición de uno de los becados por Artes Plásticas, Francisco Alcázar, “Continuum Afectivo MCMXC” (Fig. 322); y Paloma Frápolli y Juana Hita, A Tres Bandas, que aportaron la gráfica de la exposición de Coronado, que la Consejería dedicó al aguileño en la Casa de Cultura Francisco Rabal de su ciudad natal en 1991.

El 15 de marzo de 1990 se inaugura en la Sala de Exposiciones de Verónicas, que abre al público por primera vez ese día, la exposición: “Lucio Muñoz, Última producción”. El cartel anunciador, con unas dimensiones de 100x70 cm, y el catálogo de la muestra, se presentan con un detalle de la obra de Lucio Muñoz *Sen Mobileno* escogida por José Luis

Montero –que firma cartel y catálogo– como propuesta gráfica más visible, quizá porque frente a otras piezas aporta rotundas formas y fuertes contrastes de color en las texturas obtenidas a partir de la madera quemada y los pigmentos (Fig. 323). El propio consejero de Cultura manifiesta en el texto de presentación de la exposición: “Con la restauración de la antigua Iglesia de Verónicas, que con ocasión de esta exposición se muestra por primera vez al público, no sólo se ha rescatado un hermoso edificio de nuestra más tradicional arquitectura, sino que se ha creado en él un nuevo e ideal espacio en el que podremos ampliar la programación de exposiciones de esta Consejería y que, junto a los ya existentes –Iglesia y Sala de Exposiciones de San Esteban–, se convertirá, sin duda, en un foco de primera línea, dinámico y revitalizador.” Deja también claro Esteban Egea que este espacio acogerá personalidades artísticas de primera fila, relevantes en el arte español contemporáneo, sin determinar su posible vinculación local. Por esto el catálogo incluye la obra expuesta y abunda, en sutil forma de separata, en fotografías de la nueva sala expositiva, pues se trata de vincularla a una figura de marcada personalidad en la historia del reciente arte español como es Lucio Muñoz. Montero establece unas medidas de 100x70 cm para los carteles, y un nuevo formato y criterios gráficos y compositivos para las publicaciones que han de recoger las muestras expositivas de la Comunidad Autónoma, fijándolo en 27x27 cm. Criterios gráficos y propuestas visuales que el diseñador y fotógrafo experimentará –sobre todo en lo referente al uso de tipografías atrevidas, que una vez aplicadas constituyen marca de la casa–, con total libertad, en la serie de catálogos y la cartelería de las exposiciones celebradas en San Esteban a partir de la muestra de Pablo Márquez, con la que se inicia, en 1991, la nueva andadura del remozado espacio de la Sala de Exposiciones de San Esteban; como ejemplos citaremos los trabajos realizados para las exposiciones del Grupo Mediterráneo, Paul Stiles y Javier Agudo, en marzo, abril y junio de 1991.

Otros diseñadores intervendrán en la gráfica de las exposiciones de Verónicas. Severo Almansa, que intervino incluso en la realización de la fotografía de las obras, como ocurrió en el catálogo de la muestra “Antonio Ballester. Última obra”, mayo-junio 1990; Paco Salinas, que realizó el diseño y la fotografía del catálogo *García Silva, la otra orilla*, editado en mayo de 1991; Ángel F. Saura, que también realizaría fotografía y diseño de la publicación *Aurelio, Memoria de la Alcanara* en marzo de 1992... Pero es sobre todo Montero el que más intervendrá. Es interesante señalar que la Unidad de Artes Plásticas, dependiente de la Consejería de Cultura, no logró establecer una imagen con carácter propio para la edición de carteles y catálogos más allá del formato. Encuadernación, materiales, tipografías... diversificaron la apariencia gráfica de las publicaciones, incluso las que asumió Montero desde Tropa. Un estudio comparativo de los carteles y catálogos firmados por Tropa: *Niebla*; *Pedro Cano, Clausuras* y *Antonio Martínez Mengual, Fatum*; editados con motivo de las exposiciones celebradas entre marzo y junio de 1991, señala claramente esta dispersión de concepto en aspectos gráficos y materiales de impresión, por no mencionar la amplia distancia que media entre estos productos y la gráfica de *Hammam*, que recoge la muestra de Juan Martínez Lax de febrero de 1995.

Dispersión aún más palpable en las ediciones y material impreso que difundieron las bienales de pintura y escultura entre 1991 y 1994. El diseño gráfico de la IV Bienal de Pintura de Murcia correspondió en 1991 a José Luis Montero, que envolvió el catálogo con una camisa impresa sobre papel de embalar plastificado, obteniendo una atractiva textura en la publicación, sedosa, sugerente, más allá de la propia imagen de la portada: el reverso de un conjunto de cuadros apilados en referencia a la obra presentada a concurso. Dos años después Severo Almansa utilizó para cartel anunciador y portada de la publicación *V Bienal de Pintura Murcia 1993* un acetato rígido, impreso en serigrafía industrial, que funcionaba como un espejo y que el diseñador tituló *Paisaje Reflejo*; un juego conceptual donde el lector, el contemplador de cartel y catálogo era la propia obra de arte, un retrato hiperrealista de sí mismo; inteligente y atrevida solución a la propuesta encargada. Tras la IV Bienal de Escultura, expuesta en la Sala de Verónicas –que conto con un cartel anunciador de Plaza y Mendoza poco afortunado, pues mostraba una textura y un fragmento escultórico que remitía al proceso de fundición de una pieza–, Tropa plantearía, en 1994, para la V Bienal de Escultura un acertado cartel construido con fragmentos de las obras seleccionadas; sin embargo, el catálogo, con retícula troquelada en la portada, a modo de escultura bidimensional, no acabó de funcionar al no tener en cuenta la forma de operar en la retícula el segundo nivel de lectura del propio título de la publicación, una macla tipográfica sin relación alguna con la rejilla troquelada.



(Fig. 322) Gabriella Giandelli. *Continuumafectivo MCMXC*. 1990.



(Fig. 323) José Luis Montero. *Lucio Muñoz. Última producción*. 1990.

En 1998 el formato de las publicaciones de la Consejería de Cultura, que recogía los contenidos de las exposiciones en San Esteban y Verónicas había vuelto a cambiar, ciñéndose a unas dimensiones de 29x24 cm. Un formato que pretende unificar criterios editoriales y se prolongó en el tiempo conviviendo con otras propuestas gráficas. Aunque intervinieron otros diseñadores y estudios gráficos⁽²⁵⁰⁾ Tropa sería el estudio que, de nuevo, más se prodigaría en la ejecución de las publicaciones –no siempre editadas en el formato indicado–, impresas a resultas de las muestras expositivas organizadas desde la Consejería de Cultura, produciendo memorables piezas editoriales y atrevidos carteles como complemento de los catálogos-libro. La gráfica de las muestras: “José María Párraga, Exposición Antológica 1937-1997”, a la que ya nos hemos referido, inaugurada el 21 de diciembre de 1998, que firmaron conjuntamente Montero y Rafael Jorge Martínez; “Juan González Moreno (1908-1996), Exposición Antológica”, instalada en San Esteban y Verónicas en septiembre de 1999; “Rosa Martínez-Artero, la Hora Inmovil”, que se mostró entre diciembre del noventa y nueve y enero del dos mil; “Alejandro Franco, Tempus Fugit”, colgada en Verónicas en abril de 2001; “Manuel Delgado, Noe” y “Antón Patiño, Cruz del Vacío” presentadas en la misma sala entre marzo y mayo del 2002; “Fotografía en la Región de Murcia”, instalada en 2003 en la Casa Díaz Cassou y en Verónicas, recogida en un catálogo cuya maqueta firman Montero y Ronald Sergio Varela, cuidada y hermosa publicación que se pretende voluminoso libro –parece que inicialmente sería la prestigiosa editora Lumdborg la que daría luz a la edición, aunque finalmente el producto lo acometió la propia Consejería de Cultura–; “Ángel F. Saura, I Love NY” celebrada de forma simultánea en el Espacio AV y la Sala Verónicas entre febrero y marzo de 2006; *Carmen Conde, voluntad creadora (1907-1996)*, compuesto para la exposición que sobre la escritora celebra el Ayuntamiento de Cartagena en 2008; *Orlan + David Delfin, Sutura, Hibridación y Reciclaje* (Fig. 324), publicación presentada en el Espacio AV en junio de 2008; el librito *Anish Kapoor. Islamic mirror*, editado en 2009 para dejar constancia del proceso de creación de la pieza que figura en el título y, por añadir un último trabajo, entre los ejemplos citados, *Lorca, Luces de Sefarad*, publicación editada con motivo de la exposición celebrada en el Museo Arqueológico de Murcia en enero y abril de 2009. Apabullante muestrario de recursos gráficos puestos al servicio de la edición: cuidada fotografía, cuidada elección tipográfica, cuidada maqueta y composición, cuidados soportes de impresión... Excelentes carteles y productos editoriales que resumen la particular y eficaz manera de abordar el diseño de Montero y Tropa.



(Fig. 324) José Luis Montero/Tropa. *Orlan + David Delfin*. 2008.

Hagamos nuevamente un pequeño inciso. El Espacio AV, situado en la calle Santa Teresa de Murcia, constituyó entre 2006 y 2010 un relevante espacio expositivo dependiente del departamento de Artes Visuales de la Consejería de Cultura. Las exposiciones presentadas en sus salas contaron siempre con importante y generoso material gráfico impreso, carteles, invitaciones, folletos y catálogos que, por otra parte, no se sujetaron a normas y supuestos prefijados. Veamos, más allá de la cartelería, algunas publicaciones del AV. El libro de pequeño formato, 25x17,5 cm, *Sonia Navarro. Ausentes*, editado al cuidado de Tropa para recoger la exposición, de idéntica denominación, celebrada en el AV en junio-julio de 2007, se encuadernó en tapa dura forrada de tela serigrafiada. Nada que ver con el hermoso catálogo –diseño, a su vez, de Tropa– *Ángel F. Saura, I Love NY*, que abrió las ediciones de la Sala en 2006. Ni con *Deseo*, que recoge la muestra de Díaz Burgos celebrada en abril-junio de 2007, una publicación de gran formato, 33x25 cm, realizada en tapa dura con sobrecubierta plegada impresa y concebida para destacar la fotografía en blanco y negro del autor, en contraste con la tinta roja que marca la portada y los ritmos en la publicación, subrayando determinados textos y señalando la relevancia de algunas fotos que remitían al ambiente cubano alrededor del que gira la muestra; un diseño firmado –maquetación o, como aparece reflejado, composición– por Montero y Cristina Morano. Ni con la citada muestra de *Orlan + David Delfin* de 2008. Ni con el exquisito despliegue técnico editorial –tipografía, materiales, respeto a la obra reproducida– en la producción del libro-catálogo *Francesca Woodman*, editado para la exposición de la fotógrafa celebrada en el Espacio AV en febrero-mayo de 2009; toda una lección en el diseño editorial impartida por Tropa que imprimió el trabajo en Gráficas Palermo de Madrid. Y, como los reseñados anteriormente, realizados por Tropa para el Espacio AV, excelentes productos. Esa disparidad y falta de coherencia en las dispendio-

(250) Pedro Manzano se encargó entre 1999 y 2003 del diseño editorial y la cartelería de algunas exposiciones celebradas en San Esteban, en Verónicas y en Díaz Cassou: “Aurelio, la Galería de los Espejos”; “El retrato en la Colección Capa”; “Elisa Séiquer, una historia que no cesa”; “Molina Sánchez”; “Toledo Puche, Retrospectiva” o “Pedro Pardo, esculpir es sufrir”.

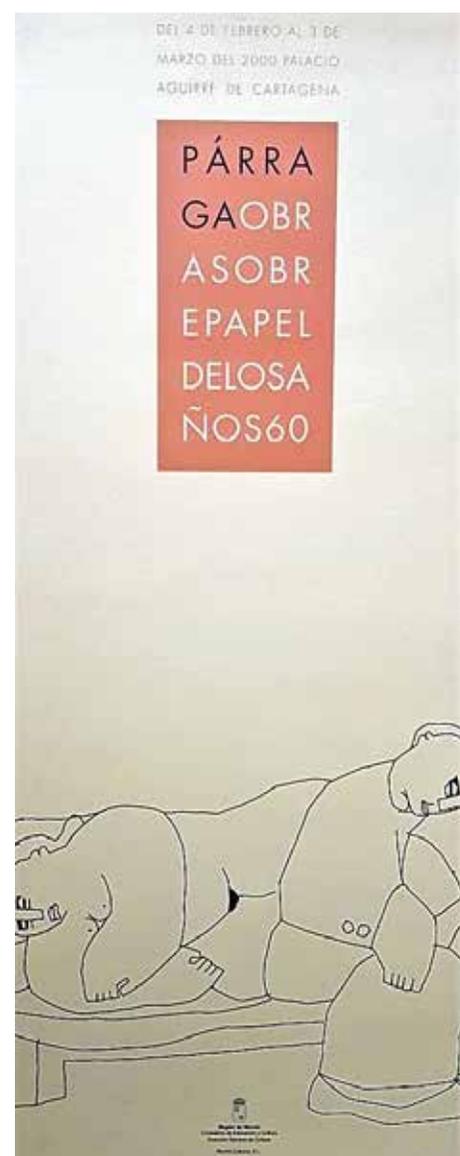
sas ediciones del AV: formatos, encuadernación, materiales, tintas, cantidad de páginas y reproducciones... se reflejan también cuando otros diseñadores se hacen cargo de los productos gráficos de la Sala; el catálogo *Vicente Ruiz. El pintor iniciático*, realizado en tapa dura con sobrecubierta a unas dimensiones de 32x25 cm, diseñado por Pedro Manzano para recoger la exposición del lorquino, colgada en el AV entre octubre y noviembre del 2007, está a su vez muy alejado del librito, 23x19 cm, *Show Time*, impreso para dar cuenta de la instalación de pinturas de Eduardo Pérez Salguero, que se mostraron al público entre octubre de 2008 y enero de 2009. O de los productos gráficos impresos –excelente, mágico, el cartel horizontal editado con motivo de la muestra– para dar cuenta de la exposición “Continuum afectivo” inaugurada en junio de 2009.

Pero no nos adelantemos, retrotraigamosnos al hilo del tiempo y volvamos al interesante año 2000. El 4 de febrero se inaugura en el Palacio de Aguirre de Cartagena la muestra “Párraga, obra sobre papel de los años 60” (Fig. 325). El consejero de Cultura, Fernando de la Cierva, indica que se ha elegido la obra de este artista porque era una persona queridísima en Murcia y porque nació en Alumbres, Cartagena. Aclara un matiz diferenciador, indicando que todas las exposiciones que se celebren en el Palacio de Aguirre tendrán como carácter singular que serán obra sobre papel, en cualquiera de sus variantes artísticas, muy adecuado al carácter intimista de la Sala. Se fija además la programación siguiente: “Piel canela”, de Díaz Burgos; “Collages”, de Emilio Pascual; “Dibujos”, de Nico Munuera; “Gomas bicromatadas”, de Charris; “Collages”, de Belzunce y “Dibujos”, de Carmen Navarro Salinas. Y una exposición que cerrará el año, referida a libros murcianos del siglo XVIII.

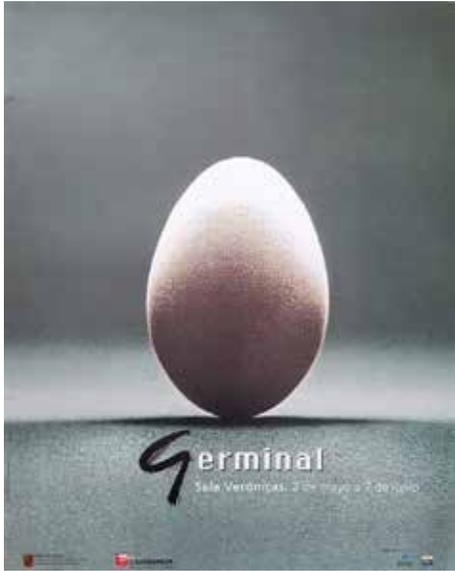
Tropa diseña y maqueta el modelo de cartel –apenas dos tintas y elegante formato alargado de 72x25 cm– y catálogo que será habitual en las salas del Palacio de Aguirre, absolutamente adecuado a los objetivos planteados. Un catálogo de pequeño formato, 20x16 cm, que juega con diferentes tipos de papel, cuidadas reproducciones y elegante tipografía; una sobrecubierta que oculta las grapas de la encuadernación, y lleva estampado con un golpe seco la denominación de la muestra; todo recogido y envuelto con ancho cintillo de grueso papel vegetal impreso a dos tintas, un coqueto libro regalo, con variaciones de color o materiales, pero de invariable planteamiento gráfico. Una serie de publicaciones: *Links*, *Suite Rectangulaire*, *Atmósferas*, *Filenot Found*, *Consume Esto*, *Estilo de Vida*, que recogen las exposiciones de Charris, Belzunce, Lidó Rico, Pedro Guirao, Claudio Aldaz o Virginia Bernal, respectivamente, y por citar solo algunas, entre el 2000 y el 2003. Un diseño que ha cumplido certeramente los objetivos marcados en la presentación del catálogo de Párraga, el primero de la serie, por el Consejero de Cultura: *“Inaugurar un nuevo espacio es siempre una satisfacción. Y que sea en una ciudad con la identidad de Cartagena, donde, hasta ahora, la Comunidad Autónoma no contaba con una sala propia para organizar exposiciones, aún más... Como todo espacio precisa de una coherencia interna en su línea de actuaciones, hemos considerado oportuno que la sala de El Palacio Aguirre especialice sus propuestas en obras realizadas sobre papel... estas obras de Párraga se presentan como una imagen clara de la dirección que seguirá este espacio de ahora en adelante”*. Si las exposiciones quieren ser un elogio del papel, los ¿cataloguitos? de Tropa suponen un elogio del diseño, comedido, elegante, táctil... Un esquema que el estudio de Montero aplicará con ligeras variaciones en las publicaciones que la Concejalía de Cultura del Ayuntamiento de Murcia acomete con motivo de los Festivales de Folklore en el Mediterráneo o Murcia Tres Culturas.

El 15 de junio de 2000 se inaugura en Verónicas la muestra “¡Que viene la calor!” –en febrero Tropa había puesto en juego sus recursos gráficos para difundir de forma memorable la exposición “Los sueños de Grete Stern”–. Ciento ocho artistas de distintas generaciones y técnicas artísticas participan en un evento cargado de humor, ironía e ingenio. El propio cartel de la exposición –diseño de Ángel Haro–, basado en una fotografía de Díaz Burgos, alimenta la parodia: un huertano se tapa con la mano las molestias del sol en la cara, cargado con botijo, pantalones a la rodilla, los pies al borde de la playa, corta camiseta que deja ver el ombligo, calabazas a modo de flotadores en los brazos y pañuelo anudado en la cabeza; un personaje que incluso asistió a la inauguración de la exposición entre risas y chanzas.

El 13 de diciembre el entonces consejero de Turismo y Cultura, Juan Antonio Meñas, presenta la programación de artes visuales para el 2001. Ofrece cifras de visitantes,



(Fig. 325) José Luis Montero / Tropa. Párraga. Obra sobre papel. Años 60. 2000.



(Fig. 326) Laura Sahagún. *Germinal*. 2000.



(Fig. 327) Germinal Comunicación. *Carne*. Marina Núñez. Catálogo. 2001.

más de 75.000, a las 22 muestras celebradas a lo largo del año por la Consejería en los espacios expositivos de la región; muestras organizadas con la colaboración de entidades de ahorro y ayuntamientos. Y explica la especialización de las tres salas más importantes: el Palacio de Aguirre, San Esteban y Verónicas. Del palacio cartagenero destaca que sus reducidas dimensiones y sus características especiales lo hacen idóneo para *exposiciones de gabinete*; y cita las muestras previstas: Carmen Navarro Salinas, Javier Pividal, Miguel Vivo, Miguel Fructuoso, Francisca Galindo y la presentación del proyecto Attonitus, que editó, con motivo de la exposición, el número 3 de la revista *Attonitus*, acogida al subtítulo *Maravillas del Mundo*, diseñada por Fernando Lasheras. En San Esteban se programarán muestras institucionales, comenzando con “El euro nuestra moneda. El valor de la unión”, y otras dedicadas a autores consagrados como Coronado o Bonafé. Verónicas, señala el Consejero Megías, acogerá las últimas aportaciones de creadores murcianos, en 2001 Alejandro Franco y Gonzalo Sicre, aunque también estará presente Hernández Pijuan y la exposición “La imagen rescatada, Cien Años de Fotografía en la Región de Murcia”. Exposiciones cuyos soportes gráficos, trazados por José Luis Montero, se ajustaron a los planteamientos ya señalados.

En paralelo, o si se quiere de forma simultánea, Germinal Comunicación, el estudio fundado por Jorge Martínez, diseñador que formó parte de Tropa, comenzaría a hacerse cargo de la edición de catálogos, carteles y papelería de numerosas muestras de arte de la Comunidad Autónoma.

Entre la señalada exposición de Párraga, del 4 de febrero, y la muestra colectiva del 15 de junio, el 2 de mayo del 2000 se inaugura en Verónicas la exposición “Germinal. Arte emergente en Murcia”. La exposición recoge obras de 19 jóvenes artistas emergentes de la Región: Cuerpo, identidad, moda, diseño, pintura, video, lo virtual y lo real, video-juegos, fotografía, nuevas tecnologías... la obra de uno de los autores, Pedro Eurrutia, consistió en una serie de carteles pegados en las calles, fuera de la sala. Una exposición ambiciosa y, según sus comisarias Isabel Tejada y Mara Mira, “oportuna”. CajaMurcia, la Fundación Telefónica, Twins Informática y Acceso Sistemas, son otras instituciones que apoyan la muestra. Obviando el cartel (Fig. 326) –de Laura Sahagún–, que representa un huevo que se mantiene erguido desafiando la gravedad⁽²⁵¹⁾, el catálogo es un CD-Rom, diseñado por Jorge Martínez, Miguel Marco y Juan Cosme Pérez, tres jóvenes diseñadores que trabajan en Murcia. Germinal, feliz nombre para una exposición y para un estudio creado en el año 2000, al que se añadiría como socia fundadora Leticia Bernal –Rafael Jorge Martínez y José Luis Montero aún diseñarían conjuntamente la gráfica y el catálogo de Pedro Cano *Ad Portas*, para la exposición inaugurada el 14 de septiembre de ese año en Cartagena–, de idéntica, y coincidente en el tiempo, denominación que la exposición acogida en Verónicas; y que rápido modificaría membrete, pues en 2001 el estudio firmaba ya sus trabajos como Germinal Comunicación.

Liderado por Jorge Martínez, Germinal Comunicación definió pronto un estilo ampolloso, provocador, sin renunciar a una fuerte carga de ironía lúdica y sensual, que tiene en la fotografía su más firme apoyo, convirtiendo catálogos y carteles en un objeto donde prima el diseño, la marcada personalidad del diseño, sobre los contenidos que pretende recoger. Es como forzar, intentando llevar al extremo, unos criterios de comunicación que Tropa ya había experimentado. Si escogemos como ejemplo a analizar los trabajos realizados para materializar gráficamente “Carne” (Fig. 327), la instalación de Marina Núñez abierta al público en la Sala Verónicas el 21 de diciembre de 2001⁽²⁵²⁾; “Text”, la video-instalación de César Álvarez montada en la misma sala entre junio y julio de 2002; los catálogos, folletos e invitaciones de las colecciones: *MURAM. Museo Regional de Arte Moderno* y *MURAM colección Marifí Plazas Gal*; el que recoge la muestra “Sedimentación, Ornamento, Bricolaje, Parodia, Cuestiones de la abstracción contemporánea”, inaugurada en la Casa Díaz Cassou el 19 de diciembre de 2002; o la publicación y los impresos editados para la exposición de Teresa Isasi “La presencia invisible”, celebrada en Díaz Cassou entre diciembre de 2003 y enero de 2004; los carteles y catálogos se nos muestran como otra forma de instalación, de piezas artísticas más allá de lo que representan, más allá de su contenido informativo. Unos artefactos que pueden llegar a parecernos excesivos, un alarde visual y decorativo, irónicos, a veces anecdóticos y desproporcionados, incluso incómodos, que juegan con la tipografía, los

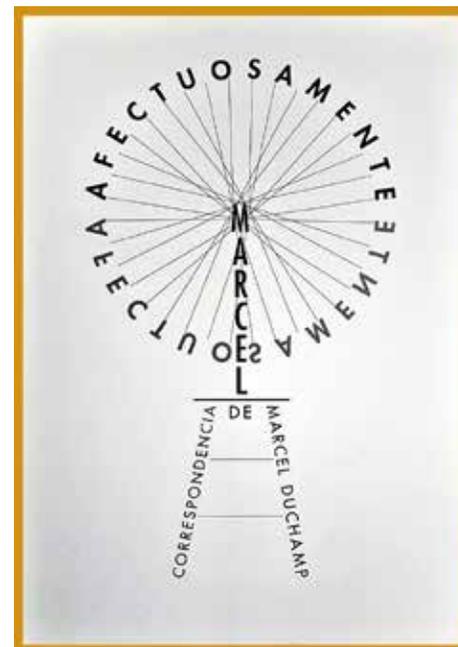
(251) El huevo para apuntar a la creación joven y al diseño, que rompe con fuerza el cascarón y reclama su presencia, ya era una idea recogida en el número 13 de *ARDI*, publicado en enero-febrero de 1990: *Jovenews*.

(252) El catálogo *Carne* fue seleccionado, en octubre de 2002, durante la celebración de la Feria SIGN –Salón de la Comunicación Visual y el Diseño Gráfico– para formar parte y ser incluido en el *I Anuario de Diseño Gráfico Español Index Book*. Una selección realizada por un jurado entre cuyos miembros se encontraban Javier Mariscal, Alberto Corazón, Pepe Giménez, Lewis Blackwell, Pati Nuñez y Roberto Turégano.

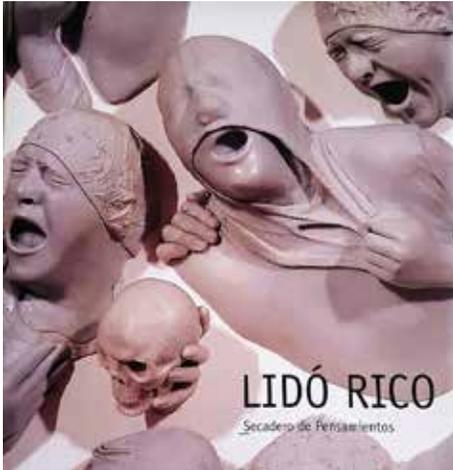
tonos metalizados y acidos, y el negro, sobre novedosos soportes, como seña principal de identidad. Sí, la exposición de mayo ha posibilitado la aparición de un nuevo equipo de diseño, que habrá de escribir relevantes páginas en la historia del cartel y el diseño murciano en la primera década del siglo XXI.

Germinal Comunicación será el equipo de diseño que más determinante y visiblemente influya en la gráfica del Centro Párraga –muy interesante el planteamiento gráfico puesto en juego en 2003 para Circo Interior Bruto–. Un centro de arte cuyas propuestas de comunicación estaban basadas en la diversidad, apreciable incluso en los sucesivos logotipos que identificaron el centro –presentado al público nacional en ARCO 2002– y que parecen materializar el eslogan del espacio artístico de creación contemporánea acuñado en 2006: «*Cuando todo vale... todo sucede*». Germinal recurrió a materiales poco usuales para recoger la impresión, como el cartón de microcanal –es curioso que Sublima Studio recurriera a parecidos materiales en el catálogo que se editó en 2016 para dejar constancia de la exposición “Pintura i altres impureses” que un grupo de artistas murcianos celebraron entre septiembre y diciembre en el Centro Cultural Maristany de Sant Cugat del Valles–; a la complejidad, provocada a propósito en la lectura de textos a partir de la elección y cuerpo de las tipografías; a imágenes chocantes, cuando no directamente provocadoras; a encuadernaciones nada comunes en las ediciones de arte –dejando visto el cosido y encolado de la tripa– pero no tan raras en los catálogos de moda... Una estética que se hizo extensiva a las sucesivas publicaciones del Cendeac, el Centro de Documentación y Estudios Avanzados de Arte Contemporáneo (ubicado dentro de las instalaciones del Párraga) en las colecciones Ad Hoc, Ad Literam y Materiales de Museología, cuyo diseño estuvo al cuidado entre 2011 y 2015 de Afterimago, seudónimo de Alicia Flores Álvarez y Alberto Bódalo, aunque interviniesen otros diseñadores y creativos: la portada del tomo *Afectuosamente Marcel*, que recoge la correspondencia de Duchamp, es una composición tipográfica de Jesús Herrero concebida en 2014 a partir de la pieza de Duchamp *Rueda de bicicleta* (Fig. 328). Como vemos –y veremos más detalladamente– una estética que se prolongaría más allá del final de la primera década del siglo XXI propiciada desde la Consejería de Cultura, y justificada con la acuñación de los conceptos: Murcia capital creativo y Cool-tura «*En cualquier lugar, en cualquier momento*». Y aún después en las publicaciones del Párraga editadas al amparo del ICA (Instituto de la Industrias Culturales y de las Artes); un buen ejemplo lo constituyen la colección de catálogos de pequeño formato, 21x15,5 cm, diseño de VacioStudio, encuadernados con un cartón texturizado impreso a una tinta y golpe seco para el título, que logró un producto austero y atractivo, como es patente en las ediciones de las exposiciones: “La Ribot. Un brazo de menos. Un ojo de más” y “Guillermo Rubí. First time/ Ever made a mistake in my life”, ambas celebradas en 2016. Aún en diciembre de 2017, cuando el ICA edita *EXE 2017 –un año de exposiciones en la Región de Murcia*, con diseño de Rubio & del Amo y un formato tipo periódico, la huella de Germinal es patente, pues el estudio de Jorge Martínez había diseñado, en mayo de 2014, con semejantes planteamientos, el catálogo *La Tregua* para la exposición del mismo nombre de Ángel Haro celebrada en Tabacalera Madrid. Las exposiciones particulares que el ICA apoyó en 2017, al amparo del Plan de Espacios Expositivos (EXE), en colaboración con distintas entidades y ayuntamientos, se publicitarían con cataloguitos de 21x16 cm, diseño de Montero, más normalizados, con planteamientos de conjunto visual identificativo, muy alejados del trabajo de Rubio & del Amo.

Los trabajos gráficos de Germinal Comunicación: *Monocanal*, *La conquista de la ubicuidad*, *Impurezas: el híbrido pintura-fotografía*, *PAC Murcia 2008* –ese papel de pared arrancado con que se presentó “Estratos” y los catálogos de 20x20 cm referidos a las exposiciones sectoriales–, los ya reseñados y tantos otros, tendrán su reflejo en gran número de publicaciones que giran alrededor de las artes visuales y, también, en algunos ejemplos que indican que la lección será pronto asumida: la gráfica de *Identidades periféricas* –ciclo promovido por el Cendeac en 2004–, el cartel anunciador *Performance Body* –seminario impartido por Marina Abramovic en mayo de 2005–, o el cartel del curso *Territorios Mutantes* –realizado en el Cendeac en noviembre-diciembre del mismo año–, trabajos realizados por Ligia Comunicación y Tecnología; *Peripheries of the body*, el pequeño librito diseñado por Pedro Manzano para la exposición inaugurada en la White Box de Nueva York en febrero de 2006; el libro-catálogo, *Enrique Martí*, misterioso e



(Fig. 328) Jesús Herrero. *Afectuosamente Marcel*. Edita CENDEAC. 2014.



(Fig. 329) Pedro Manzano. *Lidó Rico, Secadero de pensamientos*. Murcia. 2006.

intimista, diseñado por Diego Lizan, para la exposición en Verónicas del salmantino, en semejantes fechas; *La belleza devuelta, 100 Años de restauración en Murcia*, catálogo diseñado por Ligia Comunicación y Tecnología, con portada de Ekipo Medios SL, para la exposición celebrada en el Museo de Bellas Artes en 2007; *Fuego por dentro, calma por fuera*, un diseño de Tropa para recoger el proyecto de Pedro Ortuño presentado en Verónicas el mismo año; las excelentes ediciones de las publicaciones que recogen los XV, XVI y XX Premios de Arquitectura de la Región de Murcia de 2009, 2011 y 2017/18, la primera –un libro de 22x21 cm, con portada en tapa dura troquelada simulando una vista aérea de un espacio urbano edificado– con dirección de la publicación de Moho Arquitectos, la segunda –un juego basado en aspectos que recuerdan la encuadernación artesanal, dos tomos recogidos en una caja de cartón microcanal que produjo Moho Arquitectos y Cartón Lab– dirigida por Miguel Mesa del Castillo y León 11, y la tercera con portada y cartel impreso sobre material metalizado, con diseño editorial de María Luisa Reigal y Pedro Noguera. La colección de cinco libros-catálogo de pequeño formato editados en 2014 con motivo de la celebración de los 150 años del Museo de Bellas Artes de Murcia, diseño de Insignia MK; y más recientemente la gráfica de *Factoría Cultural*, realizada por Dossintres en 2017, indagan y profundizan, de forma más o menos consciente, en propuestas muy cercanas a las de Germinal.

La memoria gráfica de la Región de Murcia, recogida sobre todo a través de fotografías, hizo posible que el 9 de mayo del 2002 se inaugurase en el Palacio de Aguirre el CEHIFORM (Centro Histórico Fotográfico Región de Murcia), archivo fotográfico, dirigido por el fotógrafo cartagenero Juan Manuel Díaz Burgos, que cuenta, inicialmente, con 15.000 placas procedentes de las colecciones particulares del fotógrafo totanero Fernando Navarro y los estudios de José Casaú y Martínez Blaya. El CEHIFORM planteó desde el principio la edición de publicaciones especializadas coordinadas desde el archivo. *Fernando Navarro* abrió, con el número 1, la colección *Fotógrafos Región de Murcia*; colección diseñada por Tropa, el estudio que se había hecho cargo de la gráfica del centro documental creando su logotipo: un ojo tramado⁽²⁵³⁾.

El 27 de enero de 2005 se inaugura en la Sala de Exposiciones de la Iglesia de San Esteban la muestra “Antonio Mir, La luz Pinta”; para difundirla, Pedro Manzano planteó la cartelería a un formato de 100x70 cm y un tipo de catálogo que respondía a cuatro parámetros: 1) Distinción de dos tipos de papel, uno texturizado, para textos, dibujos, biografía y fotografías del artista, impreso a dos tintas; otro en couche semi mate para reproducir la obra expuesta. 2) Tapa dura con sobrecubierta para la encuadernación. 3) Formato cuadrado de 30x30 cm que permitiera reproducir piezas verticales u horizontales. 4) Ajuste exacto de los pliegos para no encarecer en exceso la edición. Catálogos con cierto aspecto institucional. Bajo estos parámetros se editaron, tras la de Antonio Mir, las publicaciones correspondientes a las exposiciones: “Muher”; “Sofía Morales”; “María Dolores Andreo”; “Antonio Campillo, Retrospectiva”; “Lidó Rico, secadero de pensamientos”, que sustituyó la sobrecubierta por una encuadernación con guaflex para dotarlo de una blandura táctil de parecida sensación a las propias esculturas expuestas, blandas, como de cera (Fig. 329); “José Manuel Ciria, pinturas construidas y figuras en construcción”; “Muñoz Barberán” y “José Carrilero, hacia un nuevo clasicismo”. Un esquema que, salvo las publicaciones: *Torregar, Ausencia de identidad* –una carpeta negra, impresa con texto magenta conteniendo el catálogo de la muestra–, editada en 2006 y *Libros con arte, Ahora Ediciones de Bibliofilia*, editado en marzo de 2007 con motivo de la exposición de idéntico título, se mantuvo hasta 2008, año en el que la muestra “Manuel Pérez, Pulsiones” optó por otro formato en la edición del catálogo. La intervención de otros diseñadores en 2007 respetaría el criterio y el formato inicial propuesto, como ocurrió con los catálogos *Francisco Serna* y *Stereo* editados a partir de abril de 2007 bajo el cuidado de Diana Escribano y José David Morales.

(253) Referencia a la que había recurrido Tropa en 1999 para difundir la programación de Artes Visuales de diciembre-abril 1999-2000, destacando ES VISUAL de la denominación del departamento y uniéndolo a la pupila de un texturizado ojo, más intuido que presente.

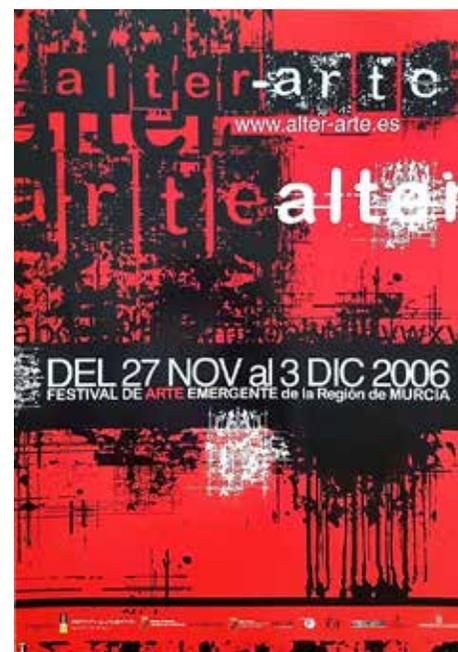
emprendidas y... la escasa atención prestada a una crisis económica demoledora que tenía, por fuerza, que haber modulado las actuaciones institucionales. Una crisis a la que apuntaba la mala racha continuada de la bolsa, desde que en agosto de 2007 se hizo pública en EE. UU. la situación de las hipotecas *subprime*. Hay que tener en cuenta que la crisis en el sector de la construcción era ya patente en febrero de 2008, cebándose en los pisos de segunda mano; la construcción daría números rojos, por primera vez desde 1993, en 2008, y la vivienda cayó en picado. Murcia fue la tercera comunidad autónoma en la que más descendió el precio de la vivienda de segunda mano. Algunas cajas de ahorros, como la CAM, publicitaron la adquisición de cuotas participativas. La economía europea estaba sumida en un pánico financiero de tal envergadura que el BCE (Banco Central Europeo) se vio obligado a desistir de construir su nueva sede, a pesar de tener ya adquiridos los terrenos. El 15 de septiembre de 2008 el banco inversor Lehman Brothers, cuarta entidad bancaria de EE. UU., se declaró en quiebra, horas después de que el Bank of America comprara Merrill Lynch en un intento de apuntalar el sistema financiero, provocando otro inmenso batacazo en las bolsas. La burbuja quedó pinchada y la construcción se fue al garete sin solución de repuesto en la región. Los galeristas murcianos mostrarían su preocupación ese mismo mes de septiembre, pues la continuada bajada de ventas de obra de arte era palpable y algunos espacios expositivos regionales, como Fernando Guerao o Catedral Gallery, habían cerrado.

Una situación que parecía no tener reflejo en las acciones planteadas por la Consejería de Cultura desde muchos meses antes. El 29 de marzo de 2007 la Comunidad Autónoma hace público, en los medios de comunicación, que Murcia será sede del PAC (Proyecto Arte Contemporáneo); iniciativa que se celebrará entre enero y marzo de 2008 y tendrá en Nicolás Bourriaud el comisario del proyecto. Un proyecto que se servirá de la arqueología como método de trabajo, y pretende descubrir a los murcianos, desde las distintas aportaciones artísticas, *“una visión de Murcia que ni ellos mismos conocían”*. El gestor cultural que organizó el evento fue el luego director de ARCO Carlos Urroz, y en él participaron la estadounidense Mark Dion y la aragonesa Lara Almarcegui. Urroz apunta que las bienales *“empiezan a estar devaluadas”*. Las sedes escogidas por Urroz para desarrollar el PAC fueron: el Auditorio Regional, el Centro Párraga, el espacio de Artes Visuales, la Filmoteca Regional, la iglesia de San Juan de Dios, el Museo de Santa Clara y el de Bellas Artes, las salas de San Esteban y Verónicas, y otros espacios públicos como plazas, solares y edificios abandonados. Una parte del presupuesto del PAC se piensa destinar a la adquisición de obra.

En marzo ya es conocido que en octubre se celebraría Alter-arte; *“festival de arte emergente”* que tiene lugar por segunda vez en Murcia. El festival Alter-arte se había celebrado en noviembre de 2006 por primera vez, anunciado con carteles (Fig. 330), de aire grafitero, diseñados por Símbolo 8. La gráfica de esta segunda edición constituyó un guiño al arte óptico y la psicodelia –un planteamiento visual al que recurrirá en 2010 Germinal Comunicación para difundir la VII Muestra Arte Libre Imagina que celebra San Javier, que editó tres modelos de carteles basados en el Op Art, las ilusiones ópticas como metáfora de *“un festival que sorprende y abre otras soluciones”*; y en 2018 para publicitar desde distintos modelos de carteles y soportes gráficos, el certamen del Ayuntamiento de Murcia CreaMurcia, reforzando el juego visual, realizado a dos tintas con la frase *“el talento no se encuentra a simple vista”*-. La directora del Injuve, Teresa Moreno, y la comisaria del festival Alter-Arte, Ana García Alarcón, presentan a los medios el extenso catálogo, más de 200 páginas, que recogen las 300 actividades realizadas en la región la edición anterior, que integró el veterano festival Murcia Joven en la programación de Alter-arte⁽²⁵⁴⁾.

Tres meses después, el 4 de julio de 2007, el recién elegido nuevo consejero de Cultura, Juventud y Deportes, plantea desde la prensa, como una de las prioridades de la nueva política cultural para la Región: *“Fortalecer la posición de privilegio que tiene la Región de Murcia en materia de cultura”*. El día 5 en la entrevista a que lo somete Ana Lucas para *La Opinión* explica: *“No creo en la política cultural de la sociedad del espectáculo”*, y tacha de miméticas e inviábiles las políticas culturales de distintas autonomías; señala: *“Hay que tender hacia la austeridad y hacia la riqueza de ideas. Economía de medios y riqueza de ideas, ésta deberá ser la política”*.

Pronto se producirán algunos cambios en el organigrama de la Consejería. El 4 de septiembre es público que Juan Nicolás, bailarín y director de Foro Artístico, sustituye a



(Fig. 330) Símbolo 8. Festival de Arte Emergente. Murcia. 2006.

(254) El I festival Alter-arte había comenzado el 27 de noviembre de 2006, con presupuesto de 250.000 euros. Entre los participantes en 2006 estaban SAM 3, el Colectivo 2A, Urbafa, Tomy Ceballos, Juan Martínez Lax o Circo Delicia... El festival comprende más de cuarenta acciones en distintos espacios públicos de la capital, pues pretende ser un *referente del arte urbano actual*; una iniciativa apoyada por la Consejería de Cultura, el Instituto de la Juventud, la Concejalía de Juventud del Ayuntamiento de Murcia y el colectivo FA (Foro Artístico). La gráfica del festival, basada en el juego tipográfico, jugó con la idea de letras estampadas en una pared, y fue realizada por AcciónVisual, encargándose Carlos Belmonte de la producción audiovisual y Pedro Giménez-Octavio Galán del diseño gráfico; catálogo atrevido en formato 20x20 cm, un preludio del libérrimo diseño planteado meses después en la gráfica del libro *El a, e, i, o, u del vino*, editado por Alianza Editorial en 2007, con idéntico equipo de producción: edición a cargo de Carlos Belmonte; diseño, fotos, ilustraciones y realización Pedro Giménez y Octavio Galán; una colaboración de AcciónVisual y Pedro Martínez.



(Fig. 331) Ligia Comunicación. *II Encuentro de Arte y Acción: La Ética*. 2007.

(255) La idea de la transgresión y la provocación –que parecen de inspiración situacionista– será constante en las propuestas gráficas y las acciones que alienta y subvenciona la Consejería. En septiembre la Consejería edita *Cool-tura*, revista de reflexión y ensayo con tirada inicial de 1.000 ejemplares y periodicidad trimestral; lleva, en la portada del primer número, un encapuchado que sostiene y apunta con una amenazante pistola, imagen muy semejante a la publicada en los medios en referencia a la matanza, perpetrada por un joven en un instituto de Finlandia; la publicación giró, entre otros temas, en torno a la estética del terrorismo, su imagen y su percepción. El 16 de febrero de 2009 la relación torturador y torturado centró un ciclo de teatro experimental en el Centro Párraga; una de las compañías, La Hoguera, muestra su trabajo: *Insultos al público* y edita polémico cartel, basado en el grafiti de Banksy, en el que Mickey Mouse y Ronald Macdonald sostienen de la mano a la niña desnuda que huye del napalm en la famosa foto de la guerra de Vietnam.

Mara Mira en la dirección del Párraga. Y se hará explícita la línea que, en cuestiones vinculadas al mundo del arte, piensa mantenerse desde este departamento administrativo: una continuidad en la dirección emprendida años antes desde el Cendeac –en mayo de 2005 el Cendeac había acogido el ya citado seminario *Performance Body*, Una Historia Subjetiva del Body Art, impartido por Marina Abramovic–. El 7 de septiembre se presenta el II Encuentro de Arte y Acción: “La Ética”, con un cartel (Fig. 331), que muestra invertidos dos rostros con anteojeras en verde y negro solarizados y contrastados, producido por Ligia Comunicación que, como vemos, viene realizando la producción gráfica de numerosas iniciativas de la Consejería de Cultura; citaremos aquí otro excelente cartel realizado en 2005 para el Cendeac: *Intentos de escapada: una vida dentro y fuera del arte*; en 2006 Ligia realizará el cartel del V Centenario Pax Christi, que rememora la fundación de las parroquias del Valle de Ricote.

El 25 de septiembre se sabe ya que el PAC reunirá a 18 creadores, con un presupuesto de 1.200.000 euros y carácter bienal; y en palabras del consejero tratará de “*cuestionar, transgredir y no dejar a nadie indiferente*”; el proyecto, según el consejero, servirá para introducir al ciudadano en una nueva política y “*aunque no sabemos la reacción, está nos servirá, en el caso de que sea de estupor, para seguir trabajando para que se convierta en algo positivo*”. Las críticas no se hicieron esperar, tres meses antes de echar a andar el proyecto, el 2 de octubre de 2007, la Asociación de Galeristas de la Región consideró el PAC una estafa, y pidió desde la prensa que no se llevara a cabo; apuntando –lo hace el vicepresidente de la Asociación– que supone “*la apuesta económica cultural más importante de la región para un proyecto que no cuenta con un solo artista murciano, ni con el asesoramiento de ningún experto de la región*.” También criticó el PAC Foro Ciudadano, que se refería al evento como una consecuencia de la fascinación por los proyectos estrella.

El 3 de octubre, el consejero presenta a la prensa el plan estratégico para la cultura regional, que incluye la creación de un laboratorio de arte joven, además de la restauración integral de San Juan de Dios y la ampliación del Museo de Bellas Artes.

El 14 de diciembre de 2007 queda inaugurado el Lab con una videoinstalación con elementos sonoros de Ramón González: *Colours Drivers*. El Lab cuenta con 400 metros cuadrados de instalaciones en la Plaza Islas Baleares de Murcia. F33 diseña la gráfica del laboratorio, celdillas de abeja con el anagrama lab. Los numerosos carteles y folletos editados para el Lab al amparo del eslogan «*disponible*» reflejan ese espíritu que pretende impregnar el proyecto como lugar de intercambio y encuentro de experiencias, que busca el equilibrio entre la cultura y el arte de la producción, entre la cultura y el arte de la exhibición: exposiciones, talleres, cursos, seminarios, espacios disponibles bajo solicitud, prestamos de materiales... La gráfica del Lab sería premiada con un LAUS.

Apenas un día después, el 15 de diciembre de 2007 se presenta la programación del Centro Párraga. El cartel anunciador presenta un personaje que lleva tatuado en el torso mensajes acordes a la programación y, sobre la cabeza, cubriéndola, una caja de cartón, un cubo opaco. Una propuesta visual en clara sintonía con los transgresores trabajos de Germinal Comunicación⁽²⁵⁵⁾. Una programación que incluye teatro, música y cursos formativos, un master de danza y artes del movimiento, talleres para estudiantes de arte sobre producción discográfica, composición electroacústica por ordenador, tendencias de la danza y la creación coreográfica del siglo XX, y los lenguajes del diseño y la arquitectura.

El 31 de enero de 2008 se inaugura “Estratos”, con una fiesta celebrada en el mercado de Saavedra Fajardo a la que asistieron más de 400 personas. Entre las acciones de “Estratos”, una montaña de escombros realizada por Lara Almarcegui, un túnel excavado a tres metros bajo tierra por Abraham Poincheval y Laurent Tixador, y la reproducción de una celda en la cárcel vieja realizada por Mark Dion... una reflexión sobre los vínculos que unen la arqueología, el arte y la recuperación de la memoria. En el cataloguito-folleto de presentación, de apenas 18x13 cm de formato, el Consejero escribe: “*...la consiguiente merma del puro «efecto de exhibición»; la elección, como motivo central de reflexión por parte de los artistas, de un tema como el de la arqueología, tan incrustado en la cultura y el modus vivendi de la ciudad de Murcia, y que supondrá la aportación de un plus de especificidad a los diferentes trabajos mostrados; y –en lo que constituye un dato importante, a no desdeñar– la concepción de todo el proyecto a partir de la idea de austeridad y crítica al modelo espectáculo, que suele sostener cada una de las bienales*

convocadas a lo largo y ancho del panorama mundial.” Quizá en adecuación a estas palabras del consejero la imagen del PAC 2008, “Estratos”, tuvo su base en la apariencia de austeridad, en un *no diseño* aparente, austeridad tipográfica –tipografía bold de palo seco en negro sobre color transporte blanco–, y la utilización de materiales especiales, papel y cartón sedoso y táctil, empleados para el interior y las cubiertas de los catálogos de pequeño formato, 20x20 cm, que se imprimieron, pensados para recogerse en un estuche, con el complemento de tramas creadas sobre el blanco con golpe seco, y negro y plata para los textos de portada. Aunque “Estratos” (Fig. 332) recogió el trabajo de los artistas foráneos participantes en un extenso libro-catálogo en tapa dura, con unas guardas que llevan impresa la fotografía de las texturas que provocan en la pared papeles arrancados, viejos azulejos y desconchados; unas guardas muy en consonancia con la propuesta del PAC. Un estudiado producto de Germinal Comunicación, equipo de diseño al que recurrirá preferentemente la Consejería.

El 7 de febrero de 2008 se presenta la programación de la Sala de Verónicas y el Espacio AV. Jérôme Sans, director de programación del Baltic Contemporary Art Center en Newcastle, se hará cargo de la programación de Verónicas desde septiembre de 2008 hasta marzo de 2009 –dedicada a proyectos anuales encargados a comisarios de prestigio internacional–, donde expondrán Younés Rahmoun y Farhad Moshiri; previamente, en mayo, está previsto que Eva Lootz presente “Hidrografías”. La responsable del Espacio AV adelanta la programación, que contará con un 50% de artistas murcianos y el resto de fuera de la región: Roser Meseguer, Orlan, Eduardo Pérez Salguero, Francesca Woodman. Todas las exposiciones serán de producción propia: “*Se acabaron los circuitos* –plantea el Consejero–, *Murcia ya no será una estación de paso: va a tener sus propias exposiciones y las vamos a exportar*”. En noviembre, dentro del “Programa de intervenciones urbanas” ideado por la Consejería, el artista indio Anish Kapoor realiza una pieza en la capital murciana. Muestras y exposiciones que han contado con sendos carteles y publicaciones, algunas ya citadas.

Fernando Castro Flórez comisaría el stand murciano de ARCO 2008 bajo el título “La escena del crimen. Huellas inquietantes y otras historias”. Lo dotaran de contenido 16 artistas nacionales e internacionales entre los que se encuentran cuatro murcianos: Ángel Mateo Charris, Lidó Rico, Eduardo Cortils y Javier Pividal. El proyecto quedaría recogido en un librito de 19x14 cm que maquetó y diseñó Tropa. El stand de Murcia, de 162 metros cuadrados, dedicó un espacio al trabajo de Valcárcel Medina publicado por la Editorial Ahora: *Topología Hermenéutica o quizá Hemenéutica Topológica*, y contó con presencia de *La Naval*, una exposición de Pablo Helguera comisariada por Martín Lejárraga. En paralelo una obra de Ricardo Escavy es seleccionada por el Ministerio de Cultura para su stand de ARCO. La Comunidad compró dieciséis obras en ARCO por 166.000 euros, cuatro en galerías murcianas o vinculadas a Murcia: dos en T20 y otras tantas en Espacio Mínimo; compras que fueron seleccionadas por Castro Flórez y un coleccionista murciano privado.

El 8 de febrero, en *La Opinión*, el pintor Ángel Haro escribe un largo texto, “El paisaje cultural”, en el que expone la relación histórica de la cultura y el poder político, critica el papel del comisario artístico como cómplice necesario en el control del artista –relegado a un segundo e irrelevante plano– y la producción de arte. Todo en un momento de despilfarro, en lo que atañe a la política cultural y artística de la región, inoportuno y fuera de lugar, en pleno horizonte de recesión económica, que no apostó por fortalecer las infraestructuras y el tejido propio del arte y la cultura regional. Haro subraya: “*Hemos conseguido poner en nómina a todos los comisarios del star-system a precios que no cobran en ningún otro sitio. Hoy, en Murcia, se comisarian hasta las cenas...*”, y remata el artículo: “*Lo demás ya lo contó Berlanga... No sé cómo no se ha montado un desfile en la Gran Vía con banderitas y farolillos, para que todos cantemos alegremente vestidos de huertanos: ¡Coooomisarios, os saludamos con alegría! ... Seguro que iría mucha gente*”.

El PAC volvió a ser objeto de crítica el 2 de marzo. Manolo Belzunce escribe en *La Opinión*: “El silencio de los corderos”, y en el artículo manifiesta, destacado en negrita, que “*se está dilapidando un dinero público en actuaciones de dudosa temeridad artística, culinaria y festiva*”. En abril Belzunce volverá a insistir sobre el PAC –en unas fechas,



(Fig. 332) Germinal. Catálogo. Estratos. 2008.



(Fig. 333) Germinal. Cool-tura.

17 de abril, en que la prensa reseña las más de 20.000 personas que han visitado “Estratos” y recogido las palabras del consejero que refieren: *“Estratos, el Proyecto de Arte Contemporáneo 2008 ha sido uno de los mayores éxitos culturales en la historia de la Región”*— en otro escrito dirigido a la prensa local: *“El silencio de los corderos (2)”*; Belzunce viene a subrayar la ausencia de ciertas entidades en el sistema del arte en Murcia —cita a los galeristas murcianos— en la toma de decisiones sobre el arte y la política cultural de la Consejería, señala que agentes culturales y artísticos de la región, y galeristas o artistas murcianos no *“hayan sido jamás llamados para formar parte de algún grupo, entidad o consorcio en otras regiones de la geografía española y si por casualidad se ha hecho o realizado algunos movimientos siempre ha sido a cargo de las arcas de la Región”*.

A finales de abril de 2008 la Consejería hizo pública su nueva campaña de comunicación, una nueva marca corporativa, que responde al lema *«Cool-tura. En cualquier momento, en cualquier lugar»*. La pretensión es acabar con la dispersión de eslóganes y mensajes generando un elemento —en palabras del consejero— unificador y vertebrador, fomentando una cultura más visible, desinhibida y cercana. El plan tiene un coste de 240.000 euros. Anuncios en televisión y cines; intervenciones urbanas potenciadas con grandes “C” de dos metros y medio; un espacio nómada, recogido en una carpa viajera, por toda la región, mostrando el trabajo de los artistas murcianos; puesta en marcha de una página web, www.cool-tura.es, que recogía la agenda cultural de la Comunidad y una galería virtual para artistas que lo solicitaran; incluso se pensó en acentuar las “C” de letreros y carteles de las calles, y potenciarlas en negrita —la ocurrencia se llevó a cabo— en las páginas de cultura de la prensa. Germinal Comunicación fue la empresa que se encargó de la gráfica y la aplicación del proyecto; fiel a su estilo provocador, divertido e irónico, jugó con una gran “C” y sobre ella chocantes imágenes (Fig. 333); especialmente divertida la peluquería vintage con que compuso la foto de uno de los carteles del programa visual⁽²⁵⁶⁾. Cool-tura patrocinaría, un año más tarde, el suplemento *Sin fin* que dirige Ángel Montiel, separata de cultura y ocio insertada en las páginas de *La Opinión*, que diseña Germinal Comunicación y se publicó por primera vez el 12 de junio de 2009.

Otras poblaciones murcianas celebraron estos años festivales de arte emergente. Puerto Lumbreras celebró en 2008 la quinta edición de “Explum” y en marzo de 2009 la VI. Y San Javier, que volvería a celebrar en abril de 2008 “Imagina”, el festival de arte mas antiguo de la Comunidad, creado en abril de 2004; un Imagina planteado al finalizar la década al amparo del lema *«mójate»*, y anunciado siempre con excelentes carteles; carteles, más allá de los realizados por Germinal y por David Belando, concebidos en 2012 por el diseñador y fotógrafo local Kino Tovar —un *collage* fotográfico que conforma el rostro de la modelo de la localidad Eva Peñalver—, y en 2015 realizado por Josechu —una utopía geométrica, una de esas imágenes imposibles (Fig. 334) en perspectiva isométrica cuya tradición bebe del artículo de Roger Penrose publicado en 1956 *figuras imposibles: una clase especial de Ilusiones Visuales*—. Sí, Festivales en San Javier, como vemos, anunciados siempre con carteles; en 2016 el diseño gráfico fue obra de Rodríguez Aguilera y en 2017 y 2018 la imagen del Festival la realizó Carlos Nicolás Alarcón.

El 15 de abril de 2008 se hace público que Nelo Vilar, artista multidisciplinar y gestor cultural valenciano, será el nuevo director de Alter-arte 08. El objetivo es hacer confluir fiesta popular y arte contemporáneo. Al festival de octubre piensa invitarse al *bufón* Leo Bassi, que traerá a Murcia su Bassi Bus.

Un mes más tarde es público que la Consejería invertirá 9.7 millones de euros para hacer productiva la industria cultural murciana, creándose el Centro de Investigación del Diseño que englobará arte y artesanía, diseño gráfico e industrial, arquitectura, imagen, interiorismo, moda y joyería, un organismo que contará con 1.600.000 euros y organizará, seminarios y talleres.

El 22 de mayo comienza el festival Punto Aparte: música, danza, cine... un festival que dirige Jorge Martínez, el líder de la agencia de diseño y publicidad Germinal Comunicación. Y en julio el Centro Párraga anuncia con publicidad que recupera la terraza para un ciclo de cine y música: *“Xcéntric”*.

En septiembre el director de Alter-arte Nelo Vilar y la coordinadora general del festival Beatriz Boluda dimiten, al anular la Consejería de Cultura, Juventud y Deportes la actuación de Leo Bassi que había preparado un proyecto polémico, un autobús —Bassi bus— con el que el artista pretendía recorrer los puntos de mayor especulación urbana

(256) Por esas fechas, dos programas publicitarios del Ayuntamiento de Murcia y la Comunidad Autónoma de amplia repercusión en los medios: *“Soy un parque, no un W.C. échame un guante”*, referido a las deposiciones de animales de compañía en espacios comunes, y *“El día (d), ¿Qué haces el próximo domingo?”*, que pretende favorecer el uso del transporte público, están concebidos con semejantes planteamientos gráficos a los que recurre Germinal.

de la ciudad ayudado por las denuncias que le iban a enviar los propios ciudadanos y colectivos. Vilar expone a la prensa el 17 de septiembre: “...ha podido influir la futura remodelación del gobierno regional, porque no queda muy bien que una consejería critique las acciones del propio gobierno”, aunque “el arte –dice– está para visibilizar los conflictos, no para taparlos con formas bellas y no podemos callarnos porque le hacemos un flaco favor a la sociedad si siguiéramos al frente de Alter-arte”. El PSRM e IU calificaron de partidista y dirigista la suspensión de la actuación del cómico italiano, tachándola de censura y boicot.

La imagen que anuncia el certamen artístico Alter-arte 08, a celebrar del 6 al 12 de octubre, se ha presentado a los medios casi cinco meses antes, publicitándose con un cartel, una propuesta gráfica con todas las connotaciones habituales de Germinal Comunicación; un personaje disfruta de una taza de café, o infusión, sentado en su sofá, presto a contemplar el espectáculo, o acción artística, desde el tamiz de unas gafas de cartón aptas para visualizar imágenes u objetos de apariencia tridimensional. Una veintena de artistas participantes se dieron de baja del festival, y se firmó un manifiesto contra la suspensión de Leo Bassi. El miércoles 8 de octubre se organiza una protesta silenciosa contra los organizadores del ciclo Alter-arte bajo el lema «*Nadie puede censurarte, se ofrece festival, mira cuando quieras*»; se repartieron pequeños pasquines con la programación original antes de ser retirada la actuación de Bassi; los asistentes portaban máscaras blancas que llevan pintada en la boca una cruz roja para simbolizar la censura que denuncian. Y se editaron carteles que llevan tachado, en rojo, la parte izquierda de unas gafas que imitan las que aparecen en el cartel oficial anunciador. Leo Bassi actuó en Murcia, en la Plaza de Romea, el 15 de octubre, fecha en la que ya era conocido y público que el consejero había incrementado sus competencias incorporando el turismo regional⁽²⁵⁷⁾.

El 17 de noviembre de 2008 echa a andar el Observatorio del Diseño y la Arquitectura (OBS). Proyecto de la Consejería que pretende aunar economía y creatividad, diseño y arquitectura, encuentros, cursos de formación, talleres, seminarios de investigación; incluso pensaba contar con una línea editorial. Proyecto que asesoran los arquitectos José María Torres Nadal y Juan Antonio Sánchez, el diseñador Jorge Martínez, que se encargó de su apariencia gráfica, y el director de área cultural del Instituto Europeo del Diseño de Madrid Pedro Medina⁽²⁵⁸⁾.

La Comunidad Autónoma se propondría en 2008 unificar los planteamientos editoriales de algunas de sus líneas de edición. Se creó Ediciones Tres Fronteras, al amparo de un símbolo compuesto por libros que semejan bandada de gaviotas componiendo un tres, y dentro de sus líneas editoriales la Colección Arte Tres Fronteras con diseño de La Causa. El primer volumen de la serie Arte Tres Fronteras, *Almela Costa. Los cuadros de mi padre*, se diseñó en formato apaisado, en tapa dura y con sobrecubierta troquelada en forma de “A” dejando ver parte de la imagen de la portada; un formato, un tanto aparatoso, que tuvo continuidad: *El Legado*, que referencia la obra escultórica de Juan González Moreno legada a la Comunidad Autónoma, y *Diario de arena*, de Antonio Martínez Mengual. El formato de Arte Tres Fronteras pronto se reveló poco apto para publicaciones que reproducen obras de arte dada su escasa adaptabilidad.

A primeros de enero de 2009 ya se ha decidido que el PAC 2010 lo comisaré Cuauhtémoc Medina y lo coordine Carlos Urroz –en junio se daría a conocer que Urroz, coordinador del PAC, ha sido nombrado director de ARCO; el consejero manifestó: “*Es una muestra del acierto de la región*”–. Un proyecto que se acogió a la denominación “Dominó canibal”, consistente en que ocho artistas de prestigio trabajen cada uno sobre la obra anterior del otro “*Comiéndose entre ellos*”, un cadáver exquisito, explica la Consejería de Cultura.

A mediados de febrero el consejero da a conocer a los medios la noticia de que Murcia celebrará la bienal de arte “Manifesta”. Un certamen que tendrá lugar simultáneamente en Murcia, Cartagena y Ceutí –en la sede de La Conservera, nueva denominación del viejo espacio Ceutimagina, que abrió su programación en mayo con Loris Gréaud, Banks Violette, Björn Dahlen y Manu Arregui–. El proyecto se presenta en ARCO, certamen al que la Comunidad había acudido con un stand, una de cuyas paredes podían derrumbar los navegantes de internet merced a la web www.puertas-decastilla.org accionada por un martillo eléctrico. Ocurrencia que justifica el Consejero: “*Las exposiciones, los museos, están para ser destruidos*”⁽²⁵⁹⁾.



(Fig. 334) Josechu. IMAG INA'15. San Javier. 2015.

⁽²⁵⁷⁾ Entre el 19 y el 25 de octubre de 2009 vuelvel a celebrarse en Murcia quinta edición de Alter-Arte. El festival de arte emergente se anunció en prensa con iconos circulares que remiten a las alcantarillas de la calle: una diana para artes visuales, una línea oscilante para la música y una cruz para artes escénicas. Alter-Arte se anuncia con una imagen genérica atrevida y, cuando menos, curiosa: el personaje asoma de la alcantarilla y otea el mundo a través de unos prismáticos. El evento contó con 120.000 euros de presupuesto, 40% menos que en 2008, y fue definido por el consejero con estas palabras: “*Después de la tempestad llega la calma*”.

⁽²⁵⁸⁾ El Observatorio propiciaría una serie de interesantes acciones vinculadas al diseño: El primer encuentro se celebra en el Auditorio el 17 de noviembre de 2008 casi como acto fundacional; participaron más de 70 diseñadores gráficos de unas 30 agencias publicitarias y, entre las conclusiones, se determinó la necesidad de la creación de una asociación que agrupe a los diseñadores gráficos, la creación de unos premios anuales para las empresas que apuesten por el diseño y la vinculación del sector con otros sectores afines: como la moda, la industria en general y la arquitectura. Seguirían otras acciones: El 20 de febrero de 2009 Francesca Appiani, comisaria del Museo Alessi, imparte una conferencia sobre la marca italiana en el Auditorio Regional, cerrando un ciclo de intervenciones organizadas por el OBS; y el 16 de octubre de ese año El Observatorio somete al diseño regional a una iniciativa que pretende testar la situación del sector en Murcia y orientar a todos los agentes económicos que intervienen en el proceso.

⁽²⁵⁹⁾ Las declaraciones del Consejero las publica *La Opinión* el 12 de febrero de 2009.

El 29 de abril de 2009 se inaugura en el palacio de Aguirre el MURAM, Museo Regional de Arte Moderno de Cartagena, con una exposición de piezas de Rodin titulada "La era de Rodin" propiedad del magnate mejicano Carlos Slim. Las siguientes exposiciones programadas fueron "El legado de Juan González Moreno" y "Poéticas del siglo XX" –esta última contó con catálogo diseño de OperaPrima–.

El 16 de mayo de 2009 Jorge Martínez vuelve a dirigir, como creador y director, el festival Punto Aparte. Centrado en esta ocasión en la demencia.

El 4 de junio de 2009 Murcia asiste a la 53 edición de la Bienal de Venecia. 12 artistas, uno de ellos –Jesús Martínez Oliva– murciano. Pabellón articulado en torno a "La sociedad del miedo".

A primeros de octubre los comisarios de Manifesta llegan a la región en busca de espacios y de artistas. A tres millones asciende el costo de un festival artístico que piensa extenderse de octubre de 2010 a enero de 2011.

En noviembre ya se sabe que no participa ningún artista murciano entre los siete creadores que articularán el PAC 2010, "Dominó caníbal" (Fig. 335): Jimmie Durham, Cristina Lucas, Kendell Geers, Tania Bruguera, Francis Aljys, Rivane Neuenschwander y el colectivo Bruce High Quality Foundation. El costo será de 500.000 euros; y la cartelería un simple desplegable tipografiado a una tinta, sobre papel blanco, que actúa como pasquín-programa por una de las caras.

El 4 de diciembre la prensa da a conocer que los artistas murcianos presentes en el stand de la Región de Murcia en ARCO 2010, bajo el comisariado de Pablo Lag –jefe de proyectos de La Conservera– realizarán sus creaciones en el propio stand. Eduardo Balanza construirá un tanque junto a Stephan Bosse, Verónica Navarro tejerá un vestido junto a su madre y su abuela, Pividal realizará un mural en directo, Martínez Oliva montará una instalación sobre el tema educativo, Second compondrá en directo una canción, Martín Lejárraga intervendrá todo el stand, Begoña Carrasco tatuará a los visitantes con la frase de un filósofo y Ramón González instalará una malla pintada a mano.

El 16 de diciembre la Consejería da cuenta de que el presupuesto que maneja el departamento para 2010 ronda los 95 millones de euros, un 26% menos que el año anterior, y explicita las acciones previstas para el año entrante: una nueva edición del SOS, la bienal Manifesta 8 y otra edición del Proyecto Arte Contemporáneo, y potenciar la campaña turística *No typical*.

El año 2009 acabaría con fuerte polémica referida a la conveniencia o no de comprar la colección de arte, 21 piezas de artistas conocidos, proveniente de los fondos de la Galería Clave: Tapies, Equipo Crónica, Broto o Valdés, entre ellos. Una compra que la Asociación Murciana de Críticos de Arte y la Asociación de Galeristas juzgó inadecuada, improcedente e inoportuna.

El 25 de enero de 2010 Jimmie Durham abre el Dominó Caníbal en Verónicas. En marzo es Cristina Lucas la encargada de construir su propuesta sobre la obra de Durham. Y suma y sigue.

El 18 de febrero de 2010 ya es conocido que participarán en la Bienal Europea de Arte Contemporáneo, Manifesta 8, un centenar de autores, y contará como sedes con el antiguo edificio de correos de Murcia y el restaurante El Parque de Cartagena que lleva años en desuso, edificios que requerirán mínimas rehabilitaciones. En junio la Bienal Europea de Arte Contemporáneo Manifesta 8 se presenta en Berlín. Cien días durará en la Región de Murcia a partir del 2 de octubre. Un programa que giró en torno al diálogo, a través del arte, de Europa y el norte de África, un programa que incluye más de 90 instalaciones en edificios históricos, o poco convencionales, y museos. Proyecto que desarrollan tres equipos curatoriales: Alexandria Contemporary Arts Forum (ACAF), de Egipto; la Chamber of Public Secrets (CPS), de Italia, Dinamarca y Líbano; y Transit.org, de Austria, República Checa, Hungría y Eslovaquia. Una bienal que contó con muestras y proyectos complementarios: "Paralelo 8", eventos en los que participarían 20 artistas murcianos de los 35 seleccionados. Tanto Manifesta 8 como Paralelo 8 se divulgaron con una gráfica de precisa simplicidad, en línea con la del PAC, una o dos tintas para juegos tipográficos sin muchas concesiones, donde prima lo textual, la información escrita, apenas subrayada con líneas y círculos que semejan cajas, lutos o sellos. El diseño sin diseño, o mejor, quizá la ocultación consciente del diseño para sugerir una apariencia de rigor y austeridad.



(Fig. 335) Germinal. *Dominó Caníbal*. PAC. 2010.

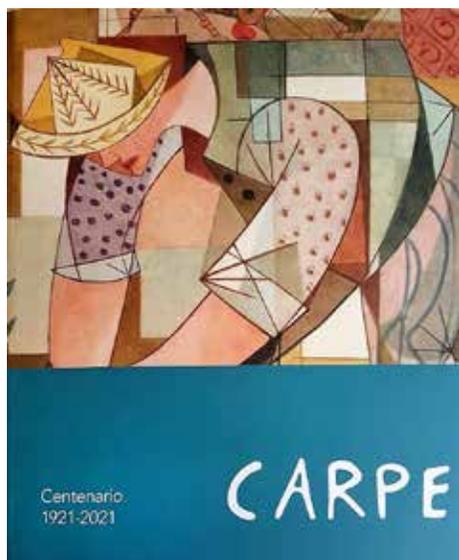
El 13 de abril de 2010, Cultura da a conocer que alquilará los bajos de diez locales comerciales para que 40 creadores murcianos los transformen en sus estudios y trabajen a la vista de todos; un nuevo proyecto que la Consejería pone en marcha bajo la denominación "Distrito Artístico".

A mediados de junio la Consejería se propone lanzar una campaña para promocionar La Conservera en Ceutí y potenciar las visitas a las exposiciones. La gráfica de la campaña la diseñó Germinal Comunicación. La idea es que no hay excusa posible para no visitar La Conservera, y se planteó como una antítesis paradójica sujeta al eslogan «*hay tantas razones para ir que te diseñamos una excusa*». Una campaña en la que participaron numerosas personalidades del mundo del arte, el diseño y la cultura: David Delfín, José Guirao, Rosina Gómez Baeza... se desarrolló a través de los medios de comunicación e internet, y contaba con su propia página web. En la prensa se insertó en formato de 1/6 de página; un dibujo limpio que reproducía lápices, rotuladores, gomas, clics y otros elementos de escritorio y una página de bloc con la excusa del día: El 19 de junio: *"Di que de camino adelantaste un coche fúnebre, te dio mal fario, y te volviste a casa"*. El 21 de junio: *"Di que hoy La Conservera está cerrada"*. El 26 de junio: *"Di que sufres del corazón y el médico te ha prohibido emocionarte demasiado"*... Germinal Comunicación ha ido acomodando bien sus propuestas gráficas a los objetivos definidos por la Consejería; de tal forma que sus productos, los vinculados a las artes plásticas, y también los realizados para otros ámbitos de gestión de la Consejería, como el turismo, han conformado una especie de reconocible imagen de marca.

El idilio entre Germinal y las artes plásticas y visuales se culmina a nivel nacional en 2014. Jorge Martínez y Cosme Pérez exponen a la prensa murciana, en junio de 2013, que el proyecto de Germinal ha sido elegido, entre otros seis candidatos, para materializar gráficamente la imagen de ARCO, la feria de arte contemporáneo que se celebrará en Madrid en febrero de 2014. Martínez explica: *"Nuestra empresa ha estado siempre muy vinculada al mundo del arte y ARCO es la gran cita del sector en España, por lo que para una agencia como esta es muy importante, pero no sólo para nosotros, sino también para el diseño murciano en su conjunto por la proyección que le da"*. Cosme Pérez, cofundador de la empresa, asegura: *"Para nosotros es una ilusión, un sueño ... un impulso para seguir trabajando"*. Germinal, considerada esos años una de las 11 empresas más creativas del sector por la revista *Marketing Directo*, jugó para la imagen de ARCO con la letra "A", variándola en múltiples estilos tipográficos para dejar constancia de la diversidad que encierra la Feria de Arte Contemporáneo. Feliz, excelente propuesta.

En lo relativo al sistema del arte y a la imagen que lo representa, 2008, 2009 y 2010 constituyeron tiempos de vértigo, con la crisis económica mundial golpeando fuerte. Sí, como hemos señalado, la edición se vio mermada tras la profunda crisis económica que el sistema del arte en Murcia fue asumiendo y patentizando claramente a partir de 2010. En la misma medida en que se fueron alargando los tiempos de las exposiciones se irían acortando, en cantidades y formatos, los pliegos y catálogos impresos para publicitarlas y dejar constancia de ellas; todo con el fin último de disminuir los costos que lleva aparejados el producirlas. Algunas salas institucionales cerraron o se colocaron al borde del cierre; y numerosas salas privadas acabaron cerrando. Sin dinero en las arcas públicas, con los ayuntamientos regionales endeudados y una administración regional que dejó de pagar a proveedores en 2009, para poder satisfacer la paga extra de los funcionarios, no parece que el tema del arte fuese asunto prioritario. Recién comenzado el año 2012 el Museo Ramón Gaya relanzó la campaña "Amigos del Museo Ramón Gaya" para captar nuevos socios acogidos a dos tipos de cuota, una de 55 euros al año y otra de 300 euros por ejercicio; las cuotas daban acceso al carnet de socio del Museo, publicaciones, información regular de las actividades, descuentos en la tienda del Gaya, acceso a la biblioteca y fondo documental, visitas privadas y recepción de los carteles que edita la institución.

En marzo de 2012 el consejero puso en marcha una nueva iniciativa "Micromeceñas", encaminada a obtener financiación desde el sector privado para las actividades auspiciadas desde la Consejería; las aportaciones realizadas por los empresarios pueden articularse en tres categorías: Mecenaz Basic, de 500 a 2.500 euros; Mecenaz Medium, de 2.500 a 5.000 euros y Mecenaz Supreme más de 5.000 euros. El consejero llegó a formular: *"Sin las aportaciones privadas, la cultura desaparecerá"*. Ese mes el Museo de



(Fig. 336) Paparajote Estudio Creativo. *Carpe*. Centenario. Catálogo. Murcia. 2021.

la Catedral de Murcia cerró al no contar con las habituales subvenciones; y el Museo Salzillo, que había visto reducirse sustancialmente las aportaciones de la Comunidad – que pasó de los 400.000 euros a los 250.000 de 2011–, y tuvo que firmar un convenio de colaboración con CajaMurcia. Incluso se planteó en febrero de 2013 que los museos públicos de la Comunidad pudieran llegar a cobrar entrada. La crisis se había convertido en asunto insoslayable y golpeaba todos los ámbitos sociales, culturales y económicos, arrasando con las políticas expositivas trazadas por la Consejería y por el titular de la misma, que abandonó el cargo en abril de 2014.

Pero, a pesar de lo *maldados* que han devenido los tiempos –si añadimos el período de la pandemia entre 2020 y 2022–, para reflejar las muestras expositivas en los distintos espacios artísticos que dependen de la Comunidad Autónoma se seguiría editando, aunque después de 2010 a otros ritmos y, desde luego, con escasa presencia de cartelera y sin criterio unificador. Veamos como ejemplo algunas publicaciones impresas para recoger las muestras celebradas en el Museo de Bellas Artes de Murcia: *India*, el catálogo diseñado por Pedro Manzano Ruiz para la exposición de José Claros –autor de cartelera de carnaval para el Casino de Murcia–, inaugurada en diciembre de 2013; la carpeta *Multiverso*, que aúna los catálogos de José Carlos Níguez y Enrique Navarro Carretero, diseñada en 2016 por Diana Escribano; *Joaquín*, el catálogo-libro diseñado por Sublima Studio en 2018 que, con criterios de recuperar el aroma de los tiempos del pintor –los años veinte y treinta del pasado siglo–, recurre a un pequeño formato de 22,5x18 cm, cerrado, tapa en cartón impresa con golpe seco en oro fuego y selección de color, con el autorretrato de Joaquín, pegada a mano; *Sofía Morales*, la publicación en gran formato editada al cuidado de Vicente Martínez Gadea, que recoge la exposición de la pintora, inaugurada el 11 de abril de 2019; los catálogos de pequeño formato de la muestra “Un encuentro a cinco”, inaugurada en noviembre de 2019, recogidos con un cintillo, y diseño de Germinal; o el catálogo *Carpe* (Fig. 336) con elegante diseño de Paparajote Estudio Creativo para divulgar la exposición en febrero de 2021 que comisarió Juan Bautista Sanz para celebrar el centenario del pintor, y que sí parece abrir criterio unificador al menos en cuanto a formato, como observamos en los editados para la exposiciones de Juan Martínez Lax, Chelete Monereo y Muher. Lo que resulta obvio es que el Museo de Bellas Artes parece, tras la crisis, interesado en recuperar la edición de catálogos relacionados con sus muestras expositivas, y dotarlos, además, de un carácter gráfico singular, con cierta unidad en formato y planteamiento visual.

Y es que solamente en los últimos años, y sobre todo a partir de 2016, parece que el fenómeno editorial, en lo que se refiere a las muestras de arte propiciadas por entidades locales o regionales tiene visos de repuntar, aunque resulte evidente que las redes sociales han favorecido una relación directa entre el artista y sus posibles clientes, haciendo prescindible la necesidad imperiosa de editar un producto impreso, más o menos aparatoso o vistoso, como justificante de la exposición. Páginas web, Instagram, uso continuado del correo electrónico y wasap, hacen posible que podamos tener información puntual del arte y los artistas, y en muchos casos de la obra que en cada momento están realizando. La crisis, que además de favorecer la implantación de productos digitales más rápidos y baratos, en lo que a difundir muestras expositivas se refiere, ha dejado en herencia una relación muy distinta a la anterior en lo referido al artista y el posible consumidor de arte.

Quizá sea el MURAM (Museo de Arte Moderno de Cartagena) donde a partir de 2016 se produjo, con más claridad, un cierto repunte en la edición de material impreso –folletos, hojas de sala, catálogos y libros– para difundir las muestras expositivas. El Palacio de Aguirre lo constituyen diversos espacios, que permiten plantear exposiciones distintas y cuentan con publicidad impresa diferenciada. Para las exposiciones del Ático se suele editar un folleto de 12 páginas y pequeñas dimensiones, 16x16 cm –similar al diseñado por Tropa para promocionar el Museo–, que imprime EKIPO Medios y diseña La Cholepa, estudio de fotografía, diseño gráfico e interiorismo creado por M^a del Carmen Imbernón y Andrés García Mellado, con sede en Mula. Para el resto de exposiciones del Museo Regional de Arte Moderno se plantearían catálogos cuadrados, concebidos por La Cholepa entre 21x21 cm y 23x23 cm; dos ejemplos: la publicación *Concha Martínez Montalvo. Donde habita la memoria. Esculturas en busca de voz*, editada con motivo de la exposición del mismo nombre en 2016, y *Ana Torralva. Teoría y juego del Duende*, impresa en 2017 en correspondencia a la muestra con idéntica denominación –aunque intervendrían otros diseñadores, la colectiva “La luz, el eco”, realizada en colaboración

con Art Nostrum en 2016, quedó recogida en un catálogo de Sebastián Fernández Conesa; y la muestra “Creatividad y Pulsión, Bienal Contemporánea en Arte Outsider” de 2017, se difundió con un catálogo de idénticas dimensiones planteado por Biovisual—. O catálogos-libro en tapa dura o blanda y medidas más generosas de 28x23,5 cm: *Chillida. Buscando la luz*, editado en 2016, con la foto del escultor en la portada; *Lidó Rico Corpus*, publicado en 2017 para la exposición del escultor, ambos diseñados por José Luis Montero y *Charris. Los cosmocalistas*, con un fragmento del cuadro *El futuro (Andersoniana)* elegido por el propio pintor, para presentar la publicación de 2017 que diseñó él mismo. Mención aparte merece el hermoso libro *Calle del Ángel* diseñado por José Luis Montero el mismo año –un magnífico resumen de su manera de abordar la edición– para dejar constancia del proyecto sobre esta calle cartagenera, planteado por Juan Manuel Díaz Burgos, en el que participó la Comunidad Autónoma, el Ayuntamiento de Cartagena, la Fundación CajaMurcia y el MURAM. Será, no obstante, La Cholepa, el estudio gráfico que más se prodigue en los trabajos vinculados al MURAM; en 2019 se responsabilizan del diseño del libro que recoge el proyecto expositivo “Ellas brillaron en la penumbra”, que dirige y coordina Juan García Sandoval como responsable artístico del Museo Regional de Arte Moderno y conservador de museos de la CARM. De igual manera las salas de Verónicas o San Esteban han visto recuperado el pulso en cuanto a lo que a edición de catálogos se refiere; citaré dos ejemplos: la exposición “Partes del cuerpo” de Peter Greenaway celebrada en Verónicas en 2017, que contó con excelente catálogo y la más reciente “Ficciones” celebrada en San Esteban en 2021, recogida en catálogo de gran formato y cuidado diseño de Vacío Studio (Fig. 337).

El Archivo Regional también abordará en los últimos decenios la edición de libros y catálogos para recoger alguna de sus exposiciones. Citaremos la magnífica edición de *El legajo 57* a cargo de Tropea, realizada en septiembre de 2013; y la serie de catálogos de 16x16 cm editados para muestras fotográficas en 2017, diseño de Montero: *Encañizadas*, con fotos de Joaquín Zamora y *Ramblas*, con fotos de Pablo Portillo.

Pero, como señala Antonio Parra en el texto introductor del capítulo, nuevas generaciones de artistas obtendrán enorme visibilidad estos años al amparo de premios y distinciones, y también de publicaciones. Tres convocatorias serán determinantes a la hora de apuntalar el fomento de las artes plásticas entre los jóvenes creadores murcianos, en el periodo que abarca desde 1993 a 2016: Creajoven, Murcia Joven y Premios de la Cámara de Comercio.

Ya hemos señalado que cuando el Ayuntamiento de Murcia se propone convocar en 1993 el Primer Certamen Municipal de Iniciación a la Creación Joven el diseñador encargado de materializar el programa de comunicación visual de la convocatoria de las distintas secciones: Pintura, Cerámica, Teatro, Música Coral, Pop-Rock... es Javier Alberdi, que recurre para el cartel y los folletos a un *collage*. En 2015, el Certamen de creación artística, patrocinado por el Ayuntamiento de Murcia, pasará a denominarse *CreaMurcia 2015* anunciado con una mascarilla de respiración asistida, cartel muy apropiado al momento. Certamen cuya imagen, realizada a base de la superimpresión de figuras, fue realizada en 2016 por Alta Insignia MK a partir de fotografías de Víctor Soriano; los folletos que recogen las bases del certamen, insisten en un juego de superposición tipográfica, y suponen un trabajo vinculado al lettering con ilustraciones icónicas en el interior. ¡Qué curioso! dos trabajos aparentemente opuestos, en 1993 y 2016, que, sin embargo, son inconcebibles sin la referencia del Pop Art.

Entre ambas propuestas gráficas el trabajo más destacado en la difusión del Creajoven correspondió a Julio García Abril, que creó a lo largo de los años una serie de carteles de fuerte contenido; bizarras, provocadoras imágenes imposibles de pasar desapercibidas, casi escatológicas y chirriantes... pero siempre inolvidables. Rememoremos algunas piezas antológicas de esa serie de carteles y portadas de catálogos del Creajoven. En 1999, sobre fondo negro una serie de cintas de colores componen, desde el borde superior, la tipografía que nos acerca a la información textual, un cartel fresco y divertido para señalar que, reuniendo distintas aportaciones, aquí marcadas por los distintos colores y la diversidad de participantes, seremos capaces de impulsar la creación. En 2000 un cerebro, sometido a escáner, para referir que la creación nace en la mente de cada individuo. Un juego tipográfico en 2001, donde el tratamiento de cada capitular CREAJOVEN remite a una modalidad del certamen. Rayograma en 2002 de una bolsa contenedor con todos los elementos necesarios para participar en alguna de las modalidades de la convocatoria. En



(Fig. 337) Vacío Studio. *Ficciones*. Catálogo. 2021.



(Fig. 338) Julio García Abril. *Creajoven06*.

2003 un ojo, con el iris y la pupila dilatada por el color que gira veloz a la manera de las *spin paintings* de Damien Hirst. La bolsa de una transfusión de colorida sangre fue etiquetada como Creajoven 2004. En 2005 la mitad superior de una anónima cabeza sometida al efecto de un exprimidor manual. Un teléfono móvil roto y destrozado que nos pide aislarnos para poder crear plenamente libres en el Creajoven 2006 (Fig. 338). Un corazón directamente conectado al cerebro en 2007; o una crisálida que teje su colorido capullo, su personal reducto en 2008. En fin, una colección de magníficos carteles –solo hemos citado algunos– que recuerdan el sentido último de la función del *afiche*. A través de los carteles el certamen Creajoven invitaba a romper los barrotes de la prisión de la vulgaridad y escapar a la creación, como mostraba sin ambages el cartel de 2009; en 2012 se anunció el XX aniversario del certamen con un tondo-diana; imágenes claramente relacionadas con el trabajo de García Abril. En 2014 un lápiz mordisqueado bajo los nervios de la creación anunció el certamen; y ya, recientemente, F33 anunció el XXV CreaMurcia 2017 con un discurso gráfico en consecuencia con los carteles anteriores, apelando a la imaginación y creatividad de los participantes, pero eliminando en el programa visual imágenes y color, una austeridad que pretende no inferir en el proceso de creación de los posibles participantes; la campaña giró alrededor de una frase-lema: «*Si lo puedes imaginar, lo puedes crear*», rotunda tipografía en tipos bold de palo seco, sobre blanco –*Cierra los ojos e imagina*–, que mereció que F33 fuera seleccionado a los LAUS. A 200.000 euros ascendió el presupuesto del CreaMurcia 2018, que de nuevo planteó, ya se ha indicado, una gráfica austera en una campaña basada en motivos vinculados al Arte Óptico, que sugería: «*El talento no se encuentra a primera vista*». Como en otras acciones publicitadas a lo largo y ancho de la región, los lemas son ahora la base que articula la publicidad impresa.

Se han indicado anteriormente algunos de los diseñadores que intervinieron, hasta el año 1990, en la gráfica del Certamen Regional de Creación Murcia Joven; aunque luego engrosarían ese elenco otras figuras del diseño murciano: Tropa, José María Nuño de la Rosa, Eduardo Saro, García Abril, Pablo Portillo, Irene Moya-Angeler y Manuel Larrosa de DNI Diseño, Pedro López Morales, Andrés Montalván y CompoRapid S.L., Germinal, La Fragua, Ekipo Medios, Diego Lizán o Kraser; siendo sobre todo Montero, desde Tropa, y Germinal Comunicación los equipos de diseño que han dejado marcada impronta en la gráfica de los sucesivos certámenes.

La cartelería, folletos, packaging y catálogos, realizados por Tropa para componer la imagen del Murcia Joven en 1991, 1993, 1994, 2000 y 2001, son una lección de como aplicar diferentes técnicas gráficas, uso de materiales y soportes diversos a procesos de comunicación visual; se cuidarían carteles y catálogos, pero también invitaciones a los eventos, folletos y packaging conteniendo las bases de las convocatorias. Las atractivas texturas del Murcia Joven '91, con textos, fotos, tonos de color fundidos; la sabia utilización de la fotocopiadora, los atrevidos colores en el juego de manos que visibilizó el certamen en 1993 –especialmente original y cuidada la caja-contenedor de la convocatoria⁽²⁶⁰⁾ de ese año–; el carácter misterioso de la fotografía que aúna objetos y tipos en una atmósfera poética y surreal en 1994; el recurso de tipografía rompedora e iconos de neón en el dos mil; o la vuelta a la fotografía, utilizada con sentido minimalista, ahora jugando con las definiciones relativas a cada modalidad. Y siempre buscando la visibilidad de una perdurable imagen corporativa para la convocatoria. La gráfica del Murcia Joven 2000 creada por José Luis Montero y Tropa, jugó con símbolos tratados como coloridos neones fluorescentes arropados con atrevida tipografía y un *mj* que pretende convertirse en logo del certamen. Pasado el tiempo casi podríamos convenir que lo que perdura en la memoria gráfica del Murcia Joven se lo debemos al trabajo puesto en juego por Tropa.

Memorable también la imagen del Murcia Joven 2002 y 2003, que realizó Germinal Comunicación, especialmente la primera (Fig. 339), con la fotografía de ese personaje desnudo que adoptará distintas poses y falsas vestimentas, obtenidas por ordenador, para dotarlo de un aire tecnológico y, a la vez, etéreo, mágico, como a punto de descubrir algo, que aparece en carteles y catálogos, encuadrados en tapa dura forrada de pvc, con un tamaño de 21x21,5 cm. En 2003 será un personaje, a veces femenino, otras masculino, el que enseñe, en el motivo central de su camiseta el asunto al que alude la convocatoria, siempre subrayado con iconos referenciales y una certera diana señalando su capacidad de idear e inventar⁽²⁶¹⁾. Una gráfica en la que Germinal abundó esos años; en 2002 la publicidad que realiza para “e2espacio”, un proyecto del arquitecto Javier Peña realizado por Martínez Arce, tiene evidentes vinculaciones con el trabajo del Murcia Joven '02; de



(Fig. 339) Germinal. *Murcia Joven 02. Muestra de Artes Visuales*.

(260) Cuyo material impreso: carteles folletos y catálogos, se contrató en 5.400.000 pesetas, cifra que será la habitual para adjudicar este tipo de trabajos.

(261) Cuando en 2003 Índice Diseño plantee la gráfica de la campaña sobre higiene en tatuajes y piercing, encargada por la Consejería de Sanidad y Consumo, lo hará con una estética de marcado parecido a estos trabajos de Germinal Comunicación, fotos ligeramente solarizadas y contrastadas, de rostros y torsos tatuados e intervenidos con aros y colgantes, un juego tipográfico y lema «*No toleres malas artes: contagian tu expresión*».

igual modo ocurre con la gráfica *Bases para la convocatoria de proyecto de Artes Visuales para licenciados y estudiantes murcianos de Bellas Artes en el Estado Español* publicadas en 2003. Kraser sería el diseñador que abordaría en 2007 el proyecto Murcia Joven; una gráfica fresca y onírica que abundó en las composiciones barrocas, casi inspiradas en las sinuosidades modernistas plenas de referencias vegetales, que tienen en el ordenador su base procedimental y en el arte de la calle, en el graffiti urbano, sus raíces.

La Cámara de Comercio pone en marcha en 1999, con motivo del centenario de dicha corporación, el I Premio de Pintura Cámara de Comercio. Un certamen que se extendió hasta bien entrado el siglo XXI; la XII edición se celebró en 2010. Severo Almansa, en solitario o en colaboración con Rosa de la Obra, fue el encargado de diseñar los catálogos que recogían el resultado de la convocatoria y los cuadros finalmente seleccionados y expuestos. Una colección editorial amparada en una contenida elegancia, dotada de fuerte unidad formal, mantenida en el tiempo: medidas del catálogo, 30x21 cm; elección tipográfica; estructura compositiva para la portada, dividida en dos campos de idéntico tamaño, un fragmento del cuadro galardonado con el premio y un color plano complementario –en línea con otros trabajos de Severo Almansa–; y maquetación interior. Un planteamiento de diseño editorial que Almansa había experimentado en la gráfica de los Premios Párraga, convocados por CajaMurcia por primera vez en 1998.

Las cajas de ahorro: CajaMurcia y la CAM no interrumpirían su labor de apoyo al arte y los artistas, y a la cultura regional en general. Citaremos aquí unos pocos ejemplos que dan idea del compromiso con el arte mantenido por la Fundación CajaMurcia y Caja Mediterráneo a través de la Obra Social a lo largo de los años, en los que las cajas de ahorro siguieron colaborando en la edición de carteles, libros y catálogos, relacionados con muestras artísticas que promueven directamente en sus salas de exposiciones o a través de otras instituciones. El 27 de junio de 2001 se anuncia que la Catedral acogerá una magna exposición de arte sacro que el comisario, Cristóbal Belda, anuncia que se llamará “Huellas”. Se expondrán casi 300 piezas en tres secciones: *Fundamentum Ecclesiae*, *Aedes Domini* y *Fulgor Crucis*. Una exposición a la que CajaMurcia aportó el grueso económico, organizada conjuntamente con el Obispado y en la que colaboró el Ayuntamiento de Murcia y la Comunidad Autónoma.

“Huellas” abrió sus puertas el 23 de enero de 2002. El diseño y dirección de arte del catálogo, de 30x25 cm, estuvo al cuidado de Severo Almansa. Una hermosa y cuidada publicación en tapa dura, con fotos interiores realizadas por Pablo Almansa y un detalle para la portada del *Ostensorio de las Madres Agustinas de Murcia* (Fig. 340); un juego sugerente en oro y negro subrayado en rojo –en clara referencia al color identificativo de Murcia o de la propia institución bancaria que propicia el evento– por la tipografía elegida para denominar “HUELLAS”, convertida en logotipo del proyecto expositivo. La coordinación editorial corrió a cargo de José Manuel Serrano Climent⁽²⁶²⁾. Diseñados por Severo se editaron una serie de carteles, con diferentes motivos visuales –de parecida forma a como se editaron, al amparo de la exposición, diferentes folletos y trípticos de pequeño formato horizontal, 10x21 cm, que reprodujeron distintos detalles de obras que formaban parte de la exposición: *Sarcófago Romano con Musas* del siglo III, *La Batalla de Lepanto* de Juan de Toledo, y la propia fachada de la Catedral–, que mantuvieron ese concepto de juego en negro, oro y rojo; un planteamiento gráfico serio, elegante, de formalidad contenida y una pizca de osadía. Con diseño y dirección de arte de Severo Almansa se editaría *Mirabilia*, extensión de la exposición “Huellas”, *la huella de Huellas*. A modo de relicario, de cámara maravillosa, *Mirabilia* recoge a través de las fotos de Pablo Almansa, el texto de Cristóbal Belda, y el diseño editorial de Severo Almansa en colaboración con Marta Solaz, la memoria de “Huellas”.

Pero “Huellas” acabó siendo más que una exposición, todo un proyecto difusor del arte, la cultura y la historia de Murcia. Un proyecto dirigido por el profesor Cristóbal Belda y acogido e impulsado por la recién creada Fundación CajaMurcia. Un proyecto que se desarrolló sobre dos pilares: las muestras expositivas y las publicaciones⁽²⁶³⁾.

Un año después se organiza la exposición “Caravaca de la Cruz. La ciudad en lo alto”, que contó con catálogo concebido y diseñado por Paloma Zamora; en la portada un detalle del relicario del *Lignum Crucis* realizado por Antonio Méndez en 1796: los angeles sosteniendo el globo terráqueo, que representaba bien el programa, el concepto expositivo.



(Fig. 340) Severo Almansa. *Huellas*. Catálogo. Fundación Cajamurcia. 2021.

(262) José Manuel Serrano y ADC Alternativas de Comunicación S.L. se encargarán de la coordinación editorial de las próximas ediciones acogidas al Proyecto Huellas.

(263) Es importante señalar que, anteriormente al Proyecto Huellas, CajaMurcia Obra Cultural ya había editado *Ramón Gaya y Murcia* en 1989 para presentar *El Boceto*, óleo de Gaya propiedad de la Caja de Ahorros de Murcia encargado al pintor como homenaje a su tierra; y en 1990 *25 Pintores Murcianos*, publicación que conmemora el 25 aniversario de la Caja y deja constancia de la exposición del mismo nombre, que vincula el evento igualándolo al número de pintores que se muestran en el Salón de Columnas del Palacio Almuñi. Dos catálogos de fuerte personalidad, realizados en solitario por José Luis Montero el primero, y con la colaboración de Carmen González el segundo; catálogos de amplio formato, 28x28 cm, y con un planteamiento en dos texturas de papel (Country Side y Yearly) para el interior y cartulina verjurada para la camisa, que podían haber marcado una continuada línea editorial. La labor editorial de CajaMurcia, de forma directa o como patrocinadores, se extenderá a lo largo de los años más allá de “Huellas”, el proyecto estrella de la Fundación; citemos algunos ejemplos: la publicación *La Verdad 100 años 100 artistas*, editada con motivo de la exposición instalada en enero de 2004 en el Centro Cultural Las Claras y en el Centro de Arte Palacio Almuñi; un diseño de Pedro Manzano para un catálogo en tapa dura cuya portada con sobrecubierta reprodujo *La partida de bolos en la huerta*, cuadro de Sobejano de 1889. En diciembre de 2010 la Fundación CajaMurcia hizo posible la publicación del libro *La vega de las norias*, con texto de Paco Nadal y poemas de distintos autores: Clara Janés, Gala, Vicente Medina, Sánchez Rosillo... acuarelas de Martínez Mengual y fotos de Carlos Moisés García y Paloma Zamora que se encargó, a su vez, del diseño; un libro que cierra una trilogía que incluye *La laguna mágica. Mar Menor y Caravaca, tierra de luz*. En 2011 CajaMurcia patrocinó la edición del libro *Carthago Nova. Puerto Mediterráneo de Hispania* con textos de Sebastian Ramallo, fotos de Hernández Pina y Joaquín Zamora y diseño de Paloma Zamora, bella y hermosa publicación. Ejemplos que señalan el compromiso de la Fundación con la edición de temas murcianos.

En 2004 el Proyecto Huellas editó *La Ciudad del Sol*, un libro que recoge, a través de las fotos de Carlos Moisés García Fernández y los textos de Francisco Calvo, Andrés Martínez, Jiménez Alcázar, Manuel Muñoz Clares y Francisco Javier Pérez Rojas, parte del arte y la historia de Lorca. El libro lo diseñaría Paloma Zamora⁽²⁶⁴⁾.

En 2006 el Proyecto Huellas, divulgó la obra y el tiempo del Cardenal Belluga a través de una publicación, dirigida por Cristóbal Belda, que no contaría con exposición complementaria. *Luis Belluga y Moncada. La dignidad de la púrpura*; un tomo que diseñó Pedro Manzano por encargo de ADC Alternativas de Comunicación S.L. Para la portada impresa en la camisa que abraza la tapa dura se recurriría a un detalle de la casulla del Cardenal Belluga que había pertenecido al desaparecido oratorio de San Felipe Neri, y lleva bordado el blasón del Cardenal. La foto de la pieza textil la realizó Javier Salinas en la exposición "O sacrum convivium. La eucaristía, corazón de la vida cristiana en la diócesis de Cartagena"⁽²⁶⁵⁾.

Con objeto de conmemorar el tercer centenario de Salzillo la Fundación CajaMurcia impulsó en 2007 la exposición "Salzillo, Testigo de un Siglo". Una muestra que mantiene la línea emprendida desde el Proyecto Huellas. Como señala Carlos Egea Krauel, en uno de los textos de presentación del catálogo de la exposición: "*La Fundación CajaMurcia trabaja desde hace años bajo el firme y decidido compromiso de recuperar y poner en valor el patrimonio histórico-artístico de la Región de Murcia, conservando sus monumentos más significativos y concienciando a los ciudadanos de este valioso legado cultural. En este sentido, numerosas han sido las acciones de la Fundación a través de su Proyecto Huellas, puesto en marcha en 2003 tras el enorme éxito de la exposición del mismo nombre*". Los carteles los diseñó Germinal Comunicación –con las imágenes de *Santa Clara* y un *Ángel Adorador* de Salzillo, tratados de forma actual con fuerte aire tecnológico, como partes principales de la composición, tal como correspondía referenciar los cambios propiciados por el siglo de la ilustración–. El catálogo (Fig. 341) lo diseñó Pedro Manzano, que mantuvo la vinculación a la imagen del programa, una "S" alada, creada por Nuño de la Rosa, en clara referencia al ángel de la *Oración del Huerto*, de ahí que para la tapa dura entelada se utilizara, en relieve seco, un detalle de uno de los *Ángeles Adoradores* del escultor e imaginero; y para la sobrecubierta un detalle de la *Inmaculada Concepción* del Convento de las Justinianas de Madre de Dios que se pretende abstracción genérica, una aproximación a la colorida y rica policromía de los estofados de las tallas religiosas del XVIII⁽²⁶⁶⁾. Como apéndice de la exposición "Salzillo, Testigo de un Siglo" se editó la publicación, al cuidado de Pedro Manzano, *Salzillo. Eterna Memoria* que recogía imágenes de las sedes expositivas, de las obras, el montaje de las secciones de la muestra y los propios visitantes al magno acontecimiento. Libro planteado como la secuencia de un recorrido.

Un año después el Proyecto Huellas acometió la publicación del tomo-catálogo *Floridablanca 1728-1808. La utopía reformadora*; una publicación que responde a la exposición del mismo nombre celebrada en Las Claras y en la Sala de San Esteban de Murcia entre septiembre y diciembre de 2008, y en la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando de Madrid entre diciembre de 2008 y febrero de 2009. De nuevo el diseño correría a cargo de Pedro Manzano, para Alternativas de Comunicación S.L., que no renunció a la "F", firma-sello del propio Floridablanca y emblema de la exposición, para la portada en tapa dura grabada en relieve seco sobre azul, color mantenido a lo largo del catálogo para separar las distintas secciones; la camisa o sobrecubierta reproduce un fragmento del retrato que Goya realizó al Ministro con el documento que porta en la mano derecha en el que aparece escrito: "Memoria para la formación del Banco de San Carlos" y la banda azul y la insignia de la Orden de Carlos III. Un detalle del retrato de Goya que pretende reflejar el sentido y el patrocinio de la muestra.

En línea con las exposiciones y publicaciones realizadas al amparo del Proyecto Huellas acogido a la Fundación CajaMurcia, la Caja del Mediterráneo revisó, en sendas muestras inauguradas en marzo del 2008 y octubre del 2009, las figuras y la época de Saavedra Fajardo y Alfonso X. Muestras recogidas en los catálogos *Saavedra Fajardo: Soñar la paz, soñar Europa* y *Alfonso X El Sabio*. Publicaciones y cartelería cuyo diseño estuvo a cargo del estudio Severo Almansa y Rosa de la Obra Asociados. El tomo referido al rey castellano contó con una tapa dura, recubierta de seda que el estudio encargó en Italia, y una sobrecubierta impresa con un detalle de la casulla del Arzobispo de Toledo Don Sancho de Aragón, un tejido *scutulado* que llevaba bordados los motivos de un león

(264) Paloma Zamora había diseñado una serie de cuidados libros de gran formato, algunos con textos de Cristóbal Belda y patrocinio de CajaMurcia, con fotografías de Carlos Moisés García, con el sello de la editorial Darana, fundada por Paloma y Carlos Moisés. *La catedral de Murcia. Sexto Centenario 1394-1994* publicado en 1994, *El Belén de Salzillo. La Navidad en Murcia* en 1998, *Tres miradas a la Murcia islámica* en el 2000 o *Francisco Salzillo. La plenitud de la escultura* en 2001. Posteriormente Darana editaría al cuidado de Paloma Zamora y fotografías de Carlos Moisés: *El Hierro, Murcia, Pirineos, La Alhambra o Lucas de Lorca*, entre otros. La colaboración de Paloma con distintos fotógrafos será habitual, a partir de fotos de Joaquín Zamora, Carlos Moisés, Hernández Pina... compondrá carteles genéricos anunciadores de desfiles, festejos, o imaginaria murciana, por encargo de Turismo Murcia.

(265) Una exposición celebrada en el antiguo convento de San Antonio entre el 8 de noviembre de 2005 y el 6 de enero de 2006, que contó con cuidado catálogo diseñado por Tropa, un tanto en la línea de las ediciones que venían realizándose al amparo del Proyecto Huellas. La portada de *O sacrum convivium...* se compuso con un detalle de la *Custodia de Las Espigas*, pieza de orfebrería de finales del siglo XVIII, que se dispuso invertida hacia abajo.

(266) Se habían editado algunas publicaciones relevantes, de cuidada composición y diseño, en torno a la obra y la figura de Salzillo. *Vida y obra de Francisco Salzillo*, un texto de José Sánchez Moreno, publicado en 2ª edición al amparo de Colección Arte 3 por la Editora Regional en 1983 para conmemorar el 2º Centenario de la muerte de Salzillo; un tomo acogido al formato, ya señalado, de las publicaciones de la editora que diseñaron Vicente Martínez Gadea y Severo Almansa, que concibieron una portada en *rojo cartagena*, a sangre, que llevaba en negativo la firma del escultor. En 1998 *Francisco Salzillo. Imágenes de culto*, un catálogo editado con motivo de la exposición de idéntica denominación celebrada en Madrid en la Sala de Exposiciones de la Fundación Central Hispano entre febrero y marzo del noventa y ocho; un catálogo cuya producción gráfica corrió a cargo de Tropa y el diseño –abundante en detalles a sangre de las obras de Salzillo– fue realizado por José Luis Montero y Ronald Sergio Varela, que eligieron para la portada la talla en madera policromada de *Santa Clara*. Y la ya referida, *Francisco Salzillo. La plenitud de la escultura*, editada por Darana.

rampante, castillos, un águila y barras rojas y doradas que hacen referencia a León, Castilla, Suabia y Aragón (Fig. 342); la corona del Rey Sabio constituiría el elemento alrededor del cual giró la gráfica publicitaria de la exposición. Como apéndice de la exposición se editó *La Abridera de Allariz. El imaginario de la Virgen en la sociedad hispana del siglo XIII*, un libro cuyo diseño correspondió a Pedro Manzano.

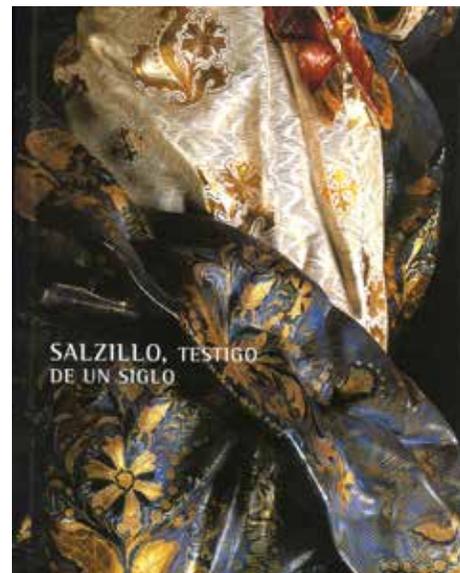
Un decenio, el primero del siglo XXI, en el que se han revisado las grandes figuras de la historia, la política y el arte murciano. Recogiendo la trayectoria y la época de tan significativos personajes en sendas publicaciones que serán, como las anteriores, de obligada referencia.

Aunque las cajas de ahorro, sus fundaciones y obras sociales, mantendrán otros compromisos con la cultura y el arte.

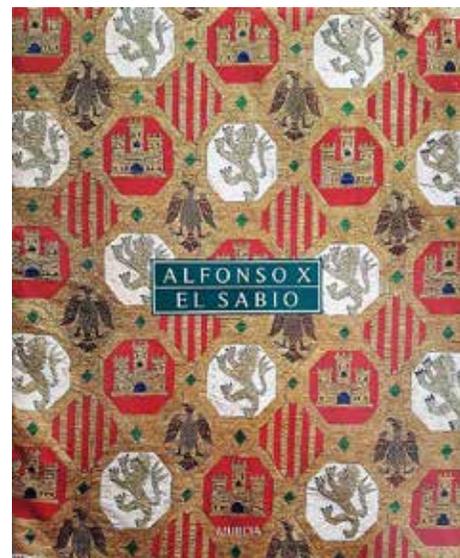
En febrero de 2000, en la Sala de Exposiciones del Centro Cultural Las Claras vinculado a CajaMurcia, se inauguró "Benjamín Palencia" en colaboración con la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, editándose un catálogo que diseñó La Bauhaus Española. En marzo de 2002, en el mismo centro, se mostró la exposición "Gregorio Prieto. Una mirada a las vanguardias", en colaboración con la Fundación Gregorio Prieto, editándose un catálogo que se diseñó e imprimió en Pictografía, una práctica habitual en muchas de las ediciones del Centro Cultural Las Claras. En abril de 2006 la Fundación CajaMurcia en colaboración con la Real Academia de Bellas Artes de Santa María de la Arrixaca presentó "Germán Hernández Amores 1823-1894. Pintor del Romanticismo Nazareno", Pictografía volvería a imprimir un catálogo que diseñó Pedro Manzano; fórmula que se repetiría en la edición del libro *100 Años 100 Artistas*, editado en enero de 2004 con motivo de la exposición del mismo nombre que celebra el colofón del Centenario de *La Verdad* en colaboración con el Ayuntamiento de Murcia. Y en 2009 las Claras mostró "París hace 100 años", parte de la colección del Petit Palais de Ginebra, editándose un catálogo que diseñó e imprimió la Sociedad Anónima de Litografía.

Al margen de estas exposiciones –hemos referido tan solo unas pocas–, algunas fruto de la colaboración institucional y el Proyecto Huellas, CajaMurcia apostó por acercarse y acercar al público murciano a un relevante procedimiento artístico: la fotografía. En enero de 2001 se pone en marcha un interesante e innovador proyecto: el Primer Festival Fotográfico "Fotoencuentros"; una edición con sede en el Centro Cultural Las Claras. Al timón el fotógrafo, gestor cultural y diseñador, Paco Salinas. Fotoencuentros propiciaría una serie de acciones que convertirán a la Región de Murcia en el centro de referencia de la fotografía a nivel mundial. Paco Salinas se responsabilizaría de la edición de los catálogos –solo a partir de Fotoencuentros 2005 sería Nave Ka la marca que aparecerá como responsable de un diseño que no se desvió un ápice del marcado inicialmente por Salinas, quizá porque tanto el uno como la otra acaban confluyendo en la misma persona– en que se recogen exposiciones y otras manifestaciones del certamen. La serie de catálogos de Fotoencuentros se adecua bien a la forma de concebir el diseño y su razón de ser –especialmente el diseño editorial– por parte de Salinas. Son catálogos sobrios, estructural y visualmente claros, y perfectamente concebidos y contruidos, donde nada falta ni sobra; catálogos que responden a la idea de función y compromiso. Una magnífica colección de publicaciones acogida a un tamaño de 22x24 cm. En 2011, tras 11 ediciones consecutivas, la última con trece exposiciones, la Fundación CajaMurcia, única patrocinadora del evento, propone que Fotoencuentros pase a ser bienal y se celebre en 2013, certificando su defunción.

Desde Mestizo-Nave Ka Paco Salinas editaría una serie de publicaciones con una aparente falta de diseño que parece poner el acento en lo esencial y primar el contenido sobre el continente, siempre con un absoluto respeto a la edición fotográfica. Citemos alguna de las publicaciones. En la colección "Palabras de Arte", ensayo, editaron *Ciencia y Ficción* de Joan Fontcuberta, *¿Por qué fotografiar?* de Manolo Laguillo y, fiel modelo al original en lengua inglesa, *Otra manera de contar* de John Berger y Jean Mohr en 1997 (Fig. 343). Cuando Mestizo edita *Álbum* en 2000, un trabajo de Ana Casas Broda, lleva editados más de cincuenta títulos sobre fotografía. En la colección "Lo Mínimo", dieron a imprenta una veintena de títulos –en pequeño formato, 15x10 cm, e idéntico diseño, encuadernados, tal que pasaporte o libreta de viaje, con un aire a la mítica Moleskin– que difundieron trabajos de, entre otros: Chema Madoz, *Mixtos*; Toni Catany, *Cossiols*; Javier



(Fig. 341) Pedro Manzano. *Salzillo, Testigo de un siglo*. Catálogo. Fundación Cajamurcia. 2007.



(Fig. 342) Estudio Severo Almansa y Rosa de la Obra Asociados. *Alfonso X El Sabio*. Catálogo. Caja de Ahorros del Mediterráneo. 2009.

Vallhonrat, *Cajas*; Eduardo Cortils, *Al hombre uncido* y Paco Nadal, *Los pigmeos*. Desde la serie "Autores" editaron a Carlos Canals y Rosa S. Ramiro: *Recuperar la luz*; Jorge Rueda: *Mal de ojo*; Segio Belinchón: *Metrópolis* y un largo etc. Mestizo-Nave Ka editó en 2005 la *Historia de la fotografía en Murcia. 1975-2004* (Fig. 344), un trabajo de investigación de Fernando Vázquez Casillas, con portada –*Retrato de Carlos Gallego*– de Moisés Ruiz.



(Fig. 343) Paco Salinas / Mestizo Nave K. *Otra manera de contar*.



(Fig. 344) Paco Salinas / Mestizo Nave K. *Historia de la fotografía en Murcia, 1975-2004*.

La CAM, que había editado en 1990 y 1991 *Fuentes de Nuestra Cultura. Ornamentos litúrgicos. Siglos XVI-XIX* y *Fuentes de Nuestra Cultura. El misterio de la Navidad en el arte*, dos catálogos diseñados por PYP y Ángel F. Saura respectivamente, ajustó, entre 2000 y 2011 –año en que pasa a ser absorbida por el Banco de Sabadell– la edición de los carteles y catálogos, que recogen las exposiciones que se celebran en la Sala de Exposiciones CAM, que la entidad gestiona en la Glorieta de España de Murcia, a un formato estándar de 50x70 cm para cartelería y de 29x24 cm para catálogos, y una apariencia en el diseño –salvo ligeras modificaciones– ajustada a la gráfica trazada desde la sede central de la entidad bancaria, con marcada presencia de los tonos verdes (pantone 3268), naranjas (pantone 1505), azules (pantone 2728) –presentes en el logotipo–, valoración del blanco como color transporte y de los grises, y utilización de tipografías de palo seco, en especial la Futura. Todos los diseñadores que intervinieron en la gráfica de los soportes impresos respetaron, con escasas variaciones, ese marco establecido por las normas de la IGC de la CAM.

Como ejemplo citaremos las publicaciones, diseñadas por Pedro Manzano, que recogen las muestras: "Franco, El elogio de la luz: poética de la sombra", itinerante, colgada entre octubre de 2004 y febrero 2005 en el Espai d'art "La Llotgeta" de Valencia, y las Salas de Exposiciones de Benidorm y Murcia; "Vicente Ruiz. Tres momentos", presentada en marzo de 2004 en la Sala de Exposiciones CAM de Murcia. La misma sala que vería colgadas en sus paredes: "Luis Manuel Pastor. Natura morta ma e viva" en 2006, "Pérez Casanova. Paisajes y bodegones" en 2008, "Perla Fuertes. Diálogos de silencio" en 2010 y "Aurelio (1930-2000). Retrospectiva" en 2011. Y Severo Almansa y Rosa de la Obra Asociados: la propia muestra del diseñador "Severo Almansa. Obra sobre papel", en 2005; "Pedro Serna" en 2006 y "Máscaras de África" en 2007.

Aunque de manera un tanto especial la CAM editaría otro tipo de catálogos; valgan como ejemplo los diseñados por Severo Almansa y Rosa de la Obra para recoger las exposiciones: "Muher. Mediterráneo" que itineró entre 2007 y 2008 por distintas ciudades, Barcelona, Valencia, Murcia... y "Antonio Campillo", que recoge las esculturas del artista expuestas en 2009 en el Palacio Almudí, la Sala de Exposiciones CAM y la Iglesia-Museo San Juan de Dios.

En las publicaciones citadas han intervenido fotógrafos de la talla de Javier Salinas, Pablo Almansa, José Luis Montero, Aquiles López Ros, Israel Crespo o Carlos Moisés García, entre otros... e importantes imprentas regionales: Jiménez Godoy, Novograf, Pictografía, Libecrom... En numerosas ocasiones estableciéndose una continuidad en las relaciones del coordinador editorial, el editor, el fotógrafo, el diseñador y la propia imprenta⁽²⁶⁷⁾.

Ante este cúmulo de catálogos, libros, publicaciones varias; ante este despliegue de medios editoriales puesto en juego por las instituciones, las propias galerías privadas de arte se vieron obligadas a competir, impelidas a acometer ellas mismas idéntica función –el asunto forma parte de las exigencias de los propios artistas que manifestarán en bastantes ocasiones un mantra: *Si no hay catálogo no expongo*– y asumir, desde sus exiguos medios, la edición de cartelería, folletos y catálogos, a veces a través de subvenciones, otras derivando –era lo habitual– los costos al propio artista y, casi siempre, con apoyo de algunas imprentas dispuestas a intercambiar obras de arte por impresión. T20, Art Nueve, Bambara, Chys, Babel, La Ribera, La Aurora... ¿Qué galería de arte, con más o menos envergadura, sería capaz de sustraerse a estas exigencias?

Es conveniente recordar aquí que en 1992 abre al público Espacio Mínimo, una pequeña galería de arte fundada por el crítico José Martínez Calvo que hace honor –dado el reducidísimo espacio de la sala, ubicada en un bajo de la calle Radio Murcia, donde curiosamente más tarde se instalaría la Editorial Ahora– al nombre; pero con grandes expectativas, ya que fue capaz de abordar avanzadas propuestas en el panorama ar-

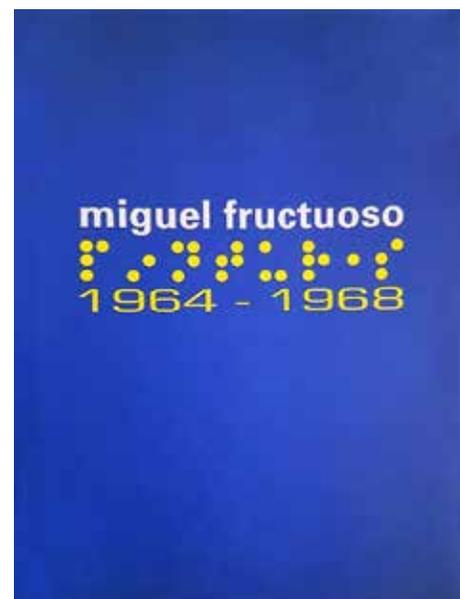
(267) El libro de Ismael Galiana *Productos de Murcia*, publicado en 2007, o el catálogo *González Moreno. Recóndito Sentimiento*, impreso en 2008, responden a estas premisas: mismo fotógrafo, Aquiles López Ros; idéntico diseñador, Pedro Manzano; misma coordinación editorial, ADC Alternativas de Comunicación S.L. e idéntica imprenta, Pictografía.

tístico regional del momento. Una galería que planteó desde su inicio la necesidad de dotarse de una imagen con personalidad propia que respondiera a sus objetivos. José Luis Montero diseñó el logotipo –una propuesta minimalista y conceptual que juega con seis segmentos distribuidos en horizontal y vertical para sugerir dos palabras: Espacio y Mínimo, recogidas en paréntesis, perfecta simbiosis entre forma y función–, los carteles, y los pequeños y cuidados folletos que dejan constancia de la obra expuesta.

Quizá Antonio Parra ha planteado la cuestión de forma clara en los dos titulares aparecidos en las páginas de cultura de *La Opinión* el 17 de marzo de 2002 reseñados en la introducción del capítulo. En el primero señala: “T20 inicia con Fructuoso una colección de libros de arte”; e indica que el pintor abrirá una colección de libros-catálogo que contribuirán a potenciar los ensayos de arte en la región y girarán en torno a los pintores que vayan exponiendo. El catálogo de pequeño formato, 21x16 cm y 72 páginas, diseñado por el propio Miguel Fructuoso y Nacho Ruiz (Fig. 345) se constituye así en el primero de una colección que prevé larga andadura. El propio colofón de la publicación así lo indica: “Este libro, primero de la colección T20, se terminó de imprimir el viernes 8 de marzo de 2002 en la imprenta Jiménez Godoy S.A. La edición consta de 1000 ejemplares”. Es verdad que la galería editó o coeditó, en solitario o en colaboración con otras instituciones, y a veces a título personal de los directores de la sala, numerosas publicaciones de arte, pero la realidad es que no se constituyó desde T20 una colección de libros o catálogos de arte con imagen propia y establecida; el indicado volumen de Fructuoso está, estética y conceptualmente, muy alejado del trabajo de F33 realizado para presentar la exposición de Kaoru Katayama, celebrada en los locales de la galería en la calle Victorio en 2008; y aún más del catálogo *Utopía*, diseñado por Pedro Manzano para presentar la exposición de Fructuoso, así denominada, en 2017.

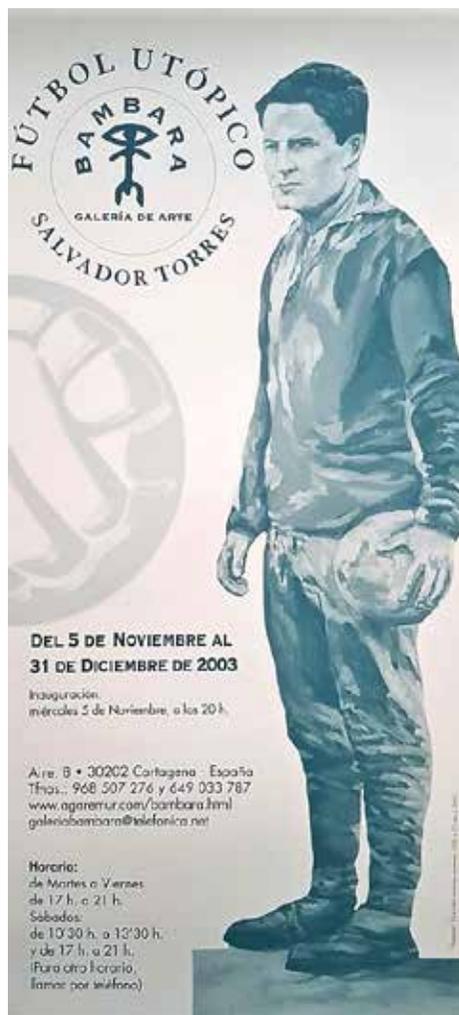
El segundo titular de Antonio Parra es todavía más rotundo: “Un momento de actividad editorial en torno a las artes plásticas”. Aunque se ha referido a dos iniciativas puntuales, la presentación en ARCO del último número de *Cavecanem* editado por T20 y del *Cantar de los Cantares*, libro-objeto editado por Ahora Ediciones de Bibliofilia, Parra ha dejado patente el momento de euforia editorial que está cociéndose en Murcia al comenzar el siglo XXI.

El jueves trece de enero del 2000 abre, dirigida por Nacho Ruiz y Carolina Parra, en el número 20 de Trapería, la galería de arte T20 con una exposición colectiva: “1970 circa”. Se editó un cartel a dos tintas que reprodujo obra de la japonesa Akiko Kudo. Ya antes, en 1997, habían iniciado la publicación de la revista *Cavecanem*. Producto austero, inicialmente editado recurriendo a la fotocopidora, con interior en blanco y negro, que atiende más a los contenidos que al envoltorio. El número 6 de *Cavecanem*, revista de arte de la galería, correspondiente a la primavera del 2000, se presenta a mediados de abril. Manolo Valdes aportó un perro para la portada a dos tintas y 7 perros más para ilustrar el interior. Un número que prestó atención especial a la obra del valenciano. Las anteriores portadas se habían ilustrado –cuidado con el perro– con un can; desde el velazqueño de *Las Meninas* al *Puppy* del Guggenheim de Jeff Koons en el número 5. A finales de julio de 2000 se presenta el número 7 de *Cavecanem*, con portada ilustrada por Eduardo Arroyo. El número 9, de la publicación que dirige Nacho Ruiz y edita Carolina Parra, ve la luz en invierno de 2001 con un especial dedicado al Centro Párraga, presentado en junio, y un artículo sobre el YBAs (Young British Artists), con portada de César Álvarez y fotos de Ruiz López, maquetado por Alfonso Riquelme. La voluntad de *Cavecanem* es la continuidad; en el citado número 9 se incluye boletín que indica que la suscripción anual a 4 números tiene para España costo de 2.400 pesetas; y la editorial destaca: “Esta es una aventura que comenzó con pocas posibilidades de éxito, pero que cada día se presenta como una opción más sólida, mejorando poco a poco y sin aspavientos. Así que dure cien años”⁽²⁶⁸⁾. En julio de 2001 aparece el número doble 10-11 ilustrado por Eugenio Merino –varios perritos se comen o juegan con uno de los personajes de Epi y Blas–; que lleva portada en color e interior, como era habitual –cosas de los costos–, en blanco y negro; número dedicado a Valcárcel Medina que abre con una pregunta: ¿Quién se comió el siglo XX? Parra, tras tildar de seria y tenaz la publicación, señala en *La Opinión* el 13 de julio de 2001: “...aunque todavía sean evidentes algunos defectos en la maquetación (como en la poco nítida separación entre mensajes publicitarios, o entre estos y lo que es información), ...el diseño se va cuidando cada vez más...” En junio de 2003 Eduardo Balanza, colaborador de *Cavecanem*, dirige la publicación y



(Fig. 345) Miguel Fructuoso / Nacho Ruiz. *Miguel Fructuoso, pinturas 1964-1968*. T20 Arte Contemporáneo. 2002.

(268) Pretendidas revistas de arte, algunas de atrevido diseño, editadas por galerías o instituciones públicas o privadas, fueron moneda corriente en la Región de Murcia a lo largo del primer decenio del siglo XXI. Antonio López, director de la Galería Clave –que editaba puntualmente catálogos a sus artistas–, editó desde 2004 *La Máquina Contemporánea*, una revista de excelente diseño, pequeño formato y tapa dura, impresa a todo color, que dirigía Eva Hernández Calderón y estaba al cuidado de Creativos LMC –acrónimo que esconde la cabecera de la propia revista y hace patente que la colección se diseña desde la galería de arte–. La asociación murciana de alumnos de Bellas Artes editaba *Acanto*, una publicación que sufrió variaciones en el formato y diseño de la cabecera y contaba con provocadoras e impactantes portadas seleccionadas por Maxi Gómez y Juan Antonio Lorca, equipo que tenía a su cargo el diseño de la publicación. Otras publicaciones, vinculadas aunque fuese de forma tangencial a las artes plásticas, fueron: *La Ola*, un diseño editorial sometido al cuidado de José Miguel García, diseñador gráfico formado en la Escuela de Arte de Murcia que dirige el estudio Monomudo; *El Kraken*, gaceta cultural e informativa que edita Rafael V. González Balanza y diseña Compobell (la portada del nº 22 la realizó la polaca, residente en España desde 1992, Katarzyna Rogowicz); y *Exo*, espacio de tendencias que dirige Nieves Jiménez y diseña David Brugarolas –autor de la gráfica de la exposición de carteles “Otra mirada de los jóvenes”, colgada en el Centro Cultural El Carmen–, cuyo número 1, diciembre 2009, contó con portada de Alejandro Caravaca.



(Fig. 346) Salvador Torres / Luis Artés. *Fútbol utópico*. Bambara Galería de Arte. 2003.

realiza la portada: un perro híbrido con el rostro de la muñeca Barbie. *Cavecanem*, una aportación incuestionable al arte que tiene lugar en y desde la Región.

La galería Bambara recogió sus exposiciones –también editaría austera cartelería impresa a una tinta (Fig. 346)–, desde 1999, en catálogos de pequeño formato, 23x17 cm, grapados al lomo, y un número de páginas que no sobrepasaba las 28; es decir una publicación obtenida a partir de la impresión a todo color, tira y retira, de un pliego estándar de 100x70 cm. Catálogos que diseñaba la propia galería –Luis Artes como director de la misma– o alguno de los pintores que trabajaban en ella, Ana Sierra, Salvador Torres... Las publicaciones se imprimían en Cartagena, en la imprenta LOYGA⁽²⁶⁹⁾, y pronto definieron un marcado y reconocible estilo, que parece provenir de una añeja y eficaz tradición que bebe en el diseño editorial de los años sesenta y setenta, merced a las portadas impresas a una tinta sobre cartulinas de color texturizadas, con ventana troquelada que dejaba ver un fragmento de alguna obra expuesta que justificaba el título de la exposición. Los catálogos *La Ciudad Soñada*, colectiva colgada en la galería en mayo, y *Duchas*, recogiendo la obra de Miguel Lamas, impreso en octubre, ambos en 2002; *Fútbol Utópico*, que agrupa la obra expuesta por Salvador Torres con el mismo nombre en noviembre-diciembre de 2003; *Hoteles, Hoteles*, una colectiva que organizó Bambara en abril-junio de 2004; *Un otoño africano*, catálogo que incluyó una muestra de arte ritual africano y pinturas de Cámara Guéye, inaugurada en noviembre de 2004; *Te turco*, con los interiores otomanos de María José Contador en junio-agosto de 2005; o *El Paisaje*, otra colectiva de pintura y fotografía auspiciada por la galería en septiembre de ese año; son ejemplos de estos productos con troquel en portada.

Un marcado estilo en la línea gráfica de la galería Bambara que Luis Artes, Virginia Bernal y Salvador Torres hicieron extensible al catálogo que se imprimió, con el patrocinio del Ayuntamiento de Cartagena, en la exposición de fotografías de Virginia Bernal: *Teatro del Mundo*, que se mostró en la sala municipal de la Muralla Bizantina en marzo de 2007.

La Ribera Galería de Arte plantearía sus ediciones con voluntad de crear una colección, son catálogos de 21x15 cm, encuadernados con lomo en cartulinas verjuradas de distintos colores impresas a una tinta con un pequeño motivo, una viñeta que parece realizada expofeso, que identifica al artista y a la colección expuesta. Los catálogos fueron diseñados por Emilio Morales, director de la galería, y por Saavedra Fotomecánica, S.L. empresa vinculada a Portada Gráfica, S.L. que es quien realiza la impresión.

La galería que fue capaz de establecer, desde los catálogos de sus exposiciones, una colección editorial con más duración en el tiempo fue, con toda probabilidad, Art Nueve Galería de Arte. Entre finales de 1999 y finales de 2008 editó más de sesenta catálogos, secuencialmente numerados, que recogen las muestras realizadas en la galería. Son catálogos de mediano formato, 21x21 cm, que aprovechan de forma óptima las dimensiones del pliego en el número de páginas que contiene su buche, generalmente encuadernado con lomo para hacer visible la idea de colección, que mantuvo un criterio visual y gráfico que se reveló apto para recoger con dignidad, y sin exceso de parafernalia gráfica, la obra de artistas muy diversos. Catálogos que tenían en el luto superior, un cintillo con el nombre de la galería y la numeración correspondiente a la exposición que abraza portada, lomo y contraportada, su seña de identidad más marcada. Es un planteamiento ideado por Índice Diseño, y que a partir del número 13 de la colección, *Jerónimo Maya. El pintor que volvió de Roma*, Pedro Manzano sistematizó y rediseñó, reduciendo el impacto del luto y el cuerpo del título, aunque manteniendo a lo largo de los años una tipografía de palo seco que oscilaba entre la Futura inicial y la Frutiger. Ana Martínez, Perico Pastor, Manuel Pérez, Vicente Ruiz, Esteban Vicente, Pérez Salguero, Feito, Miwako Yamaguchi, Félix de la Concha, Schlosser, Mascaró, Patricia Gómez, Juan Asensio, Amaya Bozal, Pablo Genovés, Soledad Sevilla, Aitor Lajarín, Elena del Rivero, Juan Genovés... pintura, escultura, fotografía... El último catálogo sometido al formato inicial, aunque ya nada tenía que ver con la idea de colección anteriormente planteada, fue la publicación *Las cosas como fueron*, que recogía, en 2008, el trabajo de Soledad Sevilla; un producto realizado por el Estudio Mar Lissón, que abandonó la idea de dar máxima visibilidad a la numeración secuencial, el luto unificador superior y la tipografía de palo seco. Art Nueve siguió editando, pero sin la continuidad –la crisis posterior a 2010 haría mella en el sistema del arte, de forma abrumadora y en todos los aspectos– y el criterio unitario mantenido hasta 2008.

(269) Incluso galerías foráneas a la región como My Name's Lolita Art, dirigida por el cartagenero Ramón García, encargaban catálogos a LOYGA. *Rancho Loco/Confetti Street*, catálogo diseñado por Charris –y sellado con el ojo, producido en neón por Lumigrab, marca del artista–, que recoge la muestra del pintor de 2004 en la galería valenciana, se realiza en LOYGA.

En mayor o en menor medida todas las galerías y salas de arte de la región se sumaron a la edición de material impreso para dejar constancia de la calidad de sus artistas y la trascendencia de sus exposiciones. La Aurora editaba postales, folletos, catálogos... cuyo costo asumían las más de las veces los propios artistas: Un ejemplo el catálogo *Áureo*, editado para la exposición de 2015 de Carmen Baena. En 2017 La Aurora publicó una inteligente y excelente imagen de Ángel Haro, creada para la exposición de noviembre de Dalí; y con formato revista de 30x21 cm, un cuidado y elegante folleto, que juega con las formas visuales del constructivismo para acercarnos a la Obra Gráfica Original, diseñado por Cristina Morano. Romea 3, galería de arte ya extinta, editaba pequeños catálogos de 20x20 cm con diseño del propio director de la galería Antonio García; el catálogo de Javier García Herrero, *Aullidos*, se imprimió con motivo de la exposición del artista en 2009. La galería Detrás del Rollo aún recurriría a una cuidada gráfica en 2012 para la exposición *58 portraits 1996* de Ángel F. Saura realizada por él propio autor (Fig. 347).

Chys también editaría catálogos estos años; el catálogo *EAR* de la exposición que Martínez Mengual expone en febrero-marzo de 2011 se diseña e imprime en Pictografía, resultado de una larga colaboración del propio artista y la imprenta. Y en 2017 la galería prestó su sello para el catálogo *Happy Days*, impreso en I.G. Jiménez Godoy, evidenciando también aquí la larga relación entre industria de artes gráficas y pintor, que recogía la muestra de Manolo Belzunce colgada en enero.

Novograf sería la imprenta encargada de imprimir *La Reina del Pop*, edición que recoge la exposición celebrada en Babel en 2006 y que la propia artista, Carmen Molina Cantabella, se encargó de diseñar. Otros catálogos de la galería se imprimieron en Novograf o en Jiménez Godoy a cargo de diseñadores distintos a los artistas que exponen. Pedro Manzano diseñó en 1998 el catálogo de la exposición de Belzunce "Imágenes del Deseo"; y en 1999 los catálogos *Antonio Mir*, *Mediterránea 4* y *Cuaderno de Botánica* para la exposición de Cerezo Montilla. Babel había cuidado los temas vinculados a la edición desde el momento en que abrió la Sala. Editando carteles serigrafiados: "Dokoupil. Obra reciente" o "Cerezo Montilla. Roma Mater" (Fig. 348). En 1992 editó cartel serigrafiado y catálogo para anunciar la muestra de Alfonso Albacete "Aniversario".

Aunque muchos ayuntamientos y fundaciones editaban carteles, folletos, catálogos, para difundir las actividades de sus salas de exposiciones o museos, no solían gozar de criterios visuales unificados, ni atender a la idea de IGC o de colección.

La Fundación Pedro Cano de Blanca, cuya cuidada gráfica y logotipo creó Montero, editaba habitualmente pequeños trípticos de 15x15 cm, cerrados, para divulgar sus exposiciones, sin embargo, de forma puntual acometería la edición de catálogos de formato medio y tapa dura, como el impreso en 2016 para la exposición "Rosana Sitcha" diseñado por La Cholepa en un formato medio de 23x23 cm –un formato al que volverá La Cholepa en repetidas ocasiones; en 2017 recurren a él para abordar el diseño de la publicación *Paisajes con alma*, que aquí recuerda intensamente los planteamientos editoriales puestos en juego por Severo Almansa y Rosa de la Obra para el Almodí–.

De igual forma el Ayuntamiento de Mazarrón editó, para las muestras celebradas en Casas Consistoriales, junto a pequeños catálogos de 21x21 cm –ejemplo: *Ara "Ara"*, modesta publicación, editada en 2018, con diseño de Juan Francisco Martínez, para dejar constancia de la exposición de José María Garres–, otras ediciones más vistosas y sin aparente relación visual, de las que citaremos: *Domingo Valdivieso 1830-1872*, un diseño de Pedro Manzano para la exposición del pintor de Mazarrón celebrada en marzo-mayo de 2014; *Perla Fuertes. Identidades*, catálogo de la muestra de la pintora de Alhama celebrada en 2015, diseñado por Ángel F. Saura; o *La espera. La realidad subjetiva*, una publicación, con diseño de La Cholepa, realizada con motivo de la exposición de Nono García en 2017. Unificó criterios la Universidad Popular, al menos en las últimas publicaciones de catálogos y cartelería entre 2019 y 2022 –muestras de Párraga y Muher–, correspondiendo el diseño a López Ballesta y López Rabal

Ni siquiera un Ayuntamiento como el de Cartagena logró unificar sus propuestas editoriales, ni en sus salas del Palacio Consistorial ni en el resto de salas municipales dedicadas a muestras expositivas. Valgan estos ejemplos de ediciones realizadas a lo largo de los últimos diez años: el catálogo de la exposición "Runners" de Jesús Segura, celebrada en la Sala de la Muralla Bizantina en octubre de 2006, se imprimió en formato apaisado de 21x24 cm sobre papel de alto brillo, con portada impresa a dos tintas en



(Fig. 347) Ángel F. Saura. *58 Portraits 1996*. Galería Detrás del Rollo. 2012.



(Fig. 347) Cerezo Montilla. *Roma Mater*. Babel, Arte Contemporáneo. 1992.



(Fig. 349) Luis González Adalid. *Memoria, paisaje, territorio, estos tres últimos años...* Salas Consistoriales. Cartagena. 2012.

cartulina metalizada con solapa interior, un diseño de Pedro Manzano que nada tiene que ver con *Textos por catálogo, el arte y todo lo demás*, libro impreso en marzo de 2007 en tapa dura, diseñado por el equipo de *La Naval*, que recoge ilustraciones y textos de Charris y se edita con el sello del Ayuntamiento de Cartagena y la sala Muralla Bizantina; ni, por supuesto, con la publicación *Salvador Torres. El zoo que habitamos*, diseñada por el propio pintor, Virginia Bernal y Luis Artes, en formato de 23x24 cm, para la exposición del artista cartagenero inaugurada el 15 de abril de 2008; el mismo año en que se editó *Destilando territorios comunes*, una publicación, ahora de 26,5x24 cm, al cuidado de Helvética sin nexo alguno con las anteriores. Algo semejante a lo que ocurre con la publicación *Memoria, paisaje, territorio, estos tres últimos años...* impresa para recoger la exposición de Luis González Adalid celebrada en las salas consistoriales en septiembre-diciembre de 2012, concebida como un mimado librito de pequeño formato –23x16,5 cm– y tapa semirígida por el propio artista (Fig. 349). Concepto diametralmente opuesto al catálogo editado con motivo de la exposición “José Matrán García. Retratos: la luz como expresión”, diseñado por ADE, Consultores en Comunicación S.L. para la exposición del fotógrafo cartagenero en octubre de 2015. Por no citar las publicaciones que recogen las muestras “El imperio de los sentidos” de Manuel Pérez en 2015, o “África for ever” de Belzunce, en 2017, trabajos dispares, aunque correspondiesen al mismo diseñador: Pedro Manzano. Y ya en 2021 la publicación correspondiente a la muestra “Máiquez el sueño y la sombra” que diseñó e imprimió Gráficas Galindo. En fin lo que acabaría primando es la falta de criterio gráfico, sin menospreciar el excelente trabajo de edición acometido desde el Ayuntamiento de Cartagena, sobre todo al amparo de La Mar de Músicas, con propuestas atrevidas y singulares; citaremos dos de ellas: *La Unión-Teothuacán // Los papeles de México* de Moisés Ruiz, diseñada por el propio fotógrafo en 2007 en formato apaisado de 23x25 cm, excelente planteamiento en texturas y papeles, y en edición fotográfica. Y *La Mar de Músicas Colombia 2010*, un libro entelado en tapa dura, que recoge la obra de seis fotógrafos, Ospina, Codesal, Luz Ángela Lizarazo, Populardelujo, Mojica y F. Rubio, en torno a Colombia; diseñado por F33, que acentuó el carácter temático perforando con un taladro la mancha roja con la silueta del país, atravesando todo el volumen.

Acabaría primando, desde la mitad de la primera década del siglo XXI, de forma generalizada, un catálogo de formato pequeño y costos ajustados. Este tipo de catálogo, de pequeño formato y mimado diseño, tuvo significativo eco en la serie de publicaciones que a partir de 2005 editó la Fundación Casa Pintada/Museo Cristóbal Gabarrón para dejar constancia de las exposiciones celebradas en La Bodega, Sala de Artistas Emergentes. Abrió la serie *La Colmena de Babel*, que reproducía la obra de Ángela Mula expuesta en octubre-diciembre de 2005; un librito de 19x15 cm diseño de Tropa, con solapas troqueladas conteniendo CD. La Fundación mantuvo el pequeño formato y el concepto del catálogo, aunque el diseño lo asumirían distintos diseñadores. Citaremos como ejemplo las publicaciones: *Síndrome*, referida a la exposición de David d’LoRuiz en enero de 2006 y *Paisaje Cero*, que recoge el trabajo de Ana Martínez en abril-junio de 2006, diseñadas por Diego Lizán y José Rodríguez respectivamente. Ese mismo año, en enero, el grupo artístico Departamentos de Falsos Horizontes, formado por Eduardo Balanza y Sara Serrano, editaron, para su exposición en el espacio de arte emergente de la Casa Pintada, “Atta Airlines” –la bóveda de la bodega como interior de un avión–, un curioso cartel que recoge con fina ironía y aspecto de señalización icónica un kit de seguridad antiterrorista. Aunque actualmente el museo edite cuidados catálogos planteados con idénticos criterios en la elección de soportes y formatos, que diseña y maqueta La Cholepa.

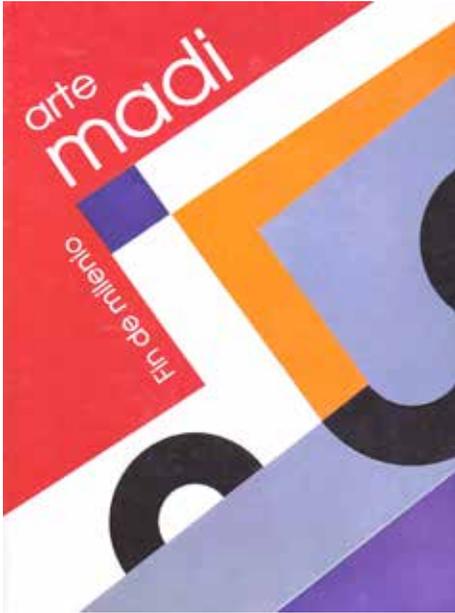
Con independencia de que se pudieran utilizar otros formatos más vistosos, numerosos espacios expositivos –incluso asociaciones vinculadas al mundo del arte como la Asociación Murciana de Críticos de Arte– a partir del año 2000 y sobre todo en el decenio 2007-2017, coincidente con la crisis económica que, lógicamente, afectó a las propias instituciones regionales o locales, se acogieron a unas dimensiones de 20x20 ó 21x21 cm para las publicaciones que recogen muestras artísticas. “La metamorfosis del señor Samsa”, una colección de infografías de Pepe Buitrago presentada en Ceutí en noviembre de 2007 se ajustó a este tipo de catálogo; formato habitual en las ediciones del Centro Cultural de Ceutí desde finales de los años noventa: *Aurelio. Itinerarios*, en 1998; *Pedro Blaya. Prima Luce*, en 2001 o *Miwako Yamaguchi. Ventana al Mediterráneo*,

en 2003; unos pocos ejemplos para dejar constancia de lo antedicho. *Lola Montero. Recorrido personal II* fue editado por la galería Bisel de Cartagena ajustado a semejantes medidas, un catálogo que diseñó ADE para la exposición de la pintora de diciembre de 2008. La exposición “Luz Herida” de Martínez Mengual, colgada en Casas Consistoriales de Mazarrón en diciembre de 2014 y enero de 2015, ajustó a estas dimensiones el catálogo de la muestra diseñado por Juan Francisco Martínez Díaz; de igual forma “Wow”, la exposición de Alvaro Peña inaugurada en junio de 2017, se presentó con una publicación de idéntico tamaño diseñada por el propio pintor y Miguel Ángel Caparrós. “01.09” la muestra de Ricardo Escavy presentada en la Sala Comendador de Calasparra, en junio de 2009, fue recogida en un librito de las mismas medidas diseñado por Koke-Fernández Díaz. Medidas idénticas a las publicaciones: *Atmósfera y Transparencia*, colectiva inaugurada en diciembre de 2015 en la Fundación Pedro Cano de Blanca; *Fragmentos y evocaciones*, que dejó constancia de la exposición de Perla Fuertes en el Museo Arqueológico Los Baños en abril-junio de 2016 en Alhama; y por citar un último ejemplo Keyhole Art Fair (I Feria Internacional de Arte en Murcia), un catálogo diseñado en 2018 por la galerista Sofía Martínez Hernández. Catálogos en los que, a veces, ya no existe referencia alguna al diseñador del producto impreso, concebido directamente en las propias imprentas; práctica que devino en bastante habitual; los libritos-catálogo que edita el Ayuntamiento de Fuente Álamo, como el de la exposición de Rubén Zambudio “Campiranas”, colgada en 2007, lo firma Antonio Gómez, montador, maquetador y escanista de Pictografía; y *Salvador Torres. Teatrum*, la publicación, no sujeta a estas estrictas medidas, que materializa la muestra del cartagenero en el Museo del Teatro Romano de Cartagena, colgada en 2015, carece de diseñador en los créditos con referencia única a la Imprenta Nicomedes Gómez de Cartagena. Un formato, 21x21 cm, iniciado en 2002 para catalogar las piezas que conformaron el Primer Salón de la Crítica que ha perdurado hasta mayo de 2014 en que se inauguró “Arte famélico”, X Edición del Salón. Un formato recurrente en las ediciones del Área de Artes Plásticas de la Universidad –aunque aquí se incida, tras abandonar la propuesta planteada para los catálogos del Aula por Pedro Manzano en 2002, en una búsqueda de identificación de producto que gira en torno al uso de campos tipográficos, de tonos metalizados e incorporación de papeles vegetales–. Parece que 21x21 cm y 32 páginas interiores fuese un soporte idóneo para ajustar en costos y apariencia las publicaciones de arte referidas a muestras y exposiciones.

Unos pocos ejemplos, quizá insuficientes, que dan idea del boom de las ediciones de arte en la región, desde finales de la década de 1990 y, sobre todo, en el primer decenio del siglo XXI. Visto en perspectiva no parece difícil deducir que el dispendio editorial, vinculado al mercado del arte, fue una constante *in crescendo* hasta 2009-2010, y no parece aventurado, ni osado, sugerir que, si en tiempos de la transición democrática el diseño fue un instrumento que jugó su papel político en relación con la cultura, y la utilización de la cultura por parte de los poderes públicos; el arte, las exposiciones artísticas y por ende las publicaciones, a veces ostentosas, se convirtieron en la estrella cultural del periodo posterior a la transición, bajo cuyo paraguas se justificarían no pocas acciones hoy en cuestión. Un boom editorial que iría decayendo entre 2010 y 2016, y que, aunque parezca en recuperación, las nuevas corrientes de comunicación, vinculadas a las redes sociales y a la facilidad con que los artistas promueven su obra, no permitirán nunca alcanzar de nuevo aquellas cotas –sobre todo en lo referido a la amplitud de la tirada–. Menos aún tras el desastre pandémico con que se inició la tercera década del siglo XXI.

Al amparo de los años del boom algunas imprentas se convirtieron en editoriales. Unas, como Jiménez Godoy, porque esa tradición les venía de lejos –un cartel anunciaba, en los primeros años de la década de los ochenta, que la Editorial Godoy había publicado, se mostraban las portadas: *La paloma y el desencanto* de Salvador García Jiménez, *Cartas a los comunistas españoles* de Fernando Arrabal, *Los ojos en las ramas* de Ángel García López, *El affaire Dreyfus en España* de Jesús Jareño e *Introducción al teatro de Arrabal* de Francisco Torres Monreal–. Otras, es el caso de Pictografía, porque asumieron esta faceta como perfil novedoso y complementario en sus actividades.

Jiménez Godoy había colaborado antes de 1996 con algunos pintores murcianos, en especial con Falgas y Pedro Borja, publicando de este último, con textos de Castillo Puche, *Borja y su reloj rajado* en 1995, una edición a cargo de Grupo Anfrabo. En 1996



(Fig. 350) César López Osornio/Martín Páez. *Arte Madi*.



(Fig. 351) Pedro Manzano. *Martín Carral. La dimensión de un tiempo*.

(270) Complemento al catálogo *One car Show, las formas de la naturaleza*, editado por el Almudí en diciembre de 2001, con diseño de Mañas/Saro y con llamativa portada –idéntica al cartel (ver Fig. 314)– concebida a partir de la obra *Tabla de signos sobre fondo amarillo*.

aparece la Editorial Godoy como editora, junto al Grupo Anfrabo –marca editorial del propio Borja– de *La Quimera de Velázquez*, que recoge la obra pictórica de Borja realizada en torno a la obra de Velázquez (en el diseño del volumen quedaría indicada la propia imprenta). A partir de 1996 la editorial Godoy se responsabilizará de la edición de libros de gran y cuidado formato, en tapa dura con sobrecubierta, que recogen obra, bien de forma antológica, bien en forma de monografías, de un buen número de pintores regionales y, de forma especial, algunos de ámbito nacional o internacional. En 1996 *Antonio Mir 30 años de pintura 1966-1996*, una edición que coordinó Elisa Do Nascimento y diseñó Pedro Manzano. Entre 1997 y 2000 Martín Páez se hizo cargo de la dirección y la coordinación editorial de un buen número de publicaciones acometidas por la editorial Godoy, publicaciones que diseñaron el equipo Godoy, los propios artistas –a veces en colaboración con el responsable editorial–, o las personas que estos designaron: *Manolo Belzunce periodo 1975-1997*, que diseñó Belzunce en colaboración con Martín Páez; *Muher*, Francisca Muñoz y Manuel Herrera, *15 años de pintura, 1982-1997*, un libro de cuyo diseño se responsabilizó el equipo Godoy; *Arte Madi, fin de milenio* (Fig. 350), al cuidado gráfico de César López Osornio y Martín Páez; *Vicente Ruiz, un ciclo pictórico 1972-2000*, que diseñó Carmen Lozoya; *Ángel Haro (obra 1982-1999)*, bajo la dirección editorial de Martín Páez y diseño del propio Haro de la cuidada publicación con tapa dura y un formato un poco más reducido de 24,5x24,5 cm. Cuando la publicación sobre Haro se presenta a los medios, el pintor explica que el libro repasa su trayectoria y supone “una reflexión a mitad de camino”; un utensilio en papel que “traza los límites entre documento y poesía”.

Es evidente que la colaboración de Martín Páez con la editorial Godoy dará sus frutos y afianzará el compromiso de la imprenta-editorial con los artistas. En 2002 Antonio Ballester edita, al amparo de la editorial Godoy, *One Car Show*, libro anillado en tapa dura, de gran formato horizontal que diseñó el propio Ballester⁽²⁷⁰⁾, que recoge el proyecto del coche *Mesala* presentado en el Almudí en diciembre 2001 y en Verónicas un año después; y Ángel Haro publica su *Paisaje privado*, responsabilizándose de su diseño. En 2003 Martínez Gadea diseña *Chelete Monereo 2001-2003*, una publicación que recoge el trabajo de la artista a lo largo del periodo señalado; un inteligente diseño para un librito que contiene, a modo de separata interior, un álbum que recoge 11 obras de la artista. Entre 2004 y 2012 Pedro Manzano se hace cargo de la edición de los libros: *Martín Carral dimensión de un tiempo* (Fig. 351); *Carnet de viaje*, de Manolo Belzunce; *Manuel Pérez el camino de los sueños* y *Un buen Día*. Vicente Martínez Gadea publica en la editorial Godoy, en colaboración con COAMU, un libro recopilatorio de sus trabajos de arquitectura: *Vicente Martínez Gadea arquitectura 1985-2011*, de cuya dirección editorial se encarga él mismo, presentado el 29 de mayo de 2012 con motivo de la exposición del mismo título celebrada en el Colegio Oficial de Arquitectos de Murcia.

Son escasos ejemplos de la ingente labor editorial de Jiménez Godoy, labor basada en dos principios complementarios: por una parte, un cierto aspecto de mecenazgo y apoyo a los artistas, por otra la voluntad de constituir una colección de arte. Principios sustentados en el intercambio de obra a cambio de la impresión de los libros-catálogo; con amplia continuación no siempre acogida a su marca editorial. Pues galerías y artistas –locales o no– demandaron a la imprenta ayuda en la edición de soportes impresos para las múltiples exposiciones que realizarían en los más de veinte años que abarcan desde 1995 a 2017. Catálogos, a veces acompañados de la edición de carteles, para Manolo Belzunce, Pepe Yagües, Carmen Baena, Muher, Carmen Anzano... diseñados por Pedro Manzano; o, como hemos reflejado, por los propios artistas: *Fernando Pagola. Pintura*, un libro maquettato y diseñado por el pintor en colaboración con Rafael Esquiroz en 2001, un interesante diseño con reserva uvi para los textos muy en consonancia con la obra que contiene; *Memoria, paisaje, territorio*, que recoge el trabajo de Luis González Adalid presentado en la exposición de 2012 en el Ayuntamiento de Cartagena, un cuidado librito, ya referido, concebido por el propio artista.

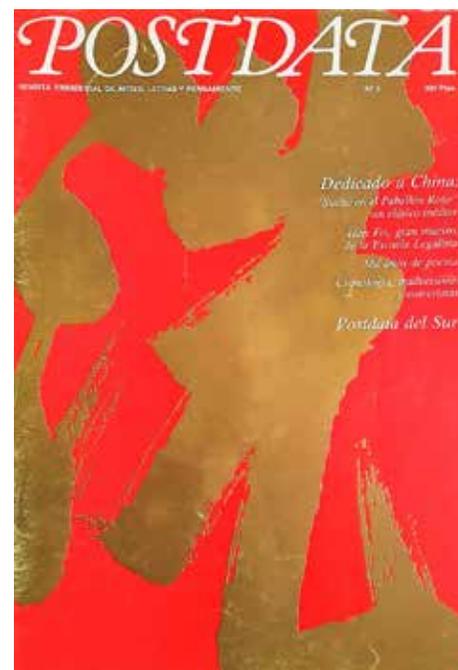
Más recientes los catálogos de Miguel Fructuoso impresos para recoger la exposición “Utopía”, presentada en T20 y ARCO en 2017, y “Over and Over Again”, la muestra de Eduardo Pérez Salguero presentada en junio de 2017 en el Centro Párraga; ambos al cuidado de Pedro Manzano. En fin, poquitos ejemplos que señalan la labor de Jiménez Godoy, sin la cual es imposible trazar el desarrollo de las artes plásticas en la región a lo largo de más de 20 años.

Pictografía Ediciones daría a la luz en la primera década del siglo XXI una serie de publicaciones, de cuidada y excelente impresión y diseño, de las que se responsabilizaron sus propios talleres. En 2004 editó *Murcia Termal*, con textos de Antonio Martínez Cerezo e ilustraciones que conforman la suite del mismo nombre expresamente realizada por Cristóbal Gabarrón. En 2005 editó una selección de poemas a cargo de Manuel E. Medina Tornero complementados con cuadros de Antonio Sánchez; el mismo año editó un facsímil de la edición completa de *Aires Murcianos*, que Vicente Medina publicaría en Rosario de Santa Fé (Argentina) en 1929, recogiendo fotos del poeta, ilustraciones de Gil y Pelló y pinturas de Medina Vera. En 2006 Pictografía Ediciones editó *Ramón Gaya la doble mirada sobre Velázquez*, el quinto de la colección Temas Murcianos. En 2008 publicaría *Cuento luego existo*, una caja estuche conteniendo libro en tapa dura, con una colección de relatos de escritores de la Región de Murcia que coordinó José Belmonte e ilustró Antonio Martínez Mengual –que ya había ilustrado en 2002, con sesenta acuarelas sobre papel japonés, la publicación *Murcia Floral*, escrita por Antonio Martínez Cerezo y editada en cartón con sobrecubierta–. Una serie de importantes publicaciones acogidas a su propio sello editorial y en algunas ocasiones en colaboración con otras entidades e instituciones. La editorial recuperaría en edición facsímil la obra de Miguel Hernández al finalizar la primera década del nuevo siglo.

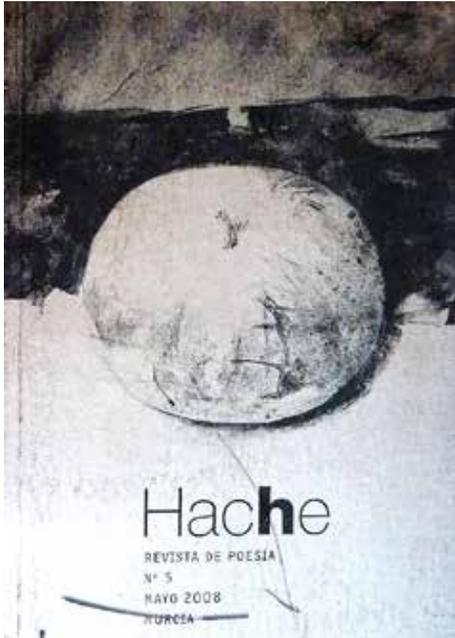
En 2012 Pictografía Ediciones asumió la gestión editorial del libro de Martín Páez Burruezo *Un ciclo pictórico regional Murcia 1800-1930*, impreso en colaboración con la Real Academia de Bellas Artes de Santa María de la Arrixaca, el Ayuntamiento de Murcia, MurciaFuturo y la Fundación CajaMurcia –aunque aquí el diseño correspondería a Pedro Manzano–; y *Murcia, secretos y leyendas II* se publicaría en 2013 en colaboración con la UCAM. Todo ello sin desatender los cuidados y elaborados calendarios que imprimía cada año para divulgar la obra de artistas murcianos: Molina Sánchez, Martínez Mengual, Manolo Pardo, Antonio Ballester, Paco Níguez... Son solo unas notas, breves apuntes de una labor encomiable hasta la desaparición de Pictografía en el verano de 2018.

Punto y aparte lo conforman las revistas de arte y literatura que se pretenden herederas de esa tradición murciana que vincula escritores y artistas plásticos desde la creación de revistas literarias. Cuando en 2004 nacen *Hache* y *Antaria*, finaliza su andadura *Postdata*. Diez años más tarde, en 2014, hará su aparición una novedosa revista literaria: *La Galla Ciencia*.

En el invierno de 2004 aparece el número 26 de la revista de Artes, Letras y Pensamiento *Postdata*, un número dedicado a María Zambrano en su centenario. Un número que parece proponer nueva época y nueva estética para la publicación, nuevo formato, nuevo diseño de la cabecera y la portada, nueva maqueta interior, nuevos materiales soportes de la impresión... y sin embargo no tendrá continuidad, pues será el último número de *Postdata* que verá la luz. Nacida en noviembre de 1986, el número 1 destacaba en su portada que las páginas centrales se dedicaban a la figura, al mito, de Don Juan. La revista de 32x23 cm se imprime austera –en dos o tres tintas, tanto las portadas como el interior– grapada al lomo, haciendo honor al editorial, “Conatus”, salido con toda probabilidad de la pluma del editor Antonio Parra, que recoge el primer número: “Al igual que el asesinato ha sido considerado una de las Bellas Artes, la ruina económica puede venir también, velozmente, por el camino del arte o la literatura. En nuestro caso sería exagerado y pretencioso (sería tanto como decir que tenemos posibles para dilapidarlos) hablar de ruina. Sin embargo, sí estarán de acuerdo con nosotros en que uno de los vehículos más rápidos y eficaces para perder dinero es el de editar revistas culturales y/o literarias. Sobre todo sí, como en este caso, no disparamos con pólvora del Rey. Pero el asunto ya no tiene arreglo”. Hasta diciembre del ochenta y siete se encargarían de su diseño y composición María José y Pilar del Sol y María Ángeles Portillo. Los números 6 y 7 dedicados a China (Fig. 352) y a Paul Valery los diseñaron y maquetaron Juan José Lorenzo Belda y Pedro Manzano, intentando aportar un mayor impacto visual en la portada y un concepto de página interior que procurara la sorpresa y el asombro; aunque se mantuvo el formato, la encuadernación y los materiales de impresión. Con el número 10 se iniciaría la segunda época de la publicación, al amparo ahora de la Asociación de la Prensa que aparece como editor. Se rediseñó la cabecera y se modificó el planteamiento gráfico general de portada e interiores, que pasarán a imprimirse a dos tintas, así como



(Fig. 352) Juan José Lorenzo Belda / Pedro Manzano. *Postdata* número 6. 1988.



(Fig. 353) Cristina Morano. Ilustración Pedro Cano. *Hache* número 5. 2008.

la encuadernación –con lomo– y los materiales soportes de la impresión. A partir de aquí sería Pedro Manzano el responsable del diseño. El director seguía siendo Antonio Parra; en la coordinación y redacción contaba con Soren Peñalver –*alma mater* de la publicación–, Josa Fructuoso y Françoise Mallier. El otoño de 1997 vería la luz el número conjunto 17/18 con nuevo formato reducido a 28,5x20 cm y el interior impreso a una sola tinta; una revista, dedicada al viaje y a las nuevas voces en la poesía española, acogida al patrocinio de la Caja de Ahorros del Mediterráneo. Un periodo que duraría, con ligeras modificaciones –los números 24 y 25 se dedicaron a la Narrativa Israelí y a Marruecos, con portadas en cartulina verjurada, ligeramente ampliados de formato: 21x30 cm y dos tintas para el interior– hasta el número dedicado a María Zambrano, a lo largo del cual colaboraron, en las portadas y las ilustraciones interiores, algunos pintores murcianos: Belzunce, Fructuoso, Cerezo Montilla...

Antaria es un empeño personal de la poetisa Emma Pérez Coquillat, que acomete su segunda aventura en forma de revista literaria –de nuevo contando con la inestimable ayuda de Antonio Durá y David Pujante–, vinculando artes plásticas y literatura, en noviembre de 2004. El número 1, *El artículo neutro*, marca ya la filosofía de la propuesta editorial. Escritores y plásticos han de girar alrededor de un tema que propone la propia revista; no se trata tanto de ilustrar como de establecer un discurso propio, literario o plástico, al mismo nivel. El índice proponía de hecho dos apartados: lo visual y lo textual, y en el consejo asesor aparecían escritores y artistas plásticos o visuales. La propia revista, que tenía un formato libro de 23,5x16,5 cm, marcaba desde el diseño de la publicación, al cuidado de Pedro Manzano, una línea editorial paralela que es, a la vez, nexa entre las diferentes aportaciones. Citaremos unos ejemplos. Para el número 6, *La esencia del viaje*, con portada de Antonio Ballester, se utilizó un motivo de la *Copa de Exequias*, que representa a Dionisos surcando el Mediterráneo bajo pámpanos y uvas; dos capitulares del siglo XVI que recogen animales y monstruos marinos y el skech del personaje del *Ulises*, Lopold Bloom, dibujado por el propio Joyce. El número 10 de *Antaria*, *Melancolía*, que llevaba de presentación un magnífico dibujo de Pedro Serna, se articuló en torno a la *saudade* lisboeta: fotos de Lisboa realizadas por el propio diseñador, el logotipo de la editorial Olisipo y el retrato del editor y escritor Pessoa trazado por Almada Negreiros años después de la muerte del poeta. Símbolos, dibujos, grabados, fotos, recursos gráficos, que articulan la publicación en un intento de dotarla de estructura y personalidad, y también de flexibilidad y capacidad de adaptación a los temas que propone. Con el número 12, *Ficción o Realidad*, y portada realizada por Manolo Belzunce, *Antaria*, revista de poesía, artes visuales, narrativa y pensamiento, cierra en junio de 2011 su larga andadura. Imposible citar a todos los que participaron en la aventura, citaremos tan solo los autores de sus portadas concebidas –o seleccionadas– casi como si se tratara de la propuesta de un ejercicio de diseño: Número 1, *El artículo neutro*, una cinta abstracta de la propia Emma Pérez Coquillat; número 2, *La línea de sombra*, una ilustración de Alfonso Albacete; el número 3, *El espacio efímero*, se presentó con una escultura de Carmen Baena; número 4, *A través de los sueños*, un dibujo de Ángel Haro homenaje a Exupery; número 5, *Proceso a la memoria*, una fotografía de Eduardo Cortils; número 6, la mencionada portada de Antonio Ballester; número 7, *Tiempo de soledad*, que ilustró Manuel Pérez; número 8, *Elogio de la metáfora*, con portada de Martínez Mengual; número 9, *La ilusión de la mente*, presentada con una fotografía de Agus Bres; números 10 y 12, los ya señalados trabajos de Serna y Belzunce; y la número 11, *El ser poliédrico*, con un dibujo que prestó Alberto Corazón.

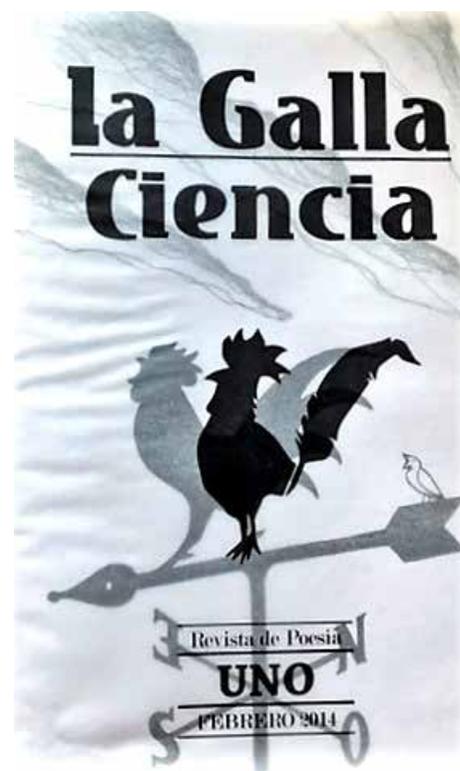
La diseñadora Cristina Morano, nacida en Madrid en 1967, fue responsable, junto al editor Héctor Castilla, de que viera la luz la revista de poesía *Hache* (Fig. 353). Una revista de pequeño formato, con sedosa portada negra impresa a una sola tinta plateada, cuidada maqueta y composición tipográfica. El número uno salió en abril de 2004, con apoyo del Museo de la Ciudad de Murcia, ilustrado, tanto en la portada –un ojo, que refería bien la importancia de mirar y leer– como en el interior, por el pintor Antonio Martínez Mengual. En ese primer número colaboraron poetas murcianos de la talla de Ángel Paniagua, publicó un poema el pintor Charris y enviaron textos escritores y poetas de reconocida trayectoria nacional como Carlos Marzal o Vicente Gallego. *Hache* se presentó en Ardentísima –una fiesta de la poesía, dirigida por José María Álvarez, que se anunciaba con atrevidos y sensuales carteles, transgresores y eróticos–. Ángel Haro,

Miguel Fructuoso, José Luis Montero y Pedro Cano serían los responsables de ilustrar los números 2 a 5, editados entre marzo de 2005 y mayo de 2008. El número 6, que *Hache* piensa dedicar a la figura de Gaya en 2009, en homenaje al centenario del pintor, aprovechando el retraso de la edición del número, con portada del propio Ramón Gaya, no verá finalmente la luz con el formato habitual de la revista, ni siquiera en versión PDF. Héctor Castilla publica, en el blog de la revista *Hache*. "Silencio, se poema", el 30 de julio de 2010: "*Nunca habiéramos querido dar esta noticia, pero gracias a que esta crisis provocada por la propia voracidad del sistema capitalista y a que los primeros recortes gubernamentales se realizan siempre en la cultura, la revista Hache desaparece (no sabemos si temporal o definitivamente)*". Acertado comentario que prelude la crisis del diseño y la edición al finalizar la primera década del nuevo siglo. Finalmente se publicaría el número 6-7 con el apoyo de *La Naval* en febrero de 2011, con planteamiento gráfico, portada –un personaje que lleva impreso en la camiseta "I'm a fucking poet", "soy un jodido poeta", o un poeta jodido–, ilustraciones de Cristina Morano y un cariñoso texto: "... *La Naval nos ofrece un número de nuestra revista con su formato y queremos aprovecharlo para llenarnos de frescura y color –el librito de 10,5x 7,5 cm, se imprimió a dos tintas–, recuperando algunos de los poemas del número 6 de Hache, que no han podido publicarse por la crisis... Pero la revista Hache se adapta a lo que sea preciso: Aquí están Luna Miguel (la estrella) y José Daniel Espejo (el Hankover menos editado), Pérez Cañamares con sus pies en la tierra o Isabel Bono con su propia Lógica. Está el aprendiz (Alcaraz), o los veteranos poetas de Argentina. También están Fanjul, Agredano, Camilo de Ory, David J. Calzado, Marta López Vilar o Vicente Nuñez, entre otros, para completar nuestra Hache, que seguirá viva durante mucho tiempo, with a little help of its Friends!!*". Una bella despedida. El 8 de junio se presenta en Murcia en La Azotea y el 17 la Asociación Cultural Divan la presenta en Cartagena.

Otro interesante proyecto surgido a mitad del primer decenio del 2000 es *Miderrota*, una feliz mezcla de diseño y textos literarios que los integrantes del colectivo: el australiano David Racchi, el ilicitano Juan Manuel Soriano y el portugués Rodrigo Fonseca, diseñadores afincados en Murcia, convertirían en un *fancine*, o revista de amplio formato, obtenido a partir de la impresión a dos tintas, en la Tipografía San Francisco, de varios pliegos de 70x50 cm plegados y embutidos al centro. Un sorprendente producto de Mne-mosine Project no carente de cierta ironía feroz del que se editarían varios números, en el de junio de 2017, una década después, se recogen sus intenciones de perdurar, "La derrota no es una opción": "... *como un suspiro, como un grito desesperado o como una venganza contra un mundo que, sin hacernos nada en especial, nos había derrotado a base de someter nuestras ganas de crear a unos objetivos comerciales. Una vía de escape en la que embarcamos a un puñado de desertores de los mercados, para reunirlos en una publicación (casi) periódica en la que se entremezclan diseño, literatura, arte y muchas ganas de expresarse a gritos o en silencio. Diez años después, Miderrota renace con las mismas ganas de gritarle al mundo que estamos aquí, que seguimos creando desde la derrota un juego divertido y abierto a todo aquel que le apetezca embarcarse para escapar de las miserias cotidianas sin un rumbo fijo*". Una aventura que cuenta con una tirada de 500 ejemplares y el apoyo de la galería T2O, la directora de los Molinos del Río, La Industrial de Fotografía y los organizadores del Día D. Y apelará a la plena ¡libertad! en 2018.

La poesía, ese claro lugar alumbrado en el mundo, volvería a vincularse a las artes plásticas en plena crisis económica. En 2014 *Ad Minimum*, una microeditorial independiente, creada por Bea Miralles, Verónica Cámara y Delia Marín, publicó una cuidada pieza en forma de misterioso y mágico desplegable, *Los Afluentes del Río*, con poemas de Manuel Pujante y bellas ilustraciones de Violeta Palomo; edición que responde, punto por punto, a la idea menos, es más, y pretende promover la poesía y la ilustración contemporánea. Seguirían *Psycho Killer Q'est-ce Que C'est* del poeta José Daniel Espejo, ilustrado por Ángel Palomo; *Fulguratio* de Natalia Litvinova; *Un sí a nada* de José Alcaraz; *Dentrophilia* de Carmen Juan; *Huerfanos* de Annie Costello; *Amnesia de las aves* de Gala Hernández, y, ya en 2017 *Cloro*, un poemario de Olivia Martínez. Plaquettes, magníficamente ilustradas. Problema: la difícil, casi imposible continuidad.

En febrero de 2014 –se presentó en la galería Léucade– un grupo de jóvenes entusiastas de la literatura y el arte, espoleados por Noelia Illán, Joaquín Baños, Samuel Jara, Manuel Pujante –los coordinadores–, y Daniel Rodríguez, editan (Fig. 354) *La Galla*

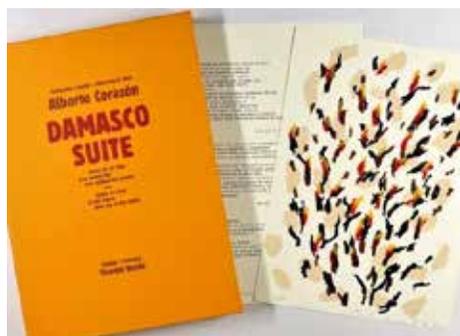


(Fig. 354) Seisdedos (Álvaro García). Ilustraciones. *La Galla Ciencia* número 1. 2014.

Ciencia. Su imagen: un orgulloso gallo que pretende escribir con la pluma de su cola memorables páginas literarias. Gallo que nos recuerda que *Gallo* era la revista de Lorca y *Gallo Crisis* –con parecido símbolo– la que editaba Ramón Sijé allá por los años veinte del pasado siglo. Una revista de atractivo aspecto artesanal, financiada inicialmente con microcréditos, de exquisita edición y diseño al cuidado del propio equipo de *La Galla*. Manuel Pujante primero, y luego María Simó se responsabilizan de la maqueta. El número uno lo ilustró Álvaro García –Seisdedos–, el número dos María Simó, el tres Daniel Bilac... En noviembre de 2017 se presenta el número 8. La larga vida deseada a este excelente diseño de producto, aquí literario, parece culminar en 2018.

Se refiere también Antonio Parra, en 2002, a dos de los *¿lujosísimos?* volúmenes que la Editorial Ahora presenta en ARCO: *La Divina Comedia* de Dante ilustrada por Manolo Belzunce y *El Cantar de los Cantares* que ilustra Ouka Leele; ambos incluyen una serie de serigrafías numeradas y firmadas por los artistas. La editorial Ahora Ediciones de Bibliofilia había comenzado su andadura en el año 2000 "...Sin nada establecido previamente. Sin que mediara ningún acto fundacional e histórico. Sin foto para la prensa. ... romántica tentación del abismo al desear unir en un único diálogo literatura y pintura. Un asunto casi de locos. Se pone en contacto con escritores y pintores de no poco renombre, a los que ya conocía, en busca de apoyo. Nace así una editorial llamada Ahora", escribirá José Belmonte, siete años más tarde, en el texto de presentación del catálogo que recoge la muestra "Libros con arte. Ahora Ediciones de Bibliofilia", inaugurada en la Sala de San Esteban el 6 de marzo de 2007. Acto fundacional no hubo, pero los artistas reunidos con el editor en El Pencho, un restaurante de la carretera de la Ñora, se mostraron encantados con el proyecto editorial. *Mitologías en el Entierro de la Sardina de Murcia* con serigrafías de Vicente Ruiz, Ignacio García, Martínez Mengual, Manuel Barnuevo, Muher y Belzunce, y textos de Carlos Valcárcel, Andrés Peláez, Gemán Ramallo y el propio editor, Ángel Pina, constituye la primera publicación de la editorial. El 10 de abril de 2001 se presenta a la prensa *Mitologías Murcia*, primer volumen de Ahora Ediciones de Bibliofilia. Entre 2000 y 2008 Ahora Ediciones de Bibliofilia editó 15 volúmenes de gran formato, 44,5x31,5 cm, compuestos por textos y serigrafías de 43x31 cm numeradas y firmadas por los artistas, embuchados en tapas y presentados en una caja forrada e impresa a dos tintas. Desde el principio el proyecto fue concebido por el editor, Ángel Pina, y el diseñador, Pedro Manzano, como un producto ajustado en costos; los libros, serigrafías aparte, están impresos a dos tintas, muy lejos de la idea de lujosos volúmenes apuntada por Parra en *La Opinión*. Aunque la idea es que parezcan concebidos así para no solapar la belleza de la obra gráfica que contienen. Estos son los volúmenes editados, más los dos citados por Parra: *El Puente de la Espada* con poemas inéditos de Luis Alberto de Cuenca y 6 serigrafías de Eduardo Úrculo; *La obra maestra* desconocida de Balzac, ilustrada por 11 obras serigrafiadas de Belzunce; la antología poética de Francisco Brines, *La iluminada rosa negra*, que se acompañó de 20 serigrafías de Martínez Mengual; *Floraleza*, un poemario de Ouka Leele iluminado con 20 serigrafías por ella misma; de igual forma Alberto Corazón realizó los textos y las 20 obras gráficas para *Damasco Suite*, notas de un viaje a la ciudad viva más antigua del mundo; a la pequeña narración de Juan Marsé *Historia de detectives* le puso imágenes, 20 originales, Nicolás de Maya; Isidoro Valcárcel Medina creó, a través de 20 piezas serigrafiadas un libro de artista: *Topología hermenéutica, o bien hermeneútica topológica*; la narración de Arturo Pérez Reverte *Ojos Azules* contó con 20 obras de Gabarrón; hasta 27 serigrafías realizó Santiago Idáñez en su personal visión del *Frankenstein* de Mary Shelley; 20 artistas: Verónica Navarro, Alondra Bentley, Ángela Mula, Concha Martínez Barreto, Ana Martínez, Eva Poyato, Katarzina Rogowicz, Silvia Viñao, Lola Navarro, Carmen Baena, Carmen Navarro, Perla Fuertes, Lola Fernández Arcas, Rosa Martínez Artero, Mercedes Alberdi, Rosa Vivanco, Miwako Yamaguchi, Carmen Artigas y Chelete Monereo, ilustraron con sus originales *Carmen Conde. Ochenta poemas*; *Invaliden 1* con piezas de Sergio Belinchón, Rui Calçada Bastos, Paul Ekaitz, Antonio Mesones y Santiago Idáñez; en 2008 se edita la última obra de Ahora Ediciones de Bibliofilia: *El bebedor de lágrimas*; textos de Hernández-Navarro y serigrafías de Javier Pérez (Fig. 355).

Algunos de los libros editados recibieron elogios y premios o fueron seleccionados en importantes certámenes. *El Cantar de los Cantares del Rey Salomón* recibió, en 2003,



(Fig. 355) Pedro Manzano. Dos de los volúmenes editados por AHORA Ediciones de Bibliofilia: *Damasco suite* y *Frankenstein*.

el Primer Premio Nacional a los Libros Mejor Editados de Bibliofilia que otorga el Ministerio de Cultura; idéntico galardón al que obtuvo en 2004 *La Iluminada Rosa Negra*; un Tercer Premio, en la misma modalidad, le fue concedido en 2006 a la edición de *Historia de detectives*. El gobierno de Navarra le concedería al *Bebedor de Lagrimas*, libro seleccionado en 2012 en la muestra que recorre los 300 años de historia de la Biblioteca Nacional, el Primer Premio Nacional de Edición al Libro de Arte Mejor Editado José Lázaro Galdiano 2008-2009.

Ya entrada la crisis económica, entre 2009 y 2010, Ángel Pina puso en marcha un nuevo proyecto al amparo de Ahora Ediciones de Bibliofilia, la editorial Arte Ahora y la colección Artistas +- 37 –el diseño consistió en una caja automontable, de 32x34 cm, impresa a dos tintas en cartón, conteniendo libreto para los textos y 6 serigrafías firmadas y numeradas por los autores–, que editó: *No home for losers*, con textos de Diego Sánchez Aguilar y serigrafías de Pérez Salguero; *Susurros*, un poemario de Marisa López Soria y obra gráfica de Eva Poyato; y *En el impasse*, veinticuatro fragmentos de Salvador Robles acompañados por serigrafías de Concha Martínez Barreto. Otra aventura editorial que aúna artes plásticas y literatura, y que la situación económica dificulta haciendo inviable su duración en el tiempo.

Un apartado que quedaría incompleto sin referir el trabajo acometido desde 1998 por Zambucho Ediciones. Un proyecto puesto en marcha por el cartagenero Luis González Adalid, artista multidisciplinar: pintor, fotógrafo, diseñador, escenógrafo... poeta. Primer Premio del II Concurso Nacional de Escenografía convocado por el Teatro Español de Madrid; autor del proyecto escenográfico para el Centro de Interpretación del Misticismo en Ávila; diseñador de proyectos de señalética, para el Centro Histórico de Ávila y la Ciudad Alta de Cuenca... Y editor y diseñador de la colección *Gráfica y Poesía Contemporáneas* desde Zambucho Ediciones, colección presentada en abril de 2010 en la Biblioteca Nacional.

En las cajas-carpentas de Zambucho Ediciones han participado una amplia nómina de escritores y artistas plásticos: Juan Carlos Mestre, Eugenio Castro, José María Parreño, Jorge Riechmann, Enrique Mercado, Francisco Carpio, Antonio Camba, Esther Pizarro, Yolanda Tabanera, Jesús Peñamil, José María de la Rubia o Mónica Gener, por citar a unos pocos. En 2022 LGA-Zambucho editaría LO-FI, poemario visual, una bella pieza de Beatriz Pérez Saura (Fig. 356) y sacaría a la calle un sello editorial: La nube de piedra.

Los excesos, la evolución seguida por las publicaciones de arte, el declive final, o la sensación de que muchas de las ediciones pudieron ser innecesarias, está crudamente explicitado en el texto de Bea Espejo, "Trazos de papel", recogido en el número 1.330 de *Babelia*, suplemento del *Pais* de 20 de mayo de 2017: "Hubo un tiempo que en el arte se publicaba muchísimo. Incluso de más. Entonces había catálogos para todo y para todos en los museos. Las galerías también tendían el pulso a ese formato que, con el tiempo, ha ido a menos, quedándose en una ligera hoja de sala con una buena firma⁽²⁷¹⁾. Los centros de arte están haciendo lo que pueden con lo que tienen, y aunque las revistas tuvieron su momento, ahora es difícil cubrir el hueco editorial si no es bajo un formato híbrido que dispare otras posiciones y nuevos enfoques. El ensayo tiene ahí un importante papel bajo algunas editoriales independientes, que son las que más alegrías aportan a la escena. Seguramente por eso el libro de artista sigue siendo el filón en todas sus formas, incluso en la autoedición. Y los museos lo saben. De ahí que haya volúmenes que acompañan a exposiciones que son proyectos en sí mismos y que el artista concibe como una obra más. Y se agradece. Mejor poco y bueno. Eso ya lo sabíamos."

Sí, hacia 2017 todo parecía acabar en libros de artista –algunos tan bellos y sugerentes como los realizados por el madrileño, afincado en Murcia, Luis Izquierdo que expondrá ejemplares en la Loggia del MUBAM en 2022– y hojas de sala. Los catálogos y libros de arte han reducido formatos y tirada a límites irrelevantes, o se han refugiado en soportes electrónicos –Arquitectura de Barrio simultaneará catálogos en formato digital y papel–. Y el cartel, más allá de festejos y festivales, hace ya mucho tiempo que ha dejado de existir como aspecto reseñable en la difusión del arte y la cultura. Y ahora, tras el repunte que asomaba en el horizonte en el período 2017-2023 veremos, una vez desterrada definitivamente la pandemia, qué le depara el futuro a las publicaciones vinculadas al Arte.



(Fig. 356) LGA-Zambucho. LO-FI.

(271) Aunque es cierto que tras la crisis se volvería a la edición con productos tan interesantes como "Escenarios", la publicación que recoge la obra del arquitecto Juan Antonio Molina; o "Cuando ya no hay ruido", libro entelado con relieve y cosido que produce la sensación de una pieza escultórica tridimensional en la portada, diseño de Edu Vilar e impresión de Pictocoop, que recoge la obra de Frutos Llamazares expuesta en El Almudí en 2022, algunas galerías privadas, salas públicas y museos, editan en la actualidad *hojas de sala* como alternativa: Art Nueve, Centro Parraga o el Museo Ramón Gaya, que se autoedita los dípticos de la actividad "Diálogos con Ramón Gaya".



Sublima Comunicación. *Tú puedes borrarlo del mapa.* Murcia. 2009.

9 ... Y PREMIOS PARA TODOS

El 14 de marzo del 2000 el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía celebra la exposición "Signos del siglo. Cien años de diseño gráfico en España" que comisarán Alberto Corazón, Enric Satué y Emilio Gil. Una exposición, compuesta por más de mil piezas, que organiza la Sociedad Estatal Italiana para el Desarrollo del Diseño y la Innovación. Entre los trabajos expuestos están los realizados por América Sánchez, Yves Zimmerman y Javier Mariscal, Premios Nacionales de Diseño. Severo Almansa, que ha optado repetidas veces al galardón, compitiendo con los citados en 1992, 1995 y 2000, obteniendo, el 15 de mayo, una distinción del jurado en la trigésima edición de los premios LAUS, que otorga la Asociación de Directores de Arte y Diseñadores Gráficos-Fomento de las Artes Decorativas (Adg-Fad), por la campaña *Murcia Turística*, realizada para el Ayuntamiento murciano en 1999, ha visto incluido su trabajo –la gráfica de *Bache* y la del *Concierto de la Filarmónica de Bergen*, celebrado en el Auditorio Víctor Villegas de Murcia, se presentaron en el MNCARS– en dos de las tres secciones en que se articula la muestra: "Diseño y vida cotidiana" y "Los lenguajes de diseño", compartiendo sala con Antonio Clavé, Cruz Novillo, Enric Aguilera, Javier de Juan y Javier Romero. Ernesto García recoge en *La Opinión*, el 16 de mayo, la reseña de la exposición y las palabras del propio Severo Almansa:

"El éxito es estar ahí. En Murcia se cuenta muy poco con nosotros; en ese sentido, yo puedo llorar por un ojo, porque el 80% de mi trabajo lo hago aquí (Auditorio y Centro de Congresos Región de Murcia, Teatro Romea, Universidad de Murcia, Museo Gaya, entre otros), donde hay mucho cachondeo morcillero. A mí me desgasta mucho más convencer a un cliente murciano de que lo que me ha encargado es lo que le conviene que el diseño en sí.

La diferencia del mercado murciano con el resto, encabezado por el catalán, es que mientras aquí el cliente es la Administración, allí es la empresa. El empresario o político que nos llama es porque no es capaz de hacer ese trabajo personalmente, porque no le queda más remedio y siempre en última instancia, pero el cliente siempre tiene un sobrino que es mañoso y contra ese romanticismo no se puede luchar".

El trabajo de Severo Almansa será ampliamente reconocido como relevante y pertinente –desde 1995 está nominado de forma permanente al Premio Nacional de Diseño, siendo además convocado con otros 29 artistas por Amnistía Internacional para formar parte de la exposición: "30 Diseñadores por los Derechos Humanos"– en ámbitos regionales y nacionales. En el 2000 ha diseñado el libro confeccionado para documentar el último montaje de José Tamayo: *Los intereses creados* de Jacinto Benavente. En mayo de 2002 se encuentra entre los diseñadores que ayudarán a un grupo de 25 empresas, seleccionadas por el INFO y la Sociedad Estatal para el Desarrollo del Diseño y la Innovación, para implementar un proyecto piloto de "Diseño en Murcia", cuyo fin es sensibilizar a las Pymes en la importancia de asumir el diseño gráfico como elemento estratégico en el desarrollo de su actividad comercial. En el primer número de *Artegráfica*, la revista que editan en Barcelona América Sánchez y Albert Planas en enero de 2003, se dedican 4 páginas a la obra del diseñador murciano que reproducen una veintena de sus dise-



(Fig. 357) Severo Almansa. VIII Premios de Arquitectura de la Región de Murcia. 1995.

ños; etiquetándosele de elegante, sobrio y resolutivo. Y en noviembre del mismo año se presenta la publicación que ha diseñado, y recoge la recuperación del edificio que ubica la Escuela Superior de Arte Dramático. En 2005 la Sociedad Estatal para Exposiciones Internacionales (SEEI) selecciona una obra del diseñador –que ha inaugurado en mayo, en la Sala de Exposiciones de la CAM, “Obra sobre papel”, reafirmando su faceta como pintor–, el cartel *VIII Premios de Arquitectura de la Región de Murcia 1995*, realizado a dos tintas –negro y verde–, a partir de la fotografía del edificio de la UNED de Cartagena y la característica y atrevida disposición tipográfica que el propio Severo tacha de “*muy divertida*”, para incluirlo en la muestra “300% Spanish Desing” que comisaría el arquitecto y diseñador Juli Capella y se celebrará en Japón, entre julio y octubre, en el Saitama Prefectural Museum of Modern Art con motivo de la Expo de Aichi. Un cartel que los organizadores de la muestra consideran imprescindible e irremplazable en el contexto de la exposición. En 2007 la exposición se presentó en China, y en octubre SEACEX la exhibió en el Palacio Nacional de Ajuda en Lisboa. Severo, entrevistado para *La Opinión* por Ana Lucas, el 14 de octubre de 2007, explica que el cartel (Fig. 357), realizado 12 años antes, es “*de clara influencia constructivista, en el cual expresa sus ideas de forma muy radical y geométrica*”. Seis meses después, el 27 de marzo de 2008, en entrevista mantenida para *La Opinión* con Pity Alarcón, Severo confiesa que ha sido nominado al Premio a la Trayectoria Nacional por la Asociación Profesional de Diseñadores Españoles a la cual pertenece, también explica a la periodista su pasión por la pintura realista y por la naturaleza, se confiesa amante de la jardinería y expone que el diseño es para él como un juego, juego con el que ha trabajado, entre otros, para el Teatro Real, el Parlamento Europeo y la Casa Real. El diseño español, el diseño murciano, parece que gozase de amplia visibilidad en 2008.

Un espejismo, sobre todo en referencia al cartel, pues al acabar la primera década del siglo XXI el cartel parece haber perdido ya aquel glamour, aquel prestigio que durante más de cien años lo habían convertido en un procedimiento artístico de referencia, la estrella del diseño aplicado a la comunicación visual. Cartel y diseño pasarían a ser términos con ciertas connotaciones peyorativas. El cartel, es evidente, ha cedido presencia. Los carteles se acabarán encargando por pura inercia, o porque las instituciones no quieren que pese sobre ellas poner fin a un producto vinculado a la tradición, y que nada tiene ya que ver con las causas que favorecieron su aparición y desarrollo.

Julio García Abril deja intuir con claridad la situación a la que se vería abocado el diseño y el cartel, cinco años después de la exposición del Reina Sofía, en la entrevista a que lo somete José Manuel Bruckner, reproducida en el excelente catálogo, con tapas metalizadas –diseño del propio García Abril–, que se edita con motivo de su exposición en Puertas de Castilla celebrada entre el 28 de junio y el 15 de julio de 2005: “*A pesar de que te presentas y te presentan como diseñador gráfico ¿porqué siempre que puedes insistes en la comunicación...?*”

–*El término diseño en español está totalmente desnaturalizado y degenerado. Hoy día todos diseñamos y todo se diseña, desde una joya hasta un plan de estudios. Diseñar para mí es conseguir una relación perfecta entre la forma y la función de algo material, y en este sentido, en su vertiente gráfica, la función del diseño es la de comunicar, porque de lo contrario es decoración, actividad muy respetable, pero que nada tiene que ver con el diseño, diseño y decoración para mí son términos antónimos.*

–*Pero ambos están vinculados con las artes plásticas.*

–*No, el arte y el diseño son actividades incompatibles, porque el arte es un acto libre de creación, mientras que el diseño gráfico es un proceso de investigación y desarrollo, atado a unos objetivos de comunicación que deben cumplirse*”. Idea recurrente que ya hemos intuido antes. En torno a ese concepto Bruckner le plantea, en referencia al diseño autóctono comparándolo con el de EEUU: “–*por qué aquí no se le concede esa importancia?*”

–*Pues porque no existe un tejido empresarial. En esta Región, por ejemplo, no hay empresas, hay empresarios, que en la mayoría de los casos ni siquiera son eso, sino negociantes...*” Julio remata la entrevista defendiendo la importancia de la imagen corporativa –logotipos y marcas–, siempre y cuando permanezca vinculada a una empresa, una institución, un producto o una gama de productos, ayudando a desarrollar la ima-

gen pública, la percepción que el ciudadano y el consumidor tiene de esos productos, corporaciones e instituciones. García Abril realizaría esos años la imagen corporativa de: Pimentón de Murcia, para el Consejo Regulador Denominación de Origen; 2003 Año Jubilar Caravaca de la Cruz; Consorcio de Transportes Región de Murcia... entre otros. Y el diseño de algunas publicaciones relevantes: el libro que recoge el *paso* del *Lavatorio* de González Moreno, con la reproducción de impactantes fotos del grupo escultórico realizadas por el propio diseñador y José Marlor; y *Flores*, una publicación, entelada en seda, con la obra del pintor Pedro Flores que refleja escenas murcianas, y que, como la anterior, produce Exagon. Más radical y pesimista cuando se le señala: “—Cada vez menos carteles y más logotipos...”

—El cartel tiene un campo de aplicaciones cada vez más reducido, entre otras razones, porque ya no se pueden pegar carteles en las calles, con lo que su difusión está muy limitada. Ahora se ha abierto un espacio muy esperanzador con los mupis, a los que deberíamos llamar cartelones.” Aunque podríamos preguntarnos, contrariando las opiniones de García Abril, ¿es un *muppy* un cartel o traiciona la razón de ser intrínseca del mismo, al convertirse en algo excesivamente codificado y regulado, despojado de la capacidad del asombro imprevisto que era parte consustancial de la naturaleza del cartel? Más pareciera que los *muppys* cubren los mismos objetivos que las vallas. Sí, actúan como vallas de doble cara: vallas para viandantes y para vehículos que circulan a escasa velocidad por calles y avenidas. Diminutas vallas más que carteles de gran tamaño. Cartelones, en palabras de García Abril, anclados a espacios predeterminados, a tamaños y proporciones prefijadas; parámetros que, como el propio diseñador señala, en la entrevista mantenida el 21 de septiembre de 2018, condicionaron los carteles que él mismo concibió para el Creajoven. El tiempo irá despejando dudas, haciendo de los *muppys*, más que aliados del cartel, causa de la desaparición del *afiche*, limitándolo —más allá de marquesinas y chirimbolos institucionales— a reducidos espacios marginales, a procesos de creación y comunicación alternativa, y a formatos cada vez más mermados, justificando la prohibición de colocar carteles de forma aleatoria en fachadas y paredes. Todo por una ciudad más limpia, quizá, pero menos sorprendente. El espectáculo, desde luego, ya no forma parte de la calle, ni la calle es altavoz alternativo, galería de arte libre y abierta.

A lo largo del primer decenio del siglo XXI son fácilmente observables algunas constantes y características en el diseño, la publicidad y la cartelería impresa: Se mantendrá la fotografía, como técnica básica para la composición del cartel pasional. Imponiéndose a su vez —con la ayuda del recurso de los libros de *Image bank*— en la gráfica de campañas que pretenden impacto y rápida influencia en el ciudadano, sobre todo las referidas a temas de salud y comportamientos sociales: maltrato, SIDA, drogodependencias, tabaquismo... Se irán incorporando a nivel gráfico iconos y símbolos⁽²⁷²⁾, introduciéndose cada vez más textos en las propuestas de comunicación visual, lo que desembocará a finales de la década en un auge del lettering y la ilustración, y la omnipresencia de los lemas como motor articular de toda campaña publicitaria. Se harán habituales imágenes compuestas por ordenador de lectura compleja y fragmentaria, a veces con formas oníricas, superpuestas, con abundantes elementos florales y vegetales, con aspecto de desarrollo orgánico —caso de la campaña *Murcia Joven 2007* «¿Pájaros en tu cabeza?» diseñada por Kraser (Fig. 358)— o geométricos —buen ejemplo es la publicidad impresa del I Foro de Movilidad de la Región de Murcia, de junio de 2008— que, partiendo de la fotografía, contienen un cierto aspecto provocador y surreal, y una cierta ironía dotada de fuerte carga esteticista. Se generalizan como anunciadores de festejos los carteles basados en pinturas, bien realizados por pintores de amplio reconocimiento regional o pintores de restringido ámbito local, dando lugar a una cartelería donde abundan impresos de sabor tradicional y antiguo, y corte costumbrista, enterrando debates sobre la función del cartel y su relación con el arte y la imagen publicitaria. Parece que las instituciones, o las entidades que encargan los carteles festeros, busquen reforzar o poner en marcha pequeños museos —el Museo *sardinero* se inaugura en septiembre de 2006, coincidiendo con la obtención, por parte del festejo, del marchamo de Interés Turístico Internacional— o colecciones de pintura regionalista; un asunto, salvo contadas excepciones —la Mar de Músicas o el Festival de La Unión, encargaron sus carteles a artistas plásticos de amplio reconocimiento nacional—, que ya hemos apuntado, y veníamos viendo. Carteles pictó-



(Fig. 358) Kraser. Muestra Nacional de Cortometrajes. Murcia Joven. 2007.

(272) Buenos ejemplos de esta línea gráfica son las campañas: *Voy en Bus*, desarrollada en 2008 para Latbus, con el fin de cuidar el medio ambiente y reducir las emisiones de gas, en la que, junto al rostro de un usuario joven de la línea de autobuses, aparece un feliz emoticono; *Atención al Maltrato Infantil*, impulsada por los Servicios Sociales de Atención Primaria de la Comunidad Autónoma y diseñada por Pedro Manzano a partir de una interpretación libre de los muñequitos de Pin y Pon; *San Javier, donde todo sucede, todo seduce* ideada por Insignia Creativa en 2009 para promocionar turísticamente el Ayuntamiento mar menorense en el aeropuerto de la localidad, aprovechando las figuras-iconos de las señales aeroportuarias, ahora disfrutando del jazz, el sol y los deportes náuticos; *Una Empresa en mi Escuela* parte del programa “Región de Murcia, Región Emprendedora”; *Verano Joven. / Campamentos > Campos de Trabajo 2010*, con esos jóvenes que parecen inspirados en los personajes de Lego; *Murcia Empresa*, representada por unos muñecos-cajas en los carteles, que incorporan, ilustrando los *afiches*, la secuencia de cómo montarlos y el manual de instrucciones; la propuesta divulgativa del proyecto cultural “Espacio Creativo” puesto en marcha por el IES Eduardo Linares Lumeras y el Ayuntamiento de Molina que contiene una diana como representación más visible; el *Plan Salud 2010-2015*. Ya fuera del decenio, la posterior campaña del Ayuntamiento de Murcia *Plan de Garantía Juvenil* basada en el lema «Consigue una vida ¡tú puedes!» inspirada en los icónicos personajes de los videojuegos, o la cartelería del Festival Mina Rock de 2013 con muñequito Play Movil. Iconos, símbolos, que parecen preluar los infantiles y populares emoticonos.

ricos frente a carteles fotográficos; y también el cartel como provocación, que parece parte de la secuencia de una *performance*, un vínculo con la feroz ironía del Body Art, y con artistas del YBA: los Chapman, Hirst o Tracey Emin.

Además, se hace patente, definitivamente, la revolución tecnológica producida alrededor de las artes gráficas y la publicidad, el auge de las páginas webs, el fomento institucional de las TIC y el uso generalizado de las redes sociales. Los últimos años del periodo son tiempos de rigor económico y fueron frecuentes las campañas que potenciaban el ahorro de papel. Muchas actividades se presentaban con una imagen concebida como un cartel, pero con edición de un solo ejemplar sobre material plástico; las enaras de PVC fueron habitual vehículo publicitario.

Trataremos dos temas, que tienen lugar a lo largo del decenio, puntualmente: el trabajo de Germinal Comunicación, y la continuada campaña en torno al uso y aprovechamiento del agua que planteó el gobierno regional, con marcada incidencia en la gráfica del momento.

En los años que median entre 2000 y 2010 la cartelería de Semana Santa en la Región de Murcia, basada sobre todo en la fotografía, hizo que la monotonía de estos carteles, que ya era proverbial, deviniera en absolutamente aburrida, repetitiva y carente de aportes gráficos novedosos; igual daba que nos estuviéramos refiriendo a los carteles de Murcia o de cualquier otra localidad. Fotos de detalle de los *pasos*, del desfile procesional, de la salida de las cofradías de sus sedes, de nazarenos, hachotes o portaestandartes. Fotos y fotomontajes que, si se despojan de los textos indicadores del año, de emblemas y logotipos, es casi imposible reconocer qué representan o dónde y cuándo tienen lugar. Solo la inclusión en las tomas de algún elemento arquitectónico, definitorio de un espacio urbano, población o ciudad, nos aporta datos significativos de la localidad que celebra los desfiles. El cartel *Semana Santa de Cehégín 2005* protagonizó una anécdota que es buen ejemplo de lo anteriormente indicado; la polémica la originó el *Cristo Yacente* de Capuz de la Cofradía Marraja cartagenera, utilizado en el cartel ceheginero; una imagen de archivo localizada en internet y que una vez retocada, con escasa fortuna además, por un aficionado, el propio hijo del presidente de las cofradías de Cehégín, fue impreso como cartel procesional; ocasionando las protestas del hermano mayor de la Cofradía Marraja y las consecuentes explicaciones del presidente de las cofradías cehegineras.

Una cartelería anodina y, en bastantes ocasiones, anónima. Aunque quizá merezca la pena señalar dos excepciones: La cartelería pasional cartagenera, a la que el fotógrafo Moisés Ruiz Cantero aportará cierta continuidad, en la que aflora la elegancia y la búsqueda de innovación y sorpresa de sus diseños; y la cartelería lorquina de Semana Santa, que parece ir acomodándose al carácter barroco de sus desfiles y a los sorprendentes bordados que los embellecen.

Veamos algunos de estos carteles, muchos de ellos impresos como resultado de concurso, realizados generalmente por fotógrafos o artistas locales para unas celebraciones que se pretenden de trascendencia nacional, supuestamente idóneas para incentivar el turismo regional, y señalemos las características de aquellos más curiosos o interesantes.

En el año 2000 el cartel de la Semana Santa de Murcia representa el *Cristo del Refugio* que preside la Procesión del Silencio de Jueves Santo. Se imprimieron, además de los carteles, 5.000 programas de los itinerarios procesionales, con la foto de Rafael Francés Márquez, que había ganado el concurso convocado por el Cabildo⁽²⁷³⁾.

Para anunciar la Semana Santa murciana en 2001, se partió de una foto de Ángel Martínez Requiel, con textos añadidos compuestos en la Imprenta Regional; representa a la *Virgen Gloriosa*, que procesiona en Domingo de Resurrección, ante la Catedral. Una foto que había ganado las 100.000 pesetas del Primer Premio convocado por el Cabildo. En noviembre de 2000 ya se había presentado la foto ganadora. Otra fotografía del mismo autor, de lema «*San Miguel Arcángel*», obtuvo las 50.000 pesetas del Segundo Premio del concurso, utilizándose para portada de la revista que edita en 2001 el Cabildo Superior de Cofradías de Murcia, que ese año, el 13 de abril, vuelve a convocar, siguiendo el procedimiento habitual, concurso de carteles para el año 2002, y anuncia que deberá basarse en una fotografía de la Hermandad de Esclavos del Cristo del Rescate y María Santísima de la Esperanza que desfila Martes Santo desde la iglesia de San Juan Bautista.

(273) Un cartel al que acabaría añadiéndole los textos, en tipografía Vivaldi, Pedro Manzano; merced al acuerdo del diseñador con la Imprenta Regional para ultimar el diseño de los carteles festeros de la región, de cuyo costo se hacía cargo la Dirección General de Turismo. Acuerdo que se alargó hasta 2003.

En 2002 se editaron dos carteles; uno de ellos, *Murcia, la Semana Santa*, lo diseñó Tropa a partir de una foto de Israel Crespo –que puso sus imágenes fotográficas en manos de José Luis Montero para la bella edición, a cargo del Ayuntamiento de Murcia, de los carteles (Fig. 359) y los 15.000 ejemplares del libro *Murcia la pasión del barroco* que concibió Tropa–; con estilizadas eses engarzadas y sobrepuestas a la imagen fotográfica; muestra la procesión de *La Sangre*, cruzando en la noche el Puente Viejo; un cartel que incorpora el nuevo logotipo turístico de la ciudad y no aporta datos temporales, pues pretende servir de intemporal reclamo turístico. El otro cartel de la Semana de Pasión recoge una fotografía del *Cristo del Rescate*, a su paso por la Catedral, realizada por Martínez Requiel, que de nuevo ha obtenido el Primer Premio del concurso de fotografías para cartel de Semana Santa.

En 2003 será una instantánea, captada de nuevo en la calle, del ciezano Manuel Quijada Pinar, que recoge el *paso del Cristo de las Mercedes*, de la Cofradía del Cristo de la Salud –tal como indicaban las bases publicadas el 7 de marzo de 2002 por el Cabildo de Cofradías–, procesionando Martes Santo ante la fachada del obispado, con textos calados en Vivaldi, la que compondrá el cartel de 50x60 cm, impreso en Novoarte.

El *Cristo de la Esperanza*, fotografiado por Juan Ignacio Cerdá, serviría en 2004 de base para un cartel en exceso ahogado por la mescolanza tipográfica. Cerdá es, como otros ganadores del concurso, nazareno, y procesiona Miércoles Santo con *La Sangre* y Sábado Santo con el *Cristo Yacente*. Se presentaron ese año 33 fotografías, una cantidad habitual, y Quijada Pinar obtuvo el segundo premio por «Alma», una imagen de *La Dolorosa* que se utilizó como portada de la revista del Cabildo. Los premios ascendieron a los habituales 600 y 300 euros.

En 2005 volverá a ser Rafael Francés Márquez el autor de la fotografía ganadora bajo el lema «Descendimiento». Un *Descendimiento*, una talla de José Hernández, a su paso por Belluga.

El *Cristo del Amparo*, ante la iglesia de San Nicolás, fotografiado por Juan Antonio Fernández Labaña, protagonizó el de 2006. La foto de Labaña resultó ganadora en un concurso al que concurren 34 fotografías; el Segundo Premio fue para un trabajo de Antonio Rosa que recogía a *Jesús del Gran Poder*; y la imagen de un nazareno, de María Bastida, obtuvo el Tercer Premio.

La fotografía de un detalle del rostro del *Cristo Yacente*, apoyado en claveles blancos que hacen de contrapunto, y procesiona la tarde del Sábado de Gloria, realizada por Francisco Javier Asunción, centró la composición del cartel en 2007.

En 2008, bajo el lema «Ubi caritas», una fotografía de Alejandro Molina del *Cristo Crucificado*, que procesiona la noche del Sábado de Pasión, a su paso por Belluga, la Catedral al fondo, fue motivo de un cartel enmarcado en lila oscuro al que se añadió, calada en blanco, una tipografía Gregoriana que restaba visibilidad a una foto ya de por sí de densos contrastes. El Segundo Premio fue para «Dolor de madre» de Juan Ignacio Cerdá que se utilizó como portada de la revista de Semana Santa que edita el Cabildo, y el Tercer Premio, utilizado como imagen de los dípticos impresos para difundir la Semana de Pasión, recayó en un trabajo de Damián Guirao de lema «Ververatio»; en diciembre de 2007 ya eran de dominio público las fotos seleccionadas. En 2008 se editaría otro cartel, con un detalle fotográfico realizado por Javier Martínez Lozano, de *Santa María Magdalena* de la Cofradía del Cristo de la Esperanza, para anunciar la procesión de Domingo de Ramos.

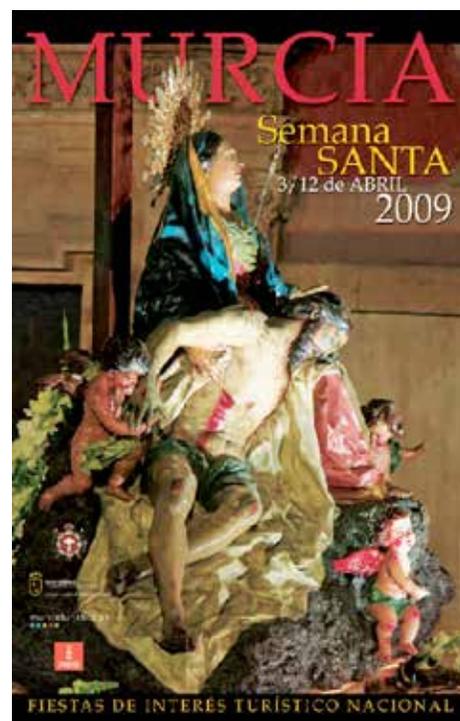
El 2 de diciembre de 2008 ya es sabido que Juan Antonio Fernández Labaña volvería a ser el autor de la fotografía usada para el cartel *Semana Santa Murcia 2009* (Fig. 360), impreso en varios idiomas –pretende ser declarada de Interés Turístico Internacional en 2010–: alemán, francés e inglés; foto ahora del grupo escultórico de la *Virgen de las Angustias* –la Virgen, Cristo a los pies de la cruz y un grupo de angelotes y querubines– que procesiona la noche de Viernes Santo.

Es curioso comprobar la importancia que ha ido adquiriendo la Plaza de Belluga como marco idóneo para estas fotografías-carteles, otorgando al frontal del Palacio Episcopal cierta relevancia en la composición de la imagen, capaz de sustituir o complementar la fachada catedralicia.

Lástima que se repitan –y mal dispongan–, a veces sin sentido, las tipografías elegidas para construir el cartel; siendo la imagen fotográfica ganadora quien sufra esa



(Fig. 359) Tropa / foto Israel Crespo. Murcia, la Semana Santa. 2002.



(Fig. 360) Juan Antonio Fernández Labaña. Semana Santa. Murcia. 2009.

elección y disposición, realizada en ocasiones por la propia imprenta o alguien ajeno al autor de la foto premiada.

Al acabar la década el aburrimiento y la falta de innovación en la cartelería pasional en la capital de la región es total. Uno podría preguntarse, a la vista de otros carteles pasionales de pequeñas dimensiones, pues no superan los 70x50 cm, qué diferencia la Semana Santa de la ciudad de Murcia de la de cualquiera de sus pedanías, o de otras ciudades y pueblos que no cuentan con tan brillantes obras de imaginería, incluso de la gráfica puesta en juego para anunciar otros desfiles procesionales más o menos relevantes. Unos carteles que, si fuesen despojados de su significado religioso o del que puedan tener para los cofrades de las distintas hermandades que se ven representados en ellos, nada aportan, ni estética, ni artísticamente, ni mueven a profundos sentimientos acordes con lo que se quiere representar; ni desde luego sirven para atraer turistas. No es extraño que acaben cuestionándose, en 2009, los planteamientos gráficos y artísticos en lo que se refiere al cartel de la Semana Santa capitalina.

El 19 de diciembre de 2009 el Cabildo Superior de Cofradías hace público que la obra encargada de anunciar la Semana Santa de 2010 será un cuadro de Morejón (Fig. 361), una acuarela que representa el rostro del *Cristo de la Fe*, en un año en que la Cofradía de la Fe es la encargada de organizar la Semana de Pasión murciana. Mientras que las fotos ganadoras del concurso de fotografía, bajo los lemas: «*Siempre con su hijo*» de Francisco José Medina y «*Santísimo Cristo de la Fe*» de Juan Ángel García Moreno, ilustrarán la revista del Cabildo. El cartel de la Semana Santa 2010 se presenta formalmente a la prensa el 16 de febrero de 2010. Morejón ha retratado en su acuarela, de tonos marrones y tostados, al *Cristo de la Fe*, rompiendo con la recurrente foto para componer cartel y ¿pretendiendo recuperar? una vieja tradición.



(Fig. 361) Morejón. *Semana Santa. Murcia. 2010.*

Cartagena también recurrirá a la fotografía, durante el primer decenio del siglo XXI, en sus carteles pasionales.

La Semana Santa del 2000 reprodujo una foto del Via Crucis Penitencial realizada por Enrique Abellá, con la *Virgen de la Soledad de los Pobres o del Consuelo* de la Ilustre Cofradía del Santísimo y Real Cristo del Socorro. El cartel anuncia una Semana Santa que goza, desde los años sesenta, de reconocido Interés Turístico Nacional y aspira ahora a ser declarada de Interés Turístico Internacional. Cartel que resulta un tanto repetitivo.

En diciembre del dos mil ya era sabido que el cartel de Semana Santa de 2001 se basaría en una foto de Moisés Ruiz Cantero elegida entre otras 13 presentadas. Representa a la *Virgen del Primer Dolor*. Una foto a la que se añadió faldón para textos y entidades colaboradoras. Una foto que Moisés Ruiz intervino creando un fotomontaje con dos tomas distintas –como él mismo indica en su blog, la primera vez que recortó un trono para insertarlo en otra fotografía–, y con la nota curiosa de sustituir las caras de los asistentes al desfile, colocados en el Casino, por las de amigos, incluyéndose él mismo. Bromas habituales en sus carteles.

En 2002 volvería a ser Moisés Ruiz el autor de la foto en la que se basó el cartel. Recoge un tramo del desfile y el tercio de nazarenos ante el trono de *San Juan* –impresionante toma en diagonal– con texto simulando cursiva manuscrita para indicar Semana Santa y un luto donde se lee: “Cartagena 2002”. El 11 de junio la Cofradía California expone, en el Centro Cultural de CajaMurcia, en Cartagena, “Los Californios a través de los carteles de la Semana Santa”, más de treinta carteles pasionales que reflejan las veces que la Cofradía ha protagonizado el cartel; con *San Pedro* más presente en las impresiones que el propio *Cristo del Prendimiento* titular de la Cofradía, o que *San Juan*; una muestra que recoge dos ejemplares anteriores a la Guerra Civil, el más antiguo de 1925, con un grupo de niños vestidos de nazarenos ante la *Virgen de la Caridad*, el cartel no es otro que aquel de Roig Asuar de lema «*Oh Piadosa*».

En 2003 el cartel se diseñó a partir de una imagen del *paso* de la *Oración del Huerto* que celebra su 75 Aniversario. Declarado desierto el concurso el cartel se encargó a Moisés Ruiz, que colocó sobre la foto del trono una segunda foto del desfile fundida en tonos verdes, y otra, en pequeño formato, que se une a una atrevida tipografía cuya “S” ayuda a conformar un triángulo compositivo que corona el escudo de Cartagena.

Ya se había determinado en abril de 2003 que el cartel de 2004 giraría en torno a una imagen marraja de la *Santa Agonía* –que celebra, a su vez, las Bodas de Diamante–,

abriéndose el periodo de presentación de trabajos. El cartel vuelve a ser una realización de Ruiz Cantero, que aquí jugó con el detalle de los hachotes, sus túnicas y la rica orfebrería de las linternas. En el faldón inferior compuso la tipografía ayudado de una toma del *Cristo del Tercio de la Agonía*.

Más recurrente y anodino, el cartel de la Semana Santa de 2005 se construyó con una foto del *paso* de la Agrupación de la Aparición a María Magdalena, que desfila el Domingo de Resurrección y, cosa curiosa, ese año no pudo desfilarse debido a la lluvia.

Vicente Cepeda resultó ganador del concurso de cartel pasional en 2006; un pliego que lleva el *San Juan* californio como imagen central y una serie de cuatro fotografías, recogidas en pequeños marcos, en el lateral izquierdo del *afiche* horizontal. Parece que el fallo del concurso fue impugnado. El propio ganador manifestó que fue la propia Cofradía California la que le animó a presentar obra. Un cartel que incluye el, tan ansiado, Declarada de Interés Turístico Internacional. *La Verdad* se sumó a la efeméride, editando un Especial de Semana Santa que llevaba en portada un cuadro de Charris representando un nazareno que porta incendiado hachote con forma de corazón.

Moisés Ruiz Cantero, que ya había realizado el cartel una docena de veces, volvería a ganar el concurso en 2007. Un detalle del *Descendimiento* de Capuz, con la Virgen y Cristo, que el fotógrafo juzgó muy tocada a la vista de los resultados de la impresión que preparó Andrés Hernández Martínez. El cartel de Moisés Ruiz y Andrés Hernández se compuso sujetando el detalle fotográfico con un faldón negro que añadía misterio y tensión a la toma recogida en el pliego. En marzo Moisés Ruiz Cantero expone, en la parroquia del Sagrado Corazón de San Diego, veinticinco carteles realizados con motivo de la Semana Santa cartagenera, veinticinco imágenes, no todas impresas, que ayudan a entender el sentimiento pasionario que año tras año recorre las calles y a las gentes que habitan la Ciudad Portuaria, desde aquella primera, tan transgresora, realizada en 1986 a esta, realizada con Hernández, que juega con la imaginaria.

En marzo de 2007 ya se había decidido que el *Resucitado* sería motivo del cartel pasional de 2008, pudiendo presentarse obras al concurso de carteles en la Concejalía de Cultura entre el 9 de abril y el 18 de mayo. Díaz Manresa fue el ganador del concurso, una toma fotográfica de la procesión a su paso por las estrechas calles de Cartagena. Fue 2008 un año en el que se llegaron a imprimir tres carteles anunciadores de la Semana Santa cartagenera.

La Semana Santa de 2009 se anunció con una foto de Moisés Ruiz (Fig. 362) del *Cristo del Socorro* y, en primer plano, un nazareno del *paso* que mira fijamente desde el pliego impreso. De nuevo ha utilizado Ruiz Cantero un montaje fotográfico para obtener esa limpieza de enfoque. *La Verdad* entrevista al autor en noviembre de 2008, cuando ya es sabido que ha resultado ganador del concurso, y ante la pregunta: “¿Qué tiene que tener una fotografía para ser cartel de Semana Santa?” Ruiz Cantero expone: “Lo que buscan –se refiere a los miembros de las cofradías que forman los jurados– es una imagen en la que se vean, de manera clara, los elementos que conforman las procesiones: el orden, la luz, las flores y la música. Ellos quieren que se vea todo eso, y si es posible, a la vez; no buscan una imagen que como cartel funcione”. Si somos capaces de extrapolar su respuesta a otros concursos convocados en la geografía regional con motivo de los desfiles pasionales, vemos cuan certero ha sido en definir las pautas que marcan el cartel de Semana Santa. Reivindica además el fotógrafo la necesaria presencia de profesionales en los jurados, la exposición pública de los trabajos presentados a concurso con voto ponderado del público asistente y la posibilidad de encargar directamente estos carteles a artistas reconocidos. Por último, aclara que él recurre a procedimientos informáticos para obtener plenamente los objetivos que se propone en la realización de los carteles.

Una foto de Julián Contreras del trono de *Santiago Apóstol* de los californios, al fondo la fachada del Ayuntamiento y abajo otras imágenes, farol, estandarte, portapasos... anunciaría la Semana Santa cartagenera de 2010.

El 18 de marzo de 2000 se presenta el cartel de Semana Santa de Lorca –que ha acuñado el lema «Una pasión diferente»–. Cartel que aprueban las cofradías lorquinas. Dos imágenes, de los Pasos Azul y Blanco, y otras cuatro, aportadas por los Pasos Morado, Encarnado, Negro y la Archicofradía del Resucitado, componen el cartel fotográfico, dividido en casetones, con fotos del desfile bíblico y religioso. Se editaron 3.000 ejempla-



(Fig. 362) Moisés Ruiz Cantero. *Semana Santa*. Cartagena. 2009.

res y se planteó que el cartel de 2001 estuviera impreso en agosto del 2000, para poder presentarlo en la feria de turismo "Veractiva 2000" que celebra en agosto la ciudad almeriense, ya que el 70% de los asistentes a la feria, en 1999, preguntaban en el stand lorquino por información relativa a la Semana Santa de Lorca y pedían material impreso.

Pero el cartel de Lorca de la Semana Santa 2001 se presenta a la prensa el 24 de marzo. Un cartel original y novedoso en la cartelería pasional lorquina. De formato cuadrado; con 4 fotos que representan la seda, la fiesta, el arte y la pasión, y un faldón blanco que ocupa casi la mitad del cartel. Los presidentes de los Pasos Blanco y Azul lo juzgaron muy adecuado al lema «*Lorca una pasión diferente*», aunque el Paso Morado criticó el *afiche* porque según el vicepresidente de la agrupación: "No va a decir nada a los visitantes y no refleja los aspectos religiosos de la Semana Santa". Críticas a las que también se sumaron los representantes del Paso Encarnado y la Curia. El cartel se presentó en la Feria Internacional de Turismo de Barcelona con una tirada especial de 5.000 ejemplares.

El lema «*Lorca una pasión diferente*», se incluye impreso en el cartel *Lorca Semana Santa 2002*. Un cartel compuesto con 30 fotografías, sobre fondo negro, que recogen escenas de la pasión lorquina con representación de todas las cofradías, así que el cartel fue saludado con aprobación por todas las agrupaciones, a pesar de ser poco original y nada llamativo.

No ocurriría lo mismo con el cartel pasional del año 2003 que la Consejería de Turismo y Cultura, Ayuntamiento de Lorca, Taller del Tiempo y Murcia Turística, encargaron a una agencia de publicidad, y del que se pensaban hacer 2.500 reproducciones. El cartel no gustó a los presidentes de los Pasos Azul y Blanco; el montaje de las fotografías del pliego fue etiquetado de falta de calidad, y el folleto-tríptico, relacionado con la gráfica del cartel, criticado al no incluir ninguna imagen de la *Virgen de la Amargura* titular del Paso Blanco. Parece que se volviera a broncos tiempos pasados. Ángel Montiel escribe en *La Opinión*, el 14 de abril, dentro de su columna "La Feliz Gobernación", un artículo titulado "Chissst!: La Semana Santa de Lorca no existe", en el que con la excusa de la polémica surgida en torno al cartel, expone algunos de los problemas relativos a la Semana Santa lorquina: "Este año han existido problemas con el cartel anunciador de la Semana Santa de Lorca... supongo que se trata de alguna descompensación en la representación de 'blancos' y 'azules' o en la presencia de elementos no auténticamente representativos. El caso es que el cartel no ha gustado a 'blancos' ni a 'azules' ni al alcalde. Su realización había sido encomendada a una agencia de publicidad, y alguien le dio el visto bueno. ¿Quién? Quizá el problema resida en que este tipo de trabajos no deben ser encargados a publicitarios, cuya visión es 'profesional', fría, en busca de eficacia comercial, sino a artistas plásticos, a fotógrafos artistas, a diseñadores gráficos que le den un toque más cálido.

Pero el problema real no es ese. El problema es que, tal y como se ponen las cosas parece necesario dejar de hacer carteles publicitarios de la Semana Santa lorquina. Ni carteles, ni retransmisiones televisivas, ni reportajes de prensa, ni nada. Lo que hay que hacer es procurar que nadie se entere de qué se celebra y menos de sus atrayentes características diferenciadoras. No es broma..." Montiel criticará las dificultades para contemplar el desfile de turistas y foráneos, atendiendo a la falta de sillas y a la necesidad, pese a las dificultades, de prolongar el recorrido. Sí, parece que se volviera a debates pasados aún sin resolver.

Sobre el faldón que en 2004 recoge Lorca y el lema «*Una pasión diferente*» se colocaron cuatro casetones que aluden a: Seda (detalle de un bordado lorquino), Fuerza (ejercicios de doma), Arte (la Colegiata de San Patricio) y Pasión (gritos del público ante el Paso Blanco y Azul). Imágenes de innegable vinculación a la raíz del barroco lorquino para componer cartel. Una secuencia en la cartelería lorquina que supuso que en 2006 la Semana Santa de Lorca se publicitara con una atrevida fotografía, del monumento dedicado a la Semana Santa, inaugurado en 2004, e instalado en la plaza del Óvalo, realizado por la escultora María Dolores Fernández Arcas. Un monumento que representa la apoteosis de los desfiles lorquinos.

En 2007 Lorca editaría folletos y carteles en tres idiomas coincidiendo con la declaración de Interés Turístico Internacional, carteles que, sobre un arabesco que quizá quiera referir el preciosismo de los bordados en rojo y oro, lleva sobreimpresos los textos.

Parece que Lorca no contara con cartel oficial de Semana Santa durante varios años. En 2008 y 2009 solamente con el que se presentaba en las ferias turísticas, en el de 2008 un montaje fotográfico y 12 pequeñas fotografías en el margen inferior de detalles de los desfiles; y en el de 2009 aparecían dos carrozas de los Pasos Blanco y Azul y una serie de fotografías alusivas al resto de *pasos*, de nuevo en la parte inferior del cartel.

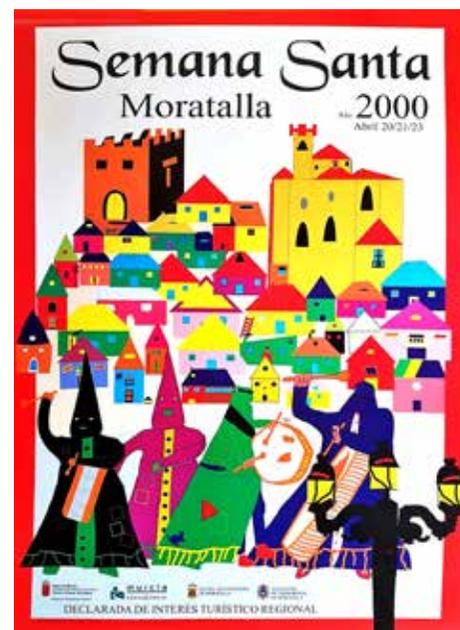
Será en 2010 cuando la Semana Santa lorquina cuente por primera vez con un cartel abigarrado, barroco, en clara prolongación de los festejos pasionales y de los bordados procesionales. Un cartel construido en tonos dorados, con una docena de imágenes encerradas en círculos y óvalos que nos presentan la singularidad de sus desfiles; imágenes de nuevo subrayadas con el lema «Una pasión diferente». Un cartel diferente, culminación e inicio de una propuesta visual que tendrá continuidad.

Sí, los carteles de Semana Santa en Cartagena, Murcia, Lorca y otros lugares de la región, se han basado a lo largo del decenio en la fotografía, pero Moisés Ruiz Cantero ha dignificado el producto: rigor, elegancia, composición estudiada y perfeccionista, y un punto irónico, no exento de humor contenido que los hace memorables. A fin de cuentas, elementos imprescindibles en la construcción de un buen cartel. Y así seguirá siendo en los carteles pasionales cartageneros de la siguiente década, cuando el género, en su aspecto fotográfico, esté ya agotado en la Capital del Segura.

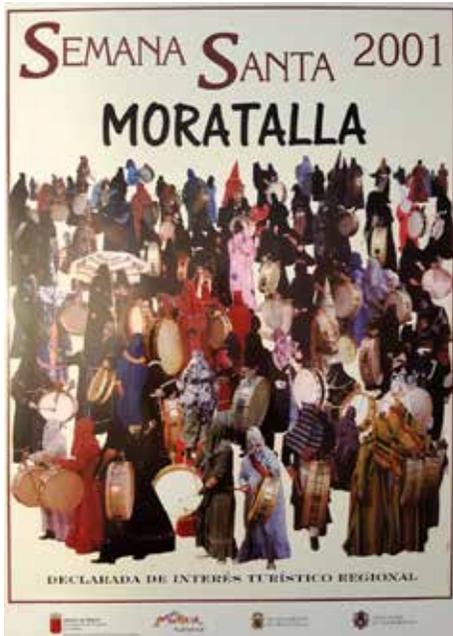
Año tras año la fotografía –a veces sometida a manipulación informática– irá construyendo la cartelería pasional regional, aunque de forma excepcional se recurra a pinturas o ilustraciones, imágenes, carteles debidos generalmente a un fotógrafo o un artista local que, por proximidad o afinidad, se sienten cercanos y son buenos conocedores de las celebraciones.

La Semana Santa de Jumilla se anunció en el 2000 con dos carteles, el propio de los desfiles pasionales y el relativo a la celebración del 150 Aniversario de la Representación del Drama Sacro del Prendimiento, realizados por Antonio Verdú y Bartolomé Medina, dos fotos de la *Última Cena* y el *Prendimiento* respectivamente. En Mazarrón se recurrió a un detalle, el rostro, de la talla de *Nuestro Padre Jesús Nazareno*. La noche de los tambores de Mula, que se celebra Martes Santo, se anunció con una composición fotográfica; varias escenas unidas por la forma circular de un tambor adornado con flores, el nazareno tamborista, el público asistente a la tamborada y el castillo. Un cartel horizontal, con la representación del *Cristo Yacente*, entre dos líneas de texto, anunciaría las procesiones de Abarán. La *Oración del Huerto*, una talla de José Noguera, preside el cartel de Bullas. Y una foto del *Resucitado*, talla de Francisco Liza, anuncia los desfiles pasionales en La Ñora. Algunas excepciones hubo que renunciaron a la fotografía para componer cartel pasional: El cartel de la Semana Santa de La Unión lo realiza Ana Celdrán –estudiante de Bellas Artes con 21 años–, hija del pintor unionense Pedro Ginés Celdrán, que pintó el Cristo de la localidad plasmado como un cuerpo semisentado, crucificado y coronado de espinas, en un intento de aunar el Cristo Yacente, el Minero y el Nazareno. Carlos Portaceli diseñó el cartel de la Semana Santa de Moratalla a partir de los dibujos de los escolares del municipio, un cartel (Fig. 363) de aire *naïf* y gran colorido que aúna los elementos esenciales de la pasión moratallense, el castillo-fortaleza, la iglesia, las vestimentas cofrades y los tambores. Los carteles de Semana Santa de Puerto Lumbreras son obra de la estudiante de Bellas Artes Sonia Navarro. En 2000 algunas poblaciones celebraron exposiciones en torno a la cartelería pasional: En Ricote se inauguró el 7 de abril una exposición de carteles procedentes de toda España; y el 18 de marzo se inaugura en la iglesia del Salvador de Yecla un museo de la Semana Santa que recoge la historia de las celebraciones y las cofradías a través de fotos y carteles.

El año 2001 una imagen del *Cristo de la Columna* es el cartel anunciador de la Semana Santa de Abarán. El Cristo de *La Oración del Huerto* ilustra los 1.500 carteles de la Semana Santa de San Pedro del Pinatar. Una foto del *Monumento al Tamborista*, de José María Ruiz y Juan Valera, ganó las 100.000 pesetas del concurso de carteles de Semana Santa –noche de tambores– de Mula. Una foto horizontal de Mario Nohales, de *Nuestro Padre Jesús*, ilustra el cartel pasional yeclano; un encargo del Cabildo Procesional de Yecla a Nohales y Asociados. *Nuestro Padre Jesús Nazareno* protagoniza la ilustración del cartel de la Semana Santa de Calasparra. Una foto de la *Virgen del Primer Dolor*,



(Fig. 363) Carlos Portaceli. *Semana Santa Moratalla*. 2000.



(Fig. 364) Matías. *Semana Santa Moratalla*. 2001.

enmarcada en cenefas de sabor añejo, protagoniza la Semana de Pasión de Alcantarilla. Multitud de tamboristas, recogidos en una instantánea-collage, ilustran el cartel moratallense pasional de 2001, firmado por Matías (Fig. 364). Carteles todos que incorporan el logotipo Murcia Turística y su marchamo "De Interés Turístico Regional".

Calasparra imprimió en 2002 para anunciar sus desfiles procesionales la foto de un detalle del *Ecce Homo*, atado, sujetando la corona de espinas. En Cehegín la foto recogía unos capirotes nazarenos desfilando. En Cieza el nazareno aparecía ante la torre del campanario de la iglesia. Sin embargo, una pintura de Mariano Rojas, que representa el encuentro de varios capirotes y al fondo una vista de Cieza, sirvió de cartel anunciador *Día del Nazareno* en su cuarta edición, con el fin de atraer a la ciudad a procesionistas de toda la Región. Mula editó cartel pasional con un detalle de la escultura *Monumento al Tamborista* y sobreimpreso un reloj, indicando la hora para que rompan los tambores. En Águilas fue un viejo dibujo del litógrafo y fotógrafo José Matrán el que ilustró los 3.000 carteles de Semana Santa. Jayam es la firma autora del cartel de la Semana Santa de La Unión, una fotografía de la *Caridad*; un cartel que se presentó en FITUR junto al nuevo logotipo del Consorcio Turístico Cultural de La Unión, una "C" en espiral con los colores ocres de la sierra minera. *La Dolorosa*, un nuevo trono, ilustró el cartel de San Pedro del Pinatar. Una fotografía del rostro de la *Virgen de la Esperanza*, realizada por el fotógrafo local Salvador García Aledo, fue imagen del cartel pasional de Alhama. El *Cristo de la Misericordia* anunció la pasión en Caravaca de la Cruz. Y *La Dolorosa* y el *Cristo Yacente* fueron heraldos pasionales en Puerto de Mazarrón y Mazarrón.

Yecla imprime, para anunciar la Semana Santa de 2003, un detalle de *Jesús Amarrado a la Columna*. Alcantarilla optó por foto del *Ángel* con cruz florida. La Unión editó un fotomontaje del *Cristo de los Mineros*, la sierra minera e instantáneas procesionales, realizado por José Rafael Hernández. Totana distribuyó 1.000 carteles con una imagen de la Hermandad de Santa María Magdalena. Mazarrón anunció su Semana Santa con una imagen del *Cristo del Perdón*. En Caravaca el anunciador recogió una foto de detalle del rostro de la *Virgen de la Soledad* fotografiada por el caravaqueño Quico Lag. San Pedro del Pinatar recurrió en el cartel pasional a la Cofradía del Cristo del Perdón, que cumple 50 años. «Luz», un rostro iluminado de Cristo, de Fernando F. Castro, gana el XIII Concurso de Carteles de Semana Santa de Calasparra dotado con 500 euros. En Archena el cartel se compuso con la imagen de *La Dolorosa* que estrena nuevo trono. En Torre Pacheco sería la imagen de *San Juan* la que ilustró el cartel. De igual forma *San Juan* ilustraría el cartel de las Torres de Cotillas. Sin embargo, un Cristo doliente, realizado por Coronado, del que se reprodujeron 5.000 carteles, anunció en 2003 la Semana Santa de Águilas.

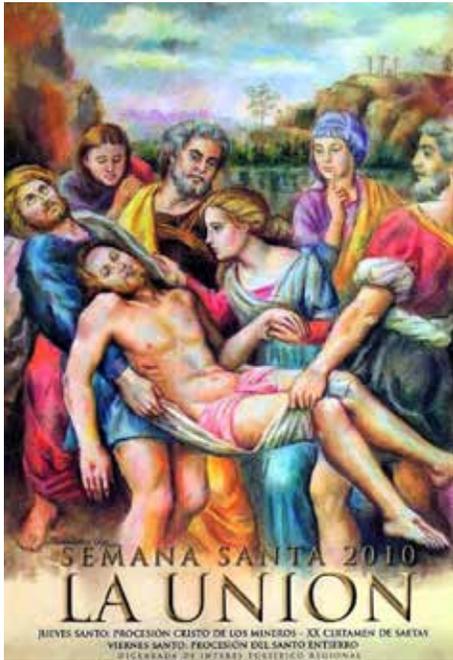
La pintora Antonia Esther Martínez realizó en 2004 el cartel de la Semana Santa de La Unión. *San Juan Evangelista* fue motivo, impreso 1.500 veces, para anunciar la pasión en Totana. Una fotografía de *Nuestro Padre Jesús*, que lleva en la parte inferior imágenes de nazarenos del Santo Grial, fue cartel pasional en San Pedro del Pinatar. Una foto de Manuel Bernal del *Cristo de la Humillación* ganó en 2004 los 450 euros de premio de cartel anunciador de Semana Santa de Alcantarilla. La extraña composición, casi abstracta, presentada por Rocio Saorín y Pascual García con el lema «Plan-quitiplin», ganó el concurso de carteles de Semana Santa de Moratalla, tal parece que la torre del castillo tocara el tambor. Los desfiles de Cieza se anunciaron con una foto del *Ángel Triunfante* de Domingo de Resurrección. *Jesús a lomos de una burra*, un trono de la Cofradía de la Entrada Triunfal de Jesús en Jerusalén anunció la Semana de Pasión en Molina de Segura. Una acuarela costumbrista representando la tamborrada, de Antonio García, anunció la Noche de los Tambores de Mula. Pascual Cano gana el XIV Concurso de Carteles de Semana Santa de Calasparra con una foto de *La Caída*. Jayam, Antonio Meroño, hace el cartel pasional de Alumbres. El rostro del *Cristo de la Columna* de Salzillo ilustra la Semana Santa de Jumilla. En Fortuna el cartel se compone con una imagen del rostro de *Nuestro Padre Jesús* y una atrevida tipografía. Francisco Carpena pinta en 2004 el cartel de la Semana Santa de Yecla.

En 2005 la Semana Santa del Albuñón se anunció con un cartel realizado por niños de la localidad. Bullas difundiría su Semana Santa con un montaje fotográfico en el que destaca *San Juan*. En Abarán el montaje fotográfico es obra de Piti y tiene como protagonista la imagen del *Resucitado*. Otra composición fotográfica realizada por Tere

López, con *San Juan Evangelista* centrado el cartel, anunció la semana pasional del Puerto de Mazarrón. El detalle del capuz de un nazareno cofrade portando farol difunde la Semana Santa aguileña. La noche de los tambores de Mula contó con un cartel de Ramón González; una ilustración que recoge la multitud de tamboristas rompiendo el silencio de Martes Santo. Otro montaje fotográfico con el *Cristo del Sepulcro* y la *Virgen de la Soledad* fue cartel de Semana Santa en Mazarrón. De los treinta trabajos presentados al concurso de carteles de Semana Santa de Moratalla, resultó ganador el trabajo presentado por el hellinense Pascual García, un diseñador que propuso como cartel un montaje fotográfico un punto más atrevido: los palillos del tambor golpeando una fotografía de Moratalla; García había ganado el año anterior, junto a Saorín, el concurso de carteles convocado por la Asociación de Tamboristas. En Alhama se añade en el cartel, realizado con una imagen de la Cofradía del Santo Entierro, un lema turístico: «*La fiesta de los sentidos*».

Francisco Martínez López obtuvo, en 2006, el Primer Premio del IV Concurso de carteles de Semana Santa de Moratalla, que convoca la Asociación de Tamboristas de la localidad, por «*Mangas y capirottes*», ante la treintena de trabajos presentados; un bonito cartel en tonos azules que presenta el detalle de un tamborista de espaldas que lleva asidos los palillos del tambor. Una fotografía del *Cristo Resucitado* anunció la Semana Santa de las Torres de Cotillas. El fotógrafo unionense Jayam realiza el montaje fotográfico anunciador de la Semana Santa de Portman. Francisco García Vicente realiza el cartel pasional de La Unión, protagonizado por la *Virgen del Rosario* ante el Cabezo Rajao que aquí hace las veces del Calvario. En Mula el *Cristo de la Caída* y la *Verónica* protagonizan el cartel. El fotógrafo abanero Jesús de la Cruz realiza el montaje, con la *Virgen de la Esperanza*, que ilustra el cartel de Abarán; y el lumbrerense Juan Andrés Hellín será el autor del *afiche* de Puerto Lumbreras. Una imagen de nazarenos y *Santa María Magdalena*, en la que se observa el *Cáliz de los Ungüentos* que porta entre sus manos, ilustró el cartel anunciador de los desfiles de Yecla. Con un cartel apaisado que recoge el *Cristo Yacente* y el *paso de La Cama* anunció Santomera su Semana Santa. Las manos de un nazareno del *paso morado* sosteniendo la cruz del Cristo de su hermandad ilustró los 5.000 carteles pasionales de Águilas. Menos ejemplares, 1.500, se editaron para difundir la Semana Santa de Totana con la imagen del *Resucitado*. Los cartageneros Juan Francisco Zamora y Pedro Alfonso de Maya fueron los creadores, con una imagen de la *Virgen del Primer Dolor*, del cartel de Cehegín. De nuevo sería el fotógrafo Luis Canicio el autor del cartel de la Semana Santa de Jumilla que representa el *Cristo Amarrado a la Columna* obra de Salzillo. *La Verónica* protagonizó el cartel archenero. Y el *Cristo del Consuelo* iluminó el cartel de Molina.

El fotógrafo Javier Morote fue el autor de la foto, seleccionada entre 100, con la que se compuso el cartel de Semana Santa de Cieza 2007; un primer plano del Cristo que acompaña al *paso* de la *Santísima Virgen de la Piedad* del escultor valenciano José Capuz. La asociación de tamboristas de Moratalla elige la obra de Nicasio Marín, un fotógrafo local, titulada *Calle Mayor*, para componer el cartel de Semana Santa; Nicasio obtuvo los 400 euros frente a otros trabajos, alguno de los cuales creados a partir de fotomontajes manipulados por ordenador. El detalle de los pies del *Cristo de la Agonía*, con la bahía al fondo, fue motivo pasional en Águilas. En Molina de Segura sería un detalle de la talla de Clemente Cantos, *María Santísima de la Victoria y del Rosario*, el motivo del cartel anunciador de la Semana Santa. *Nuestro Padre Jesús* ante la fachada de la iglesia de las Torres de Cotillas difundió las procesiones de la localidad. Un lienzo, que representa al *Cristo del Perdón*, realizado por el hijo del presidente del Cabildo de Cofradías de Semana Santa del Puerto de Mazarrón fue cartel pasional en esta localidad costera. Una foto del *Cristo de Medinaceli* realizada por Jesús de la Cruz Montiel ilustra, por primera vez, el cartel procesional de Abarán. En Mula el autor del cartel, que representa al *Cristo Yacente*, es Juan del Amor Ruiz; el cartel de la Noche de los Tambores, más atrevido y divertido, es obra de Juan Álvarez, con sus característicos personajes rompiendo la noche con los tambores en lo alto de la torre del castillo. *La Dolorosa* anunció la Semana Santa de Calaparra. El rostro de *San Juan* protagoniza la Semana de Pasión de Lorquí. Daniel Salomé recoge, en la fotografía anunciadora de las procesiones de Portmán, el recogimiento del *Silencio*. Un montaje fotográfico con el *Resucitado* cartel pasional de Santomera.



(Fig. 365) Hernández Cop. *Semana Santa. La Unión*. 2010.

El *Cristo Crucificado* de la Cofradía de la Sangre ilustra el cartel de la Semana Santa de Bullas de 2008; la idea es colocar al espectador del cartel bajo la cruz, recreando el instante de la muerte de Jesús, sobre las tres de la tarde según la tradición cristiana. En Mula el cartel pasional es obra de Juan del Amor, una fotografía de la imagen de *María Magdalena* que celebra el 60 aniversario de dicho *paso*; en Mula se editaron carteles en 2008 para instar a los tamboristas a que acudan a su cita de la noche de los tambores con la túnica tradicional muleña, el cartel se compuso con las figuras del *Monumento al Tamborista*. En Abarán el cartel, de Jesús de la Cruz, se imprime conteniendo un montaje fotográfico del *Cristo* y la *Verónica*. En Moratalla un cartel rojo, que incluye un tambor blanco con el rostro encapuchado de un nazareno, anunció la XXIII Jornadas Nacionales de Exhultación del Tambor y el Bombo celebradas en la localidad entre el 29 de febrero y el 2 de marzo. El pintor lumbrense José García Pérez realizó el cartel pasional de Puerto Lumbreras, el detalle de una túnica nazarena. Una foto de David Bernal de la *Virgen de la Fe* cartel pasional de Alcantarilla. Quizá el cartel mas atrevido de la Semana Santa murciana de 2008 es el realizado para La Unión por Paco Conesa –pintor y escultor, autor de la mayoría de las imágenes que procesionan en la localidad– del *Cristo de los Mineros*; un cartel que Conesa dedicó a la memoria de Asensio Sáez fallecido el 1 de noviembre de 2007 a los 84 años. El *Señor de la Cama*, un detalle del *paso del Cristo Yacente* ilustra la Semana Santa de Alguazas. Un fotomontaje de Foto Estudio Imagen, encargado por la Cofradía del Santo Cristo Resucitado, anunció la Semana Santa de Cehegín. Otro fotomontaje de *La Piedad* y *San Juan* anunció las procesiones de Mazarrón. Más atrevido el cartel, con elementos de la Cofradía de la Verónica, para anunciar los desfiles yeclanos. Los desfiles de Molina de Segura se anunciaron con una foto de F. de los Reyes que recoge a *Nuestro Padre Jesús*. Otra fotografía, ahora realizada por Blas Escudero, del trono del *Santo Grial*, sería motivo anunciador en 2008 de las procesiones de San Pedro del Pinatar.

Una fotografía de Javier Morote, un detalle de *Cristo Crucificado*, gana el concurso fotográfico que servirá para componer el cartel de Semana Santa de Cieza 2009; Morote había sido el ganador en los tres últimos concursos y dos más en 1999 y 2000. *La Soledad* protagoniza el cartel de Semana Santa de Alhama. El moratallero Julián Martínez Sánchez obtiene el Primer Premio del concurso de carteles de Semana Santa de Moratalla, convocado por la Asociación de Tamboristas, con la foto de un nazareno, vestido con la típica túnica, en contrastados rojos y amarillos, que golpea el tambor; meses después, en diciembre de 2009, la Asociación de Tamboristas de Moratalla editará carteles para volver a convocar al VIII Concurso de Carteles de Semana Santa de la localidad en modalidades de pintura, fotografía y fotomontaje de ordenador. El *Cristo del Monte Calvario* ilustra la cartelería pasional de Archena. Daniel Salomé Aznar realiza el cartel pasional de La Unión. La Hermandad de Jesús y La Samaritana ilustran el cartel en Totana. El estudio fotográfico Jayam creó un montaje fotográfico para anunciar la Semana Santa de Portmán. Y un detalle del rostro de Cristo, motivo recurrente en la cartelería pasional, anunció las procesiones muleñas.

En Águilas una fotografía de una talla del *Resucitado*, del imaginero murciano Galo Conesa, fue la imagen con la que se hicieron 2.000 carteles en 2010. Antonio Salinas Abenza realiza el cartel pasional de Archena; una foto del trono de *San Juan Evangelista*. En Blanca sería una acuarela de Álvaro Peña –colaborador de *La Opinión*, que ilustrará ese año un libro que narra, en forma de cuento, la vida de Ramón Gaya– el cartel de Semana Santa 2010. Juan Antonio Guillén es el autor del cartel de Semana Santa de Monteagudo, un montaje fotográfico; ese año Monteagudo había editado carteles reivindicando el Cristo que corona la localidad. El pintor unionense Hernández Cop realiza el cartel pasional de La Unión (Fig. 365), una hermosa pintura que representa la *Magdalena* con *Jesucristo* sobre la *Sábana Santa*. Una composición fotográfica de Antonio Meroño, Jayam, carteles de Alumbres y Portmán.

Como vemos, detalles de monumentos nazarenos con los que cuentan casi todas las poblaciones murcianas, celebraciones y efemérides, incorporaciones de nuevos *pasos* o imágenes... son motivos recurrentes y base de fotomontajes en buen número de los carteles editados.

Será habitual, siguiendo la costumbre ya referida, recurrir a pinturas e ilustraciones de pintores locales o, a lo sumo, regionales para anunciar otros festejos y festividades.

Carteles que recogen el estilo de los artistas sobre los que recae el encargo y que intentaron ajustar su *manera*, con más o menos acierto, a los supuestos del cartel. Carteles, a los que ellos no incorporaron los textos en muchas ocasiones. Definitivamente, el cartel, sobre todo el pasional y festero, ya nada tiene que ver con los aspectos teóricos y técnicos tiempo atrás objeto de debate y discusión; ni con la idea de diseño, en tanto en cuanto resolución de un problema de comunicación.

En el año 2000 Antonio Ballester recibe el encargo de realizar el cartel de Fiestas de Primavera. Unas alegres cintas al viento sobre bodegón con frutos, flores y sardina, llamando a los festejos. Cartel que se reprodujo también en la tapa de la caja metálica, diseño del pintor a partir de una propuesta del propio concejal de Festejos González Barnés, que contenía el programa de fiestas. Un cartel que busca, en palabras de Ballester reunir el Bando, el Entierro y el buen clima de la primavera murciana, una obra colorista, frutas y pescado recogidos con las cintas, que reflejan la personalidad de la ciudad. Ballester manifiesta: *“Me ha parecido fundamental el uso del color, porque he querido hacer algo lo más alegre posible”* –y añade– *“la acuarela es una técnica que me interesa mucho así como el soporte del papel”*, técnica que, recuerda, fue la empleada en su primera exposición, unas obras a las que se añadió tinta estilográfica y el rojo de la mercromina del botiquín del cuartel en el que hizo la mili en África.

Para el Bando de la Huerta José Cerezo Mirete pintó una huertana tratada con cierto tono cubista, y aspecto de mural, que baila ante la torre de la Catedral a la que han retirado los andamios de su reciente rehabilitación. Se hicieron –seguía siendo muy común esos años– tarjetas postales reproduciendo el cartel.

Una sardina realizada por Nicolás de Maya centró el cartel del Entierro de la Sardina del 2000; sardina compuesta por muchas sardinas, igual que si se hubieran extraído de la *bota* sobre la que están colocadas; un juego que pretende guiño conceptual. Cartel que celebra el 150 aniversario sardinero. El ceheginero ha querido representar la importancia de cada grupo sardinero de forma simbólica. Sobre el fondo, en tonos rojizos que representan el fuego, una sardina construida con otras 23 sardinas más pequeñas que hacen referencia a la importancia de los 23 grupos sardineros que forman el Entierro. Una *bota*, una referencia a la constante aparición de recipientes en su obra, simbolizando la intención del artista de atrapar la naturaleza (Fig. 366).

Trece pintores han presentado el Entierro desde 1988. Trece carteles que son expuestos en el Museo de la Ciudad entre marzo y abril del 2000. En el texto de presentación del catálogo de la exposición *“El Entierro de la Sardina a la luz de la pintura”*, Antonio Estaca, presidente de la Agrupación Sardinera, escribe en relación con la muestra y la celebración del 150 Aniversario: *“En este contexto se enmarca la exposición “A la luz de la pintura”, donde queremos mostrar la visión que 13 pintores de nuestra tierra han tenido de la Sardina y El Entierro. Han sido trece años, de 1988 a 2000, en los cuales desde Ramón Gaya a Nicolás de Maya han realizado el cartel de nuestro festejo, dando fruto a lo que es hoy esta antología de pintores murcianos unidos por su amor al Entierro”*. Parece que las razones para elegir a los autores del cartel y los intereses puestos en juego a la hora de tomar esa decisión están claras.

Murcia en Primavera, Desfile de las Flores, se anunció con una foto de Juanchi López del detalle de una carroza, reproducida en cuatro cuadrantes, como si fuera el antiguo acomodo de las selecciones de color con que se reproducían los cuadros en los carteles de las galerías de arte en los años sesenta, ahora con los colores alterados: amarillo limón, verdosos y lilas. Un cartel de 70x33 cm, con los textos dispuestos sin relación planeada con la imagen. El desfile Murcia en Primavera pretende recuperar la antigua Batalla de Flores; una idea de González Barnés para llenar el vacío del miércoles entre el Bando, el Testamento y el Velatorio de la Sardina.

Para la Feria de Septiembre de 2000 Manolo Barnuevo realiza un cartel que pretende distribuirse por toda la geografía nacional, una pintura en la línea del pintor, un abanico expresionista sobre fondo amarillo. Barnuevo explica: *“He introducido elementos sensuales de la fiesta, olores y sabores de Murcia”*. Un estuche-cartera, conteniendo seis posavasos metálicos ilustrados por los pintores Nicolás de Maya, Antonio Ballester, Paco Bernal, Antonio Sánchez, Miguel Vivo y Esteban Linares, con motivos que referencian la feria septembrina, es el regalo que acompaña al programa festero de septiembre. Se editaron 5.000 estuches.



(Fig. 366) Nicolás de Maya. *Entierro de la Sardina*. Murcia. 2000.

El cartel de Moros y Cristianos, que se presenta en el Museo de la Ciudad, es obra de Antonio Balibrea Sánchez y representa la lucha de caballero cristiano y musulmán, ambos a caballo.

La oficina de turismo del Palacio Almuñí regaló en abril de 2001, con el programa de fiestas, una carpeta conteniendo seis salvamanteles pintados por tres pintores murcianos: Martínez Mengual, Antonio Ballester y Esteban Linares. La mañana del 13 de abril se repartieron 2.500 carpetas, la mitad de las editadas. La portada de la carpeta reproduce el cartel anunciador de las Fiestas de Primavera, un interior huertano obra de Jesús Silvente; la muchacha da los últimos retoques a su tocado junto a una luminosa ventana que deja ver el interior de la estancia con instrumento musical, bodegón de frutas y jarra con jazmines. Un interior que recuerda la luz del cuadro, del pintor flamenco Jan van Eyck, *El matrimonio Arnolfini*. El 6 de abril, el concejal de Cultura, González Barnés presenta la página web www.fiestasdemurcia.com.

El cartel *Bando de la Huerta 2001* se le encarga a Ramón Gaya. Meses antes, el 30 de diciembre del 2000 se presenta a la prensa. El cartel conmemora, así da cuenta el logotipo que se ha incorporado junto a los del Ayuntamiento, Fiestas de Primavera, Murcia Turística y Comunidad Autónoma, el 150 Aniversario del Bando. Representa a un huertano, tocado con sombrero ancho calañés y vestido con ropa de labranza y zaragüelles, apoyado en un poyete tras acabar su jornada al caer la tarde. Una figura sencilla, de porte elegante y sugerente. Una pintura con clara vinculación a los bocetos preparatorios realizados para desarrollar la obra de 161x259 cm, *El Boceto, Homenaje a Murcia*, pintado por Gaya en 1989. Un cartel donde el personaje representado es el fotógrafo Juan Ballester, que había servido de modelo en los bocetos realizados por el pintor en 1988 para el gran cuadro de tema aparentemente costumbrista. En las barracas se regalaron reproducciones del cartel de Gaya celebrando los 150 años del Bando. El cartel llegó a reproducirse con flores en una de las carrozas del desfile Murcia en Primavera –cuyo anunciador se basó en un cuadro de Sofía Morales, sumando así su obra a la efeméride–.

En 2001, para celebrar el 150 Aniversario del Bando de la Huerta, el pintor Ramón Rubio crea una baraja con motivos huertanos. Una baraja que piensa regalarse en el Bando y editó Bodegas Capel. No es la única baraja diseñada por Rubio, que ese mismo año diseñó para Los Amigos del Ferrocarril “El Labradorcico”, una asociación de Águilas, una baraja con motivos ferroviarios de la que se editaron 1.500 ejemplares.

También con antelación suficiente, a principios de diciembre de 2000, la Agrupación Sardinera encargó el cartel del Entierro de la Sardina del 2001 a Muñoz Barberán. Que ejecutó cuatro bocetos previos, realizando una pieza horizontal, con tipografía creada exprofeso, de tonos tostados y cálidos: hachoneros quemando la sardina.

El cartel de la Feria de Septiembre 2001 lo realiza Manuel Pérez, entonces con 24 años, nacido en el Barrio del Progreso, que ha ganado el Murcia joven y el Creajoven. Una pintura en la que una chica –probablemente un retrato de Yolanda, sobre la que el pintor ya había realizado una serie de cuadros– contempla en la lejanía los fuegos artificiales y unos globos volando que se confunden con la luna (Fig. 367). Manuel Pérez había realizado algunos bocetos previos en los que la muchacha se acicala ante el espejo para acudir a la fiesta, y explica que para el cartel se ha inspirado en *afiches* anteriores: “He intentado reflejar la feria, que está llena de color y se vive de noche, por eso, he utilizado los globos y los fuegos artificiales en la oscuridad de la noche”. Se hicieron 1.000 carteles de pequeño formato y 100 de tamaño grande para *muppys*, además el cartel se colgó en 300 farolas. En septiembre, con el programa festero, se regala una peonza.

El cartel Fiestas de Moros y Cristianos de 2001, es una pintura de Juan Cárceles Sánchez. Sobre la torre catedralicia, fuegos artificiales componen rostros de moro y cristiano.

Las Fiestas de Primavera 2002 se anunciaron con una pintura, de la que se editaron 500 ejemplares para comercios y 100 para mobiliario urbano, en la que un hachonero sardinero recoge viandas de una carroza del bando; lo ha realizado el pintor castellanense Alfredo López explicando que pretende unir Entierro y Bando “a través de un gesto de generosidad”. El programa de fiestas lleva como regalo un puzzle que reproduce el cartel. Otra pintura, un bodegón de granadas y limones bajo palmeras, al fondo la torre de la Catedral, realizada por Martínez Mengual, difundió el Bando de la Huerta.



(Fig. 367) Manuel Pérez. *Feria de Murcia*. 2001.

Ángel Haro recurriría para realizar el Cartel del Entierro de la Sardina de ese año a procesos digitales y al fotomontaje. Un cartel que rompió con los carteles-cuadro, al superponer una sardina sobre una pintura de Haro que parece jugar con el espacio. El Entierro, interpretado desde un lenguaje plástico muy próximo a la escenografía teatral. Un experimento –un *collage*– realizado con técnicas digitales y texturas diversas, abordado por Haro a lo largo de varios años, cuya continuidad dará lugar a la serie *Suite Mélancolie* presentada en la galería Lina Davidov de París el 20 de enero de 2011

El cartel anunciador del desfile Murcia en Primavera es la reproducción de un cuadro, un bodegón florido de Pedro Sánchez Picazo pintado en 1920. Motivo con el que se imprimieron, como era habitual, 25.000 tarjetas postales.

Sonia Navarro realizó el cartel (Fig. 368) *Feria de Murcia 2002*; una composición abstracta con manchas de colores, semejante a sus piezas de telas cosidas. Con el programa de la feria, que reproduce el cartel, se entregaba, el 4 de septiembre en las bóvedas del Almudí, un juego de canicas de cristal y un puente de madera que pretende homenajear al Puente Viejo. En línea radicalmente opuesta, el cartel *Moros y Cristianos 2002* de Bernárdez representa un castillo y una arcada mozárabe.

En 2003 el cartel de Fiestas de Primavera lo realizó el pintor César Mercader; de nuevo un bodegón figurativo, casi hiperrealista, un óleo sobre lienzo, que se compone de mortero, pimientos, limones, sardinas, claveles y castañuelas; y que el concejal de Festejos juzgó, el 1 de abril, día de su presentación, que contenía de forma simbólica los actos más destacados de la semana primaveral: Bando, el desfile Murcia en Primavera, el Certamen de Tunas y el Entierro. Se repartieron 3.000 relojes, con un detalle del cartel, acompañando al programa de festejos.

Falgas realizó el cartel del Bando de la Huerta. Según el pintor un homenaje a Lautrec y una reivindicación del agua que la huertana recoge de un pozo. La belleza de la mujer murciana ante la Catedral, en esta acuarela que se presenta a la prensa el 3 de marzo. Falgas realizó tres borradores previos y aclara: *“Un buen cartel comienza por un buen cuadro y he tratado de conseguir que llegue a todos los murcianos”*. Una aclaración que nos indica cuan lejos está ya la consideración del cartel como obra plástica con reglas propias y autónomas, ajenas a otras intencionalidades, a otros procedimientos artísticos como puede ser la pintura.

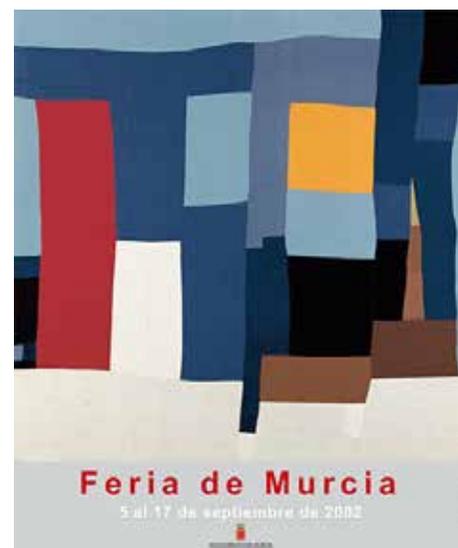
El cartel de 2003 del Entierro de la Sardina es obra de Belzunce (Fig. 369). El cartel recoge una obsesión infantil del pintor por los dragones, siendo la primera vez que el dragón aparece representado en un cartel, tal que fuese un homenaje a Conte, el Mar Mediterráneo, una referencia a la luna, y el fuego en recuerdo de las veces que Murcia fue sitiada y defendida. Un cartel al que el pintor no puso los textos, trabajo que realizó Pedro Manzano; una colaboración del diseñador con el Entierro, salvo en 2005, que se extendería en el tiempo.

Un jarrón con flores de Luis Garay, de las colecciones municipales, anunció el Desfile de las Flores Murcia en Primavera.

La Feria de Septiembre se divulgó en 2003 con un cartel obra de Ángel Hernansáez. Caballitos girando en el tióvivo; un *collage* con elementos figurativos sobre formas abstractas que mezcla figuración y expresionismo abstracto, eliminando una disyuntiva que en el pintor nunca existió, para representar lo que el artista señaló era nostalgia infantil, recuerdos felices de niñez. El segundo cartel de Hernansáez para contarnos cual es su visión de los festejos murcianos. Ángel Hernansáez (Murcia, febrero 1937-abril 2011) aclara que la realización de un cartel festero tiene el sentido de aflorar su condición de ciudadano y, a la vez, recoge algo que *“ha formado parte de los sentimientos y el recuerdo vinculado a las cosas que pasan en tu entorno”*.

El cartel *Moros y Cristianos Murcia 2003* es obra de Ángel Haro. Según el propio autor *“un cartel gráfico, sencillo de concepto en el que he jugado con los dos símbolos de estas fiestas”*. El *afiche* recoge una luna, que parece asomar tras un eclipse, y la cruz.

El cartel de las Fiestas de Primavera lo realizó en 2004 Alfredo López. Se hicieron 1.000 copias para posters, *muppys* y 250 banderolas de un cartel que representa una huertana en brazos de huertano y un hachonero del Entierro, pintados con poca fortuna, pues están retratados con la nariz rojiza, avinutada, que parecen navegar, ebrios, por un mar azul con peces y sardinas.



(Fig. 368) Sonia Navarro. *Feria de Murcia*. 2002.



(Fig. 369) Manuel Belzunce. *Entierro de la Sardina*. Murcia. 2003.



(Fig. 370) Gabarrón. *Entierro de la Sardina*. Murcia. 2004.

El Bando de la Huerta fue anunciado con 5.000 carteles que recogen a un grupo de huertanos, con burrica incluida, a punto de invadir la ciudad. Otro *afiche* incapaz de permanecer mucho tiempo en la memoria. Un cartel de aspecto y concepción pictórica totalmente costumbrista pintado por Pereñíguez, en línea con el programa de fiestas que acompañó al regalo: 5.000 discos compactos titulados *Cuentos de nuestra tierra*.

Para difundir el desfile Murcia en Primavera se editó un cartel de inspiración *naïf*, la torre de la Catedral surgiendo entre flores. Una ilustración de María Ángeles Sánchez Alcázar, que también realizó los 16 dibujos de la carpeta con postales –se editaron 15.000– que aluden a las cofradías, su patrimonio artístico, los itinerarios de sus *pasos* y nazarenos.

Los sardineros encargaron el cartel del Entierro a Pepe Yagües. El molinense, lejos de recurrir a una ilustración⁽²⁷⁴⁾ creó una caja, un artefacto, una especie de juguete manipulable que rememora, según explica, “*aquellos objetos metálicos de chapa que se daban a la gente a principios de siglo*”. La caja contiene una metáfora, la parte racional la representa Apolo, la lúdica a Baco –aquí un Minotauro–. Una caja que incluye una cabeza-carroza con una mujer en su interior. De nuevo el mito, tan presente en la obra de Yagües, que nos recuerda, según el escultor, que en la Cueva Negra de Fortuna se encontraron, grabados en sus paredes, escritos que se corresponden con versos de *La Eneida*, probablemente los más antiguos relacionados con la obra de Virgilio. Caja que convirtió en cartel la fotografía de Javier Salinas y el añadido de los textos a cargo de Pedro Manzano.

Carlos Callizo pintó el cartel de la Feria de Septiembre; un caballo blanco, de gran expresividad pictórica, parece escapar del tiovivo en el que gira.

El cartel *Moros y Cristianos* vuelve a representar dos personajes, dos bandos en pacífica lid.

Los carteles anunciadores de los festejos murcianos de primavera en 2005 siguieron incidiendo en planteamientos pictóricos. Las Fiestas de Primavera se presentaron con un cartel, una acuarela, que recogía un bodegón con *bota* de sardinas, silla con cintas de colores y una guitarra, que realizó el pintor de Blanca Luis J. Fernández; cartel que pretende recoger el blanco del azahar, el verde de la huerta, el azul del mar y el rojo apasionado de la forma de vivir los festejos por parte de los murcianos; pues estas son las intenciones puestas en juego por un pintor que donó los 1.500 euros obtenidos por su trabajo a Jesús Abandonado.

El cartel del Bando de la Huerta, una obra de Pereñíguez, presentaba un interior murciano con huertana y huertano ayudándola a calzarse para asistir a los actos. Un interior con cierta desproporción entre los personajes pintados y el espacio que conforma la estancia.

Siguiendo la costumbre, con el programa de festejos se entregaba un obsequio, un DVD con imágenes de las fiestas y un bote de pimentón.

Inspirado en los usos y tradiciones de la huerta Chipola –que colaborará esos años en prensa, publicando chistes y tiras gráficas, que verían la luz finalizando 2005, bajo el título *Ahí hay un hombre que grita ¡ay!*– diseñó una original baraja. Navajas para el palo de espadas, monedas de la época de Carlos IV hacen de oros, cristal de Cartagena sustituyendo a las copas y garrotes con el trenzado del árbol de la morera son ahora los bastos. Una baraja plena de simpáticas estampas huertanas que *La Opinión* regala a los lectores cuando estos adquieren su ejemplar de prensa entre el 4 de marzo y el 1 de abril.

El desfile de las flores, Murcia en Primavera, se anunció con otra pintura de Sánchez Picazo; pomos de flores ahogados por una colorida y fosforescente tipografía.

Para divulgar el Entierro de la Sardina el pintor muleño Cristóbal Gabarrón realizó un llamativo *collage* (Fig. 370). La idea de encargar a Gabarrón el cartel parece que se planteó en 2004, cuando la Sardina llegó a Murcia procedente de Mula. Se pretende además encargar el cartel sardinero a personalidades del arte de proyección internacional –en lo referente al cartel Gabarrón había ilustrado en 2000, con su obra *Amanecer de un milenio* los 10 millones de carteles editados por la ONU para la Cumbre del Milenio; en la pintura tres sólidos bloques componen una “M” que encierra una ciudad libro y que quiere representar al hombre que vive en armonía y equilibrio con su entorno–. En el cartel: sobre fondo amarillo, en referencia a los limones con que se aliña la sardina tras

(274) Grabados, ilustraciones de Yagües, y reproducciones de sus obras, habían sido imagen de numerosos carteles anunciadores, sobre todo de sus propias exposiciones o de eventos inaugurales de sus piezas en espacios públicos. Señalaremos el que se reprodujo, en tirada seriada a partir de un grabado, para la exposición del artista en la galería Viciana de Valencia en junio de 1993; una pieza de gran carga sensual y erótica en la que el fauno acecha a la ninfa dormida.

su asado, fragmentos de tiras de papel en las que domina el color blanco, la foto de varias sardinas rodeadas de motas grises y negras, para indicar las partículas de carbón que se desprenden del fuego, y texto en tipografía manuscrita; tal que el conjunto semejara el pliego de estraza que envuelve el pescado al ser comprado en un puesto de la plaza o el mercado. De nuevo la sardinada previa al propio festejo del Entierro –que busca ser declarado Internacional–, realizada al presentarse el cartel anual, como iconografía preferente en los carteles anunciadores. Y es que la sardina se convertiría en recurrente motivo anunciador.

Pero hagamos un pequeño inciso. Entre el 2 y el 8 de mayo de 2005 se celebra, en el Bar La Muralla, una exposición que recoge los carteles realizados a lo largo de veinticinco años para celebrar el 25º Aniversario de la creación del Festival Internacional de Jazz de Murcia. He aquí algunos de los carteles, realizados en los últimos años del certamen, presentes en la muestra: La fotografía de un músico de jazz, con textos en Times calados en diagonal, cartel del XX Festival de 2000; la composición de Paloma Zamora en 2002 a partir de un saxofonista; el detalle de un músico tocando el contrabajo en la XXIII edición; la chica que sale disparada de la trompeta en 2004, semejando una dorada burbuja de cava, en una ilustración muy a lo Jean Giraud; y el simbólico fragmento de un instrumento de viento, al que ha recurrido Pedro Manzano para divulgar el XXV Festival en 2005⁽²⁷⁵⁾.

El anunciador de la Feria de Septiembre lo realizó el pintor Muñoz Barberán; la entrada al Real de la Feria que más bien parece una recreación de la plaza de San Marcos; espacio urbano y motivo pictórico bien conocido y tratado por el lorquino.

El cartel de los desfiles septembrinos de Moros y Cristianos, apresurada pintura de Víctor Rosique, volvió a repetir conocido tema: Ante la Catedral, y bajo la luna, dos personajes ataviados a la manera medieval, cristiana y mora –Alfonso X y Aben Hud–, rememoran la entrega de las llaves de la ciudad.

Una pintura del pintor barcelonés Rafael Terrés, de remembranza costumbrista, sirvió en 2006 de cartel anunciador de las Fiestas de Primavera; huertanos, hachoneros, globos, el gentío de la Plaza de Belluga, la catedral al fondo... cartel al que se colocó una tipografía de palo seco totalmente ajena a la imagen del *afiche*.

El Bando de la Huerta lo anunció un huertano sin rostro, un personaje anónimo contemplando la Catedral, más ilustración y dibujo que pintura, de Francisco Cánovas. Un personaje que lleva en el gorro huertano un iris, la flor emblemática de Cánovas.

Antonio Mir, pintor nacido en Lorca que reside estas fechas entre Brasil y Murcia, aportó como imagen del cartel del Entierro 2006 –año en el que el festejo recibió la declaración de Internacional– un fondo marino con un banco de peces y, en la parte superior, una flor, compuestos sus pétalos por sardinas en rojo que simbolizan el esplendor de la primavera murciana. Es un tema y una técnica muy recurrente en la obra del pintor, que aquí encajaba muy bien. Ya en su exposición “Mediterránea 3”, celebrada en el Instituto Cervantes de Milán en 1999, aparecían cuadros de este tema: *Pez mediterráneo en tapete con puntillas* o *Pez en Puerto de Mazarrón*; cuadros pintados ejecutando, sobre impactantes texturas, ingenuas formas de peces trazados con la pasta blanca que se obtiene por presión de una manga pastelera.

Una jarra con rosas, pintada por Ramón Gaya, anunció el Desfile de las Flores de Murcia en Primavera. El cartel es un homenaje a Ramón Gaya fallecido en 2005. Un cartel póstumo que reproduce una obra perteneciente al Museo dedicado al pintor⁽²⁷⁶⁾. El Ayuntamiento regaló con el programa de festejos un transistor con forma de limón. Aquellos hermosos diseños concebidos como programas festeros han devenido un disparate.

El cartel Feria de Murcia 2006 es obra de la pintora Rosa Vivanco. Un personaje se acerca a la feria en compañía de un niño, al fondo la noria. Es uno de esos personajes tan baltusianos habituales en la obra de Vivanco que confieren a sus trabajos un aire metafísico; quizá poco apropiado para recoger la idea de fiesta y jolgorio. Una obra que pretende acercarse a los símbolos más directos de la fiesta, globos, la noria, la figura del padre, elementos que forman parte de los recuerdos de la artista.

Los desfiles de Moros y Cristianos 2006 se difundieron con un trabajo de Álvaro Peña⁽²⁷⁷⁾. La secuencia de tres viñetas horizontales: cristiano, los restos del palacio de Monteagudo y moro. Cartel de evidente vinculación con el mundo de la ilustración y el cómic.

⁽²⁷⁵⁾ Carteles que, más acá de la exposición, en los años que median entre 2006 y 2010, recogerían a un grupo de músicos, sombras azules sobre un fondo amarillo en 2006 para anunciar el 26 Festival Internacional –un cartel muy en relación con algunos trabajos de Pablo Portillo para el Certamen de Bandas de Música–; una calle, de aire americano, que parece iluminada con neones que dibujan instrumentos jazzísticos en 2007; la parte superior de un contrabajo en 2008 para anunciar el XXVIII Festival; un sorprendente cartel en 2009 –un último destello en la cartelería que con motivo del Festival de Jazz realizó la ciudad de Murcia– realizado a dos tintas, amarillo y negro, para imprimir una “*electrizante escena callejera*” en un año que el Festival se celebró en las plazas de Romea y de Europa, una ilustración que presenta a un divertido perrito bailando al ritmo del saxo, y es fiel reflejo del espíritu burlón de Antonio Ballester; en 2010 el XXX Festival se publicitó con un diseño de Pablo Portillo que partía de otra ilustración, más comiquera, de Álvaro Peña, representando parte de una banda de jazz. Carteles, en fin, de un Festival en franco retroceso y con evidentes competidores dotados de más ímpetu y energía en Cartagena y San Javier.

⁽²⁷⁶⁾ Ramón Gaya había fallecido el 15 de octubre de 2005, la misma semana que cumplía 95 años, en su casa de Valencia. El Ayuntamiento de Murcia y la UMU decretaron tres días de luto. Gaya, que recibió en 1997 el Premio Nacional de Artes Plásticas y en 2002 el Premio Velázquez, había donado días antes 12 cuadros pintados entre 1939 y 1985 al museo del cual era titular. El 21 de octubre de 2005 Sorén Peñalver escribe en *La Opinión*, en su sección “El estilote fluente” y bajo el titular “Un luminoso enigma. Meditación en la muerte de Ramón Gaya” una bella despedida al pintor que recoge certera el sentimiento de buena parte de los murcianos: “...*La desaparición de un artista ocurre para que su figura, meritoriamente, se alce sobre el mero hombre que el artista fuera. A cambio, a quienes le consideraban algo cercano, les adviene la tragedia irreparable de una absoluta orfandad emotiva y espiritual. A Ramón Gaya se le puede seguir ejemplarmente, pues nos legó no sólo cuadros de acabado bellísimo (las pinturas contempladas en su Museo, recientes donaciones últimas, como una Magdalena plácida o una bañista en una alberca en penumbra), sino que, además, nos dejó sus libros: “Velázquez pájaro solitario”, “El sentimiento de la pintura”, sus Diarios, sus poemas... Sus opiniones, observaciones, indicaciones, sentencias en el sentido gracioso del término...*”.

⁽²⁷⁷⁾ Álvaro Peña recurrirá a este estilo de ilustración, muy vinculado a su trabajo como pintor y como colaborador en tiras cómicas en *La Opinión*, entre 2006 y 2008. Algunos carteles realizados por él esos años responden a estos planteamientos estéticos: el anunciador *Vuelta Ciclista a la Región 2006*, inspirado en los paisajes de Ricote, Ojós, Blanca y Abarán; el cartel *Encuentro Nacional de Jóvenes Afectos de Espina Bífida*, realizado en 2007; *Ácido fólico*, un *afiche* editado para prevenir la espina bífida en el embarazo; o *Lanzamiento de huesos de oliva* en 2008. Son carteles realizados al amparo de ilustraciones que responden a la técnica de la acuarela. Peña realizará en 2007 un particular juego de la oca, *El juego de los Mursiya*, en relación a la seguridad informática. Y en 2009 se presenta en FITUR el Año Santo de Caravaca de la Cruz 2010 con un cómic, ideado por el pintor e ilustrador, que plasma el viaje de *Los Peregrinicos* por distintos municipios de la Región de Murcia, Alicante y Albacete.

Miguel Vivo mandó reproducir, tras realizar 16 bocetos, unas sardinas entre claveles rojos –flor típica de las fiestas murcianas– como propuesta anunciadora de las Fiestas de Primavera 2007. Un cartel, según la prensa manifiesta el 10 de abril de 2007 en las páginas de *La Opinión*, “impregnado de color y sabor”.

Un grupo de huertanos, una familia, ahora ante la fachada de la iglesia de San Juan, pintados, desde un compromiso profundo con la tradición de la pintura costumbrista, por Víctor Rosique, sirvieron como cartel del Bando de la Huerta 2007. Año en el que el cartel del Desfile de las Flores, Murcia en Primavera, lo realizó Pina Nortés.

La Agrupación Sardinera encargó en 2007 su cartel del Entierro a Muher. Francisca y Manuel pintaron un colorido pez en vertical, casi como el que se coloca sobre la peana, para arder la noche del Entierro, en la confluencia del Puente Viejo con la Gran Vía.

Como colofón y parte de los festejos primaverales el 21 y 22 de abril ardieron en la plaza de Romea un grupo de ninots, una *foguera* con título *Desde Alicante con amor*, un acto de acercamiento a la vecina ciudad de Alicante, una representación de las Fogueres de Sant Joan que se anunció con carteles coloristas que reproducían detalles de la falla.

Para la Feria de Murcia el cartagenero Paco Níguez pintó un niño y una niña en las barracas y puestos de la feria, con muñecas y globos, al fondo el puente de Calatrava. De nuevo una obra muy vinculada a la pintura del polaco-francés, afincado en Suiza, Balthasar Klossowski, Balthus; de aromas metafísicos y, como la del año anterior, aunque poética y sugerente, quizá poco apropiada como cartel-reclamo festero.

Los Moros y Cristianos recurrieron a una acuarela del granadino Jaime Dengra: el Rey Alfonso X entregando las 5 coronas a un caballero cristiano, en el marco del Alcázar, ante la presencia de un noble musulmán. Imagen completada con las puertas de Murcia, sus murallas y la Virgen de la Arrixaca.

El cartel *Bando de la Huerta 2008* se basó en otra pintura de aire costumbrista de José Hurtado Mena: huertana con cantaro y vaso de agua junto al río, bajo un limonero, con el Puente de los Peligros y la torre de la Catedral haciendo de fondo. Hurtado Mena ha recurrido para su cartel a una ancestral iconografía murciana que vincula la huerta, el Segura y las demandas hídricas de una región sedienta. De nuevo la cartelera festera parece acogerse al lema estrella de la década: «*Agua para todos*»; pues este cartel está en evidente relación con el que Falgas divulgó el Bando en 2003, aunque allí la huertana aparecía junto a un pozo.

El Desfile de las Flores se anunció con la representación de un vaso con jazmines pintado por Muñoz Barberán⁽²⁷⁸⁾. Y otro bodegón florido, una bandeja horizontal con jarrones de flores, de Molina Sánchez, sirvió como cartel de las Fiestas de Primavera en 2008⁽²⁷⁹⁾. Es curioso como se ha ido acotando la figura iconográfica que representa los festejos de primavera murcianos a la flor, a las flores, como único elemento identificativo. Parece que aquella vieja propuesta de Francisco Cánovas ha resultado modélica y se ha establecido como icono festero.

Un grupo de danzantes portando fuego alrededor de la sardina ardiendo, pintados por Carlos Callizo con fuertes contrastes entre rojos y amarillos, fue motivo del cartel *Entierro de la Sardina 2008*, presentado en febrero. Según el pintor una referencia a los tres pilares del Entierro: “*la fiesta, la noche y el fuego*”.

Se editaron 15.000 programas recogiendo las actividades de las fiestas primaverales, y los primeros 5.000 entregados llevaban el añadido de dos figuras de cartón rígido troqueladas (huertano y huertana). Programa muy en línea con la campaña puesta en marcha por la Federación de Peñas Huertanas que pretende que las murcianas asistentes al festejo del Bando luzcan traje huertano, abandonando extrañas vestimentas poco adecuadas a las tradiciones murcianas; una campaña, concebida por Oi Estudio Creativo, que editó 25.000 folletos y carteles de distintos formatos, mostrando lo impropio de ciertas vestimentas en un chico y una chica, bajo el lema: «*¿En qué bando estás?*».

Para dar noticia de la Feria de Murcia, en septiembre de 2008, se imprimió una composición apropiacionista, un *collage*-ensamblaje, de Carmen Cantabella⁽²⁸⁰⁾. Un montaje que presentaba a una niña vestida según la moda de los años veinte, obtenida de una fotografía antigua, que gira en los caballitos y parece escapar del cartel como en la película *Mari Poppins*, mezclando, aquí también, personaje real e ilustración de dibujo animado bajo el lema: «*All you need is pop!*». Un homenaje a los niños y a los caballitos.

(278) Muñoz Barberán fallece el 1 de diciembre de 2007 y el cartel editado puede ser considerado un homenaje póstumo. Los pintores Molina Sánchez y Vicente Ruiz loan la figura del pintor en *La Opinión* el 2 de diciembre. Para el primero era “*el amigo inseparable desde el final de la Guerra Civil, con sentido del humor excelente y disposición siempre para quien lo necesitara*”; para el segundo “*un maestro del paisaje... al que han seguido muchos otros después. Afable y mordaz, para las críticas era único*”. El director del Palacio Almudí y miembro de la Real Academia de Bellas Arte de Santa María de la Arrixaca, Martín Páez, añade a la prensa que Barberán “*tiene el enorme mérito de ser un artista local con la dignidad y la grandeza en que él lo fue. Además, era un erudito... de ahí que su pintura muestre todo el amor que sentía por su tierra*”.

(279) Apenas año y medio más tarde, el 16 de diciembre de 2009, muere a los 91 años de edad José Antonio Molina Sánchez, Medalla de Oro y Premio de las Artes y las Letras de la Región y, sobre todo, un artista querido y respetado. En *La Opinión* del 17 de diciembre de 2009 Martín Páez subraya su carácter amable y sencillo, e indica: “*Molina tiene un merecido puesto de honor en la pintura nacional*”. Y Juan Bautista Sanz escribe en idéntica fecha y en el mismo medio periodístico: “... *lleno a rebosar de virtudes humanas y fraternales, pocas veces dijo no, creando junto a su portentosa obra plástica un universo que era pieza singular del arte y de su vida. Molina Sánchez fue pintura y música; huerto, sus objetivos y pasiones, sus consuelos ante la elegida humildad de su temperamento. La pintura, todo; la música, el complemento necesario para la supervivencia, siempre... Pintor que nos aguarda, hombre bueno que nos ejemplariza*.” Y podríamos preguntarnos ¿en cuantos carteles de Molina Sánchez no aparece este amor por el huerto, por Murcia, por el bodegón y las flores... por la música?

(280) Cantabella había colocado en los primeros meses de 2008 una serie de vallas publicitarias en Juan de Borbón, Juan Carlos I, Miguel Induráin y Ronda Sur, con estética pop y elementos iconográficos de los que se apropió –en la *Creación del pop* recurrió a un fragmento de la *Capilla Sixtina* de Miguel Ángel y a elementos de cuadros de Roy Lichtenstein– para crear unos mensajes atrevidos y provocadores, llenos de ironía, que pretenden desde las vallas publicitarias acercar al arte y, a la vez, plantear una serie de preguntas al ciudadano. Vallas acogidas a distintas alertas:

Las fiestas y desfiles de Moros y Cristianos se difundieron con un *afiche* del acuarelista Zacarías Cerezo, presentado a la prensa el 3 de julio, que casi recordaba los carteles de una película americana; los rostros de distintos personajes, dos parejas de moros y cristianos que reflejan la igualdad de ambos sexos en la participación festera, aparecen sobre una línea de figurantes y arcabuceros en el desfile, y un fondo sombreado con la ciudad de Murcia. En noviembre, entre el 14 y el 24, el Cuartel de los Caballeros del Temple organizó en el Colegio de Ingenieros Técnicos Industriales una exposición que recogía “25 años de carteles de Moros y Cristianos de Murcia”

Para anunciar las Fiestas de Primavera en 2009, Ángel Hernansáez pintó un óleo en amarillos y ocre, una muchacha con flores en el pelo, representando la mujer murciana, que se reprodujo en los carteles.

Huertano y huertana sirvieron para componer el cartel *Bando de la Huerta 2009*. Dos rostros en primer plano, al fondo la barraca, el río, la contraparada y la noria, en la lejanía la torre de la Catedral; una pintura de María Joaquina Martínez de Córdoba con el agua y el río de nuevo presentes en el *afiche* anunciador.

Un año en el que se volvería a insistir a través de carteles en el uso correcto del traje de huertano y de huertana. La campaña de creativeguerrilla.es (Fig. 371) –cuyo soporte audiovisual, en vídeo, estuvo a cargo de Mitofilms Producciones– se basó en dos tipos de carteles que pretenden recordar los *afiches* cinematográficos: Marilyn Monroe viste de huertana junto al titular: “De huertana vestirás de cine”, y un personaje que quiere emular la película *300* grita: “Veni, vidi, vinicius ¡esparteños!”, el estreno el 14 de abril, día del Bando.

Willy Ramos recibió el encargo de realizar la pintura con la que divulgar el Desfile de las Flores Murcia en Primavera y, fiel a su estilo, ejecutó un llamativo jarrón de colores exultantes.

Antonio Martínez Mengual creó el cartel del Entierro de la Sardina 2009. Una sardina entre corona de laurel. Mengual pintó varios bocetos sobre el tema de parecida solución plástica; en todos aunó el motivo del pez, para referenciar el Entierro, al tema de la corona de laurel de claros ecos mediterráneos y mitológicos, y desde luego literarios, asuntos muy presentes en la obra del pintor.

El 7 de abril se reparten los programas de fiestas, un folleto, que reproduce en portada el cartel de Hernansáez, y un CD con música de Ginés Torrano que se agotó en dos horas. Como novedad, la programación ha incluido el 15 de abril un homenaje al *pastel de carne*. Homenaje que consiste en el reparto gratuito de cerveza y de 12.000 unidades del producto; homenaje anunciado con un cartel de formato medio, realizado por el pintor Alejandro Franco, que recoge el popular pastel⁽²⁸¹⁾; una pintura a la que los encargados del diseño y la impresión añadieron, o mejor sustrajeron un borde, para indicar que el pastel había sido mordido. En la tipografía de palo del impreso, la “E” minúscula aparece mordida y la “L” ha sido sustituida por un botellín de cerveza.

El cartel de la Feria de Septiembre de ese año –se hicieron 3.000 reproducciones entre carteles y *muppys*– presenta a un grupo de niños que desde el Malecón se acercan al recinto ferial; una pintura de Manuel Vacas realizada con acrílico sobre lienzo, inspirada en una escena nocturna que tampoco recogería el color y el ambiente festivo de la Feria de Murcia. Carteles que, en los últimos años, parecen apelar a los recuerdos de niñez.

Más llamativo el anunciador de los festejos de Moros y Cristianos. Un cartel con fuerte aspecto de ilustración de cómic; colorido abigarrado en un *afiche* narrativo de Alberto Sevilla. Ilustración en la que un personaje musulmán galantea a una dama cristiana.

Una caja conteniendo una pequeña escultura de Lola Arcas, *Cabecita asiática*, de la que se hicieron 4.000 copias, acompañó al programa de festejos septembrinos; la figura era un homenaje al grupo folclórico oriental participante en el Festival de Folclore. Ya se habían repartido otras esculturas como complemento de los programas de mano septembrinos: El *Niño con pelota* de Molera y *El picador* de Campillo.

Saura Mira realizó el cartel *Entierro de la Sardina 2010*. Una sardina ardiendo entre el jolgorio de los hachoneros en la noche murciana. Saura Mira explicaría que ha intentado reflejar la Fiesta por completo. Para componer el cartel, pintado por encargo, *Bando de la Huerta 2010*, el pintor recurrió a una estampa costumbrista, huertano y huertana, al fondo la torre de la Catedral.



(Fig. 371) Creativeguerrilla.es. *De huertana vestirás de cine*. Murcia. 2009.

“Malgastar la vida está al alcance de todos”, “Es más fácil comprar que pensar”, “Un hombre sin armas es un hombre sin futuro”... La colección de vallas, producidas al amparo del PAC, se llevó a Cáceres en mayo. En febrero de 2010, de nuevo al paio del PAC, serían sus piezas, sus diseños apropiacionistas: *La leyenda negra*, el Conde Duque de Olivares sobre el warholiano bote de sopa Campbell; *El comisario*, dos guardias civiles retirando una pieza de Picasso; y *¿Crisis, qué crisis?*, un desnudo femenino con el rostro de Mariana de Austria, colocados en la línea 2 de los autobuses urbanos de Murcia, los causantes, sobre todo la última obra señalada, de agrias polémicas. Y ocho meses después volvería a situarse en el centro de la polémica con las cuatro vallas diseñadas en torno al tema *El rapto de Europa* que Cantabella pretende sirvan de base para examinar “la libertad de expresión y los conflictos entre lo público y lo privado”; vallas desde las que romper con estereotipos sobre la mujer, unas piezas explícitamente cargadas de sexualidad que volverían a recurrir al apropiacionismo de conocidas obras de arte como la *Olimpia* de Manet. En enero de 2014 Cantabella volverá de nuevo a plantear una singular muestra: “Reformas”; editando una serie de vallas que pretenden mostrar lo lejos que está el ciudadano de sus Gobiernos: *Dame más leyes, No somos milicianos, somos ciudadanos, La libertad no es para siempre*; que junto a “Moda de España” y “Partidos políticos y otras peligrosas bandas”, cerró la trilogía *La sombra de la guillotina*; 24 metros cuadrados convertidos en una serie de piezas que se pretenden grito contra el silencio, una llamada a la implicación ciudadana.

(281) El pastel de carne como motivo pictórico ya había sido utilizado por el pintor en 1996, una acuarela de 35x47 cm, *Es de Murcia (Pastel de carne)*; pieza expuesta en la muestra “Alejandro Franco, Tempus Fugit” inaugurada en la Sala Verónicas el 26 de abril de 2001.

Los festejos primaverales se divulgaron con un hermoso dibujo de Ramón Gaya; una huertana de espaldas arreglándose las flores del pelo. Una imagen que ilustró los 15.000 programas de mano, *muppys* y banderolas. En 2010 se celebraba el centenario del nacimiento del pintor, y junto a muestras y exposiciones el Ayuntamiento de Murcia quiso así rendirle homenaje y mantener vivo el recuerdo del artista en la ciudad. Además, para ilustrar el cartel del desfile Murcia en Primavera se escogería otra obra de Gaya, una acuarela que representa unas flores. El homenaje se extendió en diciembre a trece edificios de la ciudad que ornaron sus fachadas con grandes lonas que reproducían cuadros del pintor con un pretendido denominador común, que en todos ellos Ramón Gaya se encontrase autorretratado dentro de su obra.

De nuevo volvió a editarse cartel anunciador para exaltar el 2º Día del Pastel de Carne. Un cartel que realizó en esta ocasión el pintor Antonio Sánchez, y que dejaba ver, tras el papel que envuelve el producto murciano, la fachada de la Catedral⁽²⁸²⁾.

Para publicitar la Feria de Septiembre 2010 Antonio Tapia pinta la fachada del Ayuntamiento de Murcia trazada por Moneo, un nuevo elemento iconográfico incorporado a la cartelería de los festejos murcianos como había ocurrido anteriormente con los puentes de Calatrava, una fachada que parece a punto de desgajarse, tal que se reflejara en un espejo de yeso el pasado y el presente, ante el cual giran los niños en una noria de feria. Tapia pertenece en 2010 al grupo Crom4 junto a Cristobal Pérez, Pepe Montijo y Nono García, y su trabajo, de aromas surrealistas, está enmarcado en la nueva figuración. El cartel septembrino tiene evidentes connotaciones con la obra que expone en diciembre en San Javier para celebrar, en una muestra colectiva, los 175 años de la localidad.

Fernando Segura ilustra el cartel *Moros y cristianos Murcia 2010*. El historiador, grabador y arqueólogo planteó un *afiche* que recoge distintos personajes protagonistas del festejo, 18 figuras, sobre fondo blanco, ataviadas con los coloridos ropajes que tradicionalmente visten miembros de kábilas y escuadras, recogidas por un marco rojo.

Pinturas de encargo, en general, reproducidas en los pliegos para ilustrar la cartelería de los festejos primaverales y septembrinos de la Capital del Segura. Pinturas, ilustraciones, que han sustituido la idea de diseño en los carteles y han hecho posible que, incluso, desaparezca la fotografía como posible recurso gráfico en la imagen oficial de las fiestas. Pinturas para museos locales y agrupaciones festivas.

Los carteles impresos para anunciar festejos en Cartagena se refirieron estos años, sobre todo, a la Fiesta de Carthagineses y Romanos que se celebran en septiembre.

El cartel de Carthagineses y Romanos en el año 2000 fue un encargo directo de la Federación de Tropas y Legiones de Carthagineses y Romanos. Es obra del pintor del grupo Kroma Pedro Mellinas que trata de recoger, sobre un azul mediterráneo, una ciudad en paz tras la batalla y los símbolos de tropas y legiones; se hicieron 17.000 carteles en distintos tamaños para facilitar su colocación en escaparates. Habían pasado 11 años ya desde que un grupo de cartageneros, a finales de 1989, lanzaron la idea del festejo desde el Centro de Iniciativas y Turismo. El cartel *Carthagineses y Romanos 2001*, la Gran Fiesta del Mediterráneo, lo realizó un licenciado en Bellas Artes, Juan de la Cruz Teruel; tras la batalla, el puerto y la muralla.

Una serie de carteles que se han ido basando, en general, en potenciar la imagen y la vinculación histórica del festejo, haciendo especial incidencia en la recuperación del patrimonio arqueológico, sobre todo del Teatro Romano, por encima de otros aspectos de más atractivo gráfico, visual o publicitario. En 2002, *annus XIII* del festejo, para anunciar la Gran Fiesta, se imprimió un fotomontaje que colocaba en las ruinas del teatro romano de Cartagena el simulacro de lucha entre un romano y un cartaginés. Se insistía en el cartel de 2003 «*Siente la historia*» bajo la mirada de un figurante del festejo; año que se editó videojuego para móviles, incorporando las nuevas tecnologías en sus campañas de promoción.

En 2004 la cartelería giró sus planteamientos gráficos y, en una foto de potente realismo frontal, nos presentaba a un ejecutivo que, abriéndose chaqueta y camisa, revelaba la coraza de un participante dispuesto a integrarse en las celebraciones al grito de «*Descubre al guerrero que llevas dentro*». Cartel de fuerte contenido publicitario que no abandona guiños historicistas.

(282) Los carteles para anunciar el Día del Pastel de Carne se harían habituales como complemento de la cartelería festiva primaveral. Carteles que se encargaron a diferentes pintores murcianos. La Asociación de Amigos del Pastel de Carne le haría el encargo del cartel en 2011 a Falgas. El cartel del IV Día del Pastel de Carne fue un trabajo de Manuel Martínez Torres, un cartel concebido como un diseño en tintas planas. Nono García diseñó el cartel en 2013, y pintó el producto murciano tras romper la cinta que ata el papel que lo envuelve. Pedro Serna lo realizaría en 2014 para celebrar el 6º Día del Pastel de Carne; una acuarela que representa bodegón con vaso de vino y plato murciano con la vianda representativa. Lidó Rico, que jugó con los restos del pastel, con el sugerente rastro que permanece en el papel de estraza tras su ingesta, realizó el *afiche* en la 7ª edición de 2015. Juan Martínez Cánovas lo representó como adorno de una mujer huertana en 2016.

Para difundir la fiesta en 2005 se recurriría de nuevo a un guerrero ahora de las tropas cartaginesas que se apoya en su espada envuelto en una atmósfera neblinosa tras el lema «*Vuelve Septiembre*». Pedro Sánchez, de FJ Publicidad, ha repetido como autor del cartel del festejo cartagenero; planteando la cartelería como una continuación del año anterior, vinculando festero y guerrero a través de un cierto paralelismo. Con su imagen se imprimieron 5.000 carteles y 2.000 postales, además de otros gadgets, y programas.

Dos espadas en lucha, un gladium y una falcata, y el lema «*Vasta será la batalla. La fiesta colosal*» anunció en 2006 Carthagineses y Romanos, la Gran Fiesta del Mediterráneo. El cartel abandonó las imágenes que giraban en torno a la representación de una figura masculina. Un cartel que diseñó la agencia de publicidad Mister Spot, tras resultar ganadora en el concurso de carteles. Cartel de fuertes contrastes entre el azul de las espadas y el fondo amarillo, todo tratado como una pintura.

En la siguiente celebración, en 2007, se volvería a la figura masculina, casi una sombra que parece salir a luchar desde los fosos del circo, y a un lema de ecos historicistas: «*Una historia apasionante*», para divulgar el festejo. Un cartel de contrastados tonos rojizos enmarcados en dos lutos azules. La agencia cartagenera Imaengine vió impresa su propuesta tras ser seleccionada entre 14 opciones, dos de ellas presentadas por la propia agencia publicitaria.

Caballos, elefantes, la batalla... juego de transparencias de Imaengine muy intervenido por ordenador para animarnos a la fiesta: «*Vive, siente, participa*», en 2008 (Fig. 372).

Un confuso fotomontaje, de muy limitado impacto visual, que recoge por primera vez el *rehabilitado* Teatro Romano de Cartagena y todos los aspectos del evento, obra de Francisco Mateos Cano, anunció el festejo en 2009 bajo el lema «*Otra historia*».

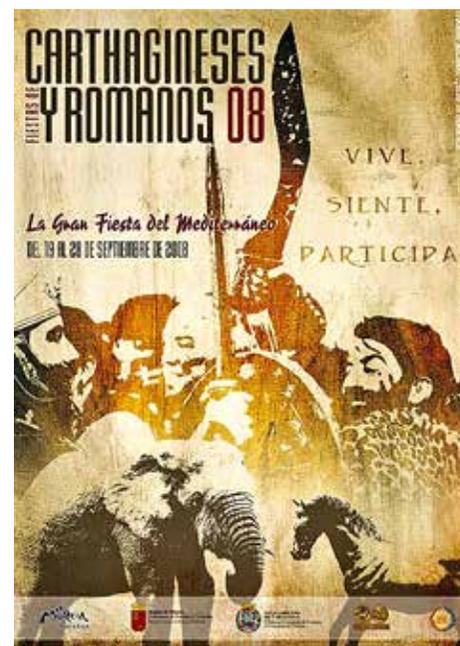
En 2010 el anunciador fue una creación de la estudiante de arquitectura Marta Sánchez Rosique; un cartel (Fig. 373) elegido tras haber quedado desierto el concurso en primera convocatoria. Un cartel novedoso y atrevido, sobre fondo rojo unos expresivos trazos dibujan un casco romano y otro cartaginés separados por el *hasta* de una lanza. Dos tintas –la crisis es evidente– para una acertada e innovadora pieza gráfica en la XXI edición del festejo que apuntó el lema: «*Este es tu año este es tu siglo*».

Como vemos una cartelería que pronto optará por *afiches* más rotundos y llamativos, sin abandonar el recurso y apoyo de los lemas en el proceso de comunicación que propicia el impreso, manteniendo los concursos abiertos, con premios que oscilaron alrededor de los 500 euros, a cuantos participantes lo deseen y con preselección del cartel ganador por parte del público amante de la Fiesta a través de la web habilitada para ello.

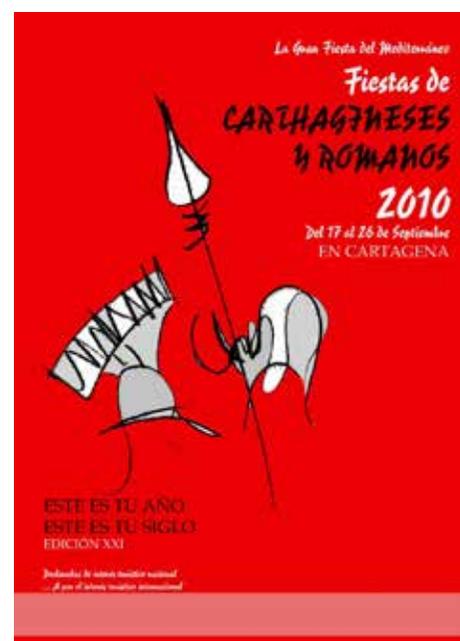
En realidad, todas las fiestas, eventos y celebraciones que tienen lugar en las distintas localidades de la región se han ido anunciando con carteles, de resultados muy dispares.

En el 2000 el cartel de las Fiestas de Mayo de Alcantarilla lo realiza Trinidad Contreas; una bruja que vuela sobre su escoba ante una composición con la fachada del Ayuntamiento, la noria de la Acequia Mayor y la iglesia de Campoamor. El cartel de las Fiestas del Rosario de La Unión, que se celebran del 6 al 12 de octubre, es obra de Francisco Salcedo García, ganador del concurso de carteles con una obra colorida, casi ilustración de cómic, que lleva por lema «*fiesta del color*». El cartel *XXIX Fiesta de la Vendimia de Jumilla* del 2000 es una foto de vino vertiéndose; foto recurrente y poco original que parece una trasposición de la conocida instantánea de la gota cayendo sobre el líquido. Ese año Nicolás de Maya realiza el cartel de las fiestas patronales de Cehegín. En Abanilla se divulgan las fiestas de la Santa Cruz y Moros y Cristianos de mayo con la pintura de dos rostros, cristiano y mora, que miran la cruz que centra el cartel, un motivo gráfico muy visto ya y que resultaría válido, con apenas variaciones y cambios para cualquier otra localidad murciana de las que celebran festejos semejantes: Caravaca o Murcia. En Santomera Moros y Cristianos 2000 se anuncian con el choque de dos escuadras representadas por escudos enfrentados.

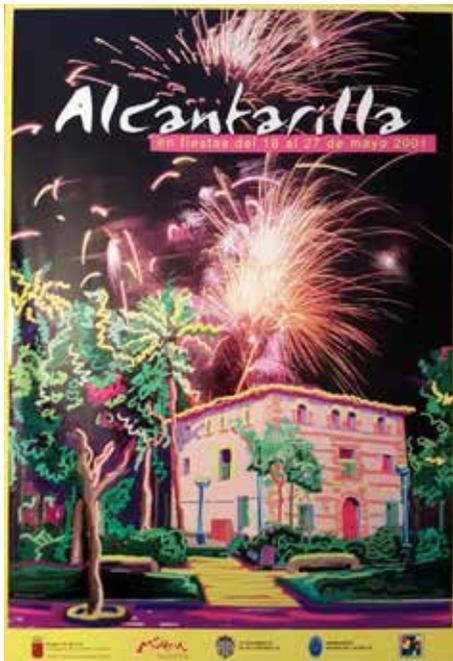
Saura Mira ilustra en 2001 el cartel de la XXX Semana Internacional de la Huerta y el Mar de Los Alcázares; cerámica huertana en primer plano, unos lebrillos, al fondo una pareja ataviada con ropajes huertanos y barcas en el Mar Menor. La propia Mayordomía del Cristo del Rayo realiza el cartel de las fiestas de Santísimo Cristo del Rayo de Moratalla. El cartel de 2001 de las Fiestas de Mayo de Alcantarilla, de Navarro Balibrea, es



(Fig. 372) Imaengine. Carthagineses y Romanos. Cartagena. 2008.



(Fig. 373) Marta Sánchez Rosique. Carthagineses y Romanos. Cartagena. 2010.



(Fig. 374) Navarro Balibrea. *Fiestas de Mayo*. Alcantarilla. 2001.

una foto de *Las Cayitas* con coloridos trazos superpuestos realizados con ordenador (Fig. 374). El cartel anunciador de las fiestas de San Isidro en Mula es una mezcla de fotos, castillo incluido, y la imagen del santo pasada por ordenador. El cartel *Fiestas en Honor de la Santísima y Vera Cruz de Caravaca 2001* es un fotomontaje, con la Vera Cruz, los Caballos del Vino y moros y cristianos, que tiene como protagonista el rostro de una mujer. El cartel de la fiesta de los Mayos de Alhama semeja un papel roto, que deja ver entre sus girones escenas de *los mayos* y actuaciones de las cuadrillas, un montaje fotográfico muy poco atractivo. Ese mismo año de 2001 Agustín Sáez vuelve a realizar el cartel de Moros y Cristianos de Abanilla, dando nuevas muestras de su profesionalidad y buen hacer. El cartel de Yecla de las Fiestas de la Purísima es obra de Pedro Disla.

Pina Nortés ilustra el cartel anunciador *Auto de los Reyes Magos de Churra 2002*. Un interior ceheginero, con niño que mira la escultura dedicada al alpargatero a través de la ventana, cartel festero de la localidad en 2002. Cristiano y moro portando escudo, cartel de Campillo anunciador de Moros y Cristianos de Santomera, que vuelve a repetir como autor en 2003. Las fiestas de Bullas, de octubre, dedicadas a la Virgen del Rosario, se anunciaron con una acuarela con calle típica y la Torre del Reloj.

El cartel que anuncia en 2003 las Fiestas de Moros y Cristianos en honor de la Santísima Cruz de Abanilla, fue realizado por un estudiante de secundaria de 14 años, Lorenzo Guardiola, que ganó los 150 euros con un paisaje en tintas planas que recoge la cruz, la sierra y palmeras. Manuel Gómez realizó con la consabida estampa huertana el cartel de la Semana de la Huerta de Los Alcázares en 2003. Cosme Fernández hace el cartel de las fiestas de Cehegín, un montaje con elementos de la localidad. El cartel de las fiestas de La Unión de 2003 es una composición con manzanas caramelizadas del pintor unionense José Ángel Oliver.

Mario Nohales realiza en 2004 el cartel conmemorativo de los 50 años de la coronación canónica de la Virgen del Castillo, patrona de Yecla. Tras el arco de herradura, y sobre el perfil de la población de Abanilla, un grupo de personajes, trazados apresuradamente por ordenador, figurando moros y cristianos, componen el cartel de las fiestas en honor de la Santísima Cruz. Una composición fotográfica cartel anunciador de las Fiestas de Sodales Ibero-romanos que Fortuna celebra en agosto desde 1997 –siempre recurriendo a carteles realizados con procedimientos dispares: fotocomposiciones, pinturas, ilustraciones... de regular resultado–.

En 2005 una composición fotográfica anunció la Quema de Judas que celebra Al-budeite el Domingo de Resurrección. Otra estampa huertana, dos parejas de huertanos bailando frente al mar, cartel de la XXXIV Semana de la Huerta de Los Alcázares. La Romería al Santuario de Nuestra Señora de la Esperanza y los encierros de Calasparra, recientemente recuperados, se anuncian en agosto de 2005 con carteles recurrentes: una toma de la romería y una instantánea del encierro donde se amalgaman corredores y toros. Se editan carteles anunciadores para la feria de Lorca que se reprodujeron en forma de puzzle; 8.000 ejemplares que regaló el Ayuntamiento lorquino.

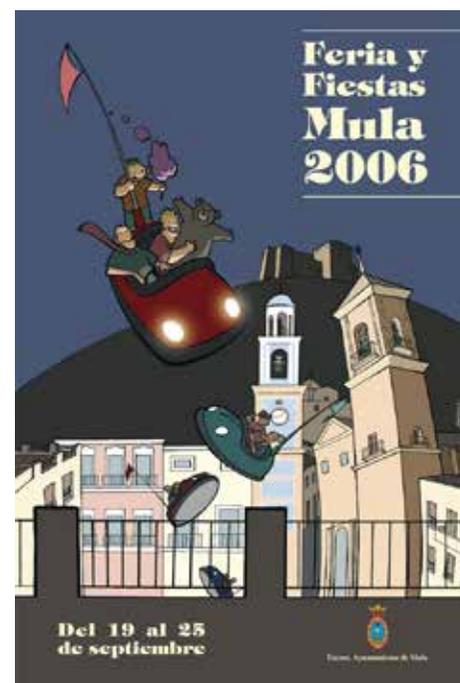
Muher pinta el cartel de las Fiestas de Mayo de Caravaca de la Cruz 2006. La Feria y Fiestas de San Pedro se anuncian en 2006 con carteles que incluyen el sol y una referencia al mar y a las salinas, con *flamenco* incluido. Las Fiestas del Cristo del Rayo de Moratalla se anuncian con un puzzle fotográfico de forma parecida a como se anuncian las fiestas de Águilas del verano 2006, aunque aquí el puzzle tenga como protagonista escenas marinas y paisajes de la localidad. La Semana de la Huerta alcacereña se anuncia con un cartel de Muñoz Barberán. Un porrón de vino recortado en una tela, e intervenido tipográficamente, fue el motivo anunciador del cartel de la Fiesta de la Vendimia de Jumilla 2006. Con la técnica de lápices de colores compuso Javier Sánchez el cartel de la IV Muestra de Vino y Alimentación de la Región de Murcia, que se celebra en Murcia en 2006. Otra composición, con San Roque levitando entre nubes sobre el campanario de la iglesia, anunció las fiestas del santo en Fortuna. Un grabado de Cristóbal Morales, que representa al alpargatero, anunció las fiestas de 2006, de agosto, en Cehegín. Vicente Chumilla realiza el cartel de las fiestas de Yecla. Los encierros de Calasparra se anuncian con un cartel que parece inspirarse en los trabajos de Kukuxumuxu para los Sanfermines. Las Fiestas del Rosario de La Unión, de octubre, se anuncian con un cartel de Pedro Javier Bernal ilustrado con un dibujo que refleja el mercado modernista. Las Fiestas del Vino de Bullas se difunden con un cartel de Juan Álvarez que parece una referencia comiquera al

dios Baco. Álvarez realiza ese año el cartel *Feria y Fiestas de Mula 2006* (Fig. 375), XXIII *Encuentro Teatral Ciudad de Mula y XI Muestra de Comercio y Artesanía Mula 2006*⁽²⁸³⁾.

Orencio Caparrós pinta el cartel de las Fiestas en Honor de la Santísima y Vera Cruz, que celebra en mayo de 2007 Caravaca de la Cruz, un cartel que parece en evidente vinculación a los cuadros de Espinosa. Los Mayos de Alhama se anuncian con un cartel –montaje fotográfico– realizado por el fotógrafo Salvador García. Un cartel, que recoge la silueta de cuatro personajes actuando en la calle, anunció las fiestas patronales que Alcantarilla celebra en mayo. Un montaje fotográfico muy intervenido por ordenador anuncio las Fiestas del Cristo del Rayo de Moratalla. Y otro montaje redundante, con melones, sirvió de cartel de la Fiesta del Melón, que celebra Torre Pacheco en julio de 2007. Molina Sánchez aporta una ilustración de huertano y huertana junto al mar para el cartel de la Semana de la Huerta y el Mar de Los Alcázares. Salvador Aledo hace el cartel de las fiestas de Alhama. Globos sobrevolando la sierra minera y una imagen de la Virgen del Rosario cartel de las fiestas de octubre de La Unión. Manuel Almodóvar realiza el cartel de las Fiestas de la Virgen de Yecla. Lola Navarro gana el concurso de carteles de las Fiestas Patronales de Mazarrón, 600 euros, con una imagen que recoge los barcos fenicios.

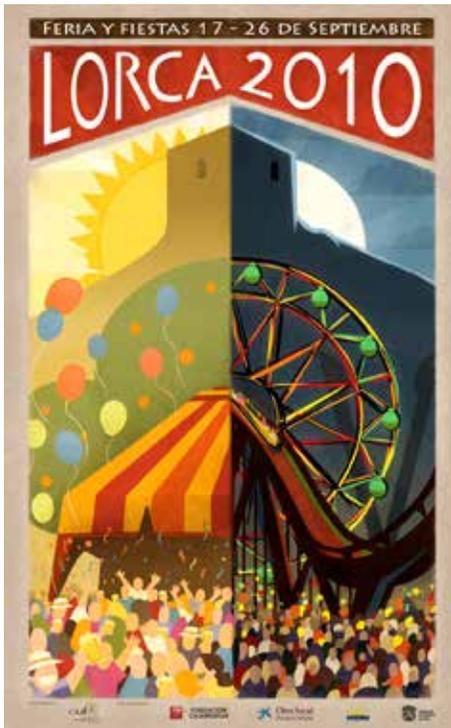
La obra *Camino* del aguileño Antonio Navarro gana el concurso de carteles anunciador de la XX Romería Rociera 2008, que partirá el 26 de abril de la Plaza del Rocio de Águilas. El 4 de abril de 2008 tienen lugar los Mayos de Alhama anunciados con un cartel que mezcla ilustración de aire ingenuista y fotografía. Una ilustración con el rostro de una joven, flores, mariposas y pájaros anuncia las Fiestas de San Marcos de Bullas, en abril, y otra ilustración de influencias comiqueras anunció las Fiestas Berberiscas de Torre Pacheco. Un bodegón de frutas y peces compone el cartel de José Lucas para la XXXVII Semana Internacional de la Huerta y el Mar de Los Alcázares en 2008; el pintor plantea que su obra es un grito de optimismo y deja claro en sus manifestaciones a la prensa del 3 de julio su pasión por el cartel: “*un fallo en el cartel es algo tan imperdonable como un remiendo en el vestido de una novia, pues no se puede confiar en un evento que tenga un cartel mediocre*” –¡Qué magnífica defensa del cartel!– No se sustrayeron a la polémica los carteles de festejos locales; el cartel de *Abarán 08, Fiestas Patronales San Cosme y San Damián* resultó ser obra del ciezano José Marín Martínez, ganador del concurso convocado al efecto con una composición de lema «*Abarán deja huella*»; sobre el perfil de la ciudad, dos figuras en negativo rellenas con vistas de la localidad y sus festejos; el 9 de agosto ya es público que otro de los concursantes impugna el concurso al considerar que se han utilizado fotos que le pertenecen; Marín se mostró dispuesto a renunciar a los 600 euros del premio, aunque señaló que las fotos “*son parecidas pero no iguales*”; el Ayuntamiento de Abarán finalmente mantuvo vigente el premio al considerar el fotomontaje una idea original de su autor. Las Fiestas Patronales de Cehegín se anunciaron en septiembre de 2008 con un cartel de Pedro Alfonso de Maya y Juan Francisco Zamora; una noria inventada, compuesta de sartén y esparteñas conectadas a la corriente; un homenaje a la desaparecida industria del esparto y a la típica noche de migas, con ese objeto tradicional de la sartén de hierro ahora conectada a la electricidad; en guiño divertido: la Virgen de las Maravillas y el Niño Jesús, dentro de una esparteña, giran en la noria. Montiel autor del cartel de la Feria lorquina. El cartel de las Fiestas de Rosario –con globos y fuegos artificiales– de La Unión, de octubre, es obra de Francisco Campillo. Pedro Gris es el autor del cartel de las Fiestas de San Clemente que celebra Lorca en noviembre; un cartel que incluye la torre del castillo, el escudo papal de Clemente I, tercer Papa de la cristiandad y patrón de Lorca, y los distintos personajes que referencian las tres culturas que participan en las fiestas. Pascual Méndez, corresponsal deportivo de *La Opinión*, es el autor del fotomontaje anunciador de las Fiestas de la Purísima de Mazarrón, de noviembre, con el que obtuvo 600 euros. El pintor yeclano José Marco ilustra el cartel de las Fiestas en Honor a la Virgen del Castillo que celebra Yecla en diciembre de 2008.

En Yecla, las fiestas que celebra la localidad en honor a San Isidro Labrador, en mayo de 2009, se anuncian con un cartel que semeja viñeta de cómic con personajes *naïf*. Las Fiestas de Mayo de Alcantarilla se presentan con un cartel en el que los dedos de una bruja sostienen y aprietan una bola de cristal con el nombre de la localidad, tal que rememora el cartel de la película protagonizada por David Bowie *Dentro del Laberinto*.



(Fig. 375) Juan Álvarez. *Feria y Fiestas de Mula*. 2006.

(283) Las ilustraciones de Juan Álvarez sirvieron para la publicidad que a3 Comunicación e Imagen realizó de los campamentos de verano organizados por la Concejalía de Juventud del Ayuntamiento murciano, en el verano de 2006. Juan Álvarez y Jorge Gómez –otro autor de cómics e ilustraciones– colaborarán en la realización de carteles y cómics, y en la publicidad de numerosas instituciones y particulares; ambos se complementan, Álvarez como guionista y dibujante de la línea, Gómez como aplicador del color. En octubre de 2002 Juan Álvarez, en colaboración con Jorge Gómez, realiza el cartel *II Jornadas de Cómics de Velez Málaga*, bajo el lema «*Un otoño de viñetas*»; cartel que tiene como motivo central una de sus sensuales figuras femeninas que ya venían siendo habituales en sus carteles, como en el que difunde en 2001 las Fiestas de Los Dolores; y en noviembre de 2007 decoraron con unas divertidas viñetas la felicitación de navidad de Óscar Castro, presidente del Colegio Oficial de Odontólogos y Estomatólogos de la Región de Murcia. En enero de 2009 los trabajos del mazarronero Juan Álvarez podían encontrarse en numerosas revistas españolas: *TBO, Zona 84, El Jueves* –de donde uno de sus personajes, Lucía la Sexóloga, emigraría en 2010 a la revista francesa *Fluide Glamour*–, *Put a Milli, Primera Línea*, y en revistas americanas y europeas como *Penthouse, Interviu, Tótem* y *L'Echo des Savanes*. En 2013 las obras de Álvarez eran reclamadas para componer carteles en Mula y Alhama.



(Fig. 376) Jaime Visedo. *Feria de Lorca*. 2010.

Martínez Mengual realiza el cartel de las Fiestas del Melón de 29 y 30 de mayo de Torre Pacheco; bodegón colorido con, evidentemente, melones; la localidad anunciaría con un cartel pictórico las XV Fiestas Trinitario Berberiscas de junio de 2009. Se editan carteles anunciadores de la Feria de San Zenón que celebra Cehegín en agosto. Un recurrente, y muy visto ya, estampado florido anunció las fiestas 2009 de Molina de Segura de septiembre. La 38 Semana de la Huerta de Los Alcázares se publicitó con una pintura de Pedro Cano; un cartel, pintado en 45 minutos en plena calle con el público mirando la gestación de la obra, que recoge la refrescante estampa de un balneario y, tras él, el espejo de agua. Salinas Correa pinta el cartel anunciador de los festejos septembrinos *Lorca Feria y Fiestas 2009*. Un caballito de tiovivo, realizado por los diseñadores Pedro Alfonso de Maya y Juan Francisco Zamora, cartel de las Fiestas Patronales de Cehegín.

Se editan en 2010 carteles para mostrar el rechazo al posible traslado del Cristo de Monteagudo. Francisco Lencina, joven jumillano licenciado en Bellas Artes, resulta ganador del concurso de carteles anunciadores de las Fiestas de la Vendimia; en el cartel se compuso la figura del vendimiador con letras y tipos que remiten, en lectura compleja, al evento. Un cartel en amarillos y azules anuncia las XI Incursiones Berberiscas en Los Alcázares. Con carteles se anuncian las Fiestas Trinitario Berberiscas de Torre Pacheco en su XVI edición. Dos caballos enfrentados imagen del cartel de Moros y Cristianos de Santomera. Una testa de toro, el castillo y fuegos artificiales imagen de la composición fotográfica del cartel de las Fiestas del Cristo del Rayo de Moratalla. El artista blanqueño David Cano diseña el cartel de los encierros de Blanca de agosto, un sugerente cartel que el ilustrador y diseñador ha concebido a partir de la técnica de la acuarela digital. La Feria y Fiestas de Jumilla 2010 se anuncian con carteles. Francisco Cánovas diseña el cartel *39 Semana Internacional de la Huerta y el Mar*; dos símbolos: pimientos de bola para la huerta y, en la parte superior del cartel, una vista del Balneario de La Concha, emblema de Los Alcázares. En agosto la Concejalía de Juventud de Los Alcázares edita carteles para promocionar un Taller de Supervivencia y el asociacionismo juvenil. Juan Antonio Brotons resulta ganador en el concurso de carteles anunciadores de las Fiestas de Abarán 2010. Jaime Visedo autor del cartel *Feria de Lorca 2010* de septiembre (Fig. 376). El espectáculo piromusical que cierra las Fiestas de Cehegín protagoniza el cartel del diseñador gráfico Pedro López Chico. Luis Pérez Contreras realiza el cartel de las Fiestas de La Unión. En diciembre una foto de César Romero ilustra las Fiestas de la Purísima de Mazarrón. El pintor Luis Fernández será elegido para realizar el cartel del VI Centenario de la Archicofradía de la Sangre; una pintura que aúna tradición y modernidad: el Cristo de la Sangre avanza por una Murcia futurista bajo una cúpula en la que la Virgen del Carmen cierra la escena; un cartel en clara relación con la serie *Espacio topológico* que el pintor inauguró en Madrid, en Casa de Vacas, el 6 de octubre.

En fin, dibujos y pinturas, muchas veces de ejecución y concepción poco cuidada, fotos sometidas a la manipulación del programa informático Photoshop, apresuradas ilustraciones, composiciones a base de distintas fotos... han servido para confeccionar una desigual cartelería local, de difusión restringida que, salvo honrosas excepciones, poco aportó a la evolución del cartel; muy al contrario... El cartel es ahora un adorno que solo busca la ¿firma relevante? de un artista local o regional, renunciando a lo que supone como proceso de comunicación.

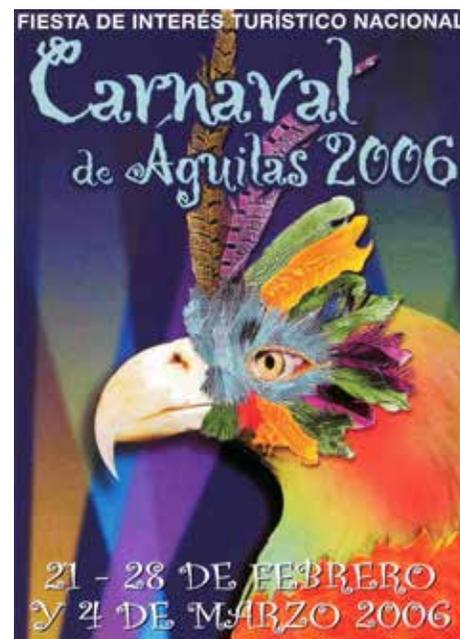
Las fiestas de carnaval, generalizadas en toda la región, pretendieron anunciarse, aunque no siempre lo consiguieron, con carteles de cierto fuste y categoría, recurriendo en algunas localidades, donde estos fastos gozan de importante proyección turística, a concursos y certámenes, y en otras a la concurrencia de pintores de cierto renombre.

El cartel de carnaval del Cabezo de Torres lo hace en el 2000 José Lucas; dos sonrientes y burlonas máscaras, con una tipografía recortada en cuadrados jugando sobre los colores de la pintura, recurso habitual en algunos carteles de Lucas. En 2001 será otro pintor, Antonio Sánchez, que se ha inspirado en la gente de la calle que disfruta de la fiesta, el autor del cartel; que contó con una tirada de 1.000 ejemplares; imagen surreal, con el personaje carnavalesco apoyando su pie en una silla sobre el paisaje de la localidad. Antonia Sabater prestó ilustración para el cartel de 2002. En 2003 el cartel, una máscara, es obra de Martínez Mengual. Volvería en 2004 Antonia Sabater a realizar el cartel. Una

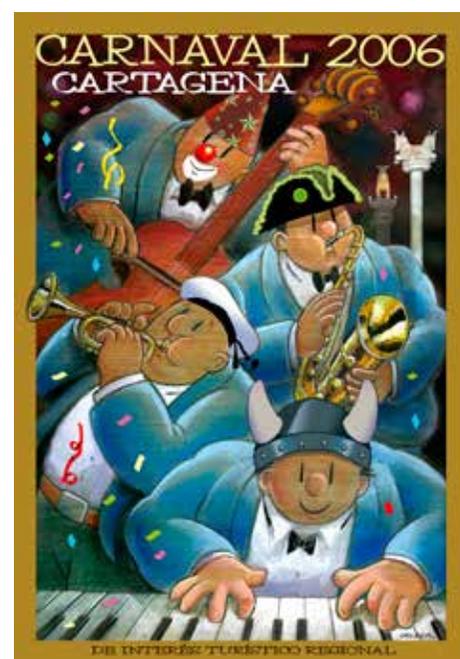
comparsa del pintor lorquino Vicente Ruiz, que juega con el contraste entre el magenta y el amarillo para “*que se vea a cien metros y llame la atención*” fue cartel en 2005. El pintor murciano Agustín del Pozo retrató a El Capota en el cartel carnalero de 2006 y recurrió a una pintura acrílica que representa tres máscaras para el cartel de 2007. En 2008 el carnaval del Cabezo cumple 130 años y para difundirlo el pintor murciano Luis Manuel Pastor quiso recoger con colores fluorescentes y una pintura de ambiente clásico, columna jónica incluida, los orígenes del carnaval. En 2009 lo anunció una máscara de factura abstracta creada por Gómez Mateos, en la más pura línea de Miró. Un cartel representando máscaras, una comparsa de aire veneciano, pintado por Buendía Martínez, anunció la carnalada de 2010.

El carnaval de Águilas, declarado de interés turístico nacional, se anuncia en marzo del 2000 con un cartel de Señas de Identidad titulado *Caja de sorpresas*; de un remolino, que sitúa en el mapa la zona aguileña, surge la fiesta y la mascarada, culminando en una figura alegórica con aire de bufón italianizante; un cartel que parece seguir la línea de los editados en años anteriores, basados en pinturas, como el de 1994 de Rafael Pereda o en ilustraciones como el de 1996, ilustrado por Sánchez Otálora y compuesto por Señas de Identidad. El cartel de los carnavales de Águilas 2001, titulado *Misterio*, es una máscara de Jóker de aire veneciano, obra de Juan García Campos, ganador del concurso, que recibió las 175.000 pesetas donadas por el Banco de Murcia; de *Misterio* se editarían 5.000 ejemplares. Para el cartel *Carnaval de Águilas 2002* se presentan 13 obras, remitidas desde Murcia, Cataluña, Baleares, Madrid y Valencia que se exponen en la Casa de Cultura Francisco Rabal; piensan imprimirse 10.000 carteles del que resulte vencedor de un premio dotado con 125.000 pesetas; la Federación de Peñas de Carnaval editó *Al rojo vivo* de José María Lajarín; un cartel que juega con la técnica de la ilustración; finalmente se pagaron 185.000 pesetas y se imprimieron 2.700 carteles. Fueron 28 las obras que optaron a anunciar los carnavales de Águilas en 2003, en su XVIII edición; en agosto de 2002 se exponen en la Casa de Cultura; el aguileño Lorenzo Robles resulta ganador con *Explosión de fantasía*, un rostro que sale del cascarón y contempla la bahía. En 2004 son 21 carteles los que concursan a representar el carnaval de Águilas –como es habitual se exponen meses antes, en agosto de 2003–; el aguileño Pedro Javier Casanova recibió 1.200 euros por su obra, que representa a dos chicas bailando salsa sobre fondo rojo que deja ver las playas de Águilas; del cartel se imprimieron 10.000 copias. Una máscara que parece creada por un mago y contempla Águilas desde lo alto es la imagen del cartel carnalero de 2005. El artista canario Claudio Artilles resulta ganador en el concurso de carteles (Fig. 377) de carnaval de Águilas 2006, la obra, de lema «*La más carnalera*», representa un águila ataviada con un colorido antifaz; la composición, de la que se hicieron 10.000 copias, se ha seleccionado entre los 19 trabajos presentados obteniendo los 1.200 euros. En 2007 el cartel ganador es una obra de William Kaminski con lema «*La mirada del carnaval*»; el diseño digital, ganador frente a otras 26 propuestas, representa una máscara colorida sobre fondo blanco con la bahía del Hornillo. «*Mirada intrínseca*» de Lidia Bernabé fue la obra ganadora en 2008. El 30 de agosto de 2008 ya es conocido que el jurado del XXIII concurso de carteles anunciadores del carnaval ha decidido por mayoría declarar desierto el concurso, ya que ninguna obra presentada –fotografías mayoritariamente y tres óleos– reúne las condiciones anunciadoras exigidas acordes a la dotación de 1.300 euros del premio, decidiendo encargar el cartel a un pintor murciano; así que una ilustración de Coronado, de aire sensual, anunció en 2009 el carnaval aguileño. Y en 2010 el cartel, otra pintura, representaría una comparsa, o un grupo de enmascarados, ataviados con ropajes de estilo veneciano, disfrutando del carnaval a la orilla del mar aguileño, el castillo en lo alto iluminado por fuegos de artificio.

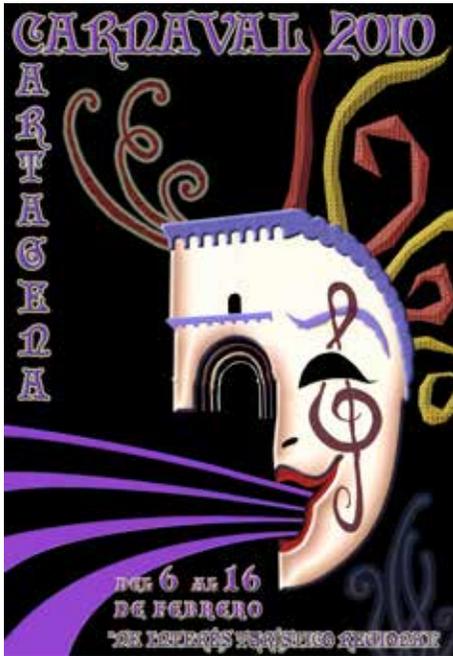
Un arlequín, llamando al carnaval ante las ruinas del Teatro Romano y la Catedral Vieja, es motivo carnalero de Cartagena el año 2000. Antifaces, actuando como faros del puerto, capirotos y máscaras, anunciaron los carnavales cartageneros en 2001, 2002 y 2003. Un expresionista juego visual de contrastados colores y aromas venecianos fue cartel en 2004. En Cartagena se volvió a recurrir a una máscara de inspiración veneciana, con el perfil del Ayuntamiento al fondo, para anunciar el carnaval de 2005. Una charanga musical, una ilustración de Pellicer, lo anunció en 2006 (Fig. 378); la imagen del carnaval cartagenero de 2006 se difundió por toda España a través del cupón de la ONCE.



(Fig. 377) Claudio Artilles. *Carnaval de Águilas*. 2006.



(Fig. 378) Pellicer. *Carnaval de Cartagena*. 2006.



(Fig. 379) Antonio León. *Carnaval de Cartagena*. 2010.

En 2007 el cartel se basó en una abigarrada composición de personajes que parecen extraídos de un cómic de humor. Más sintético el cartel de 2008; una luna enmascarada toca el trombón en el cielo nocturno que recorta el perfil del Ayuntamiento. En 2009 una ilustración, que recuerda a un ninot o una falla, un punto pirata, que asciende sobre el edificio municipal anunció los carnavales; un cartel donde todo el protagonismo parece recaer en la tipografía de informal aire infantil y remates curvos; tipología tipográfica que sería habitual en los carteles de carnaval realizados en la región todos estos años. En 2010 la máscara diseñada por Antonio León, para hacer veces de anunciador, parece componerse con la clave del sol y la portada de la Catedral Vieja (Fig. 379).

Una pintura de Tomás Raja gana el concurso de carteles de carnaval Mazarrón 2000. Mariano Guillén, cronista oficial de Mazarrón, hace el cartel del carnaval mazarronero en 2001: un *collage* que recoge la historia de los carnavales de la villa. En 2002 otro *collage* de técnica mixta con dos máscaras sobre la plaza del Ayuntamiento y el edificio consistorial, realizado por el mismo autor, anunció los carnavales. Y aún en 2003 volvería Guillén a hacer el cartel descomponiendo la ciudad en planos cubistas. En 2004 el cartel carnavalesco lo realiza la propia Concejalía de Festejos; una careta sobre fondo blanco con coloridas gotas. Isabel "La Gambina", musa del carnaval mazarronero en 2004, fue imagen del cartel en 2005. Un fotomontaje, con el rostro de participantes en los desfiles, anunció el carnaval mazarronero en 2008. Y un *afiche*, compuesto con dos personajes que pueden recurrir a distintos vestidos, anunció los carnavales de 2009.

Los primeros años del siglo XXI el carnaval del Mar Menor lo anunciaron carteles que llevan impresos: un avión de papel sobrevolando la laguna y soltando confetis; un rostro y máscara veneciana, realizado por Eustaquio Espinosa –que realizó el cartel de 2006 de San Pedro del Pinatar, pintando una máscara abrazando a la reina del carnaval–; y tres diablillos, pintados por Concepción Alarcón. En 2007 el carnaval del Mar Menor se anunció con una máscara, frente a una rojiza laguna, que parece lanzar con la boca raíces que se engarzan en el mar y en los textos anunciadores. La propia Concejalía de Festejos del Ayuntamiento de Los Alcázares realizó el cartel de carnaval en 2008; el motivo: la recurrente máscara. Otra máscara pintada por José Antonio Moreno resultó vencedora en el concurso de carteles de carnaval 2009 de Santiago de la Ribera. El mismo año un *Mortadelo* trasmutado en *ave flamenco* anunció el carnaval de San Pedro del Pinatar. En 2010 sería una agencia publicitaria, Tindaro Imagen y Comunicación, la encargada de realizar el cartel de San Pedro del Pinatar. El anunciador del carnaval de La Ribera 2010 fue obra de Carlos Montero. Un carnaval, el del Mar Menor, que, como vemos, dejó de celebrarse conjuntamente, al acabar la década, por las localidades de Los Alcázares, San Pedro del Pinatar y San Javier.

Un cartel compuesto con cinco fotografías anuncia el carnaval de Lorca 2001. En 2006 el cartel de carnaval es un homenaje a Mozart, que aparece disfrazado y enmascarado en el *afiche*, ya que se cumplen los 250 años de su nacimiento. En 2009 el anunciador reprodujo una reiterativa máscara veneciana encerrada en el texto circular que indicaba: *carnaval Lorca 2009*. Y en 2010 la máscara del cartel sería una forma obtenida con cuatro trazos curvos.

Nuria Noguera, de 19 años, realiza el cartel *Carnaval de Beniján 2002*; cuatro máscaras venecianas pintadas a la acuarela. El acuarelista Antonio Díaz Bautista es el autor del cartel de carnaval de Beniján en 2008, y el pintor Cortés Abellán fue el autor del cartel en 2009.

Más original la propuesta de Miguel Muñoz, una ilustración de personajes de cómic disfrazados para el carnaval de Cehegín 2003. Una máscara en primer plano, tal que luchador mejicano de lucha libre, anuncia el carnaval de Cehegín en 2005. Un montaje fotográfico intervenido con Photoshop realizado por María del Carmen Marín obtiene el galardón del concurso de carteles de carnaval en 2006 ante los otros 10 presentados. En 2010 será Carlos Montero, que pretende un "cartel elegante, que incluya máscara veneciana y algún elemento arquitectónico de Cehegín", el ganador del concurso y autor del cartel.

El primer cartel anunciador del carnaval de las Torres de Cotillas se selecciona en 2003 entre las 100 obras presentadas resultando ganador Tomás Martínez. Enrique Miñano, ganador de la IV Edición del Certamen Nacional de Jóvenes Creadores "Buho Creativo", diseñó el cartel anunciador –otra recurrente máscara– en 2006.

Diego Mulero pinta el cartel de carnaval de Totana en 2007. Un enmascarado y expresionista rostro anunció la fiesta carnalera en 2008. Y en 2010 aparecían, en el *afiche* totanero, Don Carnal y La Musa 2009.

Carteles, en fin, resueltos con técnicas muy diversas y con resultados dispares, que no siempre devinieron producto atractivo y excelente, y que, salvo algunas piezas entre las citadas, resultaron iconográficamente monótonos y parecidos, con referente en la mascarada veneciana.

La primera campaña electoral del periodo se celebra en marzo del 2000. Un mes antes, el 13 de febrero, Martínez Abarca escribe en *La Verdad*, en la sección "El Esclavajío", un comentario relativo a los eslóganes del PP y del PSOE: "El PP principió la campaña destacando en los carteles un primerísimo primer plano... de Aznar y con una sencilla y atinada palabra «Hechos». Ahora, en una segunda fase, llega otro mensaje para los carteles PP: «Vamos a más», consecuencia inevitable del anterior, ...pues significa que no se conforman con lo hecho, sino que también van hacia el futuro...

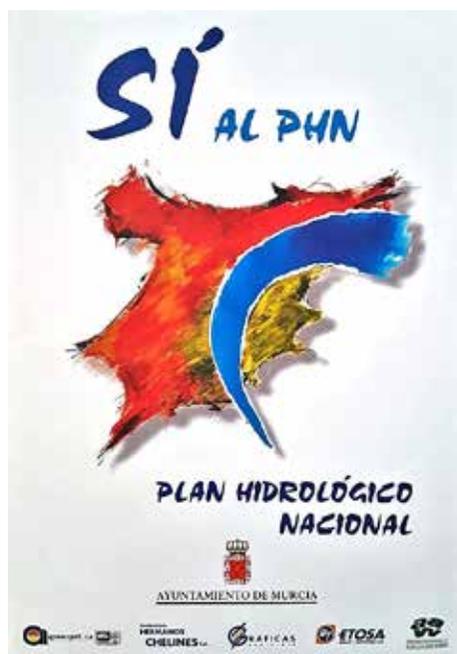
A su vez, el Partido Socialista, cuyo aparato de propaganda es tantas veces magistral, no le ha ido a la zaga. El «España como tú la harías» resulta una frase siempre tentadora, no apela directamente al cambio como en el año ochenta y dos, sino que es algo más sutil..., y por eso se dirige directamente al subconsciente más profundo del votante, ...hasta encontrar ese algo que nos ha defraudado de la gestión del Gobierno y que a todos nos gustaría hacer a nuestra manera, la política *ad hoc*. Finos, muy finos los socialistas.

Hay que hacer una mención especial para el tremendo cartel en que el PSOE ha empezado la segunda fase de la campaña: Sobre un fondo rojo evanescente, a la antigua usanza pre-tercera vía de Blair, dos palabras de enormes cuerpos tipográficos: «Lo Próximo», con el anagrama del PSOE (...) el hallazgo de «Lo Próximo» resulta tan terminante que casi roza la amenaza o el fatalismo..." Critica luego Martínez Abarca el desastre que supuso aquella campaña que tuvo de protagonista a María Antonia Martínez arropada en el eslogan «Porque se trata de Murcia».

El 25 de febrero comienza formalmente a rodar la campaña a las generales. Luis Gamir ilustró en Murcia, bajo el lema del PP «Vamos a más», los carteles de ámbito regional de su partido; su efigie sobrepuesta a líneas de texto que hacían referencia a las pensiones, la sanidad, Europa..., los «Hechos» de la precampaña, en suma; una precampaña que aplicó y desarrolló en los anuncios de prensa el significado del eslogan, acompañado de una foto de referencia y el casi desapercibido rostro de Aznar. Un programa publicitario que no logró contrarrestar el PSOE, que diseñó una contrapublicidad enfrentando en forma de columnas contrapuestas, los pretendidos logros de Aznar a las ventajas que habrían de venir de la mano de Almunia, un esfuerzo, unas energías desperdiciadas. Juan Manuel Eguigaray fue en Murcia la cara próxima del PSOE, colocada sobre el faldón rojo que contenía el lema. Carteles de aspecto parecido a los editados por el PP; hasta los lutos con los eslóganes tenían idéntico tamaño, aunque colocados en posiciones antagónicas; parte superior para el PP, inferior para el PSOE. Pedro Antonio Ríos miraba de frente al votante bajo el lema de IU: «Somos necesarios», ligera modificación del lema de precampaña «Eres necesario» que había jugado con una ilustración representando a un individuo que se significa del grupo.

El PP pegó 30.000 carteles en la región con la cara de Aznar, de Gamir y con el logotipo del partido; contrató además banderolas para 350 farolas y 158 vallas. El PSOE contó con gran cantidad de material impreso; además de los 15.000 carteles anunciadores de mítines y los 16.000 con el rostro de los candidatos, distribuyó 250.000 octavillas en los actos públicos del partido. Con menos medios económicos disponibles, IU solo dispuso para Murcia de 7 millones de pesetas frente a los más de 11 millones con que contaban PP y PSOE, la coalición de izquierdas contrató 45 vallas, imprimió 10.000 carteles con la efigie de su número uno, otros 5.000 con el lema del partido y 10.000 programas de mano con las promesas electorales que afectaban a la Región de Murcia.

Un grupo de profesionales murcianos, del Instituto Superior de Estudios y Tratamiento Psicológico (ISETP), que coordina el profesor José Buendía, analizó los carteles de los tres partidos PP, PSOE e IU y de los tres candidatos que concurrían a las elecciones.



(Fig. 380) Paco Cánovas. *Sí al PHN, Plan Hidrológico Nacional*. 2002.

nes. De la cartelería de IU señalan que el eslogan está bien elegido, no así la excesiva frontalidad en las fotografías de los candidatos. De los carteles del PSOE subrayan que parecen ochenteros, y la supuesta seguridad que pretende transmitir el eslogan corre el riesgo de parecer un mensaje soberbio carente de referencias políticas. Los expertos aseguran que el cartel más trabajado es el del PP, tanto el lema como la propia imagen del candidato⁽²⁸⁴⁾.

El 12 de marzo del 2000 el Partido Popular se hace con la mayoría absoluta. Materializando en votos y escaños el sentido de su lema nacional de campaña.

Con el siglo recién comenzado el agua, la necesidad del recurso hídrico para asegurar la economía regional, jugará un importante papel. También las campañas publicitarias y de sensibilización por el uso de agua fueron habituales en el comienzo del siglo; utilizándose de forma muy consciente las referencias constantes al ahorro de agua, los trasvases y la conexión entre cuencas.

La Mancomunidad de Canales del Taibilla inició una campaña de concienciación para ahorrar siete hectómetros cúbicos, editando carteles y colocando vallas bajo el lema «*Usa, no abuses*». La Comunidad de Murcia emprendería una campaña publicitaria para contrarrestar las críticas al trasvase del Ebro manifestadas por el gobierno aragonés, haciéndola pivotar en el eslogan «*Región de Murcia, agua para todos*», spots, carteles, vallas, banderolas... En prensa la campaña contaba con un mensaje divulgativo precedido de *¿Sabía usted que...* Y una gota como contrapunto a un paraje seco y resquebrajado; un goteo incesante que, gráfica y publicitariamente, resulta poco original, máxime si tenemos en cuenta que la publicidad, ese mismo año, del nuevo Saab 9-3 TiD se anuncia con las ondas que provoca una gota de agua. Acertada o no, pocos meses después, el 24 de agosto de 2001, se da a conocer desde la prensa que la campaña *Agua para todos*, puesta en marcha por el gobierno regional en apoyo del Plan Hidrológico Nacional (PHN), ha sido galardonada con el premio Golden World Awards que otorga la Asociación Internacional de Relaciones Públicas –otras entidades premiadas son: el Departamento de Defensa de la Marina Australiana, la Corporación Farmacéutica Mundial, Nike, Shell Internacional, Renault Alemania, Tropicana Products y Levi Strauss–. La campaña ha sido asesorada por la consultora Sanchis Asociados y se han establecido dos fases: la primera de concienciación a la opinión pública de la óptima gestión que la región hace del agua; la segunda incide en la necesidad de contar con nuevos recursos hídricos.

Dos meses más tarde, el 20 de octubre de 2001, la campaña publicitaria del gobierno autonómico *Agua para todos*, sobre el uso del agua en la región y la necesidad de contar con nuevos aportes hídricos, que había contado con un presupuesto de 150 millones de pesetas, conseguía más de 405 millones de impactos en los medios⁽²⁸⁵⁾. La campaña, planificada para comenzar en noviembre y finalizar en la penúltima semana de diciembre del 2000, se prolongaría hasta final del año 2001. Fue apoyada por CajaMurcia, la Caja de Ahorros del Mediterráneo y Cajamar. Una campaña que no contó inicialmente con soporte de cartelería; realizándose dos spots televisivos, anuncios en prensa con faldones en nueve versiones diferentes que se fueron alternando, y cuñas radiofónicas. Una campaña, como se ha visto, que daría lugar a bastantes ramificaciones gráficas –sobre todo en la cartelería referida a los festejos murcianos– más o menos explícitas.

Paco Cánovas hace el cartel *Sí al PHN, Plan Hidrológico Nacional* (Fig. 380). Un cartel que se presenta en abril de 2002 por el que Cánovas no cobró nada. El mapa de España cruzado con una ancha mancha curva que conecta Aragón y Murcia; imagen con la que piensan hacerse camisetas, pins y pegatinas; y carteles para colocar en taxis, autobuses, centros oficiales, pabellones deportivos y sedes de alcaldías. Un cartel que la prensa señaló que contenía una falta de ortografía al carecer de acento el adverbio afirmativo –falta que sería corregida–. Un cartel que juega con rojos, tostados y azules. El 8 de noviembre de 2003 para anunciar una carrera popular, la imagen principal del cartel es aquel diseño de Cánovas para promover los apoyos al PHN. Sí, el asunto del agua daría pie a una intensa y duradera campaña de comunicación regional.

El 9 de mayo de 2002 la Mancomunidad de Canales del Taibilla imprime carteles para aleccionar y promover el ahorro de agua, contiene el *afiche* un grifo que gotea y el

(284) El análisis de la cartelería electoral lo publica *La Opinión* el 11 de marzo de 2000.

(285) Los datos son publicados en la *La Opinión* el 20 de Octubre de 2001.

lema «*Si se acaba el agua no hay vida*». La campaña fue más dura en su parte televisiva, pues al grifo goteante lo acompañaba el sonido de un corazón latiendo y un electrocardiograma: cuando el grifo deja de gotear el corazón deja de latir. En junio Aguas de Lorca difundió su propio logo transformado en varias gotas, una de ellas refleja un amanecer, y el lema «*Ante el siglo del agua. Preparados*».

En 2003, las sensibilidades que movía la necesidad de agua en esta región subdesértica eran manifiestas. Publicidad Líquida diseñaría, para celebrar en 2003 los 15 años de *La Opinión*, una plana representando unas gotas de agua que reflejan la cabecera del periódico, y el eslogan «*La Opinión de todos*», apropiado al nombre del diario y al momento. El 1 de marzo se editan pasquines de pequeño formato, con el lema «*Agua para todos*» en color azul y disposición ovalada sobre curvas que representan un río o un pantano, para convocar a la manifestación celebrada el 2 de marzo en Valencia en apoyo del PHN. El 25 de marzo se presentan los carteles editados para la manifestación del 6 de abril –100.000 carteles de 30x42 cm, 5.000 de 44x64 cm y 300.000 prospectos de mano–; un vaso de agua vacío y el lema –ya totalmente asumido por la ciudadanía– «*Agua para todos*».

En abril de 2003 el agua era tema de obligada referencia. El 5 de abril de 2003 la publicidad electoral del PP presenta dos imágenes: la tierra agrietada y seca sobre el texto: «*Otros, nos niegan el futuro*», con el logotipo del Partido Popular perlado de gotas indicando: «*Nosotros, traemos el agua*» y el rotundo eslogan final: «*PHN cumplimos*» en tipografía manual subrayada, idéntica a la del resto de la campaña electoral. La publicidad del PSOE, que ve la luz en idénticas fechas, no le va a la zaga: una gota de agua cae sobre una superficie líquida y el texto: «*El agua es un bien público, un bien para todos. La región de Murcia tiene derecho al agua que necesita*».

La empresa Aguas de Lorca planteó su publicidad, para exaltar la Semana Santa lorquina, recurriendo a las gotas del líquido elemento que parecen caer alrededor del lema «*Ante el siglo del agua*». Diseño que recuerda los círculos del logo de la empresa.

El 15 abril de 2003 se tiene conocimiento en Murcia de los pasquines y folletos de Iniciativa Aragonesa contra el trasvase: «*¡trasvase no!*», bajo el lema «*Apadrina un murciano*» caricaturizado de personaje con la boca abierta, en la que un botijo derrama agua y acompañado del jocoso texto: «*El gobierno de Murcia pide solidaridad a los aragoneses, Apadrina un murciano porque tienen sed*», y continua el texto: «*INAR le enviara una botella en tu nombre*», y un número de cuenta.

La campaña *Agua para todos* jugó una baza incuestionable en la sensibilización de la sociedad murciana y en la publicidad y los carteles de la campaña electoral de mayo de 2003.

El lunes 26 de mayo de 2003 la prensa escribe: «*Valcárcel arrasa*». Gana en 33 municipios, y amplía su mayoría absoluta en el Parlamento Regional. El PSOE perdió dos escaños, IU obtuvo un solo diputado y ningún concejal en el Ayuntamiento de Murcia, en el que el PP sacó 19 y el PSOE 10.

Los carteles electorales habían presentado muy pocas variaciones de uno a otro partido. Fondo blanco limpio, faldones o lutos rojos para el PSOE, franjas azules para el PP y el consabido juego rojo-verde para IU. Siempre la cara, el rostro de los candidatos, o la parte superior del cuerpo, en actitud de aproximación o cercanía. Solo IU colocó en los carteles a los ayuntamientos al candidato a la alcaldía junto a su equipo. El lema a las municipales del PSOE fue «*Un alcalde para todos y todas*», muy ajustado, curiosamente, al lema regional que reivindica recursos hídricos. El PP había concurrido con un lema más elaborado: «*Tu futuro nuestro compromiso*», que sufrió ligeras variaciones en Cartagena –el lema de la candidata Pilar Barreriro animaba: «*Cartagena no pares, asegura tu futuro*»–, compuesto en tipografía de aspecto manuscrito para hacer valer la idea de acercamiento, «*por las personas por ti*», todo rematado por un luto con las promesas electorales. IU planteaba: «*Otro ayuntamiento es posible*».

Los carteles y vallas institucionales a las elecciones de la Comunidad Autónoma presentaban una mano depositando el voto y rostros de diferentes edades y condición, sugiriendo «*vota por tu región. 25 de mayo 2003 vota*» y mostrando determinadas

situaciones: «*Vota por tu presente*» ilustrado con un tractor en el campo, un joven adolescente al que se le recordaba el «*25 de mayo vota por tu futuro*»... La noche del 8 de mayo, a las doce, siguiendo la tradición se pegaron los carteles que abrían oficialmente la campaña. El cartel del candidato del PP solo indica «*Vota PP*» y el nombre de Ramón Luis Valcárcel en letras azules. El PSOE presenta a un Ramón Ortiz en primerísimo primer plano con las manos apoyadas en la barbilla «*Un presidente para todos y todas*», que en los carteles y la publicidad de la precampaña de abril aparecía junto a otra persona: niño, varón o mujer, y aclara el sentido del voto de mayo «*Otra forma de ser, otra forma de gobernar*», las «*Nuevas propuestas para el bienestar de la familia*». Cayetano Jaime Moltó recuerda a los votantes de la coalición de izquierdas que él es «*Tu gente, tu voto*», profundizando los temas señalados en la precampaña: «*Una cultura donde tú seas protagonista*», «*Ganando con el medio ambiente*»...

Apenas contaría la campaña con incidentes reseñables referidos al cartel.

El 23 de mayo en *La Opinión*, en la "Feliz Gobernación" Ángel Montiel escribe "Suelos de campaña" y expone: "*Menudo arreglo, la intención era buena pero el arreglo lo pone peor. El lema de la campaña institucional para animar a la participación electoral era; vota por tu futuro, vota por tu presente. Pues bien, la primera parte del lema coincidía con uno de los eslóganes del pp –por tu futuro–, de modo que la Junta Electoral ha solicitado que se suprimiese el concepto, futuro, de la campaña institucional. ¿Y qué queda? vota por tu presente ¿qué es el presente? Lo que hay: el PP. De modo que menudo arreglo.*" Criticó luego la inexpresividad ideológica de los eslóganes, perfectamente intercambiables entre los distintos partidos. Se hicieron bromas en el análisis de los carteles, sugiriéndose que Moltó estaba colocado a la derecha y Ortiz y Valcárcel a la izquierda; y que, en los carteles del candidato del PSOE, Ortiz, las manos parecían colocadas para rezar.

Un año después, en la campaña a las generales de marzo de 2004, los socialistas apostaron por un mensaje más rotundo: «*Socialistas ahora*», y unas amables imágenes, entre otras, de jóvenes madres con hijos preadolescentes. «*Merecemos una España mejor*» es el lema fuerza del PSOE, acompañada por la foto frontal, sonriente, de Rodríguez Zapatero y por las siglas ZP en rojo y negro (*Zapatero Presidente*), una novedad que bebe de la abundante y excesiva obsesión por los nombres basados en juegos de iniciales componiendo marca o anagrama. José Blanco explica que ZP y España serán eje del mensaje electoral.

Un mapa de España, formado por militantes del PP representando gentes de toda clase y condición, y el lema «*Juntos vamos a más*» centró la campaña del PP que presenta a Rajoy como nuevo candidato. Ana Mato, coordinadora de organización, explica en la presentación de la campaña que: "*Juntos hicimos unas reglas de juego de la democracia que nos han permitido avanzar durante 25 años, y juntos queremos seguir manteniéndolas*"; a esto responde la imagen de campaña. Una campaña con un costo cercano a los 11 millones de euros, imprimiéndose miles de vallas, carteles y banderolas en todas las lenguas oficiales del país.

Rajoy aparecía sobre un fondo de personas diluido en un tramado y suave azul, con chaqueta oscura, camisa azul claro, corbata amarilla con raya azul y, en la parte superior de los carteles, junto al lema «*Juntos vamos a más*», «*vota PP*» y la página web del candidato.

IU apostó por un eslogan parco: «*Palabra*», sobre el retrato de Gaspar Llamazares, y «*Garantía*» acompañando el de Pedro Antonio Ríos candidato por Murcia; unos eslóganes que aluden a que con tu voto es posible que Llamazares, como presidente nacional, y Ríos, como diputado regional, serán garantes de las promesas formuladas en campaña.

En la media noche del 26 al 27 de febrero los tres cabezas de lista regionales: Elvira Rodríguez por el PP, Saura por el PSOE y Ríos por IU, acuden a la tradicional pegada de carteles.

Apenas se produjeron incidentes a lo largo de la campaña más allá de registrarse destrozos en los carteles. Algunos carteles aparecen con la nariz de los candidatos pintada con un círculo rojo, tal que se les hubiera colocado una enorme narizota de payaso o

que hubiesen sido sometidos a una intervención artística, un adelanto a la broma –a la intervención en 2007– de Damien Hirst sobre el retrato de Stalin.

El Plan Hidrológico Nacional y el lema “Agua para todos” volvió a hacer acto de presencia impresa en algunos soportes publicitarios. Por otra parte, la Junta Electoral Central suspendió la publicidad impresa del gobierno de Aragón y la campaña en radio contra el trasvase, al entender que “*contiene una inducción directa o indirecta del sentido del voto de los electores*”, aplazándola a después de las elecciones⁽²⁸⁶⁾; el cartel aragonés muestra un fondo florido y, sobre él, en negativo los titulares: “*SIN AGUA no hay vida, no hay porvenir. Ahora tienes la oportunidad de decidir qué Aragón quieres para ti y para tus hijos, participar es vital, defiende tu futuro*”.

La noche del 14 de marzo de 2004 –tres días después de los atentados terroristas provocados en la red ferroviaria de Madrid– los socialistas han ganado las elecciones, aunque en la región solo han obtenido tres de los nueve escaños en lid, el resto fue para el Partido Popular.

El agua, a nivel gráfico y publicitario, fue asunto que seguiría haciéndose notar. La CAM, Caja de Ahorros del Mediterráneo, editó publicidad en marzo de 2005 para presentar la exposición itinerante “Gota a gota” inaugurada en el Museo de la Ciencia y el Agua de Murcia el 1 de marzo; publicidad y cartelería sujeta al programa de Identidad Corporativa de la Caja: tonos naranjas y azul réflex sobre transporte blanco.

Sí, el agua daría lugar a una gráfica abundante a lo largo del decenio, aunque visto lo visto no fuera en exceso atrevida, ni original. La Secretaría General de Presidencia de la Comunidad Autónoma, en 2005, publicaría en la prensa regional una serie de planas, diseñadas con criterios de cartel, en las que se alude a la posible derogación del Trasvase del Ebro. Planas que recogen, insertado en un luto azul roto, un texto que expone la justificación y necesidad del trasvase y las quejas y problemas derivados de su derogación.

A finales de 2005 la campaña *Agua para todos* siguió manteniendo fuerte presencia regional. En prensa a través de planas y faldones, incluyendo anuncios institucionales que solicitaban la solidaridad nacional insertando en el mapa de España la demanda hídrica, o anuncios editados por empresas con fuertes vínculos con el tema. Solo hay que recordar las planas publicitarias de Aquagest Levante, con ese grifo que, más que gotear, llora agua; y la publicidad del Ente Público del Agua, ahora mostrando en primer plano un grifo de aspecto antiguo y el lema «*No le des más vueltas. Hay que ahorrar agua*». Las múltiples guías que se editaron por parte de los ayuntamientos para potenciar el ahorro de agua. Incluso algunas acciones artísticas, como la escultura de Gabarrón en la rotonda de la Avenida Juan de Borbón, creada para conmemorar los 25 años del trasvase Tajo-Segura, y que hoy, deteriorada, carece del chorro inferior de agua que pretendía la ilusión de que la escultura flotaba sobre el líquido.

El PSOE madrugó, en lo que ha edición de publicidad se refiere, en la campaña electoral a las municipales y autonómicas de 2007. El 31 de octubre de 2006 ya era conocido que los candidatos del partido a presidir la Comunidad y el Ayuntamiento, Pedro Saura y María José Alarcón, saludarían a los murcianos desde vallas y carteles con un «*Buenos días Región*» y «*Buenos días Murcia*». Los carteles de las vallas publicitarias están concebidos a partir de un fondo inmaculadamente blanco y fotos informales de ambos candidatos. María José Alarcón, “*La primera alcaldesa de una nueva Murcia*”, posa ante el fotógrafo con cuidado gesto y ropa informal; Saura, “*El presidente de una nueva Región*”, luce sonrisa y una imagen más acicalada con chaqueta y camisa a rayas, aunque sin corbata. La idea de la campaña, desarrollada por publicistas de la región, es transmitir una imagen de cambio político joven y fresca, capaz de crear expectativas de renovación en las instituciones murcianas. «*Buenos días Murcia*», un lema que parece creado ex profeso en acomodación a la experiencia radiofónica de la aspirante a alcaldesa, trabajadora en la emisora de la Cadena Ser desde los 14 años; y que fue desgajando contenidos, más próximos al programa electoral, en otros soportes mediáticos. Se colocaron 123 vallas en el municipio de Murcia con el rostro de ambos candidatos, y el Partido Popular remitió a su asesoría jurídica la publicidad del PSOE al considerar que podía parecer que Alarcón y Saura eran ya la alcaldesa de Murcia y el presidente regional.

(286) Información que aporta *La Opinión* el 3 de marzo de 2004.

El 16 de enero estaba ya en marcha la segunda parte de la campaña electoral del PSOE. Sobre idéntico e inmaculado fondo blanco Saura y Alarcón proponen, tras el saludatorio *buenos días*: “¿qué tal si cambiamos las cosas?”. Parece que los socialistas han planteado la campaña apelando de nuevo al mantra del cambio y a la participación que proponen a los votantes.

La campaña electoral de 2007 a los ayuntamientos y a la Comunidad Autónoma de Murcia resultó singular y atrevida en no pocos casos⁽²⁸⁷⁾. Molina de Segura estaba el 17 de febrero empapelada con un singular cartel electoral de IU; el candidato a la alcaldía aparecía en mangas de camisa junto al logotipo de la formación política y el lema general de campaña «Únete a la Izquierda», pero apremiaba en original propuesta: “Basta de ladrillos, pon a Chema”.

Las Juventudes Socialistas llegaron a editar un divertido manual: *Manual Práctico de Sueldo en 6 sencillos pasos, ¿Cómo sobrevivir con 1.000 euros al mes?* Aunque la campaña más rompedora, original e innovadora, la planteó el aspirante socialista a la alcaldía de Cartagena, Ignacio Segado. Una campaña a la que su autor, el también socialista Julio Nieto, incorporó irónicas esquelas. En los carteles Segado aparecía ante un fondo formado por numerosos iconos que representaban personajes y profesiones –iconos que dialogaban, en los carteles sectoriales, con el aspirante a la alcaldía, incluso manifestaban asesorarle– en adecuada sintonía con el lema «Seas quién seas, tenemos algo en común: Ignacio Segado. Dicen que va a ser el nuevo Alcalde de Cartagena». Él mismo acabaría convertido en icono gráfico en los carteles de su campaña electoral, y en adorable muñeco de peluche. Se fabricaron 500 muñecos, semejantes a su propia representación icónica aparecida en los carteles, que el candidato regaló a los que accedían a su web oficial.

La campaña socialista adquiriría, dentro de su sentido institucional, un tono más irónico e incisivo desde primeros de abril, sin renunciar a alguna publicidad sectorial ligeramente alejada a las normas de campaña.

El agua no abandonó en ningún momento su presencia como elemento primordial en el debate público y como elemento gráfico, apareciendo en la prensa murciana frecuentes anuncios que aludían al PHN, planas y faldones que muestran el mapa de España en azul réflex e insertado en él el lema «Agua para todos», reforzado por la llamada a la solidaridad: “Por una España Solidaria”; publicidad, a veces institucional, que se sumó a los festejos primaverales, editando en la prensa local un bonito anuncio a toda página, una florida gota de agua acogida al eslogan «Gotas de vida»⁽²⁸⁸⁾.

La media noche del 11 de mayo comienza formalmente la campaña electoral, culminando lo que había sido una larga precampaña; que el PP contuvo hasta finales de abril, en que carteles y vallas con el rostro del candidato popular a presidente regional, Ramón Luis Valcárcel, y los de los candidatos municipales hicieron acto de presencia, entrando de lleno en ese momento a la precampaña, bajo un lema unificado en una sola palabra «Confianza» –singularmente algunos candidatos a alcaldes, caso de Jodar en Lorca, recurrieron a un lema diferenciado: «Ahora»–. Un criterio de comunicación, el del PP, totalmente alejado de la secuencia de mensajes de los socialistas y del farragoso lema que a primeros de mayo publicitaba la candidatura de IU los Verdes a ayuntamientos y Comunidad: «Dale un giro a esta Región». El 12 de mayo el PP ha mantenido el lema de campaña casi sin variaciones: «Confianza en el futuro». Tras giros y circunloquios el PSOE ha fijado dos eslóganes, «La Región de Murcia pide cambio» y «Haremos Más», acogiéndose a aquel «Por el cambio», ganador, y luego bastante recurrente, acuñado en la campaña de Felipe González de 1982. IU los Verdes propusieron «Gobernar de otra manera es posible». En los carteles –que llegaron a imprimirse en varios idiomas para atraer el voto de residentes extranjeros–, sobre fondos blancos inmaculados, rostros amables o solemnes, perfectamente intercambiables, vistiendo idéntica ropa oscura. Y una curiosidad, el PP, sabedor de que solo tenía que rentabilizar el voto seguro y nada tenía que perder, renunció al color azul corporativo de su partido –incluso llegó a utilizar el tono naranja en diversos actos y fiestas del grupo político–, así que toda la publicidad se tiñó de rojo en una orquestada ceremonia de la confusión que acabaría beneficiando al Partido Popular. El 27 de mayo los murcianos, haciendo caso a la campaña institucional que recordaba que «Votar es tu derecho», acudieron a las urnas y

(287) Es verdad que había habido un precedente, que marcaría el camino para diseñar campañas electorales con una gráfica distinta y un punto provocadora, en el desnudo de Albert Rivera, líder de Ciutadans-Partit de la Ciutadania, impreso para los comicios de noviembre de 2006 a la Generalitat, apoyado en el eslogan «Ha nacido tu partido. “Sólo nos importan las personas”».

(288) El anuncio aparecería en *La Opinión* el 10 de abril de 2007.

otorgaron de nuevo el triunfo en los ayuntamientos y la Asamblea Regional al Partido Popular. Una campaña electoral sin sobresaltos si obviamos sus ramificaciones, algunas jocosas, que volcaron los internautas en la red.

Una nueva confrontación electoral al Senado y el Parlamento Nacional de este periodo tiene lugar el 9 de marzo de 2008.

El PSOE recurrió en los primeros momentos de la precampaña a la "Z", la inicial del presidente Zapatero, en rojo, como *leit motiv* y al eslogan «Con Z de Zapatero» –en noviembre de 2007 los socialistas habían sacado a la calle la campaña *Murcia con Z*–. Cuando el Secretario de Organización del PSOE, José Blanco, presenta la campaña electoral el 4 de febrero –3.500 vallas, y anuncios y carteles adaptados a 8.000 cabinas y 3.000 marquesinas de autobús y tren– el aspirante a continuar en la Moncloa aparece en las fotos sonriente e informal, en ocasiones sin corbata, adoptando un aire desenfadado sobre un fondo borroso compuesto por votantes o militantes del partido y sugiriendo «*Vota con todas tus fuerzas*». El lema «*Motivos para creer*» combina con otros textos que lo refuerzan: «*Porque no está todo hecho*», «*Por todo lo que merece la pena*», «*Vivimos juntos, decidimos juntos*», o desaparece, sustituido, ante lemas de índole sectorial: «*No es lo mismo*», «*Comprometidos por la igualdad*»...

Pío García Escudero y Gabriel Elorriaga presentan la campaña del PP unas semanas más tarde. El lema del Partido Popular: «*Con cabeza y corazón*» ocupa la mitad inferior de los carteles, bajo el rostro del líder Mariano Rajoy, que aparece sonriente e informal, sobre un fondo difuso que deja entrever numerosos partidarios y bien visible la palabra «*Vota*» sobre el logo del partido. Los populares destinaron más de 13.000.000 euros a la propaganda y al mailing.

Izquierda Unida pedía, sobre la foto de su candidato por Murcia, «*+Izquierda para la Región de Murcia*».

La madrugada del 21 de febrero solamente PP e IU mantuvieron el acto formal de la pegada de carteles que abre la contienda electoral. Los populares en Santo Domingo y los de Izquierda Unida en el Jardín de Floridablanca. Los socialistas optaron por los soportes electrónicos; y rompiendo la tradición acudieron a la Escuela de Idiomas, encendiendo en la Plaza de Castilla una pantalla gigante con el cartel del candidato por Madrid y aspirante a la presidencia de gobierno, Zapatero; varios blogueros e internautas invitados al acto comentaron en directo la pegada virtual de carteles gracias a las líneas wifi.

De nuevo todos los aspirantes a ser elegidos por la circunscripción de Murcia, o los cabezas de lista por Madrid, parecen puestos de acuerdo en presentarse a los votantes junto a sus desdibujados compañeros de militancia, en espacios íntimos y ataviados de forma informal: Joaquín Dólera, Pilar Barreiro, Fernández Bermejo, o los cabezas de lista Gaspar Llamazares, Mariano Rajoy, Rodríguez Zapatero... sin corbata ellos, con ropa casual ellas.

La campaña publicitaria del PSOE, sobre todo las acciones que giraron en torno a la sugerencia *Vota con todas tus fuerzas*, que pretendía movilizar a un sector joven de población, y plantea que no votar es no creer en tus propias ideas, propició la impresión de un original *Kit del no votante* –una cartulina roja que quiere hacer reflexionar sobre la importancia del voto– que distribuyó en Murcia 11.000 ejemplares en votantes de entre 18 y 25 años.

Quizá la propuesta de comunicación más atrevida, la gráfica más impactante estuvo a cargo de IU y su líder Gaspar Llamazares que recurrió a un alter ego mordaz y divertido, ácido y crítico, *Gaspi*, un personaje que parece salido de un cómic y protagoniza parte de los contenidos de la web del candidato.

En la campaña se colaron temas actuales que afectaban a la Región⁽²⁸⁹⁾. Y, por supuesto el agua, las constantes referencias al Plan Hidrológico y a los trasvases, poniéndose sobre la mesa una y otra vez, con atrevida publicidad en prensa, planas y faldones con el vaso medio lleno, o medio vacío –pareciera un adelanto de la polémica obra de Wilfredo Prieto *Vaso de agua medio lleno*, expuesta en Arco 2015 en el stand de la galería Noguera Blanchard–, que recordaba al amparo del lema «*Agua para todos*» que «*El agua es tuya. Úsala bien*».

El 10 de marzo de 2008 Zapatero, el Partido Socialista Obrero Español, ha ganado las elecciones; aunque en la Región de Murcia el Partido Popular ha salido reforzado,

(289) Para la manifestación del 5 de mayo de 2007, en Murcia, la plataforma *Murcia no se vende* editó carteles reproduciendo billetes de 500 euros.

volviendo a aumentar la distancia con los socialistas. Y en lo que respecta al cartel las generales de 2008 dejan una lección para el futuro: las redes sociales han terminado por incidir de forma determinante en el desarrollo de las campañas electorales, apartando al cartel, incluso a las vallas publicitarias, a un segundo plano. Pronto la búsqueda de eficacia y rentabilidad de la maquinaria electoral, combinada con las nuevas iniciativas publicitarias, irán retirando los carteles, esas muestras del pasado, que habrán de sobrevivir con dificultad y en un plano de mera formalidad aparente.

No dejó en 2008 el tema de la gestión de los recursos hídricos de seguir siendo asunto de relevancia.

El 28 de junio de 2008 la Concejalía de Medio Ambiente y Aguas de Murcia puso en marcha una campaña para fomentar el ahorro de agua en el municipio, se trata de dar visibilidad a una de las medidas contra la sequía, con un mensaje en positivo; y con claras y sutiles connotaciones que vinculan sus aspectos gráficos –un espacio cúbico que parece ir rellenándose del líquido elemento– y el lema, «*Compartimos el agua*», a la demanda de trasvases.

Más interesante el regalo, producido por Aguas de Murcia y diseñado por Eduardo del Fraile, para entregar en julio en el pabellón murciano de la Exposición Internacional de Zaragoza celebrada entre junio y septiembre de 2008 –que giró en torno al tema: Agua y Desarrollo Sostenible–, una cajita azul conteniendo dos vasos unidos por un fino hilo; dos vasos comunicantes que, inspirados en el juego infantil para hablar y oír a escondidas, son un recordatorio del trasvase del Ebro.

En agosto la Federación de Vecinos, Usuarios y Consumidores, en unión a la Confederación Hidrográfica del Segura editó carteles: un grifo goteando adosado a un edificio, para potenciar la instalación de reductores en los grifos que faciliten el ahorro de agua, bajo el lema «*Gota a gota lo conseguiremos*». En parecida línea Aguas de Murcia inició en diciembre otra campaña encaminada ahora a facilitar y promover, en 1.800 comunidades de vecinos del municipio capitalino, la instalación de contadores individuales y dispositivos de ahorro de agua en las viviendas; de nuevo una simplista propuesta visual para desarrollar la campaña: el grifo que gotea sobre el eslogan «*Todo ventajas*».

El 5 de febrero de 2009 una manifestación en las calles de Murcia en defensa del trasvase Tajo-Segura, editó pancartas: *Mujeres del agua*, con la imagen de un arco, que semeja arco iris y refiere dos puntos conectados a través de la línea azul, con las que grupos de mujeres se mostraban a favor del trasvase. Para animar a participar en la manifestación del 18 de marzo se imprimieron pasquines a dos tintas y compuestos únicamente con textos en los que se indicaba: «*Acude a la manifestación en defensa del trasvase Tajo-Segura*». Un día antes en la prensa se apeló, con publicidad impresa a toda página, a los 30 años de prosperidad procurada por el acueducto-canal del trasvase mostrado en una foto aérea un tramo de la obra y un vaso de agua que se reparte entre otros vasos que llevan grabado: Tajo, Segura, Júcar, Ebro, y el eslogan «*El reparto del agua requiere soluciones justas*»; toda una reivindicación de la conexión entre cuencas y el aporte de caudales a las cuencas deficitarias por parte de las que cuentan con excedentes de recursos hídricos; una publicidad que cuenta con el lema «*Agua para todos*». El Consejo de la Juventud de Murcia se unió al acto reivindicativo editando sus propios carteles: «*Sin agua no hay futuro*» y «*Los jóvenes queremos agua, queremos trasvases*».

A finales de marzo el Gobierno Regional publicó planas en la prensa y editó 60.000 postales para celebrar el 30 Aniversario del Trasvase Tajo-Segura; una sugerente y magnífica propuesta visual, una línea envolvente, una espiral en dos tonos de azul que remata en una frase que se pretende memorable: «*30 años de vida y muchos más*». Una defensa a ultranza del mantenimiento de la infraestructura. Una defensa reforzada por la exposición «*Hidrografías: Mundo. Seco. Benamor. Amarga*»; una bella y espectacular instalación de Eva Lootz en la Sala Verónicas, en abril y mayo del 2009, que plantea una visión poética y recoge los nombres de cada uno de los arroyos y afluentes de la cuenca hidrográfica del Segura. La propia artista declara: «*la madurez de una sociedad se manifiesta en la manera de proceder con sus recursos hídricos*» y dice estar al corriente de la «*guerra del agua*» que se vive en el levante español. En abril Coca-Cola y Cruz Roja convocaron un concurso, www.concursodeideasaquabona.com, entre universitarios desti-

nado a buscar nuevas ideas para aprovechar mejor los recursos hídricos. El concurso se anunció con un cartel que muestra un grifo cerrado con un candado y un lema no menos desalentador: «*Sólo valoramos lo importante cuando se acaba*».

En agosto de 2009, un grupo de ciudadanos, encabezados por el expresidente Hernández Ros, editó miles de carteles solicitando firmas para apoyar la defensa del trasvase Tajo-Segura; un cartel lleno de textos y de ingenuos y coloridos dibujos: «*Voluntarios por tu firma*», «*Si encuentras nuestras mesas por favor, firma*», «*necesitamos un río de firmas*»... Una iniciativa que casi un año más tarde, en abril de 2010 solo tenía previsto reunir 250.000 firmas, la mitad de las esperadas. Calero, portavoz de la Plataforma en Defensa del Trasvase Tajo-Segura anuncia la disolución de la organización. Y eso que pocos días antes, el 22 de marzo, aprovechando la excusa del Día Mundial del Agua, habían vuelto a publicarse planas de periódico retomando el eslogan de marzo de 2009, y la imagen de los vasos grabados con los nombres Jucar, Tajo, Ebro y Segura, único recipiente en aparecer completamente vacío.

En diciembre de 2010, el Ayuntamiento de Murcia, Aguas de Murcia y Aquagest pusieron en marcha una campaña publicitaria encaminada a favorecer y apoyar la desinfección y limpieza de los depósitos de agua comunitarios; sobre fondo verde una mano sostiene una manzana sobre la que cae un chorro de agua, junto a un texto en rotunda helvética: «*¿Te has preguntado alguna vez si tu depósito de agua está limpio?*». Más explícita la felicitación de Navidad de la Empresa Municipal de Aguas y Saneamiento de Murcia S.A. y Aquagest Región de Murcia; una plana perlada de gotas de agua sobre fondo azul, que lanza distintos mensajes: «*Innovación, ilusión, calidad, trabajo, eficiencia, confianza, respuesta*», y un lema «*Nuestros valores en cada gota de agua*». En marzo de 2011 fotos en blanco y negro tintadas de azul ocupando la parte central de una página de prensa en la que bajo el logotipo Aguas de Murcia aparece «*Mucho más que agua*».

La que consideraremos última confrontación electoral del periodo, tuvo lugar el 22 de mayo de 2011, y cuya precampaña arrancó a finales de 2010. Una precampaña calentada por el plan de ajuste que sacó a los funcionarios a la calle y propició que se editaran duros pasquines⁽²⁹⁰⁾. Las Juventudes Socialistas de Murcia pretendieron calentar los ánimos de precampaña, editando carteles en los que se pide a los Reyes Magos la pronta apertura del Teatro Romea⁽²⁹¹⁾.

Como candidatos de los dos partidos mayoritarios regionales PP y PSOE, Ramón Luis Valcárcel –presidente de la Comunidad Autónoma desde 1995– y Begoña García Retegui aspiraban a presidir la Comunidad en 2011; y Miguel Ángel Cámara y Pedro López la alcaldía de la capital provincial.

A nivel gráfico la campaña del PP resultó la más eficaz y coherente. Los candidatos ocupando la parte inferior izquierda o derecha del pliego sobre fondo blanco, y el lema de campaña «*Centrados en ti*» y el logo del partido en la parte superior en azul, todo recogido con una fina orla del color corporativo del partido. Carteles verticales en 50x70 cm, vallas... que no se salieron del modelo trazado por los publicistas para el manual gráfico electoral. Una excesiva monotonía visual que apenas diferenciaba los cargos y las candidaturas a las que se optaba.

Más difusa –o confusa– la campaña electoral que a nivel gráfico propuso el PSOE. El 16 de febrero de 2011 Javier Mármol, coordinador del Comité Electoral del PSOE en Murcia, presenta la campaña de los socialistas. Begoña García Retegui, candidata a presidir la Comunidad, vestía de blanco en los carteles; el rostro, una fotografía muy tratada profesionalmente –dedicando especial atención al pelo y los labios de la retratada–, destaca sobre fondo rojo bajo el eslogan «*Tú lo cambias todo*» que, como se apuntó desde algún blog, parece el eslogan de una campaña centrada en la mujer; y luto inferior blanco con el desarrollo del eslogan: «*Con Begoña García Retegui Dale la vuelta*», todo sujeto por la web de la socialista y el emblema del PSOE junto a un apremiante *Vota* convertido en papeleta depositada en el logotipo. Más original, sin duda, el *afiche*, a modo de cartel, publicado en *Facebook* por sus partidarios; rojo y negro para una original propuesta gráfica que con tipografía bold indicaba *BEART, BEMUSIC, BEGO, BEFUNNY, BESUN, BEYOUNG*; donde BE y BEGO aparece en blanco como referente a la propia candidata.

(290) El cartel, en tanto en cuanto que pasquín, cumplió bien estos años con su definición: El día de la Romería del Milagro, que discurre de Mazarrón a Bolnuevo, se editan en el año 2000 panfletos anónimos contra la gestión del edil mazarronero. Ese año el edil de IU de Torres de Cotillas es objeto de panfletos y pasquines bufos. Los vecinos de la plaza Cruz Roja colocaron carteles en los árboles, en contra de la tala de los mismos para construir un aparcamiento subterráneo y reordenar el tráfico en la zona; carteles en los que se lee «*soy útil, soy bello, estoy sano, ¡no me cortéis!*». El 17 de marzo de 2001, en Cartagena, se pegaron miles de pasquines, editados por los Verdes, denunciando a Potasas: «*Potasas, 40 años envenenando Cartagena ¡¡cierre ya!!*». Con carteles se pidió en 2006 que Lorca cambiara el nombre del Instituto de Secundaria. El 20 enero de 2008 se pegarían dos centenares de carteles en la localidad de Aljucer pidiendo la dimisión del presidente de la Junta de Hacendados, acusándole de ser el culpable de la desaparición, el 2 del mismo mes, del escudo heráldico situado en uno de los muros exteriores del Molino de Oliver.

(291) Era una dinámica habitual en las agrupaciones locales de las Juventudes Socialistas alentar campañas y acciones específicas.

El aspirante socialista a la alcaldía de Murcia, Pedro López, intento reforzar la percepción de que era el alcalde que los ciudadanos y los tiempos demandaban para liderar un cambio de políticas. En enero, en plena precampaña, vallas y carteles mostraban al candidato de medio cuerpo en una foto en blanco y negro, mirando de lado, los brazos cruzados, ante un fondo degradado en azules verdosos y un lema que pretende involucrar al votante «*Contamos todos*» –¿un referente al agua que demanda la región?–; un eslogan que la campaña fue modificando en los carteles: «*Para que gane Murcia*», aunque mantuvo la foto en blanco y negro del candidato y los tonos verde-azules en la palabra *Murcia*. El rostro de López fue cortado por la frente en panfletos⁽²⁹²⁾, vallas y banderolas, en un intento absurdo de disimular aspectos del rostro del candidato, recurso de rancia tradición gráfica. Gráfica de escaso parecido a la impresa para la candidatura socialista a la alcaldía de Alcantarilla, que contó con lema propio: «*Hay alternativa para Alcantarilla*».

Izquierda Unida, que se había presentado en anteriores elecciones en coalición con los Verdes, decidió presentarse bajo una nueva marca IU-Verdes (registrada por el partido desde 2006) modificando el logotipo –lo que supuso reacciones enconadas de otras formaciones, especialmente los Verdes Ecolo–, que pasó a incluir el sol antinuclear. La cartelería y las vallas editadas por IU-Verdes se compuso a partir del rostro de José Antonio Pujante, candidato a la Comunidad autónoma, y Esther Herguedas, que optaba a la alcaldía de Murcia; carteles que incluyen el recurrente faldón inferior en rojo.

UPD unió en los carteles a los aspirantes a presidir la Comunidad Autónoma y el consistorio murciano, Rafael Sánchez y Rubén Juan Serna; carteles de fuerte impacto visual y cuidada imagen con dominante color rosa-magenta y mención a la página web y a twitter en los impresos.

Las nuevas tecnologías fueron parte importante de las campañas publicitarias electorales. Miguel Ángel Cámara, alcaldable por el PP, complementó las páginas webs con la aplicación *M.A. Ca}ara*, que los murcianos pueden descargarse gratuitamente y permite la localización del candidato. Por su parte Pedro López, candidato por el PSOE, animaba desde la web www.contamostodos.com a colaborar de forma voluntaria e interactiva con su candidatura.

Los incidentes de la campaña a las autonómicas y municipales de mayo 2011 fueron escasos e irrelevantes. Aunque las elecciones de 2011 contarían con una acción artística camuflada en la publicidad de la contienda electoral. La artista Carmen Cantabella realizó, el 14 de mayo, una intervención artística urbana bajo la denominación “*Campaña electoral*”. Cantabella pegó carteles electorales con el rostro de dos ciudadanas anónimas –no aparecía su nombre– candidatas a presidir la Comunidad y la alcaldía de Murcia; un simulacro acogido al Partido por la Mujer y al eslogan «*La mujer es el futuro del hombre*». “*Un homenaje a las personas sencillas, un tributo –según Cantabella– de admiración y cariño a todos los ciudadanos que piensan crédulos que sus políticos tienen respuestas para todos... Al ciudadano anónimo que es la medida del mundo. A todas las ignoradas y pronto olvidadas por los políticos... a toda la gente que reacciona con serenidad ante un desastre, a los que nunca se quejan...*”.

Una campaña electoral marcada, inicialmente, por la agresión al consejero de Cultura; y, a lo largo de su desarrollo, por el terremoto de Lorca del 11 de mayo, y la acampada de los indignados del 15M en la Glorieta, resultado de la convocatoria realizada por la plataforma “*Democracia real ¡Ya!*” que animaba con carteles –fondo negro y textos en blanco, amarillo y rojo–: «*Toma la calle 15.05.11 No somos mercancía en manos de políticos y banqueros. Apúntate!*».

El PP obtuvo 33 diputados en la Asamblea Regional, cuatro más que en 2007; el PSOE 11; e IU solo 1 diputado. Logrando además el PP el control de las principales alcaldías regionales.

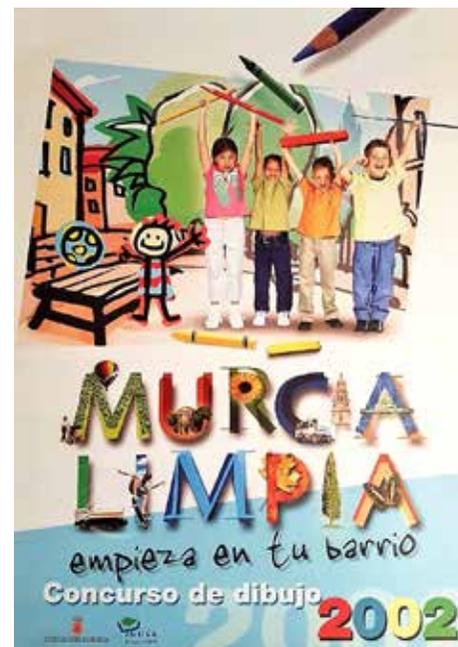
Pero 2000-2010 fue una década en la que proliferarían otras campañas publicitarias, y dentro de ellas la cartelería referida a acuciantes problemas de tipo social y sanitario. Campañas en torno al SIDA, el tabaquismo, la drogadicción, el incremento de la moda del botelleo, la suciedad, el ruido urbano, la seguridad vial y en el trabajo y, especialmente, los temas vinculados a la juventud y la mujer, sobre todo temas de igualdad y violencia de género. Citemos algunas de estas campañas y la línea gráfica a la que se acogieron.

(292) El PSOE editó panfletos sectoriales digitales, descargables, para difundir sus propuestas. En el que hacía referencia al modelo económico y productivo propuesto por el candidato se recurrió a tipografía en azul; un error publicitario, pues parece convenir con el partido al que se manifiesta en oposición.

Espacio Comunicación 2K realiza, en mayo del 2000, la campaña *Día Mundial Sin Tabaco* bajo el eslogan «*El tabaco no es solidario, tú sí*». Se editan ese año carteles, dentro del programa Redes, para apoyar el plan antibotelleo. La publicidad y la cartelería de algunas instituciones, referida a los temas citados, se va haciendo dura, incluso agresiva y políticamente incorrecta. Carteles fuertes y provocadores, una llamada de atención dramática⁽²⁹³⁾. Se editan carteles anunciadores de la campaña *Verano joven 2000*, editados por la Dirección General de Juventud. Por parte de la Concejalía de Juventud del Ayuntamiento de Murcia se edita la guía *Mira tus derechos* diseñada por Tropa, un personaje con anteojeras que parece un fotograma de una secuencia artística, tipo *performance*, un poco provocadora. En Cartagena se edita cartel anunciador del II Festival Cutre Ye-Ye, a celebrar en abril, que realiza Juan Álvarez. Cartel para anunciar los campos de trabajo de etnografía, medio ambiente, arqueología, sociocultura y rehabilitación que pone en marcha, en verano, la Dirección General de Juventud; los carteles *Campos de Trabajo Región de Murcia 2000* los diseñó Tropa e incluyen –cada vez era más frecuente– iconos en el plan de medios impresos de la actividad: carteles y folletos. Carteles de la Dirección General de Juventud, diseño de CompoRapid, del Primer Certamen de Proyectos Socioeducativos. Carteles en el 2000 para la campaña de prevención contra el SIDA dirigida a los jóvenes; un chico y una chica «*Educados ante el sida*» muestran sus preservativos. Más carteles ese año contra el SIDA: «*Por ti por mi*». En noviembre se celebra una exposición de carteles sobre drogas en los institutos murcianos de enseñanzas medias, para propiciar en las aulas el debate sobre el tema. Siguieron apareciendo en los *muppys* los carteles anunciadores de alcohol y tabaco, pese a la ordenanza sobre botelleo y a los gastos en cartelería para prevenir el consumo de alcohol y drogas. El 27 de diciembre de 2000 se prohíben por primera vez los anuncios y carteles de tabaco y alcohol colocados en la calle. Así se recoge en el nuevo pliego de condiciones –Comisión de Gobierno del 13 de diciembre– para instalar cien *muppys* nuevos en Murcia y pedanías; cien *muppys* que pagarán al Ayuntamiento murciano un mínimo de 10.000 pesetas al año en concepto de canon, debiendo la empresa adjudicataria hacerse cargo de los equipos de juegos infantiles en los jardines donde se instalen los *muppys*.

En 2001 volverían a editarse carteles para presentar los actos del Día Mundial Sin Tabaco. Ese año Contraplano diseña la gráfica y la publicidad de la campaña *Murcia limpia, ciudad para disfrutar, ciudad para vivir*; con derivada en carteles para centros escolares (Fig. 381). Juan Álvarez y a3 Comunicación realizan, en 2001, la imagen de las estancias lingüísticas en las Islas Británicas para jóvenes del municipio de Murcia –fruto de esa colaboración con estudios de publicidad Álvarez diseñaría para A2 Comunicación e Imagen el cartel *Navidad para ti*, con personajes del imaginario infantil y juvenil, Harry Potter, el ogro de Shrek y dragones... componiendo una escena onírica ante la torre de la Catedral, un encargo de la Concejalía de Educación del Ayuntamiento de Murcia (Fig. 382); y el cartel *IX Muestra de Teatro de Educación de Personas Adultas 2002*–. Martínez Mengual diseña el cartel *Tu salud* para la Obra Social de CajaMurcia. El 15 de marzo la Concejalía de Juventud del Ayuntamiento de Cartagena convoca concurso para diseñar la portada del boletín InformaJoven entre jóvenes diseñadores de 14 a 35 años, con premio de 50.000 pts. La cartagenera Lola Nieto Vera, estudiante de Bellas Artes, resulta ganadora del concurso de carteles del Día Internacional del SIDA organizado por el colectivo CASMU (Comité Antisida de Murcia) en 2001; un cartel que tiene como imagen principal un preservativo. El 7 noviembre del mismo año se presenta la campaña *Precavido ante el SIDA ... Vale por dos*; una nueva respuesta de la sanidad pública ante las 550 personas fallecidas desde que en 1981 surgió la enfermedad; se editaron 75.000 folletos y 6.000 carteles en los que aparecen personajes de distintos sexos en dos actitudes: por una parte, expectantes y vigilantes, por otra con claros signos de tranquilidad.

El 19 marzo de 2002 se exponen en el Centro Cultural del Carmen los carteles diseñados por los alumnos de ilustración y diseño gráfico de la Escuela de Artes de Murcia para prevenir el consumo de alcohol, dentro de la iniciativa “Otra mirada de los jóvenes”. En septiembre de ese año la consigna del Tío Sam al ejército americano sirvió para contextualizar los carteles que se distribuyeron contra el alcohol: «*I need you. El alcoholismo te reclama, tú puedes llegar a ser un gran alcohólico*», una campaña del Plan Municipal sobre Drogodependencias acogida al programa *Otra Mirada de los Jóvenes sobre el Alcohol*. El texto “INOLVIDABLE” y “no te olvides del SIDA”, en tipografía bold sobre el rostro de una chica, subrayando en rojo VIDA y SIDA; en la parte inferior



(Fig. 381) Contraplano. Murcia limpia. 2002.



(Fig. 382) Juan Álvarez y A2 Comunicación. Navidad para ti.

(293) El caso más significativo es la campaña de la Dirección General de Tráfico de la primavera de 2000. La DGT comparó imágenes de siniestros naturales: inundaciones en China, huracán Mitch o el terremoto de Turquía, bajo el epígrafe “ellos no pudieron evitarlo”, a las situaciones que provoca un accidente de tráfico bajo un escalofriante lema: «*Ya basta por favor, cumple las normas*». Un intento de parar las dramáticas estadísticas que hablan de más de 6.000 muertes al año por culpa del alcohol, las distracciones o la velocidad. Un tipo de cartel que será moneda común. ¡Qué lejos estas campañas de la DGT de aquellas diseñadas en los setenta, con fina ironía, por Novillo o Garbayo!

los habituales teléfonos de información gratuitos y un preservativo junto al escudo de la Región de Murcia y la Dirección General de Salud Pública, fue la imagen con la que Arterisco planteó la campaña *SIDA 2002*.

En noviembre de 2003, en la sede de la Cruz Roja de Murcia, se expone una muestra de carteles de campañas publicitarias que tienen por objeto educar en la prevención del SIDA. La muestra coincide con la campaña de la Consejería de Sanidad puesta en marcha bajo el lema «*Tú y tu condón seguros en la relación*». Se editaron en 2003 carteles bajo el lema «*Estoy seguro*» y «*Estoy segura*» por parte de la Comunidad y los ayuntamientos.

En abril de 2004 aparecen impresos los carteles –con una mano rompiendo un cigarrillo– de la campaña regional anti tabaco *Dejaló y gana*, que sorteaba regalos y viajes para dejar de fumar. Los alumnos de la Escuela de Artes diseñan, ese año, la campaña, apoyada por la Concejalía de Sanidad del Ayuntamiento de Murcia, *Tú marcas la diferencia*, para aleccionar a padres y jóvenes, y despertar una conciencia crítica frente al consumo de alcohol. Campaña contra el tabaco en 2004, una secuencia de tostadas cada vez más quemadas; curiosamente, los carteles colocados en los *muppys* conviven con los *muppys* anunciadores de marcas de tabaco lo que origina protestas de la UCE.

La Universidad a través del SAOP (Servicio de Asesoramiento y Orientación Personal) puso en marcha en 2005 una campaña antitabaco que contó con el apoyo de Caramelos Vidal bajo el lema «*Cambia un cigarro por un caramelo*». Son tiempos en los que se prohibió fumar en algunos espacios públicos. En junio de 2005 la Concejalía de Sanidad y Consumo de Lorca fue declarada espacio libre de humos, todo ello apoyado en la campaña *Espacio sin humos mejor para todos* que mostraba dos rostros: uno agobiado ante el humo que provoca el tabaco, otro sonriente y feliz. Es solo un ejemplo. En noviembre de 2005 la Universidad reúne, en una exposición, una colección de carteles que desde finales del siglo XIX y a lo largo del siglo XX, trataban de concienciar al obrero sobre accidentes laborales y normas de prevención. Incluso se editaron ese mismo año carteles para evitar el sobrepeso y la obesidad apostando por una alimentación más sana y saludable; como ejemplo los editados por la Concejalía de Sanidad del Ayuntamiento capitalino bajo el lema «*Menos calorías más vida*».

En junio de 2006 la Consejería de Educación apoyó con carteles una campaña para que los profesores dejaran su adicción al tabaco: *Esta oportunidad no te la fumes*. Y en noviembre aparecieron carteles editados por el Ayuntamiento de Murcia para apoyar la campaña contra la violencia entre adolescentes. Las encuestas señalaban en 2006 que 9 de cada 100 adolescentes murcianos son violentos.

Se editan carteles, en noviembre de 2007, dentro del *Proyecto hombre*, que junto al rostro de un joven plantean «*Hijos con problemas. Problemas con los hijos*». El mismo mes se pone en marcha la campaña antiviral *SIDA 2007 Hazte la prueba*, se editaron carteles y se repartieron 200.000 preservativos.

La Fundación de Ayuda contra la Drogas (FAD) editó carteles en 2008 amparados en el lema: «*Las drogas no sólo perjudican a quienes las consumen*»; en la imagen se ve el interior de la cabeza de un personaje, que se prepara una raya de cocaína, con pequeñas fotografías representando amigos o familiares; en otro cartel las fotos están en el corazón de una chica que toma pastillas; una campaña que deja claro que el consumo de estupefacientes tiene un precio. En noviembre Nuria Coco y José María Jiménez, miembros de La Claqueta, ofrecen una charla sobre creatividad en situaciones extremas dentro del marco de Cerebrando 08, jornadas de creación publicitaria contra la exclusión social. La Consejería de Sanidad edita carteles en noviembre, el rostro de una chica con los ojos vendados, y el lema «*Abre los ojos a la realidad. Si has tenido riesgo de contraer el VIH hazte la prueba*».

En 2009 la Consejería de Sanidad y Consumo puso en marcha la campaña *EVIHTA-LO. Hazte la prueba. Por si da positivo. Por si da negativo*. Señalando en rojo “VIH” y “Si da”. En junio se retira la campaña publicitaria de una marca de ropa juvenil, denunciada ante el Defensor del Menor por la dirección del colegio bilingüe El Limonar de Murcia; la campaña, en inglés, asociaba, con sencillos lemas y fotografías, estudiar con lo negativo y vivir a tope sin control con la inteligencia y lo positivo; una campaña que degradaba éticamente a los jóvenes.

Punto y aparte merece señalar algunas de las múltiples campañas e iniciativas que entre 2000 y 2010 tuvieron la mujer como referencia, especialmente en temas vinculados a la igualdad o al problema que supone la violencia de género.

En el año 2000 Pedro Manzano diseña el cartel *Decide tú mujer* para anunciar el I Congreso Regional de Orientación Profesional. Ese mismo año se editan 2.000 carteles y programas de la campaña educativa, realizada por Contraplano, de juguetes no sexistas bajo el lema: «*Juega en compañía, juega en igualdad*». La Secretaría Sectorial de Mujer y Juventud pone en marcha la campaña *Con un solo dedo puedes vencer a sus puños*. *No dejes que te siga golpeando impunemente*; carteles contra la violencia que se ejerce sobre la mujer –pocas se atreven a denunciar a su agresor–, y propone denunciar el acoso ante el 112; un cartel horizontal de fuerte impacto visual que presenta un rostro de mujer golpeado; respuesta a las 754 denuncias por malos tratos a mujeres en el ámbito doméstico registradas en 1999. Para mitigar la agresividad en la calle y en los centros educativos el Ayuntamiento de Murcia apoya la campaña *Hoy se amable. Hoy, seras más feliz*. En el 2000 se editan los carteles *Mujer y empresa*, realizados por Tropa, para la anunciar la II Feria de Mujer Emprendedora que se celebra en noviembre.

Nuño de la Rosa realiza en 2001 el cartel *I Feria Virtual Mujer Empresa*. Para celebrar el Día Internacional para la Eliminación de la Violencia Contra la Mujer se editan ese año carteles con el lema «*El avance hacia la igualdad no es la violencia*» que diseña Pedro Manzano. El Ayuntamiento de Murcia editó el cartel *Atención mujeres que sufren malos tratos* y el lema «*El maltrato nunca se merece. No lo permitas*» con el rostro descompuesto de una mujer; una campaña creada por Contraplano.

Nuño de la Rosa diseñó en marzo de 2002 los carteles *I Congreso Mujer y Cultura*.

Dos rostros, una mujer y una niña, para difundir el 8 de marzo de 2003 el Día de las Naciones Unidas para los Derechos de la Mujer y la Paz Internacional. El 6 de marzo de 2003 se presenta el cartel contra los malos tratos *Pasa de violencia. Tú decides*. El 15 de abril ya son públicos los carteles contra el maltrato editados por el Instituto de la Mujer con el rostro de figuras del deporte: José Antonio Camacho, Fernando Romay y Ana María Pérez –se habían recibido 256 llamadas de denuncia durante el primer trimestre de 2003, y fallecía una mujer en Molina– en la mitad superior, sobre amplio campo de color amarillo caliente o rojo, y el texto-lema «*Juega limpio aprende a ser hombre de otra manera*» en luto negro; una campaña especialmente pensada para pabellones y campos deportivos. En noviembre de 2003 se celebra la IV Jornada Sobre la Violencia Contra la Mujer; para anunciarla se edita un cartel (Fig. 383) que presenta una amenazadora mano bajo la que tiembla la grafía de una mujer –ya habían fallecido ese año tres mujeres y se habían recibido más de 1.000 llamadas por violencia doméstica y maltrato–; los alumnos de la Escuela de Artes presentaron bocetos para la campaña de sensibilización escogiéndose, para su impresión como cartel e imagen de la campaña que materializó Acción Visual, el de Carmen Belmonte.

Se edita en 2005 el cartel *Deporte femenino: No hay obstáculos*, para potenciar, desde el Instituto de la Mujer, la práctica del deporte femenino. En noviembre se imprimen *afiches* contra la mutilación genital femenina, campaña promovida por el Instituto de la Mujer.

El archenero José David Brando Luna, que cursa ilustración en la Escuela de Arte y Diseño de Murcia, gana en marzo de 2006, el concurso de carteles –se presentaron nueve obras– convocado por el Ayuntamiento de Murcia sobre el tema de integración de la mujer con el lema «*Cortados de la misma materia*». En abril las Juventudes Socialistas difundieron en los institutos de secundaria de la región una campaña apoyada con carteles para prevenir los noviazgos violentos; el cartel se imprimió a partir de una propuesta –imágenes secuenciadas, tal que un cómic, con escenas fuertes y violentas– de Nuria Noguera que resultó ganadora del concurso convocado al efecto.

El 27 de noviembre de 2007 el rostro de María Ángeles García Carrillo, la mujer degollada por su ex pareja, aparece en carteles junto al texto «*Nunca más. Jumilla: no a la violencia de género*». El Instituto de la Mujer edita carteles para celebrar el 25 de noviembre el Día Internacional para la Eliminación de la Violencia contra la Mujer bajo el lema «*No estás sola*». Los jueces habían dictado 985 ordenes de protección en los últimos 10 meses. En Águilas se editaron carteles con una barca que propone en babor y estribor dos posibles nombres, Buentrato y Maltrato, y el texto «*¿Qué nombre quieres para tu relación de pareja?*» todo sujeto al lema «*¡Tú decides!*».

Más atrevida la campaña de Germinal presentada en mayo de 2008: *Monstruos...* con apariencia de haber sido extraídos de viñetas de cómic; personajes masculinos que



(Fig. 383) Carmen Belmonte. IV Jornadas sobre la violencia contra las mujeres. 2003.

simbolizan el miedo, lo peor que podemos llevar dentro y el daño que se puede causar a la mujer –representada por un icono femenino roto a dentelladas–; cuatro monstruos que responden al texto: “*Tantos años soñando con monstruos y al final te has convertido en el peor de todos ellos*”. El Ayuntamiento de Mazarrón anuncia con carteles, a mediados de mayo de 2008 un programa enfocado a mejorar la salud de las mujeres del municipio; y en julio el consistorio mazarronero se sumó a la campaña regional *El maltrato te marca* difundiendo pegatinas y carteles con la imagen de una mujer que se tapa la cara con las manos y presenta a modo de protección el lazo contra la violencia de género⁽²⁹⁴⁾. El 10 de octubre de 2008 se presenta a la prensa el cartel *4º Congreso Mujer Emprende* acogido al lema «*Cuando la innovación es cultura*», eslogan que sostiene en la imagen del cartel una mujer joven.

Las campañas contra la violencia ejercida sobre la mujer supieron aunar la dureza que correspondía a la ocasión y la inteligencia publicitaria. Un buen ejemplo lo constituye la publicidad que aparece en los medios para anunciar el concierto contra la violencia de género que tuvo lugar en la plaza de toros de Murcia el 26 de noviembre de 2009; sobre el cuerpo de una mujer los moratones producidos por la violencia ejercida sobre ella, un mapa topográfico donde las cimas de las montañas coinciden con las absurdas razones que llevaron al maltrato; duros textos alusivos en cada uno de los golpes, remarcados por líneas que recuerdan los niveles del terreno, todo en clara vinculación al lema que subraya la composición fotográfica: «*Tú puedes borrarlo del mapa*» (ver imagen página 454); campaña diseñada por Sublima Comunicación para el Instituto de la Mujer de la Región de Murcia, que fue seleccionada en la modalidad cartel en 2010, por reconocidos profesionales del diseño gráfico nacional, para ser incluido en el Anuario de Diseño Gráfico Español (*Select I*)-*Graphic Design from Spain*.

En marzo de 2010 el cartel anunciador del Día Internacional de los Derechos de la Mujer, editado por el Instituto de la Mujer y el Ayuntamiento de Lorca, mostraba a un hombre y a una mujer que se disponen a ascender los peldaños de una larga escalera bajo el lema «*Camino hacia la igualdad*». Era habitual contemplar ese mes, en centros sanitarios, carteles que aludían a la violencia de género, con el lema «*La agresión no es la solución*» y mostraban en la parte superior parte del rostro, casi como si estuviese escondiéndose tras el anonimato, de una mujer. El 11 de mayo el Ayuntamiento de Murcia ordena retirar los carteles anunciadores de Motor Show Murcia 2010, que se celebraría en el recinto municipal de la FICA, al aparecer en ellos el anuncio de un espectáculo erótico, y considerar el consistorio que muestran una imagen sexista y denigrante de la mujer en aptitud de ofrecimiento sexual.

Pero recordemos otras aportaciones gráficas y carteles editados en la década más allá de los ya expuestos.

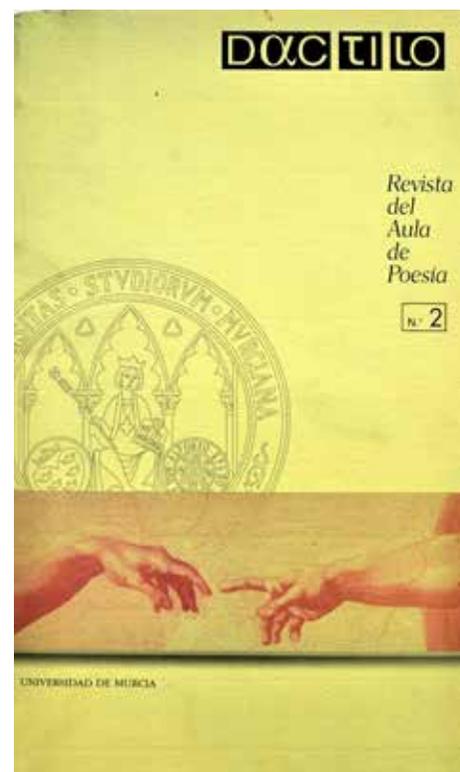
El cartel de la XIX Feria del Libro de Cartagena, a celebrar a mediados de marzo del 2000, es una ilustración que presenta a un personaje femenino penetrando en un libro de cine y literatura; aspectos principales sobre los que giró la feria. Martínez Mengual realiza la portada del número 12 de *La Sierpe y el Laud* que celebra sus veinte años; y la imagen de la VIII Semana de Literatura y Cine Italiano Hoy, que se celebra entre el 27 y el 30 de marzo en Murcia. El 4 de abril del 2000 Gaya crea el cartel *Gala de la Danza Tradicional*; una mujer ataviada con vestidos tradicionales ante la torre de la Catedral. Nuevo logotipo de la Agencia regional de Recaudación, que desarrolla Pedro Manzano en sustitución del anteriormente diseñado por Severo Almansa; las causas para sustituir el logo de Almansa se justifican en el hecho de que el logo, tipográfico, contiene caracteres en amarillo que no pueden reproducirse desde la fotocopiadora. Con carteles, bajo el lema «*Enséñales a sonreír*», se anuncia la cena benéfica de la Asociación de Familiares de Niños con Cáncer. La publicidad de CajaMurcia de crédito fácil: «*Ven y llévate*» juega con unos botes de conserva en la línea pictórica de Warhol. José Luis López Vázquez presta su imagen al cartel anunciador de la IV Semana de las Personas Mayores de la Región de Murcia a celebrar en San Pedro del Pinatar del 22 al 28 de mayo de 2000. Expocabra 2000, que se celebra en junio en Campos del Río, se anuncia con un cartel fotográfico: varias cabras en un corral. Ricardo Pérez y Gironella Asociados –empresa de publicidad que en 1998 había colaborado con la compañía teatral Andrés de Claramonte realizando los carteles y folletos de la obra de Lope de Vega *Los melindres de*

(294) La violencia también afectaba a los menores, de entre 13 a 15 años, de forma dolorosa, especialmente a las niñas. La Delegación de Gobierno presentó, en julio de 2008, una campaña con el rostro de un niño que se tapa los ojos con una cinta, un luto negro, que lleva como lema «¿A que duele? Si te duele denuncia».

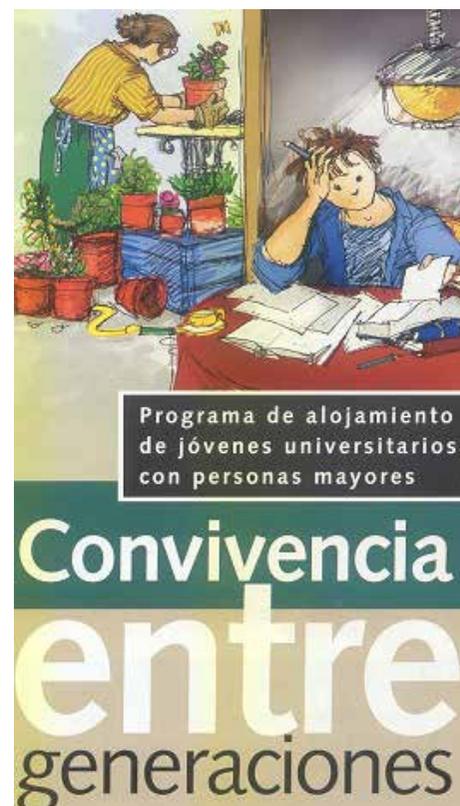
Belisa– crean la imagen del 112 Teléfono de Emergencias, que se presenta el 8 de junio a la prensa; una serie de profesionales: bomberos, sanitarios, policías... cogiendo una lona salvavidas; todo amparado en el lema «*En emergencias te pase lo que te pase*». Con carteles se anuncia el I Mercado Medieval de Águilas “Fiesta del Renacimiento”, que celebra la localidad a primeros de agosto. Ángel Mateo Charris, que ha protagonizado el *Ababol* del 8 de septiembre, recibe en el 2000 el encargo de realizar el cartel anunciador de la XXXII edición de la Muestra Cinematográfica del Atlántico, “Alcances”, que se celebra en Cádiz, del 7 al 16 de septiembre, donde además el cartagenero será miembro del jurado del certamen, en el que compiten 7 largometrajes y 18 cortos. Unos meses después Charris ilustra, el 16 de diciembre, la portada del *ABC Cultural*. En Mazarrón se expone, en octubre, una muestra auspiciada por la CAM: “El Modernismo en las Artes Gráficas”, con un centenar de carteles de principio de siglo que proviene de los fondos de la Casa Museo de Novelda. Salvador Torres crea el cartel *II Semana de Novela Histórica de Cartagena*. Sanidad anuncia con carteles una campaña de prevención de la tuberculosis dirigida a inmigrantes. El cartel de la Feria del Libro de Murcia, a celebrar en octubre y noviembre del 2000, presenta como imagen el lomo y las tapas de un libro. En noviembre se inaugura en Lorca la V Feria del Vehículo de Ocasión anunciada con carteles. La obra *Entre vías* del escritor lorquino Carlos Bayona se estrena en el Romea, en noviembre, anunciada por carteles. El 5 de diciembre de 2000 se da a conocer en prensa que el Aula de Poesía de la Universidad de Murcia ha sacado una nueva publicación en torno a la poesía: *Dáctilo* (Fig. 384), cuyo título hace referencia a los distintos dedos de la mano: pulgar, índice, medio, anular y meñique, que abren otras tantas secciones; una revista cuyo diseño de portada es obra de Ángel Pérez Ruzafa, vicerrector de Extensión Universitaria. Pablo Portillo crea, los carteles y la publicidad de INUSA del grupo CESP. Con carteles se anuncia el corto *Geos* del lorquino Bernardo Hernández, presentado el 29 de diciembre del 2000 en el Aula de Cultura de CajaMurcia. El Museo Ramón Gaya edita el cartel, en su decimo aniversario: *9 copas y 1 vaso*; y para incentivar las visitas otro bajo el eslogan «*Abuelo, llévame al museo*». Una ilustración de XIM compone el cartel *¡Trabaja seguro!* Vicente Ruiz realiza el cartel de la XVII Feria de Artesanía de la Región de Murcia que se celebra en Lorca, representando una pieza de cerámica y un botijo. Carteles, editados por la Concejalía de Tráfico de Murcia, para anunciar el “Día sin coches”; carteles con personajes y vehículos tratados como símbolos e iconos, «*¡La ciudad sin mi coche!*»; iconos que representan el abandono del coche en favor de la bicicleta; un programa continuado en años venideros. Un dibujo de Párraga sirvió de cartel para AFES, asociación que trabaja sobre las enfermedades mentales. Chipola, diseña, desde Contraplano, el programa gráfico “Convivencia entre Generaciones” (Fig. 385) que propone compartir alojamiento a jóvenes universitarios con personas mayores. Con carteles se anuncia el II Congreso de Hermandades de la Vera Cruz de Caravaca y la XVII Peregrinación Nacional. La Universidad Popular de Mazarrón edita carteles promocionales de la exposición: Ciclo de narrativa policiaca inglesa “The art of murder”.

El 11 de enero de 2001 se presenta el cartel *Lorca expoflor 2001* dedicado al clavel. Una empresa madrileña, Gisbert Publicidad, resulta la adjudicataria para poner en marcha el plan de comunicación de la campaña *Murcia Turística* en 2001: spots, vallas, folletos, postales... incluso una sintonía. Paco Bernal hace el cartel de la XIII edición del concurso nacional “¿Qué es un Rey para ti?”. Carteles para anunciar el II Salón del Estudiante de Lorca a celebrar del 8 al 10 de marzo de 2001. Carteles para prevenir la meningitis “C”. La XX Feria del Libro de Cartagena se anuncia en 2001 con un cartel que presenta una avioneta arrojando libros sobre distintos personajes. Campaña realizada con carteles en centros de salud y hospitales para prevenir el asma. En 2001 Lorca edita, además de carteles, diez mil programas e imanes para difundir sus fiestas de septiembre. Se editan guías y carteles para prevenir la llegada e implantación del euro, y en octubre la Feria del Libro de Murcia, se anuncia con carteles de Julio García Abril. Para difundir los cursos de idiomas internacionales de la Dirección General de Juventud.

La Muestra de Cooperativas de Enseñanza se anuncia con carteles en mayo de 2002. Carteles llamando a la huelga general del 20 de junio con el lema «*Tus derechos que no te los quiten*». En Cartagena se anuncia con cartelería la III Semana de Novela Histórica. Cartel de colorido warholiano, con cuatro melones, para anunciar la Fiesta del Melón de Torre Pacheco de agosto. Cartagena aparece empapelada con carteles, en



(Fig. 384) *Dáctilo*. Revista de Poesía de la Universidad de Murcia.



(Fig. 385) Chipola / Contraplano. *Convivencia entre generaciones*. 2000.



(Fig. 386) Ángel Haro. *El enfermo imaginario*.



(Fig. 387) Germinal. *Bodas de sangre*.

(295) Los carteles expuestos se caracterizan por su relación con motivos españoles: cine, teatro, música... y proceden de la colección del marchante y promotor de Cracovia Krzysztof Dydo.

(296) Se estrena en noviembre de 2012 en el Teatro Circo. El cartel manipuló el autorretrato de Goya, añadiéndole máscara antigás de la I Guerra Mundial, resultando un *afiche* sugerente. La escenografía, de Haro del *Sueño de la Razón*, acabó convertida en un proyecto audiovisual: *Doce pinturas negras*, un *tableaux vivants* concebido en colaboración con Paco

octubre de 2002, pidiendo el voto para Elisabeth, la concursante de Popstars. Ese mismo mes la Universidad de Murcia abre su sala de exposiciones temporales, en uno de los pabellones del Cuartel de Artillería de Murcia, con una exposición de 55 carteles polacos que recogen temas españoles; "Los motivos españoles en el cartel artístico polaco" pudieron contemplarse del 16 de octubre hasta el 6 de noviembre⁽²⁹⁵⁾. Este último mes se expone en el paraninfo universitario una muestra de carteles solidarios, que provienen de los que han concursado a la Segunda Edición del Premio Nacional de Carteles 2001, convocado por la Obra Social de Caja Madrid, para promover el cartel como espacio artístico válido para apoyar la reflexión social y la creación plástica; en el jurado: el Presidente de la Asociación Española de Profesionales del Diseño, Alberto Corazón, Juan Genovés y Francisco Jarauta que es habitual colaborador de la revista de diseño *Experimenta*.

Hagamos un nuevo inciso. Al amparo de la Red de Teatros y Auditorios Regionales levantaron obras Alquibla, Fábula, Ferroviaria, Arena y otros muchos grupos. Murcia a Escena, la Asociación de Empresas Productoras de Artes Escénicas Región de Murcia, se crea en 2002. Utilicemos el acontecimiento para revisar la gráfica de algunos montajes teatrales creados en torno a este periodo.

En enero de 2002 Ángel Haro diseña la escenografía y la gráfica de la obra *Tusitala*, montaje de la compañía Ferroviaria, sobre textos de Stevenson, que dirige Paco Maciá; el cartel, con dominantes tonos rojos, deja ver una calavera y la rosa de los vientos con los puntos cardinales. El 14 de marzo 2003 se estrena en Lorca *El Enfermo Imaginario* de Molière, producida por Arena Teatro y dirigida por Paco Maciá; el cartel y la escenografía para la compañía Ferroviaria lo ha realizado Ángel Haro, un personaje vestido de blanco, tal que un orate, cae del triciclo compuesto por un váter, un guiño duchampiano (Fig. 386). Otros carteles para Ferroviaria, producidos para obras llevadas a escena entre 2003 y 2010 e incluso más tardíamente, fueron realizados por Germinal o por Ángel Haro. Germinal Comunicación diseñó la cartelería de *El Círculo de Tiza Caucasiense*; *La Nevera*, *el Cuchillo* y *el Mechero*; *Gestas de Papá Ubu* o *Silencios*. Ángel Haro realizó la gráfica, y en algunos casos escenografía, de *Equus*; *El Aviador*; *Cuento de Navidad*; *Himmelwegb*, *Camino del cielo*; *El sueño de la Razón*⁽²⁹⁶⁾; *La Mujer sin Atributos*; *Pulgarcito y sus Hermanos* o *Sedientos*, cuya imagen partía de fotografías de Joaquín Clares. Dos formas de comunicar las propuestas teatrales completamente opuestas. Los carteles de Germinal resultan más contenidos, un ensayo conceptual sobre la obra con la dosis justa de hiriente provocación. Los carteles de Haro devienen exuberantes, casi barrocos, y tienen en el *collage*, en los objetos y las escenas construidas su razón de ser, *folitraques* en absoluta concordancia con las escenografías que el propio artista concibe o en las que colabora.

Alquibla había producido obras teatrales desde la década de los ochenta. En 1988 Francisco García Vicente diseña el cartel *Contra Lujuria* la obra de Luis Federico Viudes. Y en la década de los noventa Antonio Saura abordó la gráfica de *Esperando a Godot*; en 1996 serían Antonio Ballester y Pedro Manzano los autores de los carteles de los montajes teatrales *King* de Shakespeare y *Auto* de Ernesto Caballero. En junio de 2003 se representa en el Centro Cultural Infanta Elena de Alcantarilla el *Sueño de una noche de verano*, la obra de Shakespeare montada en el 2000 por Alquibla Teatro y estrenada en noviembre de ese año en el Romea; Javier Cuevas diseña el cartel de la pieza teatral shakesperiana –que contaría con versión infantil en 2006 a cargo de Esperanza Clares y de cuya publicidad se encargó 2d3–: la luna, la mujer dormida junto a las rocas, las redondas piedras blancas componiendo el texto, una foto onírica que, de nuevo, semeja parte de una secuencia, de un acto performativo. Entre 2000 y 2003 Alquibla presenta, además del *Sueño de una noche de Verano*, otros espectáculos con gráfica memorable: *el Fantasma de Canterville* y *Bodas de sangre* cuya imagen realizó Germinal; divertidamente socarrón el primero, con ese gentleman que se zampa una hamburguesa, y de elegante tensión dramática el segundo, con ese maniquí que viste con exquisitez el inmaculado traje de novia (Fig. 387); o como *Iris*, la obra de Esperanza Clares con cartel del propio Antonio Saura. Más avanzada la década sería 2d3 el equipo de diseño que se encargó de dar visibilidad a sus montajes; especialmente sugerentes los carteles de *Cyrano de Bergerac*, la obra de Rostand, *Las Amistades Peligrosas* de Choderlos de Laclos y *Tartufo* de Molière, puestas en escena entre 2008 y 2009.

La Fragua, un colectivo de cuarenta jóvenes artistas plásticos, que han acondicionado los viejos locales de una fragua en desuso de Torre de Romo para convertirla en es-

pacio escénico, donde además se imparten talleres y cursos, abierto a nuevas tendencias y propuestas, inaugurado el 8 de noviembre de 2002, presenta en marzo de 2003 *Circo interior bruto* y en junio la obra de Candela Fernández *De amor y desamor* con un cartel que realiza el propio colectivo: un corazón lloroso y atrevida tipografía.

Pero continuemos recordando algunos trabajos gráficos realizados a lo largo de estos años. Carteles anunciadores de Expoflor Lorca 2003. La XX Feria del Libro de Murcia 2003 se anunció con un cartel de Arterisco, que llevaba como ilustración la fotografía de un sillón compuesto por distintos volúmenes. Sale a la calle, en marzo, el número 1 de *SAMPLE: Alterados. Primavera (Modo de empleo)*, una guía de ocio, cultura y tendencias, en formato cuadernillo grapado de 17x23 cm, rabiosamente joven e iconoclasta, que incorpora una estética muy vinculada a la edición ecléctica y experimental –sobre todo en lo relativo a las posibilidades de los procedimientos informáticos– que dominó la década y se difundió a través de los *flyers*⁽²⁹⁷⁾. *SAMPLE* la edita Ignacio Muñoz y la diseñan Geni Motos, Juan Antonio Giménez y el propio editor; ¡lástima que sus bellos números, el 2 dedicado a *Ponerse Morado*, el 3 a lo *Multicultural*, no tuvieran continuidad más allá de 2003. En abril 2003 se edita el cartel de Pedro Manzano *Cuarto Congreso Regional de Orientación Profesional*; un cartel diseñado a partir de diferentes fotografías de personajes que ejercen distintas profesiones. El Museo Ramón Gaya edita, en mayo, un catálogo que recoge algunos gouaches del pintor que han servido como base de carteles con la autoría del murciano. En junio se imprime un cartel a dos tintas, amarillo y negro, para anunciar el I Open de Pesca de Altura en la Región de Murcia. Carteles para anunciar en junio el Festival Venagua que se celebra en Beniaján. Se editan carteles para apoyar campañas de vacunación entre mayores y niños; a 32.000 euros se eleva el costo en anuncios y cartelería. Un bello libro diseñado por José Luis Montero, con textos de Francisco Nadal e ilustraciones de Pedro Cano, recoge los espacios naturales de la Región. La campaña para captar nuevos clientes para el comercio, en Lorca y Puerto Lumbreras, es auspiciada en octubre desde la Cámara de Comercio con carteles bajo el lema: «*Ven de compras. De todo para todos*». Ese mismo mes el Club de Márketing de Murcia –asociación legalizada en el 2000 y existente en Murcia desde los años ochenta– organiza, en la Cámara de Comercio, una muestra de más de 150 obras publicitarias realizadas para entidades y empresas regionales que optan a los premios “Estrellas del Márketing”; la muestra se organiza en distintas secciones: audiovisual, multimedia, Márketing, sonido y gráfica –la más numerosa– que incluye packaging; Portavoz resultó ser una de las agencias más premiadas, con galardones en tres secciones: audiovisual, gráfica y sonido. Molina edita el cartel *Día Internacional del Voluntariado*. En octubre se imprimen carteles para anunciar la 14 Fiesta de la Bicicleta en Murcia capital. Se presentan los carteles para relanzar la Fundación CajaMurcia –la entidad bancaria había modificado en 1999 su IGC, ahora un cuadrado rojo con las iniciales CM en negativo subrayadas por un trazo geométrico en amarillo caliente, una forma de reforzar la identidad de la Caja que conllevó una inversión de 4.000 millones de pesetas–; bajo un eslogan: «*He visto...*», ratificado por la imagen de un gran ojo que recoge los temas que pretende desarrollar la Fundación reflejados en su pupila. Carteles para presentar en octubre los campeonatos de baile retro que celebra Cartagena. Se edita el cartel de Joaquín Clares *Los 15 de La Opinión*, con los retratos que el fotógrafo ha realizado a 15 artistas murcianos para celebrar, en noviembre de 2003, los 15 años del diario⁽²⁹⁸⁾; casi un trabajo premonitorio de la exposición del fotógrafo “Gente vivida”, presentada en Yesqueros en enero de 2004 y anunciada con un cartel del propio Clares. La Biblioteca Regional de Murcia anuncia, en noviembre de 2003, el ciclo Filosofía y Cine en la Biblioteca con un programa-cartel según se presente plegado o desplegado o se contemple desde el anverso o el reverso concebido y diseñado por Nuño de la Rosa⁽²⁹⁹⁾.

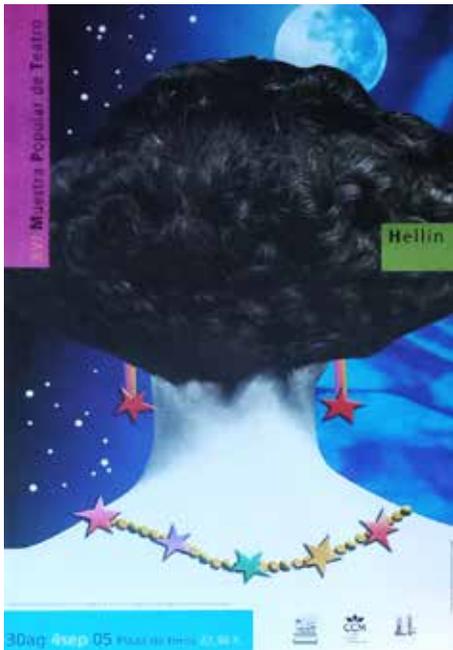
Se editan carteles para prevenir el asma y las alergias. Cartagena acoge su oferta turística al amparo del lema «*Cartagena Puerto de Culturas*». Latbus edita carteles en árabe y en castellano para difundir la normativa de la Dirección General de Transporte relativa a los transportes públicos y al pago de los billetes de autobuses urbanos. Carteles de Martínez Mengual para anunciar la IX Semana de Cultura Italiana. Paparajote realiza, en febrero de 2004, la gráfica *V Premio CajaMurcia Joven Empresario 2003*, una divertida reinterpretación de la rueda dentada, símbolo del comercio y el avance industrial⁽³⁰⁰⁾. El 3 de marzo de 2004 se presentan los carteles para anunciar el V Circuito de Veteranos

Maciá, que acabaron exhibiéndose en el MIS (Museo de Imagen y Sonido) de São Paulo en agosto de 2016. Un perfecto ejemplo de las colaboraciones de Ángel Haro con el mundo de la escena.

(297) Los *flyers*, pequeñas hojas volantes, piezas gráficas de reducidas dimensiones, de corta vida y rápida comunicación visual, son carteles en miniatura, muchas veces anónimos, que sustituyen a los antiguos prospectos, o a la costumbre de reproducir la cartelería en formato tarjeta postal. Su áuge está en evidente relación con la prohibición de pegar carteles en calles y fachadas. Los *flyers* buscan la calle, los bares y las tiendas de moda. Se desarrollaron en el Reino Unido para anunciar fiestas *dance* –las *rave*– prohibidas, y sustituyeron el boca a boca para convocarlas. Un producto que vincula la estética *clubber* y el *techno*. On After, Mundaka Club –que encargó algunos de sus *flyers* a Insignia Creativa–, Sala Mandrágora, The Radical, Glub, Base III Hause Club, THClub, NeoLoft, Funk... la lista de locales y clubs que se publicitaron con *flyers* y carteles es interminable. Una forma de publicidad que asumieron otros establecimientos dedicados a la moda y la hostelería: Quasimodo, AtomicBar –que confió en Joaquín Clares alguno de sus productos impresos, tal como haría FA (Foro Artístico) o El Continental Bistró–, Backstage, Café Ficciones... Las instituciones incorporaron rápidamente este formato, solo hay que revisar los bellos separadores de libros diseñados en 2003 por Saro para la Red Municipal de Bibliotecas de Murcia; las invitaciones del Centro Puertas de Castilla para las exposiciones: “Cosas de mujeres” de Erika y Cynthia Trejo, o “Llamadas perdidas” de Tomy Ceballos; las de “Impurezas”, celebrada en 2004 en la Sala Verónicas; y “Nómadas”, para la instalación de octubre de 2007 en el Centro Párraga. Una estética prolongada hasta 2017 como es patente en el prospecto-flyer *Cultur Park* editado por el Ayuntamiento de Murcia. En Murcia se difundieron en la década 2000-2009 distintas publicaciones de parecida estética a *SAMPLE*, fruto de las propuestas gráficas *clubbers-techno*, algunas diseñadas e impresas fuera de la región, quizá la más relevante sea *Vulture, Magazine de Creación +iva* editada en Alicante y difundida por todo el Levante.

(298) Un vistazo a las páginas de publicidad, que aparecen el 12 de junio de 2003 en el periódico *La Opinión*, algunas de ellas en homenaje a los 15 años del diario, realizadas por: Ángel Haro, C3, Portavoz, Indicativo, AcciónVisual o Arterisco, dan por sí solas una idea clara de por donde transitan las nuevas tendencias del diseño gráfico y la publicidad impresa. Desde la incorporación de símbolos e iconos, hasta el fotomontaje fotográfico; pasando por incorporar elementos extraídos de fotos a composiciones pictóricas, potenciando todo lo que suponga una máxima visualización de los recursos tecnológicos puestos en juego para construir la imagen y, todo, sin renunciar a mantener un lenguaje estético muy próximo al arte conceptual o performativo.

(299) Este tipo de edición gráfica de folleto plegado, impreso por ambas caras, que es a la vez programa y cartel, y se ajusta a una medida aproximada de 15x15 cm cerrado y no superior a 60x40 cm desplegado, válido como información de bolsillo o cartel de escaparate, será moneda corriente, soporte impreso cada vez más habitual –incluso CaixaForum recurrió a este formato para anunciar la exposición en Madrid de Ramón Casas de marzo-junio 2017–. Especialmente atractivo el que edita el Instituto de la Juventud de la Región de Murcia bajo el lema «*Elige tu sabor*», diseñado por F33 con divertidos guiños a la psicodelia. Y ya en 2018 *Murcia Alma de Huerta*, editado por el Ayuntamiento capitalino, o *Telefavela* un diseño de Atosío –que realizará en 2019 el diseño del libro *El Huesped*– y edición de Eduardo Balanza.



(Fig. 388) Pedro Manzano. XVI Muestra Popular de Teatro. Hellín. 2005.

(300) Las propuestas gráficas de Paparajote, basadas en la pureza formal del dibujo y la línea, y una ligera ironía, son ejemplos visibles en las planas publicitarias que crea para el proyecto Plan 3 de Corporación Inmobiliaria, en 2005; para la Red de Promoción Exterior de la Región de Murcia, en 2006; para Corporación Inmobiliaria: «Los sueños evolucionan», en 2007; y para el Teatro Circo Murcia, del que realizan su identidad corporativa. Paparajote es un estudio de diseño que en enero de 2000 había recibido el Primer Premio del VII Concurso de Proyectos Empresariales convocado por el Ayuntamiento de Murcia y que incluso editaba colecciones de ropa bajo la marca Titis. Pilar y Beatriz Larrotcha y M^a Ángeles, Herminia e Irene Carreño, pretenden unir tradición y diseño en el pequeño espacio que gestionan en la calle Azucaque de la capital murciana. Una propuesta, cada vez más habitual, de ofrecer servicios diversos, aunque vinculados al diseño. Un estudio que en el año 2011 se escinde en dos líneas creativas, quedando al frente del estudio Pilar Larrotcha junto a la diseñadora Sonia de la Iglesia, que había trabajado en Contraplano, incorporando un nuevo sello: Paparajote Factory, una editora de objetos y textiles de esencia mediterránea e influencia nórdica, con la que comercializarían en distintos países de Europa, Asia y América.

Huertas Motor de tenis. Carteles para anunciar el X Certamen Calidad de Vinos en marzo de 2004 en Jumilla: recurrente imagen de una copa a la que se vierte vino. Carteles anunciadores del II Torneo de Fútbol Base Trofeo Villa de San Javier. Ligia Comunicación y Tecnología produce para la Dirección General de Cultura la carpeta *Patrimonio y Restauración* que contiene seis folletos con los trabajos realizados en los Baños Termales de Alhama, el Castillo de Pliego, el Santuario de La Rogativa de Moratalla, el Acueducto y la Rueda de La Ñora, la Encarnación de Caravaca y el Cabezo del Plomo en Mazarrón. El Pozo Alimentación, que cumple en 2004 50 años de existencia, incorpora en su logotipo –muy lejos ya de aquel que en los años cincuenta presentaba cerditos junto a un pozo, y en los sesenta prescindió de los animales, colocando el pozo encerrado entre ramas de laurel conformando un sello lacrado– la alusión numérica del evento; El Pozo había contado para sus campañas publicitarias con personajes de la talla de Julio Iglesias o Rafaela Aparicio, que fueron imagen central de la cartelería editada. José Manuel Campillo, trasmutado en Superman por obra y gracia de Juan Álvarez, imagen central del cartel que anuncia una exposición homenaje en su memoria. Se editan carteles bajo el lema «*Invierte en tu empresa. Invierte en capital humano*», en una campaña dirigida a hacer fijos a empleados eventuales.

Se editan carteles en Cartagena, con el apoyo de la CAM, para celebrar en 2005 el IV Centenario del Quijote. INFO Y COEC editan carteles anunciadores del VI Congreso COEC (Confederación Comarcal de Empresarios de Cartagena) bajo el lema «*Frente a la incertidumbre riesgo*». En marzo veintiún creadores cartageneros, con la naturaleza como tema conductor, se valen del soporte de los *muppys* situados en el Paseo Alfonso XIII y la Alameda para exponer su obra, “Retroiluminados”, un proyecto de *Arte a la Vista* donde alguna de las obras creadas, como la que presenta Lola Nieto: *La curiosidad mato al gato* o Luisa Correa: *Pétalos*, están concebidas con una feliz adecuación imagen texto, tal que fuesen verdaderos carteles. En mayo se imprime cartelería para anunciar el SICARM. La VI Semana de Novela Histórica de Cartagena se publicita con cartelería. Con la imagen de una gran margarita anunciaron los carteles el Día Mundial del Medio Ambiente de 5 de junio de 2005. Ese mes se imprimen pliegos contra la recalificación masiva, acogidos al lema «*Murcia no se vende*»; de nuevo la tipografía E sténzil para llamar a una manifestación reivindicativa. En agosto Pedro Manzano diseña el cartel XVI Muestra Popular de Teatro para la villa de Hellín (Fig. 388); un fotomontaje en el que una actriz, de la que solo vemos parte de la espalda, la cabeza y el cuello, contempla al público desde las tablas del escenario bajo la estrellada noche castellana. Carteles para anunciar FeriCab la XXIII Feria del Caballo que celebra Lorca a finales de agosto. El 7 de septiembre se inaugura en el Centro Cultural Puertas de Castilla la muestra “25 años del pop”, que recoge portadas de discos, carteles y libros. Se editan carteles para presentar la programación del Auditorio de Ceutí del último trimestre de 2005, con la imagen del fragmento de una clave de sol. Una foto con productos artesanos y cerámica cartel anunciador de la XXII Feria de Artesanía Región de Murcia, que tiene lugar en Lorca en septiembre. Con carteles se anuncia el III Rallye Ciudad de Murcia en octubre. Carteles difusores de las I Jornadas de Ocio FEAPS Región de Murcia dirigidas a personas con discapacidad intelectual. El Ayuntamiento de Murcia apoya con carteles diseñados por Pablo Portillo la campaña *Agente tutor. Tu policía amiga*. Para anunciar la puesta en escena del *Misterio de la Navidad*, que representó en las Claras la compañía murciana Tespis, se editan carteles en diciembre. La campaña *Reciclar está en tus manos* se apoyó en carteles basados en símbolos e iconos.

Pablo Almansa fotografía a Tamara Rojo para componer, en 2006, el cartel *Blancanieves Ballet*, una producción con música de Emilio Aragón y coreografía de Ricardo Cué. En enero de 2006, en Jumilla, se editan carteles para anunciar ExpoBoda, la III Muestra de Productos para Bodas, Celebraciones y el Nuevo Hogar; un cartel que parece inspirado en los figurines de las revistas de moda. Pliegos impresos para difundir la Final Regional de Campo a Través La Unión-Portmán. Ese mismo mes se presentan los carteles que anuncian las actividades que la UMU y el Ayuntamiento de Cieza realizan, conjuntamente, en torno a la floración primaveral que tiene lugar en la localidad. Se imprimen en marzo carteles anunciadores del XII Certamen Calidad de Vinos de Jumilla –ahora representando una botella de vino–. El CSI-CSIF difunde carteles para combatir la violencia en las aulas –que aparece representada como un gusano introduciéndose en una manzana–.

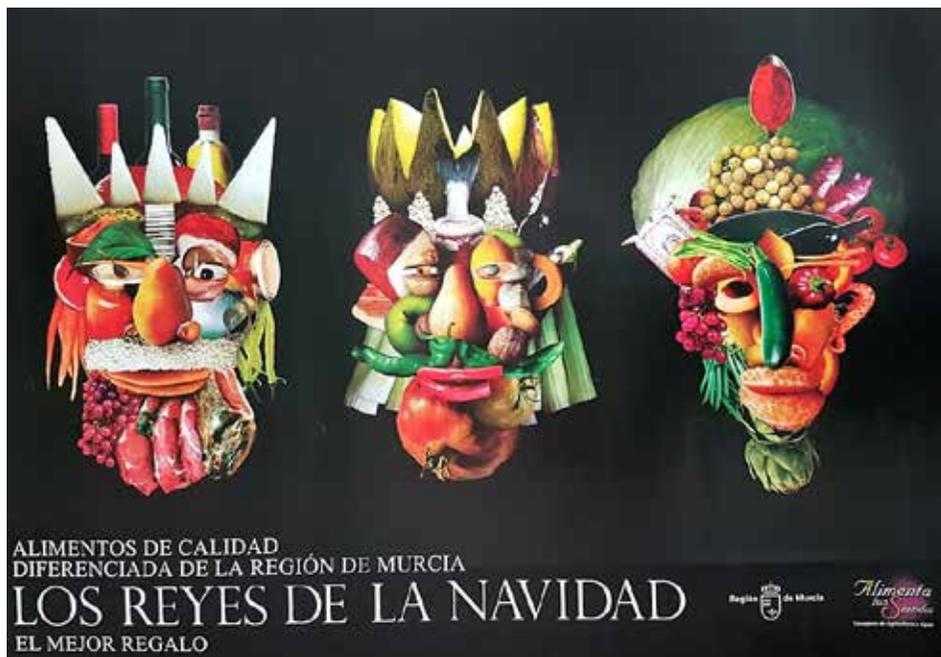
Carteles en diferentes idiomas, que representan distintos oficios y ocupaciones y el rostro de personas de diferente sexo y rasgos étnicos, para indicar «Somos iguales y todos somos necesarios». En Beniajan CEPAIM anuncia con carteles el encuentro multicultural “Jueves Orillero”. En abril de 2006 el recién creado festival cartagenero, que apuesta por la creación joven en pintura, música, fotografía y nuevas tecnologías, “Mucho más mayo”, se anuncia con carteles: dos rostros simétricos, con los ojos cubiertos, se oponen en el *afiche*⁽³⁰¹⁾. Y Mazarrón publica carteles para difundir Foto Genio. Salvador Torres diseña el cartel *XI Fiestas Trinitario Berberiscas* de Torre Pacheco. El INFO anuncia en mayo, con carteles basados en un juego tipográfico: una línea que semeja ascendencia, el evento “Emprende y Crece”. Una “C” protagoniza los carteles anunciadores del II Festival Cervantino que celebra Ceutí del 1 al 4 de junio; se representaron *La Dama Duende*, *La Gitanilla* y *El Buscón*. En junio Mazarrón anuncia con carteles el encuentro de Inmaculadas y Conchas de toda España. Carteles para difundir el XXI Descenso de Almadenes que tiene lugar en Cieza el 1 y el 2 de ese mes; los participantes aparecen en el cartel insertados en una señal de peligro, pues el descenso conlleva cierto riesgo. Para prevenir la gripe aviar se editan carteles a principios de julio dentro de la operación “Centinela”. Carteles anunciadores con sabor decimonónico para difundir el certamen Teatro del Mar 2006 que celebra Cartagena del 1 al 6 de agosto. La galería de arte ciezana “Salzillo” edita en agosto carteles, con imágenes de frutas de la tierra, para promocionar el nuevo centro artístico. El mismo mes aparecen en Cieza carteles anunciadores del concurso “El tapeo”, que pretende recuperar las recetas gastronómicas tradicionales. Con carteles se anuncia en agosto de 2006 la XXVIII edición de los Juegos del Guadalentín. Carteles para anunciar la XIX Semana Náutica Murcia Turística, XVII Trofeo Infanta Cristina. Se editan carteles anunciadores del V Concurso Morfológico del Noroeste de Caballos de Razas Puras que se celebra en Caravaca desde el 28 de septiembre al 1 de octubre; un cartel que reproduce el trote de un hermoso caballo blanco. El ciclo “La nueva torre de babel”, que se organiza en Cartagena, en octubre, al amparo de la Semana Grande de Caja-Murcia, y que en 2006 pretende responder a la pregunta: *¿Qué hacemos con los pobres de la tierra?*, se anuncia con carteles que diseña Díaz Burgos. Con carteles se anuncia la VII Feria de la Biodiversidad Agrícola de Bullas. Alfonso Escudero, artista multidisciplinar, crea una instalación, *Scort Service*, en la muralla de Verónicas, donde a través de vallas y carteles publicitarios, hojas de buzoneo y anuncios de contactos, el propio artista se ofrece como producto de mercado. Carteles para anunciar en octubre la 25 Feria del Libro de Cartagena; un cartel onírico en el que vuelan los libros, como pájaros blancos, sobre las cúpulas de la ciudad. Con carteles se apoya en noviembre la campaña *Todos necesitamos un maestro*, acogida al lema «Enseñamos a ser personas»; carteles divididos en dos campos, una parte inferior a un color con textos calados y una superior con la foto de diferentes profesionales; un tipo de propuesta gráfica habitual y muy común y recurrente en campañas diferentes. En noviembre Murcia se empapeló con carteles que reproducen una foto de la joven artista murciana Maite Gómez Macanás para salvarla de tener que abandonar Operación Triunfo.

Con carteles promueve CajaMurcia el curso monográfico “La escena del crimen y la seguridad vial” a finales de enero de 2007. Se editan carteles anunciadores del ciclo Órganos Históricos, los tubos del instrumento como imagen anunciadora; un ciclo de 16 conciertos que se celebró en Ricote, Caravaca de la Cruz, Alguazas, Totana, Los Ramos, Murcia y Cartagena. Carteles para difundir la apertura y puesta en marcha de INACUA. El rostro de Carmen Conde en los carteles del ciclo que el casino de Cartagena celebra, en colaboración con la editorial Áglaya, para celebrar su centenario en enero de 2007. Una pintura, que representa a una pareja de novios, anuncia la IV edición de ExpoBoda que celebra Jumilla el 3 y 4 de febrero de 2007. Antonio Jesús Gras coordina el ciclo “Lecturas Deliciosas” de gastronomía y novela negra que se celebra en marzo, y se difunde con un atrevido cartel de Germinal: una “A” asesinando a un supuesto comensal. Ese mes se editan carteles para anunciar el Auto de las Donas, que representará la compañía Tespis; un cartel con el rostro de Cristo. Se editan carteles anunciadores –con la figura de Batman pasada por el filtro estilístico de Juan Álvarez– del Cómic Corner; jornadas que tienen lugar en la Biblioteca Regional de Murcia coordinadas por los dibujantes Juan Álvarez y Jorge Gómez. La ruta del vino de Bullas, eje de la oferta turística del municipio, se anuncia con cartelería. La Plataforma de Vecinos del Campo de Cartagena, creada para

(301) El artista multidisciplinar Domingo Llor destaca en la prensa el 21 de abril la voluntad de continuidad del festival: “La idea ha surgido como el germen de algo nuevo...” y subraya como señas del certamen “los escenarios urbanos, que se recuperan como una plataforma para la creatividad a cielo abierto”. A primeros de mayo de 2009 Cartagena presenta la cuarta edición del festival Mucho más Mayo, anunciado con un cartel que incorpora a una “M” mayúscula una serie de imágenes referidas al certamen de jóvenes talentos; un festival en el que participaron más de mil artistas en cien actividades y acogió por primera vez La Noche de los Museos, un evento publicitado con una gráfica surreal y onírica en la que distintos personajes juegan con la luna y los astros nocturnos –especialmente llamativo el cartel de 2012–, estableciendo una pauta de comunicación original y atrevida que tuvo continuidad a lo largo de los años. La cartelería de La Noche de los Museos y Mucho más Mayo estaría marcada por dos diseñadores: Kraser, que profundizó, en los distintos carteles creados para la ocasión –a veces se realizan varios carteles para cada edición–, en una sensualidad sutil, con hermosas mujeres que parecen fundirse con la noche, con texturas telúricas, en provocadoras e incitantes actitudes; carteles que muestran un profundo conocimiento de las soluciones técnicas que aportan los medios informáticos: la mujer libélula que surge del fuego y del mar en el cartel *Mucho más Mayo 2008*; la chica que pretende arrebatar la luna, sirena huida de las texturas de la pared en el cartel *La Noche de los Museos 2010*; los dominantes tonos dorados en el cartel de 2016 que anuncia el regreso del Mucho más Mayo; la joven que baila entre pájaros, fundida con el paisaje, en el *afiche Mucho más Mayo 2017*. Y Luis González Adalid, que aportó a la cartelería anunciadora de La Noche de los Museos una visión más vinculada a la identidad y al territorio desde el cartel realizado en 2013. Adalid crearía una tipografía que, como logo, o emblema identificativo, se utilizó en la gráfica posterior debida a otros autores; en la cartelería de la edición de La Noche de los Museos de 2018, un trabajo de Creativa que retomó la sensualidad de los carteles de Kraser para Mucho Más Mayo, con esa chica que nada ante la luna, en perfecto acomodo al lema impreso «*Sumérgete en la noche*»; o sobre la luna-ojo que visibiliza el perfil de la Ciudad Portuaria en el cartel de 2019.

defenderse de los posibles ruidos del aeropuerto de Corvera, cuando la infraestructura se ponga en marcha, edita pliegos acogidos al lema «*Existe*». A finales de marzo se han editado, por parte de CROEM, anunciadores de las jornadas sobre Crecimiento Sostenible y Desarrollo Regional que Murcia celebrará el 19 de abril en el Auditorio y Centro de Congresos; un cartel horizontal con diversas fotos que recogen distintos sectores productivos de la región: agua, agricultura, tecnología... Con apoyo del Ayuntamiento de Cartagena, en abril, se edita el cartel *Colegas, juntos en la diversidad*. La Consejería de Trabajo y Política Social edita 3.000 carteles y 30.000 folletos para promover una campaña de ayuda y apoyo a los mayores, un cartel dividido verticalmente en dos partes, en una un cayado, en otra una chica joven y un anciano, el texto: “El principal apoyo de nuestros mayores... No estés en la parte del cayado, agradecerían que estés cerca de ellos”. Carteles para difundir la I Feria del Campo de Lorca, que tiene lugar entre el 27 y el 29 de abril. Con carteles se anuncia el Nacional Triatlón 2007 de Fuente Álamo. Blanca imprime pliegos anunciadores de su Folk Festival que tiene lugar entre finales de abril y primeros de mayo. Mazarrón edita carteles para difundir la I Carrera Intercultural de Empresas y Cooperativas Agrarias; en la imagen del cartel un grupo de corredores, sin rasgos identificativos compiten sobre una plantación agrícola. El 4 de mayo de 2007 ya se ha publicado el cartel de la película *Cuatro Esquinas* que piensa rodarse en junio y estrenarse en marzo de 2008: la vista general de la ciudad de Murcia y, al fondo, la torre de la Catedral. Se anuncia con carteles la tarjeta Murcia Total, una iniciativa del Ayuntamiento de Murcia para que los jóvenes asistan a espectáculos y competiciones deportivas con hasta el 60% de descuento. A mediados de mayo el Ayuntamiento de las Torres de Cotillas obsequia a sus vecinos con carteles que recogen fotos, imágenes, personajes... la historia de la localidad a través de fotos de época. El 20 de mayo se hace público que el diseñador José Luis Montero, de la Agencia Tropa, ha sido designado para diseñar el museo que el Real Murcia tendrá de cara a la celebración de su centenario –el Club Real Murcia lucirá además, en impresos, camisetas y otros gadgets, nuevo logotipo, con diseño al cuidado de Montero– conmemorativo del evento; Montero, que ya ha realizado otros proyectos museísticos y expositivos –gráfica incluida–, piensa utilizar fotografías antiguas, videos del NODO y Televisión Española, y archivos sonoros, además de otras fuentes documentales impresas... La Consejería de Medio Ambiente y ANSE editan carteles con la declaración del *paiño* como ave del año. En junio se editan *afiches* para difundir la I Muestra de Teatro Especial de la Región de Murcia; un certamen creado en El Palmar para fomentar la participación activa de personas con discapacidad. Con carteles a dos tintas –azul para los fondos y negro para la reproducción de un dibujo de Gaya– se anuncia “Un verano de museo”; una serie de actividades que tendrán lugar en el Museo Ramón Gaya a lo largo de los meses de verano de 2007. Carteles de apoyo, en septiembre, al “Proyecto nutria”. Un atrevido *afiche*: *Échale pelotas*, que muestra a un hombre desnudo sosteniendo una raqueta de tenis, pretendía servir a la Mancomunidad de Servicios Sociales de la Comarca del Noroeste, que pegó 4.000 ejemplares en la zona, para apoyar el voluntariado. Con carteles anunció Cartagena el Festival de Canción Española Molino Derribao, que se celebró a mediados de agosto de 2007. Alberto Corazón aportó la imagen gráfica, unas formas abstractas, al ciclo de conferencias “La nueva torre de babel”, de 2007, auspiciada por CajaMurcia a primeros de octubre. El “Zarangollo joven”, una feria que organiza en octubre el Consejo Local de la Juventud y la Concejalía de Juventud y Empleo del Ayuntamiento de Murcia, y consta de un rastrillo, talleres y música, en la Plaza de Santo Domingo, se anuncia con cartelería. Carteles, que difunde el Ayuntamiento de Murcia para indicar el horario permitido para depositar la basura en el contenedor, carteles que muestran con iconos el proceder cívico de los ciudadanos. La policía local del Ayuntamiento de Archena anima desde los carteles: Un joven en moto colocándose el casco, el uso de este vital elemento de seguridad vial bajo el lema «yo... me lo pongo». Un limón con bombín referencia visual, en folletos y carteles, de las II Jornadas Gastronómicas Murcianas de la World Travel Market que se celebra en Londres en noviembre. El cartel *Lectura*, que anuncia La 26 Feria del Libro de Cartagena representa personajes que parecen salir o entrar a las páginas de un libro, construcciones fotográficas en la línea del surrealismo y el gusto por lo onírico. El 6 de diciembre aparece en la prensa la campaña *Los reyes de la navidad*; distintos gadgets, folletos, banderolas, *muppys*⁽³⁰²⁾ y carteles, que ha diseñado Contraplano para promover los productos con

(302) El 28 de julio ya era conocido por la opinión pública que los nuevos soportes para carteles urbanos, marquesinas, incluso aseos públicos, instalados en las calles de la ciudad y las pedanías, adjudicados a la empresa Mobiliario Urbano S.A. los ha diseñado el prestigioso arquitecto Norman Foster.



(Fig. 389) Contraplano. *Los Reyes de la Navidad*.

certificado de calidad de la Región de Murcia; los tres Reyes Magos, cuyos rostros y coronas (Fig. 389) se han construido a la manera del renacentista Giuseppe Arcimboldo con distintos productos murcianos: frutas, vino, verduras... El paraninfo de la Universidad de Murcia organiza en diciembre, junto al Partido Comunista de la Región de Murcia y la Fundación de Investigaciones Marxistas, una exposición sobre el Treinta Aniversario de la legalización del Partido Comunista, con reproducciones de la prensa del momento y otros materiales impresos, carteles, pancartas... Para celebrar los 40 años del TEU se representa una lectura escenificada, los días 17, 18 y 19 de diciembre, en la Sala Isidoro Máiquez, de *Farsa y Licencia de la Reina Castiza* de Valle-Inclán que retoma la gráfica realizada por Párraga en 1967: un collage que juega con la cara del dramaturgo.

El CAES (Centro de Artes Escénicas de Torre Pacheco) anuncia en 2008, con carteles diseñados por Pedro Cuenca para Krealia Comunicación, su programación de música y teatro de la temporada: Sorprendente imagen de un personaje al amparo de un paraguas. En enero el Ayuntamiento de Murcia coloca en 53 *muppys* la campaña *Come sano, muévete, diviértete... saldrás ganando* que pretende potenciar la actividad física y prevenir el tabaquismo, la obesidad y el sedentarismo; una campaña gráfica basada en ilustraciones que podrían haber formado parte de un cómic. Con divertidos carteles se anuncia, en enero de 2008, la 5ª Muestra ExpoBoda que celebra Jumilla a finales de mes. La Torre del Espolón protagoniza el cartel de Lorca en FITUR. En febrero, la Final Regional de Ajedrez que se celebra en Abarán, el día 16, se publicita con carteles. Un cartel, editado por DN (Democracia Nacional) en febrero, que presenta tres ovejas blancas sobre una bandera de España increpando a una oveja negra sacándola de la enseña nacional y el lema «¡compórtate o lárgate. Contra los altos índices de delincuencia extranjera», motivo protestas y la convocatoria por parte de ATIME de una manifestación contra la xenofobia. Todo Corazón edita carteles para celebrar el día de las cardiopatías. Paparajote diseña la gráfica de la Biblioteca Regional; un divertido juego que tiene en el lettering la base conceptual del diseño del programa, una serie de trípticos de 16,5x16,5 cm, acogidos a "Biblioteca Regional. Bibliotecas de la Región de Murcia" y que aquí es absolutamente procedente. Carteles de Kraser para anunciar el Premio Mandarache a los jóvenes lectores de Cartagena 2007-2008 –jóvenes que, en número de dos mil, distribuidos en 323 comités de lectura, forman el jurado del certamen y habrán de elegir una de las tres novelas seleccionadas para esta edición–; magníficos pliegos basados en la foto en negro de una ormanentada mano, con bisutería y textos, con manchas que semejan escarificaciones y tatuajes, y un texto en rojo con el lema «Somos tribu. Cazadores de sueños» (Fig. 390); un texto que finaliza con un apremiante "Tú lees, tú decides" que será habitual en los sucesivos carteles anunciadores del evento⁽³⁰³⁾. Con carteles se anuncia la gira de la Orquesta de Jóvenes por Bratislava y Viena que comienza el día 19 de marzo. El XIV



(Fig. 390) Kraser. *Somos tribu. Cazadores de sueños*. Cartagena. 2007/2008.

(303) Los sucesivos carteles anunciadores del Premio Mandarache conjugaron en su diseño la imagen de personajes, o partes del cuerpo tatuados con textos o frases, que activaban un cierto gusto literario a través de los lemas –el de Mandarache 2009 fue «*Animales de palabra*», el de 2010 «*La era de los lectores*»–; textos o fragmentos de texto, como parte consustancial del cartel; desde los primeros *afiches* creados por Kraser a los más recientes. El cartel *Mandarache 2018* lo compuso Salvador Roldán: una pareja que se abraza, manos y rostros sustituidos por trozos de páginas de libros y un lema a propósito: «*Amor libro*».

Certamen de Calidad de los Vinos de Jumilla, a celebrar en Albacete el 3 y 4 de abril, es anunciado con cartelería. Algunos bares de Cartagena para evitar que sus clientes marchen a Murcia con motivo del Entierro de la Sardina anuncian en marzo, con carteles, el evento: "El entierro del boquerón". Alguazas editó anunciadores para fomentar el reciclaje y el cuidado de parques y jardines de la localidad. La fotografía del planeta, que parece llorar o destilar agua, es la imagen del cartel anunciador de las jornadas "Afrontar el desafío de la escasez del agua y la sequía", a celebrar el 3 de abril. En Lorca, de abril a julio, tiene lugar el certamen Todo Arte 2008; con un festival de teatro de calle, Teasol, anunciado con carteles, que se celebró entre el 10 y el 20 de abril. Los encuentros culturales de los barrios murcianos El Carmen-La Paz, de abril, se anuncian con carteles. Expoflor-Murcia 2008 se anuncia con el recurrente cartel que reproduce un elemento floral. El Conservatorio Profesional de Danza y el Ayuntamiento de Murcia editan carteles para difundir las actividades del Día Mundial de la Danza: un personaje anónimo, tratado como un rayograma, ejecuta un movimiento de danza saludatorio. Con carteles –de nuevo personajes al amparo del paraguas– anuncia en mayo Torre Pacheco una semana dedicada al teatro local y nacional. El Ayuntamiento de Mazarrón edita carteles para apoyar la campaña dirigida a saber cuales son las iniquidades de los jóvenes: *Y tú qué quieres*. Carteles anunciadores en Lorca, en mayo, de la I Feria de Salud Lorca-Saludable, unas manzanas pretenden establecer la llamada de atención. La Consejería de Sanidad presenta en mayo el concurso "Déjalo y gana 2008", que pretende compensar a los fumadores capaces de superar su adicción al tabaco; un programa que contó para su difusión con un cartel y una gráfica centrada en una viñeta de Forges. El 4º Congreso de Diseño e Innovación del Mueble y la Madera, a celebrar en Murcia, en el Auditorio y Centro de Congresos Víctor Villegas el 5 de junio, se anuncia con carteles cuya imagen es un objeto lineal abstracto susceptible de constituir un objeto tridimensional. Con dibujos de objetos y personajes, sintetizados como iconos anunciaba la Oficina de Turismo Joven, dependiente del Instituto de la Juventud de la Región de Murcia, su carné joven y otras actividades culturales y de ocio. Con carteles –que edita y produce ADC Alternativas de Comunicación– se anuncia el Festival Belluga que tiene lugar en la ciudad de Murcia en julio. Se editaron carteles, con el lema «¿Tienes un superdotado cerca?», destinados a difundir las jornadas tendentes a formar a los tutores y profesores de alumnos/as con altas capacidades. Se editan carteles, con 8 rostros anónimos, animando a fomentar la solidaridad bajo el eslogan «cambiando realidades». Un cartel, con un fragmento del rostro de Einstein y el lema «Descubrirás la otra cara de los científicos», sirvió para difundir en junio la participación de la Universidad de Murcia en la "Noche de los investigadores" que se celebra en septiembre. En Águilas se editan carteles para ayudar a que los fumadores cambien el cigarro por el deporte, una campaña con aire de viñeta y gag de cómic acogida al lema «apaga... y vámonos» que Arterisco gestionó en medios impresos. Con carteles celebra Lorca el 25 Aniversario de su Feria de Artesanía: dos manos colocan en la imagen del cartel el 2 y la "e". Anunciadores para promocionar el III Cortomaratón que organiza Bullas a finales de septiembre; de una zapatilla de deporte sale una cámara de filmar, un montaje de ambos objetos compone la foto del cartel. Carteles que alertan de las más de 10.000 personas que padecen alzheimer en la región. La Universidad de Murcia pone en manos de OI una ingeniosa campaña de publicidad basada en divertidas frases-pretextos: "mi hermano me ha dicho que mi ordenador tiene un virus, estará constipado...", que manifiestan anónimos alumnos, para fomentar el uso del correo electrónico y ahorrar papel, al sustituir otras vías de comunicación como carteles y folletos; una curiosidad que la campaña recurra, para darse a conocer, a aquello que pretende eliminar. Se editan carteles por parte de la Concejalía de Salud Pública de Murcia que animan a andar cuatro días a la semana durante 40 minutos, en el cartel el detalle de dos piernas en actitud de caminar y el eslogan «Da el primer paso cuida tu salud». La XXVII edición de la Feria del Libro de Cartagena 2008, a celebrar a finales de octubre, se presenta con unos carteles creados a partir de una sopa de letras que deja aflorar el lema: «El juego de leer». Con una imagen gráfica, que propone vestir a un chico y una chica con diferentes prendas de ropa y complementos, tal que antiguos recortables, se anuncia "Murcia outlet'08" a celebrar en la capital de la provincia entre el 16 y el 19 de octubre. Se editan carteles de aire abstracto que vierten colores en una cubertería formada por un cuchillo, una cuchara y un tenedor, para anunciar los Terceros Encuentros de Cocina Profesional Murcia Turística, a celebrar en el Centro de Cualifica-

ción Turística entre el 20 de octubre y el 1 de noviembre de 2008. En octubre de 2008 se celebra en Murcia el 8º Día del Artesano, anunciado con atrevidos carteles que muestran a un hombre desnudo sosteniendo el logotipo de los centros de artesanía como si se tratara de una etérea escultura tridimensional. Una gráfica fresca y divertida, una ilustración que recoge actividades deportivas, música, talleres y ocio, anuncia “Zarangollo joven”, en octubre de 2008, que celebra la ciudad de Murcia. Se editan carteles para anunciar el congreso “El flamenco y los medios de comunicación”, celebrado en Torre Pacheco ese mismo mes. El congreso internacional “Diálogo intercultural” que se piensa celebrar en Murcia del 22 al 24 de octubre, se anuncia con carteles; un cartel extraño, pues la figura que anuncia el evento es un muñeco de madera de los utilizados como modelo de dibujo o figurín. Un clarinete imagen de los carteles del XVIII Certamen Nacional de Bandas de Música Ciudad de Murcia, que se celebra en noviembre.

En Cehegín se imprimen carteles para anunciar la ruta de la tapa en enero de 2009. El 2º Congreso Internacional de Directores, Consultores de Comercio Exterior y Técnicos de Exportación, que tiene lugar en San Javier el 29 y 30 de enero se anuncia con un cartel que representa cuatro figuras, cuatro sombras trajeadas, que desde el mapa patrio parecen extenderse por el mundo. El Ayuntamiento de Lorca en colaboración con la Obra Social de CajaMadrid organiza un ciclo de conciertos étnicos, a celebrar el 6 de febrero, anunciado con carteles que se ajustan a los modelos gráficos de la imagen corporativa de dicha entidad. Con carteles se anuncia un Congreso de Arqueología Judía Medieval en la Península que celebrará el Museo Arqueológico de Murcia a finales de febrero. A caballo entre final de febrero y primeros de marzo tiene lugar en San Pedro del Pinatar, organizado por la Asociación de Amigos del Cine de San Pedro del Pinatar, una exposición que repasa la historia del cine a través de más de 200 carteles y programas de mano, que provienen de las sesiones programadas por los cines de San Pedro: el cine Castelar –nombre que recibió originalmente el cine Moderno– y el desaparecido Teatro Principal. Con carteles de Martínez Mengual, que edita la Obra Social de CajaMurcia, se anuncian las jornadas “Estrés en Tiempo de Crisis”, celebradas en el Centro Cultural Las Claras entre el 9 y el 11 de marzo. ADAER edita carteles en marzo bajo el eslogan «*No te quemes*», en alusión al “burnout” o síndrome del profesional quemado, en referencia al desgaste de los sanitarios que trabajan con enfermos crónicos. Publicidad Líquida obtiene en 2009 el premio Estrellas del Marketing por la gráfica y la campaña de imagen del restaurante Estudio. El Instituto de Salud Laboral edita una serie de carteles para prevenir el estrés laboral; la campaña la realiza Contraplano⁽³⁰⁴⁾: un personaje, payaso estresado, en distintas situaciones y con el lema «*Si en el trabajo se está mal se hara mal*». Dos manos unidas base del cartel de la segunda edición de Entreculturas, Salón para la Integración y la Cooperación que celebra IFEPA entre el 24 y el 26 de abril de 2009. La III Semana de la Salud y la Alimentación Ecológica, que celebra Murcia en abril, se anuncia con carteles. Una mano abierta, blanca, es la imagen gráfica de la campaña *Manos limpias Salvan vidas* que pone en marcha la Consejería de Sanidad en mayo. Con carteles se anuncia una campaña para prevenir la agresión a sanitarios en la región bajo el lema «*La agresión no es solución*». Carteles para alertar contra la llegada de medusas a las playas murcianas editados por la Delegación de Gobierno. Sanidad edita cartelería para prevenir contra los espacios con humo de tabaco, sujeto al texto “*Activemos los espacios libres de tabaco*”. Carteles, difundidos con antelación suficiente, para anunciar la Semana Grande de CajaMurcia. La campaña *Murcia te necesita*, que pone en marcha el Ayuntamiento de Murcia, para celebrar el 5 de junio el Día Mundial del Medio Ambiente y apoyar la lucha contra el cambio climático, se basó en el color verde y los dibujos que recrean unos personajes de cómic: *los superverdes*, creados para lanzar desde los carteles sus mensajes para proteger el medio ambiente. El Espacio AV, como se señaló en el capítulo 8, celebra en junio una exposición homenaje: “25 Aniversario de la creación del grupo Continuum Afectivo” por Francisco Alcázar –en 2009 aún pervivía de plena actualidad el logotipo creado por Alcázar para la productora audiovisual, puesta en marcha por Carlos Belmonte, AcciónVisual, un divertido e inquieto insecto-ojo– y Antonio García Jiménez. El pintor Víctor Rosique crea el cartel *Memorial Mariano Rojas XIV Edición*, que anuncia la carrera ciclista Murcia-Cieza del 9 de junio. Carteles para difundir Cartagena en Clave, un festival que celebra en julio su XII edición en la Ciudad Portuaria. Los Alcázares anuncia su propuesta de actividades “*Muévete verano 09*” con un cartel que recurre a la imagen de Mafalda. Luis González Adalid dirige la segunda edición de

(304) En 2009 Contraplano cumple 25 años, desde que Joaquín García Abellán, Chipola, crease en el verano de 1984 la agencia que él mismo ha liderado hasta este momento. Ubicada en el número 7 de la calle Osa Mayor de Murcia, cuenta con un estudio multidisciplinar de una veintena de trabajadores, agrupado en los departamentos de cuentas, creatividad, textos, diseño gráfico, multimedia, audiovisual, gestión de medios, investigación y marketing promocional, coordinados por dos directores de arte: Inma Fernández y Antonio González. Desde aquel cartel, creado por la agencia para el Festival de Teatro de Molina, Contraplano ha sido artífice de innumerables y excelentes campañas publicitarias. Para celebrar su trayectoria Contraplano lanzó, a través de internet, videos protagonizados por el actor Pepín Tre interpretando productos y personajes que se habían servido de la agencia de Chipola para darse a conocer, y un extenso catálogo con el que la empresa de comunicación recoge y repasa su trayectoria. Contraplano está, en 2009, centrada en ser competitiva en el ámbito digital; como ejemplo, las seis paginas webs con las que el estudio se presenta a sus clientes, una para cada opción estética que el internauta prefiera elegir –una de ellas de corte ochentero y psicodélico, en homenaje a la época en que fue creado el estudio de publicidad; tal como aparece en *La Opinión* el 1 de abril de 2009–. Dos años después las cosas parecen haber cambiado sustancialmente. El 7 de octubre de 2011 *La Verdad* entrevista a García Abellán que comunica que Contraplano entra en concurso de acreedores y anuncia el cierre; Chipola matiza: “*siempre hemos sido una agencia muy creativa, que ha innovado en muchos aspectos, con campañas aéreas, por internet... y ahora no hay espacio para este tipo de trabajos*”. Explica que llegó a contar con 24 profesionales en el estudio y “*doce mesas de diseño, con otros tantos ordenadores, preparadas para doce dibujantes y ahora, con el ADSL, tienes en internet todos los dibujantes que quieras*”. Remata luego: “*Todo esto se ha precarizado mucho. Hay gente ofreciendo su trabajo por libre a través de internet. Ahora ya no es posible hacer muchos de los trabajos que hemos realizado a lo largo de todos estos años*”. Los cambios en la forma de negocio, y la escasa facturación de las empresas en publicidad, por culpa de la crisis, han acabado contribuyendo a firmar la sentencia de muerte de Contraplano, una empresa emblemática en el mundo publicitario regional.

los talleres de Creación Gráfica y Digital que se celebran en Cartagena. Puerto Lumbreras edita carteles para anunciar la Feria del Motor 2009, que tiene lugar en septiembre. Para captar abonados el Cartagena recurre, en los iconoclastas carteles editados al efecto, a la imagen del padre Turpín, capellán del club, tocado con la bufanda albinegra que eleva unas botas de fútbol bajo el lema: «*Bienaventurados los que creen... ...somos la "ostia"*». En septiembre el Club Deportivo de Vistalegre-Murcia edita carteles para prevenir la gripe A/H1N1. La Dirección Regional de la Juventud edita, en septiembre, carteles para difundir un programa que pretende hacer llegar a los jóvenes todas las actividades que les puedan interesar a lo largo del curso disponibles en la Comunidad Autónoma; el eslogan: «*Se busca corresponsal*», chico y chica jóvenes, sin rostro, dispuestos a realizar labores como difusores de actividades. Se editan los anunciadores del Festival de Música de Raíz, de septiembre, en Murcia. Carteles, fragmento de un rostro maquillándose los ojos, para anunciar la programación de teatro de San Pedro del Pinatar. Una imagen de Benedicto XVI cartel del Año Santo Jubilar 2010 de Caravaca, que se presenta el 30 de septiembre de 2009. De nuevo el juego de un recortable antiguo, que propone vestir distintos personajes, usado como cartel *Murcia outlet09* en octubre. La 28ª Feria del Libro de Cartagena, del 21 al 25 de octubre, se anuncia con carteles, que mantienen el espíritu surreal y poético de los *afiches* anteriores, y muestran las páginas de un libro abierto del que salen mariposas, historias y aventuras; el lema: «*La lectura tu mejor aventura*». Una bicicleta y un lazo rosa en el cartel anunciador *Pedalea contra el cáncer de mama*, actividad que se celebra en Murcia el 18 de octubre. La asociación Dacemur (Daño Cerebral Adquirido de la Región de Murcia) edita carteles para dar a conocer la enfermedad y recaudar fondos. La 24 edición de la Feria Regional del Libro, de octubre, se anuncia en Murcia con unos divertidos carteles que representan la evolución de la especie, del simio al homo sapiens que sostiene en sus manos una pila de libros tras colocarse erguido y agarrar antes un palo y una piedra; figuras de una evolución interpretadas y construidas con letras; una feria dedicada a Darwin. Carteles para prevenir la gripe A y animar a la vacunación. Una acuarela de Zacarías Cerezo, editada por la ciudad italiana de Santa María Capua Vetere, motivo del cartel que hermana dicha ciudad con Murcia, al haber sido lugar de nacimiento de Nicolás Salzillo; Cerezo fue el descubridor en 2006 de la partida de nacimiento en dicha ciudad del padre de Salzillo. Carteles para anunciar el Primer Salón del Manga, que celebra la ciudad en noviembre, con los identificables dibujos de las series japonesas y un eslogan divertido: «*Murcia se remanga*». La Asamblea Local de Cruz Roja La Unión edita carteles que celebran el Centenario de su fundación. Cartel, de composición tipográfica, anuncia el ciclo de opera que celebra el Auditorio entre diciembre 2009 y mayo 2010. Anunciadores del concierto del 28 de diciembre, en la Sala Miguel Ángel Clares del Cuarteto Saravasti. Activa reivindica con carteles ayudas para las embarazadas bajo el lema «*Déjame crecer*».

Las manos de un director de orquesta dirigiendo líneas y volutas anunciaron en octubre la XIII Edición cartagenera de Entre Cuerdas y Metales. Ekipo crea la gráfica *Espacios Sonoros 2009-2010*, un proyecto extendido a 2011. El Centro Comercial Thader edita carteles anunciadores de la 1ª Exhibición Femenina de Capoeira a celebrar a finales de enero de 2010. Una pintura de Víctor Rosique –que ya había realizado el cartel del 25 Aniversario de la Vuelta Ciclista a la Región– ilustra en febrero el cartel de la trigésima edición de la carrera. La niña Gloria Lapeña gana en marzo el concurso de carteles sobre la Semana Mundial del Cerebro. En abril se anuncia con carteles la XI Semana de la Guitarra de Cartagena. Carteles para anunciar la Fiesta de la Cerveza de mayo en Alcantarilla. Carteles en Lorca anunciadores de un “Verano de Cine 2010”. En junio se editan carteles anunciadores del Ciclo Grandes Conciertos 2010/2011. El 11 de julio en Cartagena tiene lugar una travesía solidaria en favor de los afectados por esclerosis múltiple anunciada con un cartel de Kukuxumuxu. El Real Murcia presenta el 14 de julio la imagen y la cartelería de la campaña de la nueva temporada 2010-2011, creada por Diego Pérez: *Saca tu murcianismo*; una campaña inspirada en Supermán; el aficionado que abre su camisa y deja ver la camiseta con los colores y el escudo del Murcia⁽³⁰⁵⁾. Coloridos carteles, que parecen recoger los reflejos de un arco iris, para anunciar la primera edición de Flipa en Colores.com que celebra Totana en julio. Carteles para anunciar la Feria de la Cerveza de Calasparra de julio. El Ayuntamiento de Lorca edita en agosto carteles del IX Programa de Educación Afectivo-sexual. Pedro Manzano diseña la gráfica del programa “Acogimiento Familiar (familias canguro)”. Carteles anunciadores del Festival de Folklore Virgen de las

(305) Un cartel que parece inspirado en los superhéroes de Marvel o, específicamente, en el primer superhéroe de todos los tiempos, Supermán, creado en 1933 por Jerry Siegel y Joe Shuster, y cuya primera aventura se publicó en *Actions Comics* en 1938. Esa famosa viñeta de Supermán, mudando su apariencia de periodista anodino por la de superhéroe aventurero, fue tema recurrente en la publicidad; el Centro Comercial Atalayas recurrió a ella en sus planas y carteles para anunciar San Valentín el 14 de febrero de 2011, sustituyendo la “S” por un corazón –además de la campaña del Real Murcia ya era conocida la original campaña a la reelección del candidato del PSC a la Generalitat, José Montilla, presentada el 14 de octubre de 2010, Montilla se abre la camisa para que podamos conocer al *l'increible home normal*–. Campañas de idéntica apariencia a la editada varios años después para la publicidad del Ayuntamiento de Murcia, encaminada a pedir colaboración para mejorar los servicios al ciudadano bajo el lema «*Supervisión. Nos ayuda a ser más grandes*».

Huertas de Lorca. María José Navarro Balibrea diseña el cartel 8ª Muestra del Vino y la Alimentación de la Región de Murcia, a celebrar del 2 al 13 de septiembre; la diseñadora, licenciada en Bellas Artes, vinculada más de 20 años a la empresa de artes gráficas Novograf, pretendía huir de los habituales bodegones y crear un cartel impactante, que basó en el contraste del negro del fondo y el rojo del líquido derramándose en la copa. Pedro Gris, perteneciente al Consejo de la Juventud de Lorca diseña el nuevo logotipo del Consejo. Se edita en octubre el cartel *Zona Joven 2010*, XI Feria Regional de Participación Juvenil que se celebra en Caravaca de la Cruz. Las IX Jornadas de las Artes Escénicas en la Región de Murcia, de noviembre 2010, se anuncian con un personaje, un ejecutivo cuya cabeza se ha sustituido por la de un cabezudo de cartón piedra, una sugerente foto realizada por Joaquín Clares (Fig. 391). Ese mes David Belando resulta ganador en el concurso organizado por la EPT, con García Abril en el jurado, para elegir mascota para el Tranvía de Murcia. CajaMadrid y el Ayuntamiento de Jumilla organizan en la localidad una exposición de carteles: "Planeta sano", sobre temas medioambientales. La maratón de 7 de noviembre de San Javier se anuncia con cartelería. La agencia de comunicación Portavoz cumple en noviembre de 2010 15 años, lanzando una campaña propia: *15Añeros* que incluye una novedosa acción de street marketing realizando un graffiti en el que imprimir su lema de aniversario; Portavoz cuenta con 130 clientes, ha realizado más de 80 spots de cine y televisión, obtenido 35 premios por sus propuestas publicitarias, y en su estudio, organizado en 6 departamentos, trabajan 20 profesionales⁽³⁰⁶⁾. Ceutí edita carteles anunciadores del II Festival de Cine de Terror. Se anuncia con carteles el II Encuentro de Cuadrillas y Auroros de Santomera. Play of Life organiza el I Trofeo Benéfico de Golf, para recaudar fondos a beneficio de la planta de oncología de la Arrixaca, anunciado con carteles.

...Cientos de carteles –muchas veces anónimos; lo que se irá convirtiendo en normal en los pliegos editados; y en bastantes campañas publicitarias, que no indican su autoría–, de variados estilos y procedimientos, que han dejado patentes las inquietudes, los intereses de una década.

Es interesante repasar la renovación de logotipos y marcas corporativas, sobre todo institucionales, que se implementaron en la región a lo largo del periodo 2000-2010.

El 6 de mayo de 2000 la prensa reproduce el nuevo logotipo turístico de la ciudad de Murcia. La ganadora del concurso convocado por el Ayuntamiento ha sido Elvira Cánovas, que había estudiado publicidad en Madrid. El logo, competidor con otros 14 diseños, tiene como elemento central la "M" de Murcia, la silueta de la torre de la Catedral, cruzada por una palmera, y el sol; simboliza, según su autora, un municipio vivo y dinámico, y la torre, hueca, está concebida como un arco de triunfo que da la bienvenida e invita a recorrer la ciudad. Coloridos motivos, en azul granate, amarillo y verde, apoyados en la palabra Murcia trazada a mano. Un trabajo por el que su autora cobró 900.000 pesetas. En septiembre aun no se había incluido el nuevo logo en la cartelería septembrina. En enero de 2001 la Concejalía de Turismo del Ayuntamiento de Murcia tiene previsto repartir en FITUR 3.000 camisetas con el reciente logo, 5.000 carteles temáticos, otros gadgets y un CD con 1.500 fotos que recogen imágenes significativas del municipio y sus fiestas (como vemos lo digital ha comenzado a suplir el material impreso en papel). Un logotipo que, con ligeras modificaciones tipográficas, serviría en 2002 para promocionar el Plan de Dinamización Turística de la zona del Valle; en 2011 se convirtió en *Murcia 365* con un elemento numérico añadido que pretendía servir para vender el turismo de la ciudad todo el año; y en 2013 se incluyó en la campaña turística que promocionó el municipio, su historia, su patrimonio arqueológico y sus museos.

Este tipo de modelo de logo institucional, de imagen de marca corporativa, resultaría muy habitual y recurrente en la época, sobre todo en lo que se refiere al turismo y los festejos, imponiéndose, como complemento del escudo y emblema oficial. Logotipos de estilo amable y lúdico, basados en trazos y líneas coloristas que incorporan elementos arquitectónicos o simbólicos propios de la localidad. Y es que con el nuevo siglo muchos municipios y comarcas se agruparon en mancomunidades para promocionarse de forma conjunta, abaratando costos y generando una imagen de marca unitaria, sólida y coherente, de cara al turismo; mientras que otros lo harían en solitario como refuerzo de su propia identidad local. Veamos algunos ejemplos: En el 2000 Aledo, Alhama, Pliego, Totana y Mula, estudian constituir la Mancomunidad de Servicios Turísticos de Sierra Espuña, para abordar conjuntamente la promoción de sus posibilidades turísticas vinculadas



(Fig. 391) Joaquín Clares. IX Jornadas de las Artes Escénicas en la Región de Murcia. 2010.

(306) Entre las campañas de comunicación realizadas por Portavoz –que había impreso en Novograf en 1996 el cartel *XI Bienal de Artes Plásticas* bajo el lema «*Epúr si muove*»– destacaremos las concebidas en 2006, 2009 y posteriormente la de 2012. Portavoz planteó, como imagen del Salón Inmobiliario de la Región de Murcia, SIRMU, que celebra Torre Pacheco a primeros de octubre de 2006, un desnudo femenino, una Eva experta en paraísos, que harta del campo anhela un piso en el centro urbano. Y, más reciente, la planteada para Cespa y el Ayuntamiento de Murcia en 2009, *Yo soy Murcia*, que pretende concienciar sobre reciclaje y limpieza de la ciudad –todo un ejemplo de excelencia publicitaria–; la "M", transformada en un corazón blanco sobre fondo rojo, aparece impresa en una chapa que llevan colocada personajes de distinto sexo y edad que explican, en primer plano, la importancia y el compromiso de mantener limpia Murcia; una campaña que se difundió en distintos idiomas entre población extranjera; y parece inspiradora de la realizada en 2018 por Sublima Comunicación para las Fiestas de Primavera, ahora sustituyendo el pin-corazón de la "M" por una chapa-logo ilustrada con un clavel. En 2012 Portavoz sumó a artistas, deportistas, actores, investigadores... a la campaña *Hermanos*, planteada para captar fondos para Cáritas a través de una tarjeta de crédito solidaria vinculada a Mastercard.

a Sierra Espuña; comenzando las iniciativas con la búsqueda de una imagen corporativa que identificara la mancomunidad que contó con 6.000.000 de pesetas como apoyo económico de la Consejería de Turismo; en 2003 AGDiseño aplicaba la marca en una publicación, la *Guía Turística de Espuña* y las poblaciones que constituyen la comarca, con formato revista. El 14 de junio de 2001 se hace público el nuevo logotipo que promocionará el Valle de Ricote; está basado en una "R", que remata en palmera, resuelta gráficamente con el color azul por el río, el verde que alude a la riqueza vegetal y los cultivos, el amarillo por el sol y el naranja por la tierra de la zona; es un proyecto de dinamización del *valle* que incluye a Ricote, Blanca, Abarán, Ojós, Ulea, Archena y Villanueva del Segura, y contó con un presupuesto de 225 millones de pesetas; siendo la empresa encargada de aplicar el logotipo en las señalizaciones Através Comunicación. Un cartel con enramada frutal, pintada por Pedro Cano, anunciará y difundirá en 2002 el Valle de Ricote; una campaña que responde al lema «*desconecta y cuídate*» para promover el turismo rural y termal⁽³⁰⁷⁾. Para despertar el interés por este enclave del interior de la región, desde 2002 se celebraba el Congreso Internacional del Valle de Ricote, anunciado en su cuarta edición de 2007 con un cartel que recoge el dibujo de unas hojas de palma; hojas de palma que configurarían, en los carteles verticales de Luis Fernández, el motivo genérico anunciador del Valle. Mazarrón presenta en FITUR, en 2002, folletos y carteles con el nuevo logotipo que incluye el barco fenicio, encontrado en la playa de la Isla, como parte del anagrama. En junio de 2005 San Pedro del Pinatar utilizó como logotipo promocional un flamenco azul y naranja volando sobre el cielo; una creación de Ramón Torres para destacar el valor del Parque Regional de Las Salinas. Los valores naturales como elemento promocional del turismo. Ese mismo mes está vigente la campaña con lema y logotipo «*Posidonia oceánica un mar de vida*». El Ayuntamiento de Puerto Lumbreras contó con estilizado y colorista logotipo que referenciaba las casas cueva y la pitera como elemento característico. Incluso el Ayuntamiento de Lorca –la Torre Alfonsina encerrada en un círculo solar– y la Concejala de Cultura del Ayuntamiento de Cehegín –el perfil de la ciudad cruzado con una palmera que es, a la vez, representación de los fuegos de artificio festeros–, recurrieron a parecidos emblemas. Subrayemos que incluso el Palacio de San Esteban, sede del Gobierno Regional, contó con símbolo de similar tratamiento gráfico.

Retrotraigámonos ligeramente en el tiempo. El 1 de septiembre de 2000 se presenta a la prensa el nuevo logotipo creado por Publicidad Líquida, seleccionado entre otros diez, para promocionar el turismo regional. El consejero de Cultura y Turismo, lo calificó de creativo, colorista, moderno e innovador. La prensa sin embargo lo tildó de estar a medio camino entre lo *naïf* y lo psicodélico. *Murcia Turística* es un logo que no incluye imágenes, pues no se pretende vincular la oferta turística regional a un aspecto concreto, de ahí que no se haya pensado recurrir a un imago tipo. Un logotipo paraguas, según el consejero, capaz de albergar nuestra variada oferta turística. La palabra *Murcia* constituye el núcleo del logo, construida como un trazo colorista, como un arco iris conformado por tonos rosa y amarillos sobre el que destacan tres manchas azules, tres toques de azul que simbolizan el agua y el cielo –y acabarían sirviendo, junto a idénticos trazos tipográficos, para componer el logotipo del CCT (Centro de Cualificación Turística)–, un logotipo cálido y colorido que remite a la vitalidad y alegría con que se quiere divulgar la Región. Y bajo Murcia la palabra *turística*, el motivo por el que se ha decidido apostar con esta nueva imagen regional. El logo costó 750.000 pesetas y se espera convocar en breve un concurso, entre empresas de diseño y publicidad, para desarrollar una campaña que logre "*impacto inmediato y amplia difusión de la nueva imagen*". Campaña que se estima en unos costos próximos a los 75 millones de pesetas, y constará de la edición de folletos, carteles, vallas y anuncios en diferentes medios. Cuando se edita el manual *Normas Básicas para la Aplicación de la Marca Murcia Turística*, un simple díptico, muy alejado de aquellos otros manuales ya referenciados, se aclaran las proporciones en que debe aparecer con otros emblemas y escudos –especialmente el de la Región de Murcia–, los pantones en que debe aparecer impreso a una tinta, las versiones en negativo y positivo, incluso se hace referencia a sus aplicaciones especiales; incorporando, en el escueto manual, doce fotografías de la región realizadas por Aquiles, Juan Crespo, Ángel f. Saura, Antonio López Velasco, Carlos Moisés García y José Luis Montero. El logotipo se presenta en sociedad en el marco de unas jornadas de promoción turística que se celebran en Valladolid en noviembre, lo que permite a la directora general de Promoción Turística manifestar a la prensa: "...carteles, folletos, catálogos, exposiciones y audiovisuales. Todo

(307) En abril de 2008 se presenta el logotipo, cuatro gotas de agua de distinto grosor y colorido, con el que se pretende promocionar la oferta de aguas minero-medicinales de la región acogidas al Consorcio Villas Termiales: Archena, Fortuna, Mula y Alhama. Y tres manchas curvas, componiendo una macla, en azul, marrón y verde, con lo que semeja castillo o torre, sirvieron para la marca El Nordeste de Murcia.

ello conformó un peculiar circo publicitario en varias localizaciones vallisoletanas donde el logotipo **Murcia Turística** ocupó un lugar de preeminencia. El colorido del nuevo anagrama, muy elogiado, transmitió a la perfección la panorámica multifacética de nuestra Región a los paisanos de Miguel Delibes". El logotipo sin embargo no ha escapado a las críticas⁽³⁰⁸⁾, pues se consideró que no recogía la denominación Región de Murcia aprobada en el marco del Estatuto de Autonomía y se pretendía englobar bajo *Murcia* todas las localidades del ámbito regional con el evidente perjuicio para las mismas, máxime cuando se ha planteado que lo luzcan los jugadores del Real Murcia. El logo no sentó nada bien en Cartagena; Francisco Morales, presidente del Consorcio Turístico Cartagena Cultural, llegó a manifestar el 17 de noviembre a *La Opinión*, en "Linea abierta", que "*Cartagena no puede consentir que se nos promocione con el nombre de nuestra competencia*" y reitera que el eslogan no recoge, ni representa, la totalidad de los productos turísticos de la Comunidad. De nada sirvieron las explicaciones de la directora general, que reiteró que el logotipo-eslogan respondía a un ejercicio de síntesis publicitaria⁽³⁰⁹⁾. Es curioso como se han ido sucediendo los problemas y las críticas cada vez que se ha planteado una imagen unitaria para la promoción regional, tanto da que se refiera a carteles como a emblemas y logotipos, que sea por motivos de un festejo señalado o en referencia a la promoción turística de un territorio.

Más allá del estilo casi *naïf* e ingenuista de los logos señalados, en la Región de Murcia proliferaron otras *maneras* en la construcción de las marcas promocionales apoyadas desde las instituciones. Pues parece que casi la totalidad de ayuntamientos murcianos se vieran impelidos a acometer sus propias campañas de promoción turística, sus propias iniciativas, de forma mancomunada o unitaria, y se vieron impulsados a plantear la renovación de marcas, logotipos, y soportes publicitarios. La Concejalía de Turismo de Águilas edita, en el 2000, 10.000 carteles con las imágenes de la Isla del Fraile y Cuatro Calas para promocionar el turismo –dos años después una "á" acentuada constituyó el logotipo de la *Feria acentos* que celebra Águilas en agosto; y en noviembre de 2007 se celebraría el I Congreso Nacional de Turismo Ciudad de Águilas anunciado con coloristas y divertidos carteles–. Se editan en el 2000 salvamanteles y jarras diseñadas por Martínez Mengual, y carteles y folletos diseñados por Tropa, para presentar Murcia en la EXPO de Hannover. Ese año Contraplano diseña la gráfica de "Lorca Turismo Global". El 20 de junio de 2001 se presenta a la prensa la campaña turística *Bravo Murcia*, con la imagen de un velero en el Mar Menor, con ella se pretende promocionar Murcia en Suecia y Alemania, dentro de la promoción "Bravo España" que realiza TurEspaña. El 7 de septiembre del mismo año se presenta en la prensa el logotipo "Aeropuertos de la Región de Murcia"; la estela de un avión sobre un triángulo azul que representa el cielo y un ángulo turquesa que hace referencia al mar –más de seis años después el consejero de Obras Públicas de la Región de Murcia presenta, en enero de 2008, en FITUR, el Aeropuerto Internacional Región de Murcia; tipografía de palo san serif y un trazo en *rojo cartagena* que quiere representar un avión en plena maniobra de despegue, para un logotipo que será la marca de una infraestructura que todavía diez años más tarde, en 2018, tendría plena validez, pues la maniobra de despegue parecía inacabada, congelada en el trazo que integraba el logo Aeropuerto Internacional Región de Murcia–. Julio García Abril, uno de los tres únicos diseñadores españoles a los que el COI ha permitido utilizar los aros olímpicos para realizar un logotipo, diseña el emblema de las VI Jornadas Olímpicas de la Juventud Europea que se celebrarán en Murcia en 2001 como parte de una estrategia para el desarrollo de la promoción turística –en 2005 García Abril diseña el catálogo de gran formato Murcia-Japón, para difundir la región en la semana que ha correspondido a la Comunidad Autónoma en la Exposición Universal de Aichi; un libro entelado con fotografías, entre otros, del propio Julio, que ejerció junto a Noelia Atienza, la dirección de arte de la publicación–. En noviembre de 2005 el director general de Cultura presenta la nueva web con la oferta de los museos y un nuevo logotipo en el que aparece la palabra *cultura* en negro diferenciando *tu* en rojo para subrayar que la cultura regional es *tu cultura*. El mismo año y el mismo mes Charris diseña el logotipo para la plataforma que promueve la peatonalización del centro histórico de Cartagena –que se anunciará está década bajo la denominación Cartagena Puerto de Culturas, con un logo que recoge en ágil trazo azul, semejando una bahía, el símbolo del sol–. Y una divertida nota musical, que parece hacer funciones de dirección orquestal, es el logotipo del Centenario de la Agrupación Musical de Benijáfan. El Ayuntamiento de las Torres de

(308) El 4 de septiembre Ángel y Guillermo en *La Bencina*, tira de humor que aparecía periódicamente en las páginas de *La Opinión*, satirizan la idea del nuevo logotipo.

(309) Aunque a finales de 2007 el consejero de Turismo mantenía que: "*Murcia Turística es una marca que está funcionando muy bien*"; desde la Consejería se planteó ese año recuperar e impulsar la marca "*Costa Cálida*", solapada desde el año 2000, en ferias y campañas promocionales, sobre todo referidas a sol y playa. La idea es someter "*Murcia Costa Cálida*", por segunda vez, a un rediseño a partir de la idea original –el sol luminoso contenido en un círculo–, y solicitar propuestas desde la convocatoria de un concurso. No hay que olvidar que el eslogan de Murcia en FITUR 2007 fue "*Región de Murcia. Donde vive el sol*"; un eslogan incluido en los carteles de forma bien visible, como es patente en el cartel que promociona el Noroeste realizado a partir de una foto de paisaje de Carlos Moisés y producido por Darana.

Cotillas convocó en 2005 un concurso entre alumnos de ESO y bachillerato para dotarse de una nueva identidad gráfica, siendo la agencia Instituto Publicitario S.L. la que ideó el logo: cuatro torres de colores, a partir del trabajo de los alumnos que resultó ganador y del lema «*Ven y quédate*». A principios de 2006 llegaron a editarse carteles bajo el título *Vinos de Murcia, etiquetas de calidad* en los que figuraban, bajo el detalle fotográfico de un viñedo, la reproducción de 81 etiquetas de marcas de vinos pertenecientes a alguna de las tres denominaciones de origen con que cuenta la Región: Bullas, Jumilla y Yecla, además de las dos que corresponden a los vinos del campo de Cartagena. En mayo de 2006 se elige, por parte de la Junta Rectora del Patronato Carmen Conde, logotipo para identificar todas las acciones que se celebrarán en 2007 con motivo del centenario del nacimiento de la escritora; el logo escogido es obra de Romualdo Manuel Faura; cuatro “C” enlazadas que refieren Carmen Conde, Cartagena y Centenario.

En 2006 ya es conocido que Óscar Mariné diseñará la imagen corporativa y el logotipo del Museo Arqueológico de Murcia (MAM), un encargo que le ha sido otorgado por la agencia Expociencia que ganó el concurso para el montaje de la colección permanente del museo y que se resolvió, sin pena ni gloria, con una simple Arial Bold para componer, con las iniciales de la institución, en negativo sobre fondo rojo y el texto de la denominación completa, distintas versiones del logo. Y que el consorcio turístico Murcia Cruce de Caminos ha escogido al diseñador madrileño Alberto Corazón para diseñar la nueva imagen de la capital de la Comunidad y el logotipo municipal: paneles, *muppys*, placas identificativas de los monumentos, señales para itinerarios peatonales... una imagen sujeta al fuerte contraste entre el rojo-naranja sanguina y el amarillo caliente, con determinante presencia del negativo blanco para suavizar el contraste, y ausencia premeditada del negro, un juego que recurrió a dos elementos gráficos primordiales, un signo de admiración y una icónica torre coronada. La idea es que Corazón dote a Murcia, por vez primera, de un proyecto coherente de señalización turística. La relación del Premio Nacional de Diseño 1989 con la Región de Murcia y su capital no era nueva; al margen de trabajos que ya hemos señalado, Alberto Corazón presenta, el 22 de mayo de 2001, el nuevo logotipo del Colegio Oficial de Aparejadores y Arquitectos Técnicos de Murcia; una “A” que contiene en el travesaño una estructura cúbica en referencia a la sencillez y rotundidad de un habitáculo primigenio. En 2004 Corazón había realizado la señalética de las Torres Inti, creado el reseñado logotipo del Colegio Oficial de Aparejadores y Arquitectos Técnicos de Murcia y el de Polaris World, y diseñado un itinerario turístico en Caravaca de la Cruz, además de ver instalada una de sus obras escultóricas, *El torso desnudo*, en una rotonda de Juan de Borbón. El logotipo de la ciudad de Murcia se presenta a mediados de enero de 2007 a una treintena de personalidades relevantes entre las que se encuentran el arquitecto Juan Antonio Molina, los diseñadores Severo Almansa y José Luis Montero y un grupo de artistas: Haro, Yagües y Carmen Baena. Corazón destaca que *“la nueva marca es muy pregnante y tiene cualidades magníficas para su memorización”*. Potencia, legibilidad y elegancia, son tres de las características del nuevo logotipo municipal inspirado en la leyenda que bordea el escudo histórico municipal: *“Ensalzar y amar lo antiguo y lo nuevo”*. La realidad es que semejante utilización de tipografía y color, a los aplicados por Corazón al logo municipal, han sido experimentados por el diseñador previamente, y constituyen casi una imagen de marca –la suya– en otras publicaciones y propuestas gráficas para ayuntamientos y entidades varias –caso de la Fundación Mapfre, el Ayuntamiento de Burgos o la celebración del evento Don Quijote 400 @ que promueve la Comunidad de Madrid–. Desde finales de 2007 el logotipo de Alberto Corazón constituiría el símbolo del Ayuntamiento de Murcia.

En junio de 2007 veinte pequeños comercios regionales se beneficiaron de subvención, para cada uno de ellos, de 5.400 euros que les otorgó la Cámara de Comercio, proveniente de fondos europeos, a fin de renovar su imagen corporativa; renovación que solo costó 300 euros a cada comercio y fue llevada a cabo por profesionales del diseño. En octubre de 2007 el Consejo de Estudiantes de la Universidad Politécnica de Cartagena convoca concurso de ideas para elegir su logotipo, con premio de 300 euros; la pretensión es dotarse de imagen corporativa propia que les permita darse a conocer entre todos los miembros de la comunidad universitaria. También la Asociación de profesionales de la Comunicación Corporativa de la Región de Murcia (Amurco) planteó como una de sus primeras acciones un concurso para buscar la identidad visual de la asociación; y para animar a participar Amurco divulgó la imagen de un niño en el útero

materno; lo que pretende la asociación es reunir a los expertos del sector y acercarlos a organizaciones públicas y privadas para que estas conozcan las ventajas y el valor de la comunicación corporativa. Verde y blanco para el recién creado logotipo promocional del Año Jubilar del Santuario de Nuestra Señora de la Esperanza de Calasparra que se celebrará en 2008.

Como no podía ser de otra manera la Comunidad Autónoma estrenó en 2008 nueva identidad. El 14 de marzo el gobierno murciano aprobó el decreto que regulaba su nueva imagen corporativa, una versión modernizada y simplificada del escudo de la Región de Murcia –que, sin embargo, mantuvo sus características, sin alteración alguna, en ocasiones solemnes o en casos de representación institucional–. El nuevo símbolo, de uso exclusivo del Gobierno y la Administración Regional, mantiene cuatro castillos y siete coronas, en amarillo, insertas en un escudo rojo con la corona real, también en amarillo, como remate superior, e incorpora la expresión *Región de Murcia* en gris, fijando así los tres colores corporativos. El diseñador murciano José María Nuño de la Rosa ha sido quien ha realizado el asesoramiento profesional con el objetivo de modernizar y hacer más fácilmente visible, reproducible e identificable, la imagen de la Comunidad Autónoma. El manual de identidad corporativa, aprobado el mismo día 14 de marzo, determina las normas de aplicación de los elementos que identifican el logotipo y que deben utilizarse siempre de forma conjunta. El decreto establece que en el plazo máximo de un año debe estar plenamente aplicada la identidad corporativa en todos los soportes que utiliza la administración, fijando en seis meses su uso en papelería e impresos oficiales.

Para promocionar Lorquí el consistorio ilorcitano desarrolló en 2008 un nuevo logotipo que recoge, junto al texto “Lorquí historia y leyenda”, la imagen de una torre romana –un monumento de la localidad que está previsto reconstruir–, una cruz de Santiago y una media luna. De forma parecida Jumilla creyó necesario dotarse de logotipo para potenciar su Feria y Fiestas Patronales de agosto en 2008; convocando concurso dotado con 500 euros que ganó la murciana Laura Sánchez frente a otras catorce propuestas: un racimo de uva rematado en cruz y media luna conformada por uno de los granos de la uva. También Emergencias 112 modernizaría su imagen. Incluso Blanca, para conseguir su objetivo de convertirse en una villa de referencia en asuntos taurinos creó a Osvaldo, una mascota-logo, diseño de Ekipo Medios. Javalí Nuevo aprovechó que había sido seleccionada pedanía invitada en la XXXVII Semana Internacional de la Huerta y el Mar para elaborar un nuevo escudo distintivo de la localidad con corona real, ya que pertenece al Reino de Murcia, y un emblema dividido en dos partes que remiten a la huerta y la contrapareda, escudo acompañado de lema: «*Javalí Nuevo. Vívelo*». En diciembre la Consejería de Universidades, Empresa e Investigación propone un nuevo distintivo-logo, Sol Región de Murcia para premiar y distinguir las buenas prácticas de los comercios que destaquen por su excelencia. La agencia publicitaria Señor Spot diseña en 2009 el logotipo con el que Cartagena presenta su candidatura a los Juegos del Mediterráneo 2017; una ola que quiere simbolizar a través del color y la fuerza de su geometría a una ciudad emergente y dinámica en clara conexión con el evento deportivo que pretende acoger. De igual forma Murcia, que optaba a Capital Europea de la Cultura 2016, presentó logotipo en 2009; un sol amarillo, con distintas aristas, apareciendo tras la torre catedralicia, en rojo, que sustenta uno de los arcos de la “M” y se cierra en curva azul representando el cielo y el agua. El Museo de la Ciudad de Murcia incorporó al primigenio logotipo de Nuño de la Rosa un “10” señalando que en junio de 2009 la institución cumple su décimo aniversario. Incluso la Concejalía de Igualdad del pequeño consistorio de Alguazas, dotó con 300 euros un concurso para diseñar un logotipo que representara la igualdad entre hombre y mujer que ganó Laura Martínez.

Ha sido un periodo temporal en el que proliferaron nuevos logotipos y marcas en el ámbito regional y, parafraseando a Naomi Klein autora de *No logo*⁽³¹⁰⁾, parece que solamente podrá sobrevivir, en la confusa red del consumo y el mercado, sobre todo institucional y turístico, quien base su oferta en una buena identidad de marca. Y es que el marketing de la identidad jugó fuerte su papel estos años, en los que aún no se percibían con nitidez las consecuencias de la crisis. Ayuntamientos e instituciones buscaron apoyarse en uno de los pilares del *branding*, el logotipo, como base para establecer una marca, en un intento de posicionar y consolidar su identidad corporativa y definir los rasgos identitarios de su localidad; una forma de venderse también entre sus propios ciudadanos.

(310) El libro de la canadiense Naomi Klein *No logo. El poder de las marcas* se publicó en castellano en 2002. Es un ensayo que analiza la influencia de las marcas en la sociedad actual y el papel que le corresponde a la publicidad en su relación con las grandes corporaciones multinacionales, cada vez más interesadas en vender modos de vida e imágenes que productos. *No logo* constituyó un libro de referencia que analiza, entre otros asuntos, el fenómeno de las consultoras de estilo *cool*, joven y novedoso: Sputnik, Bureau de Style... que aconsejarían a sus clientes la osadía, la ironía, los toques surrealistas en las campañas publicitarias y el empleo de la *comunicación virica*.

Sí, pudiera parecer que estemos ante una nueva época dorada del cartel y el diseño murciano. Pero como se ha señalado al comienzo del capítulo es pura apariencia. Las artes gráficas y el diseño se acabarían resintiéndose tras los primeros años del periodo al que nos estamos refiriendo. El primer decenio del siglo XXI supuso un cambio definitivo en los procesos de impresión, en la incorporación de nuevas tecnologías, en la preparación y formación continuada de cuantos intervienen en el proceso de creación e impresión de un producto gráfico, y en la movilidad profesional de un sector⁽³¹¹⁾ que parecía en continua demanda de equipos y profesionales entre el año 2000 y 2007.

En marzo de 2000 Paco Gómez, presidente de la Asociación de Empresarios de Artes Gráficas, fundada en 1996, plantea realizar un estudio del sector, con apoyo del INFO, para analizar la situación de las empresas del gremio. Un estudio de utilidad para analizar las dificultades que entraña la implantación de sistemas digitales en la impresión, pues considera que el sector está abocado a la impresión digital: *“Optar –dice– por este tipo de maquinaria, que está revolucionando el sector, supone un gran esfuerzo inversor para las empresas y es necesario que conozcamos con qué dificultades podemos topar a la hora de instalarla”*. Propone también crear un centro de formación permanente del que salgan profesionales cualificados.

Que la tecnología es asunto insoslayable en el sector de artes gráficas es evidente. Un buen ejemplo lo constituye el diseño de la publicidad en prensa que anuncia a Industrias Gráficas Jiménez Godoy; una secuencia de tres manos abiertas que aclara: *“Cada generación tiene una forma específica de dejar sus huellas en el tiempo”*; la primera mano es una impresión sobre las paredes de las cavernas, la última representa al hombre tecnológico –mano que parece contenida en la cruz de ajuste de un pliego impreso–; un anuncio publicado en enero de 2000 que remata: *“La imprenta ha sido uno de los medios privilegiados de expresión de la cultura del siglo XX. Seguiremos avanzando en tecnología y profesionalidad para transmitir a las generaciones futuras el legado del tercer milenio”*. Hermosa y clarificadora declaración de intenciones.

Se han desdibujado los límites entre las distintas fases de la impresión: preimpresión, impresión y acabado. Se impone la importancia de la fotografía digital; los equipos de impresión que ajustan digitalmente, incluso los colores⁽³¹²⁾; el uso de tintas UV cada vez más respetuosas con el medio ya que carecen de disolvente, no producen gases tóxicos ni contaminantes y secan mediante la exposición a la luz ultravioleta; y la personalización de la publicidad. Se generalizan las pruebas de imprenta; la incorporación de programas, como los HTML, para la confección de planchas; el uso de redes RDSI, para dar curso a trabajos preparados en un lugar, que serán impresos y distribuidos en otro.

La preimpresión, tal como era concebida, ha dejado de existir, con una consecuencia directa: la calidad ha aumentado en la medida en que se han eliminado fases en el proceso de impresión. De un mercado de producción masiva y grandes tiradas se ha ido pasando a otro, más selectivo y personalizado, que produce los artículos necesarios en cada caso. Pero paralelamente se acorta la vida de los sistemas y de la propia maquinaria, que requiere continuadas inversiones en un momento en el que los márgenes de beneficio son muy ajustados. Por otra parte, internet favorece los flujos de trabajo que hacen innecesaria la presencia del diseñador en la propia imprenta; pudiendo este modificar su diseño tantas veces como sea necesario, reenviándolo para su impresión. Palabras como autoedición empiezan a ser de uso corriente. Y numerosas empresas pueden contar con departamentos y equipos de diseño, presenciales o no, totalmente ajenos al mundo gráfico y las empresas de impresión. Se propicia así la aparición de empresas de servicios informáticos dedicadas a atender el sector de artes gráficas como MacDealer y Twins Informática (único servicio técnico autorizado de Apple en la región que dispone de certificaciones de Adobe en Photoshop).

Cada vez más, tecnologías de la información y de la comunicación, como internet, constituyen plataformas para divulgar contenidos y propuestas. En junio de 2000 se celebra en Murcia el congreso virtual Tecnoneet 2000; un congreso que presentó el periódico electrónico *Ventana Digital de la Región de Murcia*, realizado en colaboración de la Fundación Integra y la Asociación de la Prensa; también se estrena Ciec@net, un portal de la localidad de Cieza con nuevo diseño. Las comarcas del Noroeste y el Río Mula tienen en el Centro Virtual de Artesanía su buque insignia y piensan utilizar las nuevas tecnologías para promocionar el turismo. La Semana Santa de Cartagena 2001 aparece en numerosas webs y portales de la red. En 2002 Karjedón actualiza la página

(311) Un solo ejemplo para subrayar la forma en la que el boom económico propicio, en los primeros años del siglo XXI, una gran movilidad profesional en el sector de las artes gráficas y la comunicación: En octubre de 2001 se hace público que Eloy Jiménez, director de imagen y comunicación de El Pozo Alimentación S.A., abrirá despacho como asesor y consultor de publicidad y promoción después de 18 años dirigiendo el departamento de marketing y publicidad de la empresa alhameña. Eloy tenía entre sus clientes a Licor 43, La Molinera y Hero; había realizado guiones y editado los anuncios que el mismo creaba.

(312) En octubre de 2005 se celebra en Valencia el V congreso Nacional sobre gestión del color en artes gráficas. Los temas tratados giraron en torno a: Buenas prácticas para la reproducción del color; herramientas para el control en máquina; revisión estándar ISO12647/UNE54102, que permite el análisis e implementación del estándar de impresión ISO/UNE; y gestión del color en flujos de trabajo PDF (portable document format). El formato de almacenamiento para documentos digitales PDF, derivado del lenguaje PostScript –primer producto de Adobe– en 1993, se adaptaría como estándar internacional, haciendo realidad los objetivos de Charles Geschke, el fundador de la compañía Adobe –un nombre que hace referencia al ladrillo tradicional español–: *“A los ingenieros no les mueve el dinero. Lo importante es impactar en millones de personas”*. Sí, Adobe cambiaría las percepciones en las artes gráficas desde la última década del siglo XX: En 1986 lanzó Photoshop y, posteriormente, productos como Illustrator, Dreamweaver para la creación de páginas web, o la tecnología Flash para la edición multimedia.

web del festejo Carthagineses y Romanos, apoyándola con tecnología *flash* en la que prima la animación. En abril de 2003 la web Murcia Turística, que lleva funcionando 6 meses, y cuenta 276.000 visitas, recibe en esta categoría del sector el premio Alimara 2003 tras competir con otras 120 webs; una página que ha sido realizada por el propio personal de turismo; innovación, navegabilidad, interactividad, diseño, funcionalidad y seguridad son algunos de sus valores; entre el 1 de enero y el 15 de septiembre de 2006 el portal www.murciaturistica.es, dotado de mayor contenido, y más dinámico que el puesto en marcha tres años antes, había recibido 418.000 visitas y el consejero del ramo lo considera esencial e insustituible –lo que si es prescindible ya, es el exceso de material impreso de tiempos anteriores–. La Cofradía de Jesús cuenta en 2003 con página web de dominio propio. Los ayuntamientos vehicularon su relación con el ciudadano a través de internet, redes sociales y webs oficiales –el 13 de agosto de 2008 era público que la web del Ayuntamiento de Lorca había recibido en un año casi 500.000 visitas–. Salas de arte, galerías y museos pronto contarían con webs propias. Museo de Bellas Artes de Murcia, Museo Salzillo, Museo Ramón Gaya, Museo de Santa Clara..., y la mayoría de las galerías de arte, eventos y certámenes regionales, contaban en 2008 con cuidadas páginas webs. El Archivo Municipal de Murcia es el primero de España en colgar sus fondos de los siglos XVI al XVIII en la Biblioteca Virtual del Patrimonio Bibliográfico⁽³¹³⁾.

La dependencia tecnológica y la incorporación informática es clave en la nueva situación del sector de las artes gráficas y su entorno. En 2002 era patente la mejora, no solo en la calidad de los impresos con soporte papel, incluso en la impresión de rótulos y vinilos, con la implantación de tecnologías que permiten que las tintas sean más duraderas, alargando hasta siete años su capacidad de soportar las inclemencias del tiempo.

Es este un sector en que predominan las Pymes. Hay 12.000 Pymes en todo el país vinculadas a las artes gráficas, con una facturación que supera los 1,2 billones de pesetas⁽³¹⁴⁾. Novograf, una de las más importantes empresas del sector en el levante español es adquirida en el verano de 2002 por el grupo catalán Corporación Empresarial Valls. La familia catalana Valls Biosca posee varias empresas dedicadas a la industria textil –una de ellas, Punto Blanco, realizaba, en la imprenta murciana de Puente Tocinos, su estuchería– y una filial, Grafopack, dedicada a las artes gráficas; el grupo, que cuenta con 1.173 personas, facturó 102 millones de euros en 2001. Novograf mantiene, en el momento de ser adquirida por la corporación catalana, una plantilla de 155 trabajadores y una facturación de 18 millones de euros. El nuevo propietario explica que la compra: *“Ha sido fruto de una búsqueda activa por parte de Corporación Empresarial Valls de una empresa del sector de la estuchería y la impresión que estuviera ubicada fuera de Cataluña y gozara de reconocido prestigio en su campo”*. Novograf se había creado en 1985 con 49 trabajadores, y su actividad principal está ligada a la estuchería de cartoncillo plegable para la industria cosmética, alimentaria y farmacéutica, además de a la edición de libros, revistas, carteles y folletos.

Si el entorno de las artes gráficas experimentó una profunda renovación a lo largo de estos 10 años, no menos profunda resultó la transformación a la que se vería abocado el diseño regional entre 2000 y 2009. Cambios relacionados con el papel de la Escuela de Artes y Oficios, con la aparición de nuevos equipos de diseñadores, y con los debates y exposiciones –algunas con voluntad revisionista, claro síntoma de que estamos ante un procedimiento en evidente situación de replanteamiento, cuando no de simple retroceso– que, en torno al cartel y al diseño, tuvieron lugar.

El diseñador madrileño Alberto Corazón expone pinturas y esculturas, casi una prolongación de algunas de sus propuestas vinculadas al diseño, en la cartagenera sala Muralla Bizantina en enero-febrero del 2000. Meses más tarde, en junio, sería el diseñador gráfico holandés Ruud van Empel el que mostraría su trabajo, *“The Office”*, en la misma sala; una exposición importada por el colectivo Mestizo.

El estudio de publicidad y diseño La Federal de Villacis es seleccionado e incluido en 2001 en la obra *Cien años de publicidad española* que patrocina Telefónica y supone un repaso a la memoria colectiva de anunciantes, agencias y consumidores.

En abril de 2002 la Escuela de Artes y Oficios organiza las Terceras Jornadas de Artes Plásticas y Diseño –fruto de la continuidad de las jornadas de diseño que la Escuela había puesto en marcha anteriormente y que habían contado con la presencia de Pep Sempe- re, director artístico de Canal+; Juan Conesa; el equipo Vasava Artworks; Typereare; Pepe

(313) Una información aportada por *La Opinión* el 5 de noviembre de 2008.

(314) Los datos informativos aparecen recogidos en la página 4 del Especial Artes Gráficas, que edita *La Opinión* el 1 de noviembre de 2000.



(Fig. 392) Germinal. *Pasarela de Moda*. Murcia. 2004.

Gimeno y el argentino Marcelo Leslabay– en las que participaron, junto a los alumnos del centro, Severo Almansa, los arquitectos Brugarolas y Sala, Germinal Comunicación, el ilustrador Mauro Mistiano y José Fernández Oliazábal. La aspiración de Artes y Oficios es convertirse en Escuela Superior de Diseño, centrada en las áreas de diseño gráfico, diseño de producto, diseño de interiores y diseño de moda. Lucio Moreno, director de la Escuela de Artes, nacido en Murcia en 1962, y firme defensor de la creación de la Escuela Superior de Diseño, afirma en *La Opinión* el 23 de setiembre de 2002: “*La Región de Murcia tiene un entramado industrial y productivo lo suficientemente rico y denso como para necesitar este tipo de profesionales. Además, el proyecto no es sólo formar a estudiantes de aquí, sino que vengan de las provincias vecinas como Almería, Albacete y Alicante*”. El marco legal se había creado unos 18 meses antes y a su amparo se habían puesto en marcha las escuelas superiores de Valencia y Ciudad Real. La Escuela Superior de Diseño de Murcia tendrá especial relevancia en el devenir del diseño murciano, pues a la Escuela estarán vinculados de forma directa –como alumnado o profesorado–, o tangencial –como colaboradores/as o estudios y talleres de prácticas– algunos/as de los diseñadores/as más importantes de la región desde comienzos del siglo XXI.

En febrero de 2003 la agencia Germinal Comunicación es seleccionada entre las setenta y cinco mejores firmas de diseño nacional para participar en la muestra Arte=Diseño=Arte que organiza la Diputación de Zaragoza, inaugurada en el Palacio de Sástago el día 6 de febrero, comisariada por Raquel Pelta, directora de la revista *Visual* que había nominado el trabajo de la agencia murciana para los Premios Nacionales de la Asociación Española de Diseñadores Gráficos. Junto a Germinal participan Ipsum Planet, Cruz Novillo, Alberto Corazón, Javier Mariscal, el estadounidense David Carson y los británicos Jhon Maeda y Why Not Associates. El trabajo de Germinal, una pieza audiovisual y una instalación urbana, propone reflexionar sobre el límite que separa los conceptos arte y diseño, si obviamos las limitaciones que puede imponer el criterio de funcionalidad exigido por el cliente. Germinal pretende imbricar conceptos supuestamente antagónicos: lógica y razón frente a pasión y emoción. La pieza plantea provocar al receptor, haciéndolo replantearse cuestiones como la autocensura en el medio profesional; consiste en mostrar el autocastigo, aquí recogido en la metáfora de un espacio cerrado, de paredes blancas y acolchadas, semejante a la celda de un psiquiátrico.

En apenas tres años Germinal Comunicación se ha posicionado como un referente en el diseño local y nacional. A primeros de mayo de 2003 está en la calle la publicidad que ha realizado para la Red Regional de Centros Locales de Empleo para Jóvenes; el lema: «*Tienes ganas de trabajar*», junto a ropa tendida, y una apostilla: “*carpintero limpio y sincero*” y el teléfono de referencia. Ese año diseñan la campaña informativa del nuevo Instituto de la Juventud de la Región de Murcia; un juego visualmente ambiguo que gira alrededor de la pregunta: «*Por qué no hay comida para gatos con sabor a ratón?*», el instituto ofrece “*la respuesta que estabas esperando*”. En 2004 crean el cartel *Pasarela de moda* (Fig. 392) –Germinal crearía durante varios años la gráfica del certamen Pasarela de Moda Abierta que organiza el Ayuntamiento de Murcia–, a partir de una foto de Sergio Assabbi: el cuerpo femenino desnudo, sobre pieles, reclamando la atención con sugerentes connotaciones táctiles, casi metálicas, y cubierto de fotografías que reproducen labios y bocas, partes de rostros asombrados, de deseos que quieren ser satisfechos, tal que sugerente *body sushi*. Germinal ha jugado con la idea de provocación, convirtiéndola en propuesta de enlace directo y atento entre emisor y receptor. Cierto que otras veces se ajustaría a planteamientos gráficos y publicitarios menos atrevidos, como ocurrió en el diseño de la marca Clínicas Oftalmológicas Centrofama.

El estudio de diseño y comunicación Germinal tejería fuertes lazos y colaboraciones con el mundo de la arquitectura. Germinal se encarga en 2003 de la parte gráfica y la comunicación de los XII Premios de Arquitectura; la idea es aproximar al ciudadano la imagen del arquitecto y su perfil mas humano; el proyecto contó, no solamente con la presentación del catálogo, también con mesas redondas, exposiciones, pegada de carteles en una exposición urbana que corrió a cargo de los propios arquitectos, *performance* dirigida por el colectivo La Fragua y un rendido homenaje a Enrique Carbonell, arquitecto murciano que había fallecido recientemente; para las actividades se acondicionó un hangar en desuso de la Estación del Carmen. En 2004 se ocupó de la gráfica de “*Antagonismos*”; la exposición

que celebra entre marzo y mayo, en el Centro Cultural Puertas de Castilla, la intervención, por parte de un grupo de arquitectos murcianos, en el Instituto Cervantes de Nueva York. En 2005 propone junto a ADHOC implementar en el recién inaugurado Hospital Reina Sofía un proyecto singular que aporte calidez y, como explica Jorge Martínez: *“Haga honor al significado de la palabra hospital, es decir, que sea hospitalario”*; una iniciativa en la que se implicaron escritores y artistas y cuyo resultado fue un patio con arbolado artístico diseñado por Flippy, una señalética colorista basada en las fotos de naturaleza de Carlos Moisés García y el Bosque de Letras, espacios de lectura diseminados por todo el hospital⁽³¹⁵⁾. En enero de 2007 se encarga del diseño editorial de la guía de Introducción al Arte Contemporáneo que edita el Centro Puertas de Castilla. En abril de 2008 la publicidad que seguía desarrollando para Martínez Arce *“e2espacio”* era concebida por Germinal a partir del material fotográfico que aportaba Juan de la Cruz Mejías. Y ese mismo año Jorge Martínez es miembro del Observatorio del Diseño y la Arquitectura, un proyecto puesto en marcha por la Consejería de Cultura a sugerencia del propio diseñador.

La cartelería, y las aportaciones gráficas de Germinal Comunicación en el periodo que estamos refiriendo, algunas ya referenciadas anteriormente, son absolutamente relevantes: sensuales, provocadoras, mágicas, construidas inteligentemente y partiendo en casi todas las ocasiones de la fotografía como base del trabajo de diseño; una fotografía tratada de forma muy personal en los tonos, la atmósfera y los efectos visuales, dotándola de un cierto aire irreal o, mejor, surreal. El cartel, la imagen, como soporte de una acción artística que patentizaba su autoría incluso en los soportes de impresión elegidos y en el uso de tintas empleadas.

Excelente ejemplo, las campañas sucesivas, realizadas a lo largo de varias temporadas, para la Feria Regional del Libro; especialmente interesantes la cartelería de 2007, esas jóvenes, casi unas niñas, que nos miran desde ampulosos sillones, en el suelo desparramados libros y letras en 2007, una Feria que rindió tributo a Carmen Conde (Fig. 393). Y para la Orquesta Sinfónica de la Región de Murcia, que modificaron sustancialmente la imagen de la orquesta, convirtiéndola en una marca capaz de conectar con un público joven interesado por la música. Las campañas de la Orquesta se apoyaron en un eslogan en armonía con las atrevidas imágenes; señalemos la gráfica de la temporada 2006-07, con esa chica que nos mira fijamente y nos enseña el bello tatuaje de su brazo, dos golondrinas a ambos lados de una lira, acaso hace falta más para señalar su *«pasión por la música»*; o el barroco sillón con que se anunció la temporada siguiente para indicar que *«ellos son clásicos»*, ellos, individuos de toda edad, clase y condición; la chica levitando mientras hace vibrar el violín en el ciclo de abono 2008/09. Sí, excelentes ideas originales de Germinal Comunicación y unas magníficas fotos de Antonio Alay, David Frutos y la propia agencia para la Fundación Orquesta Sinfónica de la Región de Murcia⁽³¹⁶⁾. Como complemento de los trabajos de Germinal realizados para el Auditorio y Centro de Congresos Víctor Villegas destacaremos la gráfica y la cartelería de otros ciclos de abono de Grandes Conciertos y Danza; en el ciclo 2007-2008 la gráfica juega con una serie de imágenes superpuestas, y sugerentes, que parecen remitir al caleidoscópico test de Rorschach⁽³¹⁷⁾.

En 2006 los trabajos de Germinal son seleccionados, por tercera vez, en el SELECT (Anuario del Diseño Gráfico Español). Entre las obras seleccionadas se encuentran los Premios de Arquitectura de la Región de Murcia, la gráfica para la XXI Feria Regional del Libro 2006 –esa chica que lee sumergida en agua mientras se desprenden del libro frases y textos–, la imagen de la compañía de teatro Ferroviaria –para la que hará algunos carteles ya referenciados–, la campaña *Invisibles* para Feaps Región de Murcia, la imagen corporativa del estudio de arquitectura AdHoc, la nueva imagen y la propuesta de comunicación de la Orquesta Sinfónica de la Región de Murcia y el libro homenaje a Castillo Puche. Germinal es así una de las agencias con mayor número de trabajos seleccionados. Jorge Martínez, uno de los cuatro socios fundadores del estudio expone: *“En Murcia, las empresas de comunicación suelen ofrecer servicios planos, más convencionales. Nosotros apostamos por la creatividad, a pesar de que pueda suponer un riesgo para la captación de clientes”*. Fiel a ese espíritu divertido y transgresor Germinal produce, en julio de 2007, la cartelería de la undécima edición del Cuervarrozk, *“Cuerva, arroz y rock & roll”*, festival que celebra Calasparra entre julio y agosto; la imagen del viejo rockero, abuelo con gayao y guitarra eléctrica, que medita su actuación mientras tras él deambula un perro callejero, divertida imagen para un atrevido festival.



(Fig. 393) Germinal Comunicación. 22 Feria Regional del Libro. 2007.

(315) El proyecto de señalización fue el único trabajo murciano seleccionado en 2008 en la muestra de Diseño Gráfico en la Comunicación Social que celebró el Círculo de Bellas Artes.

(316) La Orquesta Sinfónica de Murcia es heredera de la Orquesta Región de Murcia disuelta en septiembre de 1994; o por remontarnos al principio, de aquella del mismo nombre creada en 1934. Los instrumentistas José Fernández Vera, Ángel Quereda y José Manuel Cuadrado, el director de orquesta José Miguel Rodilla, el compositor Seco de Arpe y el musicólogo Juan González Cutillas, y tras una primera asamblea de la que se llamó Asociación Cultural Orquesta Sinfónica de Murcia, que eligió presidente a Manuel Seco de Arpe, Secretario a Juan González Cutillas y tesorero a Fernández Vera, serían núcleo fundacional de la Orquesta Sinfónica de Murcia, que realizó el 27 de enero de 1996 su concierto presentación con un programa de sutil reivindicación identitaria, diferentes propuestas que nos acercan al nacionalismo desde la música; nacionalismo entendido *“como vehículo de expresión de lo propio”*. Toda una declaración de intenciones. Los primeros carteles y programas de la Orquesta Sinfónica de Murcia los realizará Pedro Manzano y más tarde, cuando a partir de 2002 se constituya la Fundación Orquesta Sinfónica de la Región de Murcia, Pablo Giménez Navarro y luego Germinal Comunicación.

(317) Referencia visual utilizada posteriormente por algunos equipos de diseño murciano y a la que Portavoz recurrió en enero de 2007 para celebrar el Día de la Publicidad incorporando un texto: *“Si creas más de seis historias a partir de esta imagen hoy es tu día”*; Paparajote Factory en 2010 para publicitar el festival TitereMurcia o David Belando en la cartelería y la gráfica –camisetas incluidas– del festival Imagina 2011 que celebra San Javier. La imagen del cartel *Imagina 2011*, ideada por Belando, fue premiada en octubre de ese año como mejor tríptico, folleto, postal o flyer, en los premios Anuario de diseño gráfico español.

En septiembre de 2007 ya es público y notorio que Jorge Martínez, el director de Germinal, será responsable de Milmilks –expresión catalana que alude a un perro sin pedigrí, un perro de mil leches, aunque aquí la alusión responda al intercambio de ideas, al mestizaje creativo–. Un laboratorio de propuestas creativas y publicitarias que había creado nueve años antes Toni Segarra, uno de los más influyentes creativos publicitarios españoles del siglo XX, miembro fundador de SCPF, ganador con 27 años del Gran Premio de publicidad del Festival de Cannes, y que tiene entre sus clientes a Adidas, Ikea, Evax, BMW y El Bulli⁽³¹⁸⁾. El objetivo de Milmilks es buscar el talento que puedan aportar a los procesos de creatividad publicitaria otros agentes culturales; como explica Martínez: *“El público es, en estos momentos, mucho más inteligente y selectivo, porque está saturado y ahora manda él. Decide qué quiere ver y dónde, además hay mucha competencia. A esto se une el hecho de que han entrado en juego nuevos soportes, como internet. Ahora hay que buscar al espectador, hay que sorprenderle y hacer creíble el mensaje”*. Los canales se han diversificado y el diseñador plantea que *“una exposición de fotografía puede convertirse en publicidad y resultar mucho más efectiva que un anuncio de televisión. Milmilks no es solo publicidad, es algo más complejo porque podrán participar músicos, pintores, artistas y todo aquel que pueda aportar algo al mundo del diseño y a una campaña publicitaria”*. La admiración de Jorge Martínez por el diseño catalán queda patente en el artículo *“La cultura del diseño o el diseño como cultura”* que escribe en *La Opinión*, en la sección *“A debate”*, el 13 de abril de 2008: *“Durante años los profesionales del diseño de la Región de Murcia hemos peregrinado a la ciudad de Barcelona, unos como visitantes y observadores, otros como inquilinos ocasionales; todos atraídos por el hecho de que Barcelona colmaba nuestras expectativas.”* Alaba después la labor desarrollada por el FAD (Fomento de las Artes Decorativas), asociación sin ánimo de lucro que agrupa más de 1.500 profesionales del diseño, y su papel jugado en el desarrollo del diseño catalán: *“Barcelona es un espejo en el que mirarse, y el FAD un magnífico caso del que aprender y ¿porqué no? Imitar”*. Un artículo que reivindica la necesidad de que la Región de Murcia asuma que *“el diseño, en todas sus formas, debe jugar un papel importante en la construcción de la Murcia del futuro ... uno de sus grandes desafíos”*.

En diciembre de 2008 Jorge Martínez, nacido en San Javier en 1976, es seleccionado por *La Opinión* entre los diez profesionales más relevantes del año. El día 15 recibe el galardón. El periódico justifica su elección por ser director de Milkmls, creador de Punto Aparte –festival desde el que Jorge Martínez canaliza, así lo manifiesta, sus energías y esfuerzos por hacer del mundo un sitio mejor, más justo y menos desigual–, fundador de Germinal Comunicación y estar considerado uno de los publicistas con más ingenio y valentía de todo el país y su nombre uno de los más solicitados en los foros del gremio. Martínez se define como un comunicador, un soñador capaz de destrozarse utopías para hacerlas realidad. Por eso se atrevió a fundar, con otros tres socios, cuando solo contaba 23 años, Germinal: *“Un proyecto vital que nació para revolucionar el mundo de la comunicación y el diseño gráfico en Murcia”*, explica.

Cuando Pity Alarcón publica el 26 de febrero de 2009 en *La Opinión*, en la sección *“Personalmente. Los perfiles de...”*, el retrato periodístico del comunicador, lo hace bajo los titulares: *“Imaginar, soñar, crear, vivir”* y deja patente en el texto el compromiso del creativo con las causas sociales, y la razón de ser de Germinal como un proyecto de cuatro socios en el que *“todo lo que hacemos lo realizamos con la premisa de intentar innovar y eso es muy difícil. Hemos educado a los clientes. Les hemos hecho ver que la publicidad tiene que ser creativa y ese mensaje ha calado”*. Una entrevista que deja entrever como declaración de intenciones que para Martínez el diseño, la comunicación, es un objetivo que debe ser llevado a sus últimas consecuencias sin ahorro de esfuerzo ni energías.

Quizá por eso Germinal ha organizado la muestra *“¡Guapa!”*, en colaboración con la fotógrafa Katharina Mouratidi, la Concejalía de Cultura del Ayuntamiento de Murcia, la Fundación Onco-Estética y el Instituto de la Mujer de la Región de Murcia, que se expone en el espacio Molinos del Río-Caballerizas entre febrero y marzo de 2009. Las fotografías de 30 mujeres que enseñan su cuerpo para visibilizar que puede seguir siendo bello a pesar de haber sufrido las huellas del cáncer. Se editaron una serie de carteles, con el torso desnudo de mujeres que muestran su pecho y sobre él, ocultándolo en parte, un simulado corazón que parece abrirse como las hojas de un libro por escribir.

Germinal optaría en 2009 a los Premios Laus de Diseño en dieciséis categorías, merced a las campañas de publicidad de nueve proyectos puestos en marcha en 2008.

(318) A principios de junio Toni Segarra había intervenido, en el Centro Párraga, junto a Mariano Manabeo y Juan Nonzioli, en un debate sobre diseño y publicidad: *“Otros posibles destinos de la creatividad publicitaria”*, dentro del festival Punto Aparte que dirige Jorge Martínez.

Germinal fue seleccionada por: el *naming* (proceso creativo que define atributos, valores y experiencias que identifican y definen una marca, y deben quedar reflejados en el nombre) de “Guapa!” para la Fundación Onco-Estética y el de la empresa de transportes Hy-Bye; el logotipo de las Cocinas del Bulevar; el libro *Desafíos de la Humanidad*, editado por el festival Punto Aparte, con textos de Bru Rovira y fotografías de Juan Carlos Tomasi –que parece, fueron el detonante de la campaña que Germinal pondrá en marcha en 2010: “Pastillas contra el dolor ajeno”, según cuenta el propio Jorge Martínez en “La vida por aquí”, el texto de Juan Cruz publicado por *El País* el 9 de noviembre de 2019–; la campaña *Cool-tura*, desarrollada para la Consejería de Cultura de la Región de Murcia; la gráfica del Festival Jóvenes Flamencos de Calasparra; la campaña *El Maltrato te Marca* del Instituto de la Mujer; la imagen del Plan de Salud 2015 para la Consejería de Sanidad y la campaña del certamen *Diseños no Aburridos* creada para la Fundación Murcia XXI Diseño y Moda del Ayuntamiento de Murcia. Estos productos de Germinal optan a distintos galardones dentro de las cinco categorías de los LAUS: Diseño Gráfico (Naming, Logotipo de pequeña empresa, Libro y Dirección de Arte en fotografía), Dirección de Arte Publicitaria (Campaña Integrada), Audiovisuales (Postproducción y Efectos Especiales) y Comunicación de Administraciones Públicas (Identidad Corporativa, Gráfica, Dirección de Arte y Spots). El 21 de mayo se hace público que la campaña *Cool-tura* ha obtenido un Laus de Oro a la Dirección de Arte Publicitario y uno de Plata en la categoría de Comunicación de Administraciones Públicas. Murcia recibiría en la 39 edición de los Premios LAUS 31 galardones, solamente por debajo de los obtenidos por Barcelona y Madrid.

No fue la única agencia murciana que optó a los galardones. La agencia de publicidad F33, fundada por Joaquín Martínez, que es a la vez su director creativo, concurrió a los premios por tres de sus campañas, realizadas para la Agencia de Recaudación, la Feria del Libro y el Auditorio. F33 basaría el anuncio del Ciclo de Grandes Conciertos y Danza 08-09 en imágenes fragmentarias componiendo un orgánico puzzle, unas atractivas composiciones a modo de *collage* surrealista y textos en diagonal. F33 obtuvo en diciembre de 2009 el oro, en los premios Epica, Europe’s Premier Creative Awards, por la atrevida publicación, en chillón tono rosa, *Memoria Cerdito*, realizada para la Agencia Regional de Recaudación, que ya había obtenido un León de Oro en Cannes en junio –en 2011 F33 poseía tres Leones de Oro– y un Laus de Bronce.

Ha sido 2009 un año interesante para Germinal; finalista del premio Estrellas del Márketing por su cartel para la exposición “Guapa” y el de Jóvenes Flamencos de Calasparra. Año en el que conseguiría en junio, en la 24 edición del Festival Iberoamericano El Sol que se celebra en San Sebastián, un Sol de Plata, frente a otros 2.500 trabajos, al spot más innovador por la campaña de promoción turística *No-typical, la Región de Murcia busca un estereotipo*. Una campaña no exenta de polémica, presentada en FITUR en febrero, que también conseguiría el Gran Premio Estrellas del Márketing. *No-Typical* tuvo su derivada, dotada de cierta gracia, en 2009, en las planas anunciadoras de la Copa Davis de tenis –que se jugó en Murcia en la Torre Golf Resort de Torre Pacheco los días 18, 19 y 20 de septiembre–; sobre la pintura de un bodegón de Capel, con frutas, verduras y una balanza antigua se recogía, en un rectángulo blanco, los textos alusivos al evento y una curiosa llamada de atención: «*Llega la ensaladera. Nos falta la ensalada*». Y en 2010, en el proyecto de comunicación “Cream Team” desarrollado por la Consejería de Cultura y Turismo y el Club de Creativos –que había otorgado un premio a *Murcia encuentra su estereotipo*–; un proyecto que contó con nueve publicistas de ámbito nacional que trabajaron alrededor del concepto “No Typical” nueve meses. En junio de 2010 se había grabado un spot publicitario promocional de la Comunidad con tecnología iPhone para estrenar en la cadena internacional MTV; y se editaron nueve manuales, a medio camino entre folletos publicitarios y guías de viaje, con atrevidas tintas fosforescentes, inusuales fotografías regionales y encabezamientos textuales que apelan a un nuevo concepto de turismo, más sensitivo y experiencial. El PSOE anunció, desde la oposición política, una iniciativa parlamentaria para conocer “*cual es el coste de los vídeos y los folletos, pues sólo su diseño tiene un presupuesto de 66.000 euros*”.

En noviembre de 2010 Médicos sin Fronteras lanza la campaña “Pastillas contra el dolor ajeno”, presentándola en la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de Madrid. El objetivo es sensibilizar a la sociedad de los enfermos olvidados del tercer mundo que padecen enfermedades como: la del sueño, el Kala azar, la tuberculosis, el mal de Chagas, el SIDA infantil y la malaria, y se cobran 8.000 muertes diarias. La

ONG, en colaboración con Farmamundi, las distribuidoras farmacéuticas y los Colegios Oficiales de Farmacéuticos, pone a disposición de los ciudadanos *pastillas contra el dolor ajeno*, en realidad envases con seis caramelos al precio de un euro que se venderán en más de 22.000 farmacias españolas. Una campaña que diseñó Germinal Comunicación y estuvo a cargo de Jorge Martínez que explicaría, más tarde, que es fruto de una vivencia personal. En la campaña colaboran, como protagonistas de los anuncios, García Berlanga, Alejandro Sanz, Andrés Iniesta, Buenafuente, Xabi Alonso, Manel Fuentes, Cayetana Guillén Cuervo, Eduard Punset, Nuria Espert, Fernando Tejero, Pilar Bardem, Pau Donés y Ferrán Adriá. Las cajas se diseñaron con una gráfica amable, pero en un rojo rotundo; con textos en negativo blanco y tres símbolos, que recogen el mensaje, y representan una pastilla, el signo X y un corazón. En los anuncios todos los personajes aparecen sobre un fondo negro; en tonos oscuros muestran su rostro y sostienen –único detalle de color– la caja. En abril de 2011 la campaña había recaudado más de tres millones de euros, y Jorge Martínez recibiría por su realización el premio CdC de Oro que otorga el Club de Creativos. Un premio que Martínez aclara *“da oportunidades a agencias de publicidad pequeñas porque no se valora cómo se ha llevado a cabo la idea –si se tiene más o menos dinero para hacer una campaña–, sino la propia idea”*. En referencia a los dos años de trabajo previos y a los resultados obtenidos el creativo señala: *“Tener una idea que salva vidas te llega y te anima, porque te demuestra que las ideas pueden cambiar el mundo. Por primera vez en mi vida sentí que la gente me felicitaba por la campaña, no por el premio”* y continúa *“creo que estamos ante la campaña social más eficiente de este país... La publicidad está muy denostada, nos culpan de los grandes males de la sociedad, pero, a veces, podemos ayudar a los demás con la comunicación”*. No fue el único premio obtenido por Germinal; dos semanas después del galardón otorgado por CdC, el 19 de abril, la prensa murciana da a conocer que la agencia murciana ha obtenido en el Festival Iberoamericano de la Publicidad, celebrado en Buenos Aires, varios galardones más. *Pastillas contra el dolor ajeno* obtendría un Sol de Oro a promoción y mercadotecnia, otro a la comunicación Interactiva, un Gran Sol de Platino, y una Copa de Iberoamérica a la mejor idea en comunicación social, que se entrega por primera vez. En noviembre de 2011 la campaña sería premiada con un Oro en la categoría de Responsabilidad Social y un reconocimiento especial del jurado a la Estrategia más Innovadora por la Asociación Nacional de Anunciantes. A finales de 2011 Germinal acumulaba 16 LAUS, 1 Sol de Platino, 3 de Oro y 1 de Plata, entre otros galardones y premios; y formaba parte del ranking de las diez agencias más creativas elaborado por la revista *Anuncios*. *Pastillas contra el dolor ajeno* aparecía, en una encuesta de la revista *Control*, realizada entre directivos creativos de todo el país, como una de las cinco mejores ideas publicitarias de los últimos cincuenta años. El 27 de enero de 2012 Germinal, la pequeña empresa murciana compuesta por nueve creativos, recibe en Estambul, frente a las mejores agencias internacionales, The Grand Cup, un galardón que solamente poseía en España JWT. *Pastillas* –una propuesta publicitaria que sería pronto imitada, solo hay que detenerse en los anuncios de prensa de noviembre de 2012 realizados para la campaña “Gran recogida de alimentos”, en la que colaboran la Obra Social La Caixa y la Federación Española Banco de Alimentos con protagonismo de Xavi Hernández– permitió que Germinal Comunicación se convirtiera en la agencia de comunicación preferida por las ONGs, abordando estrategias para PLAN o el Secretariado Gitano –en diciembre de 2012 Germinal llegó a felicitar la navidad con la edición de un disco, un CD, que recogía la música interpretada por músicos callejeros que se ubican generalmente en Trapería, calle céntrica murciana cercana a la sede del estudio gráfico–, y favoreció que el estudio se implicara en distintas campañas humanitarias, aportándole una notable visibilidad que protagonizó Jorge Martínez; que en mayo del 2012 es nombrado miembro del jurado del FIAP (Festival Iberoamericano de Publicidad) y en julio rodó *Minera*, un corto, homenaje al Festival Internacional del Cante de las Minas de La Unión, protagonizado por Rocio Márquez, que había recibido en 2008 la Lámpara Minera, y un grupo de trabajadores que llevaban 46 días encerrados en el Pozo de Santa Cruz, una mina de León, en protesta por el cierre de las instalaciones extractivas. Martínez explica que *“aunque económicamente no son muy rentables, sí proporcionan gran satisfacción personal”*, el corto contribuiría a promocionar el 52 Festival de La Unión. En junio de 2013 es público que *Minera* ha recibido el Sol de Oro en el Festival Iberoamericano de la Comunicación Publicitaria El Sol. En 2019 Jorge Martínez se compromete con la ONG Rescate y Nacio-

nes Unidas en una nueva campaña que intenta implicar a las constructoras en la reconstrucción de Alepo, la ciudad siria devastada por la guerra.

Germinal acabará mutando, transformándose en un estudio de nueva denominación: Germinal & Brandon Love –declarando su pasión, su amor por el branding en tanto en cuanto proceso que permite pensar, hacer, construir una marca–. Entre sus clientes: LlaolLao (Natural Frozen Yogurt), la promotora-constructora Pérez Cánovas, 7 Televisión Región de Murcia, Aguas de Murcia, Salmentum, Vectoris, State Sport Group, Amusal...; y esto sin abandonar las campañas que exigen un fuerte compromiso social y ético para instituciones como la Fundación Vicente Ferrer; Pirúlate, contra el síndrome de Brugada –con Sergio Ramos y Andrés Iniesta de protagonistas– o la ONG Plan. Y desde luego produciendo magníficos carteles que no abandonan nunca los principios que han hecho de Germinal un estudio gráfico de referencia, la ironía, la capacidad de síntesis y la permanencia en la memoria; citemos algunos: los realizados para el I Festival de Arte Contemporáneo de noviembre en Yecla 2008, acogido al lema «*Artistas sueltos*», el de la II edición del Festival, en julio 2009, bajo el eslogan «*Movimiento tóxico*», y los de la III y IV edición de 2010 y 2011, «*Espacio radioactivo*» y «*Prohibido prohibir*»; carteles concebidos a partir de impactantes campos de colores planos, símbolos y emblemas. Una línea de trabajo aplicada en el cartel *Lemon pop 20 años* –el símbolo de un limón amarillo ocupando todo el *afiche*–; el realizado para la empresa Señor Miyagi, de lavado y limpieza de vehículos; o la gráfica de la cartelería *Ahora, si ensucias pagas* concebida para Ferrovial.

Pero volvamos al año 2003. Entre el 7 y el 9 de abril de 2003 se celebran, organizadas de nuevo por la Escuela de Arte de Murcia, las Jornadas de Artes Plásticas y Diseño con asistencia de Ulises Culebro, jefe de infografía e ilustración del diario *El Mundo*; el Premio Nacional de Diseño 1997, José María Cruz Novillo; el director y creativo de Intermedia Comunicación, Fernando Gil; Juan F. Ricbourd, de Indesign Europe; Alex Puig, de la agencia Factotum Digital; y un grupo de arquitectos. Cruz Novillo (Cuenca 1936), creador de la imagen corporativa de Renfe, Repsol YPF, Correos y Telégrafos o el Banco Pastor, un pionero del diseño gráfico que ha realizado una línea de portadas para el *Anuario del País*, *Experimenta* y *Visual*, expone que un buen producto debe atravesar la barrera del tiempo, y lo ideal sería poder “*diseñar clientes con los que hacer cosas descabelladas*”. Novillo vuelve a reformular en Murcia, el 7 de abril, la relación arte y diseño: “...*arte y diseño tienen una conexión, analógicamente ambos trabajan con signos. Sin embargo, su mecanismo de acción es completamente opuesto. El diseñador es un arquero que dispara su flecha al blanco intentando dar en el centro de la diana, mientras que el artista dispara la flecha y pinta la diana donde ésta se ha clavado, de modo que siempre acierta*”⁽³¹⁹⁾.

El 2 de julio de 2003 se inaugura la “II Muestra Carteles de Ayer y Hoy”, con gráfica de Julio García Abril, en el Centro de Arte Palacio Almudí; entre los carteles que se exponen figuran el anunciador del Primer Centenario del Teatro Romea, impreso en 1962 –que juega con 1862-1962–; el de la Feria de Murcia 1963, realizado por Conte o el del XIII Campeonato de Billar Artístico, celebrado en 1962 y realizado por Carbonell –los carteles con el billar como tema parecen especialidad del autor, en 1960 realiza el anunciador del XV Campeonato de Europa de Billar–. La primera edición de la “Muestra de carteles de Ayer y Hoy” exhibida en 2002 presentó, junto a carteles mas contemporáneos, una selección que abarca entre 1907 y 1948; ahora, en esta 2ª edición, el recorrido comienza en el cartel de Carlos Gómez para la Semana Santa de 1948, y finaliza con el trabajo de Belzunce de 2003 para el Entierro de la Sardina.

El 21 de junio de 2005 Hal Foster presenta en el Cendeac su libro *Diseño y delito*. El estadounidense considera que todo tiene que ser diseñado, desde unos vaqueros a los genes biológicos. Reflexiona sobre las vinculaciones entre diseño y seducción, y aclara: “*el deseo del consumidor se retroalimenta con el diseño*”. *Desing and crime*, libro que explora y profundiza las relaciones entre comercialización de la cultura y marca de identidad, entre arte y museo, planteando las problemáticas más actuales del mundo de la crítica artística. “*Hubo un tiempo* –escribe Foster en las páginas del libro– *en la producción de masas en el que la mercancía era su propia ideología, el Modelo T su propio anuncio: su principal atractivo residía en su abundancia de lo mismo. Pronto esto no fue suficiente: había que implicar al consumidor y la retroalimentación se convirtió en un factor de la producción (así nació el diseño moderno). A medida que crecía la competencia,*

(319) Las declaraciones del diseñador las publica *La Opinión* el 8 de abril de 2003.

había que idear nuevas seducciones, y el envoltorio se hizo casi tan importante como el producto...” Pero Foster no solo aclara, en pocas líneas, la causa del desarrollo del diseño y su implantación en el mercado, también señala el presente y pronostica el futuro: *“Nuestro propio tiempo es testigo de un salto cualitativo en esta historia... las mercancías se pueden retocar continuamente y los mercados compartimentar constantemente, de manera que un producto puede ser de masas en cantidad, pero sin embargo aparecer actualizado, personalizado y precisamente orientado. Hoy en día el deseo no sólo está registrado en los productos, está especificado en ellos: en los catálogos y en internet al consumidor lo saluda una autointerpelación del tipo «eh soy yo». Este perfilamiento perpetuo de la mercancía, del mini-yo, es uno de los factores que conducen a la inflación del diseño... que llega al punto de que el envoltorio reemplaza al producto ...las megacompañías parecen promocionar poco más que sus propios nuevos acrónimos y logotipos...”*

El 20 de noviembre de 2006 el publicista Siscu Molina –creador del anuncio JASP (*Joven, Aunque Sobradamente Preparado*), responsable del robo simulado del escaño de Zapatero y causante de que millones de personas cantaran *Amo a Laura*, una campaña publicitaria al servicio de la MTV– imparte una conferencia en Murcia, en el aula de cultura de CajaMurcia dentro de las jornadas “Cerebrando 06” bajo el título “Publicidad. Año 0”⁽³²⁰⁾ Molina deja claro en su intervención y en la entrevista, que la prensa publica el día 21, que las tecnologías van a cambiar, lo están haciendo ya, el concepto de publicidad. Cambiarán los formatos y los mensajes y *“será internet la piedra angular del cambio”*; cambios que discurren muy rápido impidiendo que nadie pueda prever qué pasará y cómo pasará.

A finales de abril de 2008 la Escuela de Arte y Superior de diseño de Murcia celebra sus VIII Jornadas de Diseño, en el cartel anunciador la relación de ponentes: Potipoti, Xénia Viladés, Tomy Ceballos, Pati Núñez –con error ortográfico en el nombre de la diseñadora, que se escribió con “Y” griega–, Culdesac, y Charo Iglesias. Pati Núñez, distinguida con el Premio Nacional de Diseño 2007, aclara que el diseño gráfico es una cosa más empírica de lo que se piensa y constituye *“básicamente comunicación”*. Y en junio seis alumnos de la Escuela Superior de Arte y Diseño: Basilio Bonal, Alejandro Caravaca, Mario Hernández, Juanjo López, Lola Marín y Laura Navarro, muestran en la Sala Caballerizas de los Molinos del Río una selección de sus trabajos bajo el título “Cuando sale el sol se cuele por la rendija”. El diseñador Peret y el ilustrador Raúl presentan, en diciembre, en el centro Puertas de Castilla “Peret+Raúl Oficio de lectura x 2”, una muestra de sus diseños e ilustraciones, realizadas para artículos de prensa, que propone una relectura autónoma.

Ana García del Real Cortils, diseñadora formada en la Escuela de Artes y Oficios de Murcia, que ha desarrollado su labor en el campo del diseño, la ilustración, el fotomontaje y la dirección de arte en San Francisco y Nueva York, realizando portadas de discos, carteles y escenografías, recibe el Premio Visual en su sexta edición, en la categoría de mejor libro institucional o de empresa 2008 por *Zibaldone de las cinco etapas de la vida: cinco por nueve haikus visuales*; 45 composiciones visuales, encargo de TF Artes Gráficas que celebra el 20 aniversario de empresa.

A mediados de 2009 la Escuela de Arte y Superior de Diseño de Murcia participa en una iniciativa de la Cámara de Comercio que pretende, ante la situación de crisis del comercio, facilitar la renovación de la imagen de 29 establecimientos minoristas murcianos con la participación de 29 jóvenes diseñadores. La idea es reducir los costes en la creación de una marca de empresa y facilitar a estos alumnos su primer encuentro con la realidad empresarial. “El diseño gráfico como herramienta estratégica del comercio minorista de Murcia”, una iniciativa que venía de años anteriores y tendrá continuidad.

En octubre de 2010 Insignia Creativa, Sublima y Paparajote reciben casi la quinta parte de los galardones que otorga los Premios Anuales de diseño. A finales del mes se constituye DIP, una asociación, presidida por José María Nuño de la Rosa, que pretende agrupar a 300 profesionales murcianos del diseño y la comunicación publicitaria; el objetivo es mediar entre administración y empresas, y organizar actividades encaminadas a mejorar la capacitación de los profesionales del diseño en la región⁽³²¹⁾.

Pero para el diseño, como para el resto de los sectores productivos ¡y creativos! del país, el periodo acabó con una palabra sacudiendo los tímpanos ¡¡crisis!! En marzo de 2009 Infoadex indicaba en un estudio que los grandes anunciantes habían optado por

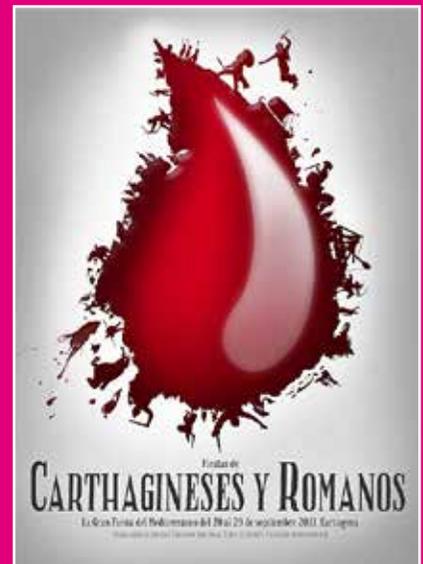
(320) Las jornadas tienen como objetivo sensibilizar al ciudadano para que colabore con la fundación Jesús Abandonado. Contraplano, la agencia de publicidad que hace ya diez años colabora desinteresadamente con la fundación responsabilizándose de su imagen, imparte los talleres en los que participan 50 estudiantes de la UMU futuros profesionales de la publicidad. La idea es seleccionar, entre los grupos participantes, la propuesta que mejor exprese los valores de justicia y comunicación; una marca, un frente común de la sociedad murciana ante la pobreza; el trabajo seleccionado se exhibirá en Navidad en prensa, radio, cadenas de televisión y carteles. Además de Siscu Molina participaron otros publicistas de ámbito nacional: Toni Planells, que ideó el mayordomo de Tenn, y Miguel Ángel Bañuelos, autor del lema JASP.

(321) En marzo de 2011 DIP instaló un stand propio en la Feria del Mueble de Yecla para promocionar la entidad y dar a conocer sus proyectos; además elaboraría un documento a modo de manifiesto –un planteamiento en consonancia con el llevado a cabo por la Asociación de Diseñadores de Madrid (di_mad) cuyo manifiesto declaraba: *“el sentido del diseño no son los objetos, sino las personas”*– que destaca que *“diseñadores y creativos publicitarios son imprescindibles en cualquier estrategia empresarial que persiga incrementar la competitividad, lograr la excelencia, continuar en la senda del crecimiento y alcanzar la recuperación económica”*, todo subrayado por la idea de la necesidad de contar con diseñadores y creativos para *“convertir a la Región de Murcia en una marca de calidad”*; y el 8 de julio organizó una fiesta, Diparty Meeting Point, para favorecer el encuentro entre profesionales del diseño. En diciembre de 2012 los creativos murcianos compartieron ideas y asistieron a conferencias y talleres en el marco del festival “Habla 1.0” celebrado en el Cuartel de Artillería. DIP, la Asociación de Profesionales del Diseño y la Comunicación Publicitaria de la Región de Murcia es el eje primordial que articula los Encuentros Nacionales de Diseño (ENAD) que celebraron en 2021 la 8ª edición.

adaptar los mensajes publicitarios al estado de ánimo de la población, y que más de un centenar de anuncios lanzados en lo que iba de año contenían la palabra crisis. En junio se edita en Madrid *Abre el ojo N° 13. Diseñando en crisis*; revista del Área Cultural del IED (Instituto Europeo del Diseño) de la que es responsable Pedro Medina. Medina retoma la iniciativa del IED de 2004: *Crisis Design*, presentada en la Casa de América y puesta en marcha para reflexionar sobre la crisis económica argentina y las soluciones que el diseño puede aportar. Ahora, cinco años más tarde, aquellos supuestos vuelven a cobrar plena vigencia, o tal como Medina lo formula: "...un momento que deja algo atrás y que anuncia un nuevo período en todos los ámbitos. En este contexto el mundo de la creatividad no puede cerrar los ojos como si nada ocurriera, debe ser responsable, puesto que puede aportar nuevos procesos y crear las condiciones de un mundo que aún sea habitable".

La realidad es que los ayuntamientos estaban endeudados y sus ingresos habían descendido del orden del 41% entre 2006 y 2008. El número de turistas que visitó la región en 2009 había caído un 13,6%. Los consistorios locales redujeron sistemáticamente el aporte económico a los festejos y suspendieron o cancelaron eventos y festivales. El Ayuntamiento de Lorca dejó en suspenso "Espirelia. Todas las Artes" fundado en 2002, y Calasparra suspendió el concurso de Jóvenes Flamencos. La propia Administración Regional se vería obligada a aplazar pagos a empresas y proveedores, pues a primeros de octubre de 2010 sus arcas se habían vaciado creando problemas de tesorería. Una situación agobiante que repercutió en los segmentos más jóvenes de la población –en 2010 llegaron a editarse carteles, *Encuentro joven 2010, estrategias para combatir el desempleo*, que muestran a un joven con evidentes signos de preocupación–. Cuando a finales de noviembre se debaten los presupuestos de 2011 es público y notorio el recorte de más del 23% que sufrirá la Consejería de Cultura, Turismo y Deportes, que hasta ese momento había actuado de buque insignia, en lo que respecta al impulso de acciones publicitarias y por ende del diseño, como organismo institucional encaminado a poner en valor iniciativas para promocionar el turismo y la cultura. El propio consejero lo explicita el 24 de noviembre en su comparecencia en la Asamblea Regional: "*Las cifras son las que son; España ha pasado de estar en crisis a entrar en estado crítico*"; para acabar exponiendo que se hace necesario acudir a financiación y patrocinio externo. Cuando en enero de 2011 se clausura la bienal Manifiesta 8, el coordinador regional de UPyD, Rafael Sánchez, explica que el ejecutivo "*no ha tenido inconveniente en gastar unas cantidades desproporcionadas de dinero en eventos culturales de discutible repercusión mediática y dudoso retorno económico para la Región*". Habrían de venir tiempos duros, en enero de 2011 el Ayuntamiento de Murcia hizo público que la crisis afectaría a los festejos. Y los propios comercios de la capital regional acabaron exigiendo, desde carteles que mostraban a un muñeco de trapo con cara triste y el lema «*El comercio al límite*», soluciones urgentes.

Tiempos duros para el cartel y el diseño murciano sujeto a tres factores determinantes: la crisis económica que afectó al sector de la publicidad; el desarrollo en alza de nuevas formas de comunicación e información que impuso su ley desde las redes sociales que ya no demandaban las mismas cantidades de material impreso, catálogos, folletos, cartelería... y la propia desestructuración del sector en la región que era en exceso dependiente de las administraciones públicas. El 1 de julio de 2011 se presenta a la opinión pública el informe *Análisis del Sector del Diseño en la Región de Murcia*, un proyecto elaborado por distintas consejerías, el INFO, la Fundación Séneca y el Observatorio del Diseño y la Arquitectura, que pretende identificar los agentes y las relaciones que se establecen en el sector: profesionales, clientes, elementos que se contratan y aplican e inducen los flujos económicos, el marco de apoyo, los impactos directos e indirectos que generan y el entorno social como receptor final del producto. Las conclusiones no son muy alentadoras, el sector cuenta con excelentes profesionales, pero "*con poca visibilidad y poco estructurado... muy individualista y falto de corporativismo*", un mercado interno limitado, sin explotar, debido a la falta de oportunidades, que está sin vertebrar; a pesar de que se ha logrado poner en marcha la primera asociación de diseñadores y creativos, y es un sector que cuenta con unas 200 empresas. Sí, se avecinan tiempos duros, una vez evaporado el espejismo. ¿Pero acaso crisis y cambio no son palabras que podríamos considerar sinónimas?



Fernando Mazagatos. *CarthagineSES y Romanos*. Cartagena. 2013.

10 FINAL. L’AFFICHE EST MORT, VIVE L’AFFICHE

El 1 de agosto de 2017 *La Opinión* da cuenta que, para difundir la Feria de Septiembre de Murcia, el Ayuntamiento capitalino editará 10.000 abanicos –troquelados en cartón– con la imagen de la campaña, que piensa distribuir en las playas de la Región; 100 *muppys* para Murcia y pedanías y 200 banderolas para calles y avenidas de la ciudad. Pero la noticia, que da Ana García en el periódico, lleva otra información más relevante en lo que concierne al tema que nos ocupa, la periodista escribe en negrita “Aparcan el tradicional cartel” y desarrolla la información aportada:

“Para esta ocasión también se ha optado por una imagen y una campaña diferente a la de otros años y para ello el Consistorio se ha puesto en manos del estudio creativo Rubio & del Amo, que ha dejado de lado el tradicional cartel pictórico y ha optado por imágenes gráficas en las que se puede ver a los miembros de una familia murciana que viven la Feria de Septiembre como un reencuentro con amigos y vecinos después de las vacaciones de verano y en las que aprovechan para contarse las aventuras y viajes de los últimos días, según indicó el creativo responsable, Julián Garnés.”

La campaña no solo dejó de lado el tradicional cartel pictórico, tampoco editó cartelería de pequeño formato para colocar en escaparates como era habitual, editándose solamente impresos para *muppys* y banderolas, además de un programa de actividades plegado, que puede servir de pequeño cartel de escaparate ya que lleva en el anverso la imagen alusiva a los festejos septembrinos. En cualquier caso, el titular de Ana García deja claro, sugiere –negro sobre blanco–, a que punto de irrelevancia ha llegado el cartel. La campaña se articuló alrededor de un mensaje-lema «Feria de Murcia, Feria de las novedades 2017» y un refuerzo textual: “Te lo cuento en la Feria”; refuerzo textual que proponía hacer partícipe al espectador de una confidencia. El abuelo que sostiene la tradicional panocha y aclara: “Este verano me he puesto más negro que el tizón, nos vemos en La Feria y te lo cuento”. El joven que asegura: “Este verano estuvimos en el backstage con Alaska, nos vemos en los Conciertos y te lo cuento”... Y así hasta cuatro personajes que se proponen contar a sus amistades, aprovechando los días de ocio de la Feria, que tal les ha ido durante el verano. El complemento a estos mensajes fue una web-app donde cada ciudadano que lo deseara podía generar una imagen con su propia anécdota veraniega y vincularse al evento festero que considerara oportuno⁽³²²⁾. Siguiendo con la antigua tradición del objeto regalo, que acompaña al programa festero, se diseñó una baraja con la que piensa obsequiarse a los primeros vecinos que se acerquen al Consistorio a recoger el programa de fiestas; panochas, chapas de cerveza, manzanas caramelizadas y copas de vino, son ahora los palos del original juego de naipes. Rubio & del Amo⁽³²³⁾ ha recurrido a unas ilustraciones planas, resueltas con trazos esquemáticos y colores llamativos –un esquema gráfico aplicado por el estudio en 2017 a la campaña realizada para difundir distintos aspectos del municipio de Jumilla–; quizá han pecado de excesiva condescendencia con algún esponsor de las fiestas, pues algunos cartelones y banderolas presentan a una chica tomando una copa de vino y a un joven que lleva en la mano una botella de cerveza de marca fácilmente reconocible. El estudio de diseño, en su página web, aclara que han recibido el encargo tras décadas de que fuese un pintor

(322) El poder incorporar imágenes propias en una campaña publicitaria no era algo nuevo, en septiembre de 2016, para celebrar el Día Internacional de las Personas Mayores, los mayores que lo desearan podían incorporar sus retratos en el cartel oficial del evento, una campaña del Ayuntamiento de Murcia que respondía al eslogan «Old is cool».

(323) Guillermo Rubio y Julian Garnés, ambos licenciados en Publicidad y RR. PP. por la Universidad de Murcia, han creado el Estudio en 2014, tras años de trabajo en solitario o en otros estudios gráficos. Rubio ha estado vinculado a Sublima Comunicación, ha obtenido un LAUS de bronce en 2011 y menciones en los Premios Anuario de Diseño Español en 2010, 2011 y 2012; Garnés ha visto reflejada su obra en distintos catálogos y publicaciones como el SOS 4.8 o la Bienal Europea de Arte Contemporáneo Manifesta. El estudio cosecharía galardones y nominaciones. En 2016, se presenta por primera vez a los LAUS siendo nominados sus trabajos para el café Maracana y para la línea de sacos de cemento de la empresa de construcción Divendi.



(Fig. 394) Doméstika. Jazz and Black. Murcia. 2017.

el encargado de la cartelería festera y por eso, en lugar de una imagen rígida, optaron por aplicar “una gráfica dinámica y flexible”.

Una vuelta al diseño gráfico, dinámico y flexible, poco agresivo, blando incluso. En el periodo 2010-2020 se abundó en un diseño que podríamos calificar como *soft*, suave, sugerente, que busca reforzar sus cualidades perdurables, o memorables, en resultar simpático, un punto socarrón y divertido, quizá para hacer olvidar lo mal dados que vienen los tiempos. En la cartelería y el diseño gráfico del periodo –realizado ahora, como culminación de un proceso anunciado, por estudios y equipos de diseñadores y creativos, haciendo que el diseño de autor pase a segundo plano– son patentes una serie de características: Será frecuente recurrir al empleo de lemas y dibujos icónicos y emoticonos –un ejemplo lo pretende el logotipo actual de la Costa Cálida–. La pervivencia, o mejor, la vuelta a las tintas planas, el dibujo y la ilustración. Los ilustradores son indispensables en las propuestas gráficas de la época en cualquier estudio gráfico –69 agencias de publicidad y estudios de diseño aparecen reseñados en 2018 en la región, en la web de la CARM– que se precie, como superadoras del diseño basado en obras pictóricas; solo hay que recordar el gato cervantino creado por Katarzyna Rogowicz en 2016 para la Red Municipal de Bibliotecas de Murcia; el cartel *Pianos en la calle*, editado en mayo de 2017, ilustrado por Alfredo; *Jazz and Black*, cartel de Doméstika (Fig. 394) que anuncia, con un músico de color tocando el saxo dibujado a dos tintas, rojo y negro, el ciclo que tuvo lugar en el Teatro Circo en marzo de 2017; o el folleto que difunde la programación infantil y juvenil de los teatros y auditorios de Murcia entre octubre 2017 y abril 2018 diseñado por Salvador Roldán o, más reciente, la gráfica del V Ciclo Jóvenes Solistas de 2022 creada a partir de una ilustración Casa Chiribiri y Grupo Tariro. La incorporación en carteles y *muppys* de Códigos QR desde 2012⁽³²⁴⁾. También el anonimato, pues numerosos productos gráficos aparecen sin visibilizar su autoría; podríamos señalar 4 ejemplos recientes, de 2020, circunscritos a la ciudad de Murcia: el programa *Sueña la Navidad de Murcia*, la imagen del 32 Encuentro de Cuadrillas, la gráfica de las actividades *Murcia 2020 Capital Española de la Gastronomía* y el cartel anunciador *Murcia Jazz Festival* que firma ¿Jazzazza? Aunque quizá la característica más reseñable y con más calado de cara al futuro sea la introducción de una narrativa en forma de secuencia simultánea; los costos por unidad, de ejemplares impresos en enaras, *muppys* y banderolas, permiten alterar, modificar imagen y mensaje tantas veces como se considere oportuno, creando un discurso publicitario diverso, que se complementa y, a la vez, mantiene el vínculo y enlace a un concepto unitario. Se hace necesario apuntar aquí que empresas líderes del sector como JCDecaux llevan varios años explorando llamativas fórmulas para integrarse en la ciudad; estudiando que los elementos de mobiliario urbano anunciadores publicitarios interactúen con el ciudadano como carteleras digitales –facilitando información turística o cultural, o actuando de puntos de conexión wifi–, amplificando las campañas publicitarias a modo de mensajes virales que trasciendan en redes sociales; utilizando para ello sofisticados mecanismos bajo el control de bases de datos; un ejemplo: en los anuncios digitales de Clear Channel, instalados en el metro de Estocolmo, a la modelo que aparece en ellos se le mueve el pelo cada vez que pasa el tren.

(324) Creados en 1994 por el fabricante de automóviles Toyota para inventariar las piezas de repuesto, los códigos QR permiten almacenar mayor cantidad de información que los códigos de barras: textos, imágenes, enlaces a webs... Su lectura se realiza con un dispositivo o teléfono que disponga de cámara y aplicación App y pronto se impusieron en operaciones de marketing y publicidad creativa, además de servir para difundir distintos tipos de impresos y ofertas turísticas.

(325) Una actividad que ya se había celebrado el año anterior, en mayo, al amparo del lema «*El diseño vive en la puerta de al lado*», coordinada por Paparajote, que se responsabilizó de la parte gráfica, y que contó con la colaboración de *Murcia Visual*, un informativo online, creado en marzo de 2010, que ha mantenido a lo largo de los años su apoyo y su atención a cuantas actividades se realizan, en y desde la Región de Murcia, en torno al diseño y a la creatividad, poniendo especial acento en el trabajo realizado por los profesionales murcianos dentro y fuera del ámbito territorial de la Comunidad Autónoma, y abierto a colaboraciones externas de relevancia desde murcia-visual@hotmail.es

Ironías aparte, puede que no hayamos asistido a la muerte del cartel en 2017. ¿Cómo acabar con un sistema de comunicación depurado a lo largo de años, de siglos...? Ni desde luego a la muerte del diseño. Los estudios y diseñadores murcianos siguieron acumulando premios y distinciones entre 2011 y 2023.

Acabando el periodo, a primeros de octubre de 2017, con el fin de promocionar el diseño murciano, en un momento que parece superador de la crisis económica, el Ayuntamiento de Murcia, a través de su espacio Molinos del Río-Caballerizas, organiza, en colaboración con la Escuela Superior de Diseño de la Región de Murcia y DIP –la Asociación de Profesionales del Diseño y la Comunicación Publicitaria de la Región de Murcia–, “Murcia diseña”⁽³²⁵⁾. Se presentan trabajos de estudios y talleres, se organizan mesas redondas, y un *open day*, el día 7, que permite visitar los estudios; la idea es mostrar una visión actualizada del diseño cuando menos de la ciudad y la región, y acercar al público el trabajo que desarrollan los creativos murcianos. La lista de los estudios que participan en el proyecto –el diseñador *free lance* es ahora una figura irrelevante– es, quizá, un claro exponente de algunos de los más importantes equipos de diseñadores murcianos:

Artsolut, Atosío, Bar Taberna de Ideas, Eduardo del Fraile, F33, Grafyco, Germinal & Brandon Love, La Calle es Tuya, Paparajote, Portavoz, Rubio & del Amo y Sublima Comunicación. Puede que el cartel sea un género a punto de expirar, pero desde luego, si atendemos a estos nombres y su proyección en el panorama nacional, lo que es seguro es que el diseño murciano goza de energía y está en continua reinención.

Pero, lo que ha puesto de manifiesto el programa gráfico diseñado por Rubio & del Amo para divulgar la Feria de Septiembre de Murcia es la cansina vulgaridad de la mayor parte de la cartelería festera; y la crisis generalizada del cartel que ha visto reducida su presencia, su tirada y su formato, en paredes y fachadas de calles. Causas: El dominio absoluto de los *muppys*; el auge de las redes sociales y lo que podríamos llamar las tecnologías de bolsillo, que han demandado nuevas formas de difundir la comunicación, de conectar a los individuos; y, por supuesto, la crisis económica, que afectó a todos los sectores, y en especial al sector cultural.

El desplome de la economía nacional vinculada a las industrias del ocio y la cultura, al comenzar la segunda década del siglo XXI, fue brutal. En noviembre de 2013 la SGAE informaba que el teatro había perdido más de la mitad de espectadores desde 2008. Los murcianos no iban al cine ni dos veces al año. Las inversiones de las administraciones locales y autonómica se redujeron un 16% respecto al año anterior de 2012 en temas relacionados con las artes plásticas, la música, el teatro o el cine, lo que resultaría desastroso para las muestras artísticas y los festivales que se celebraban en la región y, desde luego, para las propuestas gráficas y publicitarias con que se divulgaban. Una situación que, si en 2017 parecía a punto de remontarse, la pandemia mundial, originada en el primer trimestre de 2020 por el Covid 19, volvería a sumir en el caos social y económico, suspendiéndose eventos y celebraciones señaladas –y vitales para la economía regional y nacional–, Semana Santa, festejos primaverales, encuentros musicales... Algunos de los carteles previamente impresos, como los anunciadores, en 2020, de Semana Santa de bastantes localidades: Lorca, Cartagena, Murcia... del Entierro de la Sardina... se convertirían en un acto fallido que, finalmente, nada divulgaron porque nada pudo tener lugar.

Pero veamos, veamos la situación del cartel y del diseño en Murcia más allá de 2011.

La cartelería pasional de la ciudad de Murcia supuso, entre 2011 y 2020, un decidido retorno a la pintura; un camino iniciado en 2010.

El cartel de Semana Santa de 2011 es una pintura de Balibrea que representa la salida de *los coloraos* desde la iglesia del Carmen, nazarenos y bocinas; un cuadro realizado a partir de una fotografía de Juanchi López, con una tipografía excesiva que aplastó la imagen entre el exceso de amarillo de la parte superior y el luto inferior.

En 2012 sería una pintura del blanqueño Luis J. Fernández Miñano la imagen de Semana Santa, que un diseño de SGMstudio.es convertiría en el cartel que se presenta el 22 de febrero. El *San Juan* de González Moreno de la Cofradía del Santo Sepulcro ante las calles de Murcia, al fondo la torre; una pintura de figuración muy realista que acaba desdibujando el sentido de lo que anuncia. Fernández explica que *"San Juan muestra la ciudad e invita a pasear por sus calles durante la Semana Santa. Indicando el camino a Dios simbolizado por la Catedral"*. Una pintura que incluye el Santuario de la Fuensanta. Un cartel, una pintura, en total relación con la exposición *"La mirada múltiple"* que el de Blanca inaugurará el 28 de marzo simultáneamente en el Museo del Teatro Romano y el MURAM de Cartagena; 80 cuadros que muestran una yuxtaposición de edificios que desafían las leyes que rigen el espacio y el tiempo. En palabras del pintor, en la entrevista a que lo somete Pedro López Morales para *La Opinión* del 26 de marzo: *"...ciudades quietas inspiradas por el hombre"* a las que *"rindo homenaje con imposibles visiones arquitectónicas. Aglutino templos y monumentos históricos con edificios contemporáneos. Traslado a un mismo cuadro fragmentos de ciudades distantes... con un resultado inabarcable."* Ese año una foto de Francisco Javier Sandoval de Nuestro Padre Jesús Nazareno, ganadora del tradicional concurso de fotos para carteles anunciadores de la procesión de Domingo de Ramos en Murcia, que organiza la Cofradía de la Esperanza, se imprime como anunciador del desfile procesional que conmemora la entrada de Jesús en Jerusalén.

Pedro Cano pintó nueve acuarelas, nueve iris morados que simbolizan la pureza y la pasión, como anunciadores de la Semana Santa murciana 2013; vinculando la imagen del cartel a la procesión de *los salzillos*. Nueve lirios, nueve *pasos*. El diseño del pliego correspondió a José Luis Montero.

Una pintura, ahora de Juan Antonio Fernández Labaña, representando el *Cristo del Perdón*, que procesiona Lunes Santo, a su paso por Belluga, y los nazarenos de la cofradía, anunciaron la Semana Santa de 2014. Un cartel que José Daniel Espejo, en su columna "Mesa de redacción" publicada en *La Opinión* el 15 de abril, llegó a tachar de poco adecuado para difundir las celebraciones pasionales de la ciudad.

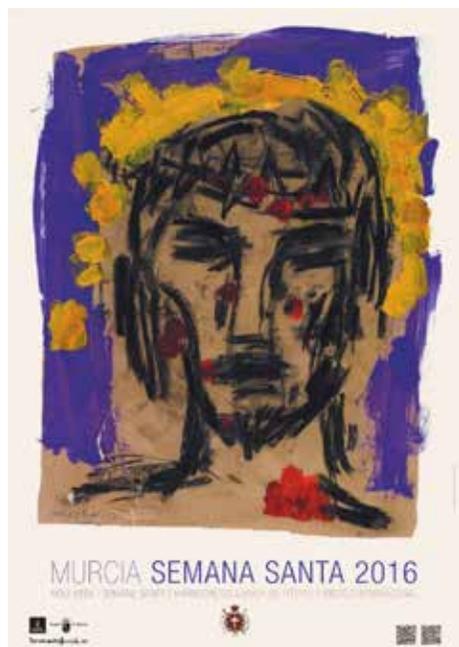
En diciembre de 2014 se sabía ya que Pedro Serna haría el elegante y sutil cartel *Semana Santa Murcia 2015*; con la imagen del *Cristo del Refugio*. Cartel de aspecto muy gráfico, en perfecta sintonía con el trazo exacto, expresivo y sugerente de Serna. La procesión de Domingo de Ramos se anunció con un cartel fotográfico obra de Francisco Javier Sandoval, resultado del concurso realizado por la cofradía, de título *Caminando con Jesús*; Sandoval será, así mismo, el autor del cartel de la procesión de Domingo de Ramos en 2016, una foto ganadora del 1er. Premio del VII concurso realizado por la Cofradía del Santísimo Cristo de la Esperanza. El Cabildo Superior de Cofradías editó cartel anunciador de la Noche de la Pasión Campanas de Auroros, una actividad que se celebra por primera vez en Viernes Santo en honor a la Aurora, realizado por Joaquín Zamora a partir de una foto que recoge una Campana de Auroros. En 2015 la Asociación de Nazarenos Murcianos editó el primer cartel de la asociación, que realizó el acuarelista Fernández Labaña y se presentó en el Palacio Almudí el 17 de febrero.

El 16 de enero de 2016 se presenta en el Real Casino de Murcia el cartel *Murcia Semana Santa 2016*. Lo ha realizado el pintor colombiano, afincado en Valencia y muy vinculado a Murcia, Willy Ramos. La obra está inspirada en la Cofradía del Resucitado y el pintor la considera una obra "fuerte, de futuro", que espera "siga conmoviendo dentro de 50 años". El cartel se presentó en FITUR junto a los anunciadores de la Semana Santa cartagenera y lorquina. El rostro de Cristo, de fuerte expresividad –imposible no recordar ante este cartel la serie de óleos, aguadas y litografías, que sobre el rostro de Cristo produjo en los años sesenta la alhameña María Dolores Andreo, de cierta similitud con el trabajo que ahora nos presenta Willy Ramos– en trazos y colores: amarillos, negros, rojos y violetas. El cartel generó cierta polémica en redes sociales al escapar un tanto de los cánones acostumbrados en las representaciones gráficas anunciadoras de la pasión. Incluso llegó a ser tachado de *Cristo podemita* –aunque los referentes más claros e inmediatos estén en el cartel pasional de Zamora de 2015–, al incluir en su impresión (Fig. 395) el tono violeta característico del logotipo de esta formación electoral.

Un cuadro de Saura Mira, que representa una procesión, anunció la Semana Santa de Murcia en 2017. Un cartel en clara relación con las pinturas que Saura Mira presenta en el Palacio Episcopal con motivo del III Congreso Internacional de Cofradías y Hermandades celebrado en Murcia del 8 al 12 de noviembre de 2017. Congreso cuyo cartel realizaría Muher; una colorista interpretación de la *Virgen de las Angustias*, primera de las obras realizada por Salzillo para procesionar en la Semana Santa murciana y titular de la Real muy Ilustre y Venerable Cofradía de Servitas de María Santísima de las Angustias que desfila Viernes Santo.

La pintura, como vemos, se ha impuesto en los *afiches* pasionales de Murcia. Y así seguiría siendo. En 2018 una acuarela de Zacarías Cerezo, una composición, montaje visual con aire de cartel cinematográfico concebido tal que homenaje a Salzillo, sería impresa como anunciador. En 2019 el cartel, que representa al Cristo de la Misericordia, fue obra del pintor Herminio Estrella Sevilla. La cofradía de la Esperanza sería motivo anunciador de la Semana Santa murciana en 2020; una pintura de Hurtado Mena, que muestra la salida de la procesión convertida en una mágica escenografía, teñida del verde de los nazarenos, con un fondo huertano protagonizando la escena como telón del Cristo crucificado. El pintor de Alcantarilla Antonio Navarro Menchón realizó el cartel de la Semana Santa de Murcia 2021 –que, de nuevo, transcurrió sin procesiones– a partir de una pintura, casi hiperrealista, del Santísimo Cristo del Amparo que se eleva sobre la ciudad de Murcia, que parece de clara inspiración en la conocida obra de Dalí *Cristo de San Juan de la Cruz*. Otra pintura, del ciezano Antonio José Villa, el Cristo yacente y Ntra. Sra. de la Luz en su Soledad, anunció la Semana Santa en 2022. En 2023 el cartel lo realizó Alfonso del Moral y Santiago Rodríguez, una innovadora pieza en la cartelería pasional de Murcia, en 2024.

La Semana Santa de Cartagena se anunció en 2011 con un cartel que reproducía una foto de Moisés Ruiz Cantero de la *Virgen de la Soledad* marraja procesionado ante la iglesia de la Caridad. En 2011 se celebrarían en Cartagena los 320 años de historia



(Fig. 395) Willy Ramos. *Semana Santa*. Murcia. 2016.

de la Ilustre Cofradía del Santísimo y Real Cristo del Socorro con la exposición “Essentia Nostra”, celebrada en el Palacio de Molina entre el 10 de marzo y el 24 de abril, y publicitada con una imagen que Ruiz Cantero había presentado al concurso de carteles pasionales cartageneros en 2009.

En 2012 el cartel (Fig. 396), en tonos magentas, es un fotomontaje de Ruiz Cantero con un detalle del titular californio, el *Cristo de la Coronación de Espinas* y un detalle dorado del trono y la ornamentación floral. Es la 16 ocasión en la que una de sus propuestas es elegida para anunciar las celebraciones pasionales de Cartagena. El fotógrafo, que siempre presenta dos propuestas y no siempre la elegida es la que él mismo considera la mejor o la más adecuada, consideró en esta ocasión que se había elegido la opción por él preferida. En 2013 se declara desierto el concurso y se imprime de nuevo una composición del fotógrafo Moisés Ruiz Cantero: el *Jesús Nazareno* de la Cofradía Marraja, realizado por Capuz, en primer plano, fundido con el Ayuntamiento, y una toma de la procesión en la parte inferior del cartel. Con el lema «Uno» se imprime en 2014 el anunciador de la Semana Santa; una foto de Julián Contreras con el *Señor Resucitado*.

Otro fotomontaje de Moisés Ruiz con el misterio del Ósculo californio superpuesto a un *tercio* de capirotos, desfilando ante La Caridad, anunciaría las procesiones en 2015.

En 2016 será un corazón rojo, que recoge el reflejo del desfile, sobre lirios violetas y amarillos, la imagen central del atrevido cartel; el fondo, una trama del manto de *María Magdalena* que, según las bases del concurso debe ser tema principal del cartel anunciador. El cartel se presentó en Fitur, pero fue impugnado por la Cofradía Marraja en la que radica la Agrupación de Santa María Magdalena, imprimiéndose finalmente otro cartel, además de éste, menos atrevido, con un detalle de Santa María Magdalena y el trono saliendo del portón de la iglesia.

Por tercer año consecutivo, en 2017, una obra de Moisés Ruiz resultará ganadora, por unanimidad, ante las 35 obras presentadas al concurso de carteles de Semana Santa. La composición fotográfica, titulada *Eikosi*, un montaje que representa a la *Virgen de la Soledad del Consuelo* ante una vista nocturna del Teatro Romano con la portada de la Catedral Vieja –ya que la Cofradía del Santísimo y Real Cristo del Socorro iniciaba desde este templo sus procesiones antes de que se empezase a excavar– y unos penitentes del Via Crucis, obtuvo los 1.500 euros del premio. Otra vez, una inteligente propuesta del fotógrafo.

«Okankelogun», que en lengua yoruba significa 21, fue el lema con el que Moisés Ruiz obtuvo el premio del anunciador de la Semana Santa de 2018 en Cartagena. El cartel representa el *Ángel* del grupo de la *Resurrección*; una imagen que precisa para su realización lápiz de grafito y acuarela, pero que más bien parece una toma fotográfica sometida a procesos informáticos. Una atrevida composición realizada por Ruiz Cantero en 2017.

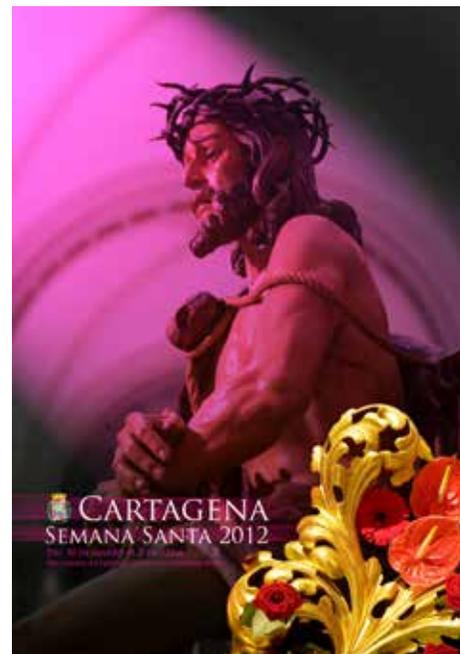
Una composición fotográfica de Ángel Ruiz, titulada *Estación de Penitencia*, anunció la Semana Santa cartagenera en 2019. Volvería a ser Moisés Ruiz Cantero el ganador del concurso, dotado con 1.500 euros, de carteles anunciadores de la Semana Santa cartagenera en 2020, con la propuesta presentada bajo el lema «*Ta Papákia*»; en diciembre de 2019 ya era pública la elección –frente a las otras 24 obras presentadas– del cartel, que representa la imagen de *La Soledad de los Pobres*; un primer plano de la talla, sometida a un tratamiento infográfico que dota el resultado de cualidades plásticas táctiles, casi de pintura hiperrealista. Tras la pandemia será una pintura expresionista del rostro de Cristo, del ubetense Pedro Líndez basada en el Cristo de la Flagelación el cartel anunciador, tras ganar el concurso convocado al efecto. En 2022 Pedro Líndez realizó el cartel; en 2023 Moisés Ruiz y en 2024 una empresa gráfica sevillana.

En los anunciadores lorquinos de la Semana de Pasión se seguirá la línea marcada en 2010, en búsqueda de un cartel con carácter propio, barroco y sugerente.

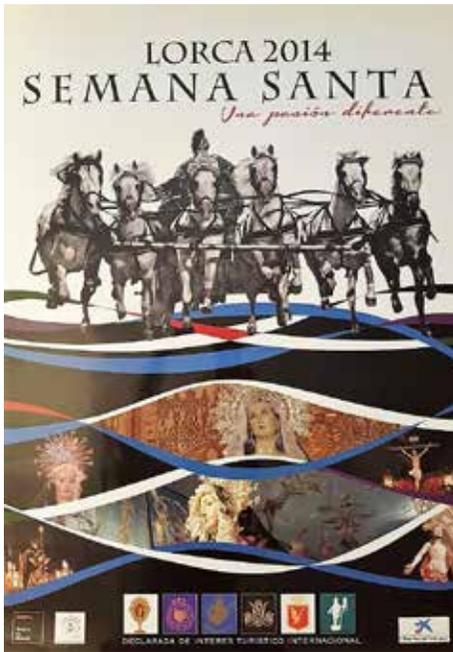
Lorca imprime en 2011 un cartel coincidente con el de 1865, un conjunto de fotografías de los grupos que procesionan, con protagonismo de los Pasos Azul y Blanco.

En 2012 la Semana Santa de Lorca se anunció con un cartel compuesto con seis fotos, que firma María José Fotógrafo, recoge el desfile y dos detalles de bordados lorquinos. En la parte inferior otras tantas instantáneas pasionales de la localidad, y del consabido código QR. Todo sobre texturizado fondo granate en el que destaca el lema «*Una pasión diferente*» y la declaración de Interés Turístico Internacional otorgada a los desfiles.

Una imagen del lorquino Carlos García gana, con el lema «*Panorama de pasión*», frente a las 13 obras que han concurrido al certamen, los 1.000 euros del concurso do-



(Fig. 396) Moisés Ruiz Cantero. *Semana Santa*. Cartagena. 2012.



(Fig. 397) Elena Cruz. *Semana Santa*. Lorca. 2014.

tado por la Caixa. El 27 de diciembre de 2012 ya era público el fallo. El cartel de 2013 representa un tramo del desfile bíblico pasional en "V" por una avenida de la Ciudad del Sol; en un lado los *blancos*, en otro los *azules*, una cruz divide la escena, e incluye una vista del castillo y el monumento al procesionista. El concurso y la exposición de carteles, en las escaleras del Casino, recibió la crítica de algún concursante que alegaba que este espacio no reunía las condiciones mínimas exigibles a este tipo de exposición, ni los tiempos necesarios para disfrutarla –no abría por la mañana y solo duró un fin de semana–. En la composición del cartel se incluyen los estandartes cofrades y, como venía siendo habitual, los seis emblemas de las cofradías lorquinas.

Pasión de colores, de la lorquina Elena Cruz, gana el concurso frente a otras 18 propuestas del cartel pasional lorquino de 2014. La autora explica que es un cartel realizado por ordenador, un cartel visualmente atractivo y con fuerza, que recoge en primer plano una siga romana que representa los aspectos bíblicos del desfile. La imagen de cada uno de los titulares de las seis cofradías de Lorca, recogidos entre líneas de color sinuosas para representar la Pasión (Fig. 397). Y las cintas de colores en blanco, azul, rojo y morado, para indicar que cada lorquino está vinculado a un color pasional. Los carteles del concurso se llevaron a Roquetas de Mar en febrero, en una exposición para divulgar la pasión lorquina realizada en colaboración con la Asociación Cultural Liceo Lorquino.

El certamen para elegir el cartel de 2015 convocado por el Ayuntamiento de Lorca, por tercera vez desde 2013, se falla en diciembre de 2014. El ganador, frente a otras dieciocho propuestas, es el lorquino Francisco Soriano, que obtuvo los 1.000 euros aportados por la Obra Social de la Caixa como en años anteriores. El autor explica que es una composición de estilo floral, que pretende aunar en un bordado dorado la singularidad pasional lorquina y recoger las seis cofradías con imágenes de sus titulares y escenas pasionales. Llamativo cartel con fondo negro. El cartel sirvió de portada a los 16.000 folletos editados para difundir los desfiles lorquinos; folletos que incluían más de 100 fotografías y el código QR.

El 5 de febrero se inaugura en el Palacio de Guevara la exposición con las 11 obras que han concurrido al concurso para elegir cartel anunciador de la Semana Santa lorquina 2016. El ilustrador Andrés Sánchez obtuvo los 1.000 euros otorgados por la Obra Social de La Caixa. El cartel representa un telón de boca –claramente inspirado en el del propio Teatro Guerra– que se abre y deja ver, bajo la Torre Alfonsina, el espectáculo de la *pasión* lorquina. Un trabajo de Sánchez que lleva por título *Un gran teatro en la calle*. En 2016 la web de turismo de Lorca incorporó nuevo diseño y nuevo lema: «*En Lorca, la Semana Santa la bordamos*», una variación de «*Lorca, lo bordamos*».

Arte en oro y sedas, obra de María José Ruiz, cartel ganador, frente a doce propuestas, del concurso organizado para elegir la imagen anunciadora de los desfiles bíblico-pasionales de 2017. La exposición, con los carteles presentados al certamen, se inauguró en el Palacio de Guevara el 15 de febrero. El cartel muestra la mano de una bordadora culminando un trabajo que representa, entre orlas y cenefas doradas, dos escenas de los desfiles; en la parte inferior del cartel cuatro fotografías con motivos de las cofradías y los sellos y emblemas cofrades. Cartel, otra vez, claramente inspirado en el bordado lorquino.

Dos caballistas, de los *pasos* Azul y Blanco, protagonizan el cartel de 2018, presentado bajo el lema «*Jinetear*» por el fotógrafo lorquino David Giner. Cartel que conjuga sabiamente procedimientos plásticos, pictóricos, y fotográficos y bebe de las fuentes de la ilustración, obteniendo por unanimidad el premio de 1.000 euros.

En 2019 será el arquitecto lorquino, afincado en Madrid, David Galbis, el autor que obtendrá el premio al mejor cartel con un rosetón que recoge en sus pétalos escenas de la *pasión* lorquina. Cartel de lema «*El arte de la pasión*». Representación de un elemento arquitectónico que recoge la luz en las catedrales, y que aquí significa la luz que impregna los desfiles.

El 18 de diciembre de 2019 se hace público que la diseñadora lorquina Carmen Muñoz Manchón ha obtenido el premio de cartel anunciador de la Semana Santa lorquina 2020 frente a otros 11 concursantes –que podían presentar propuestas en formato digital, sin necesidad de enviar cartel impreso–, con su obra, de lema «*Pasión de Fuerza y Elegancia*». Es un cartel que de nuevo ha recurrido al tratamiento infográfico en su realización para dotarlo de un aspecto cercano a la pintura y la ilustración, un cartel de fuerte parecido formal e iconográfico –en él aparecen representadas una cuádriga y un

alarde de caballista– al ganador en 2018. “Color” de Juan Diego Ingelmo, de Castellón anunció, inspirado en el bordado lorquino, una Semana Santa de 2021 que no tuvo lugar. Un año después “Testamento de arena” anunció la Semana Santa tras ganar el X Concurso de Carteles Pasionales, obra de Francisco Javier Martínez. El cartel de 2023 es obra de Francisco Javier Martínez; y *Arte y Fuerza* de María José Ruiz Reverte de 2024.

La cartelera editada con motivo de la Semana Santa seguiría siendo moneda corriente en ciudades y pueblos de la Región; un estímulo para diseñadores, pintores, estudios fotográficos locales y fotógrafos; un procedimiento artístico arraigado en la tradición que no siempre cumplió con las expectativas de ver impreso un producto cuando menos digno. Citemos alguno.

Una instantánea del *Cristo de la Sangre*, realizada por Manuel Quijada gana el concurso para elegir fotos con las que componer el cartel pasional de Cieza en 2011. La Semana Santa de Águilas se anuncia con un cartel con la imagen del *Cristo Yacente*. En Alcantarilla será una foto de Juan Herrero de la *Virgen de las Angustias*, que ha ganado el concurso convocado por la Junta de Hermandades Pasionarias, la que ilustre el cartel de Semana Santa 2011. Ese año, una ilustración pictórica, con el motivo del redoble de un tambor, fue cartel de la Semana Santa de Moratalla. Isidoro Parrado pinta el cartel de la Semana Santa Minera de La Unión, una imagen del *Cristo de los Mineros* y una procesión de penitentes en alusión al Vía Crucis que en 2011 partió desde la mina Agrupa Vicenta. El cronista oficial de Blanca, Ángel Ríos, autor del cartel pasional; una foto del *paso de Jesús y la Verónica*. Una foto del archivo municipal, tratada por Marcos Salvador Romera, del *Cristo Resucitado*, la *Virgen de los Dolores* y *San Juan Evangelista* cartel pasional de Puerto Lumbreras en 2011.

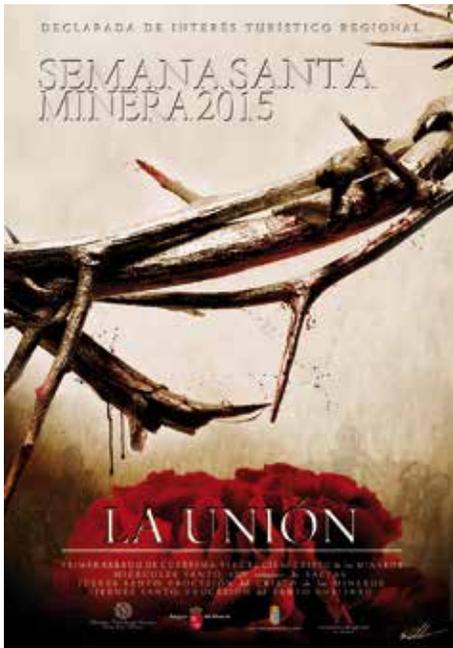
En 2012 una foto de Antonio Ortiz, que refleja el *paso del Santísimo Cristo del Perdón* por el casco viejo del pueblo, ilustra el cartel pasional de Cieza; que en mayo celebró el arranque del Año Jubilar del Santo Cristo del Consuelo, acontecimiento que contó con un logotipo diseñado por Ángela Sáez. Una foto de Raúl Ros con la imagen de *San Juan Evangelista* cartel *Semana Santa de Molina de Segura 2012*. El pintor unionense Isidoro Martínez Sánchez realiza el cartel de la Semana Santa de La Unión, una representación de la pasión a los pies del Cabezo Rajao. El anunciador de la semana pasional de Caravaca en 2012 es una foto del *Cristo de los Voluntarios* de la Cofradía del Silencio visto a través de los capirotos nazarenos.

Un primer plano de la *Virgen de la Soledad*, una foto realizada por Salvador Villa, ganadora del concurso de fotografía que cada año se propone para anunciar la Semana Santa, anuncia las procesiones ciezanos en 2013. Rubén Zamora realiza el cartel *Noche de los Tambores de Mula*; una fotografía que muestra varios tambores ante la fachada de la iglesia muleña. Un original montaje de capirote azul, ante la iglesia y bajo un tambor en tonos sepías, anuncia la Semana Santa de Moratalla.

En 2014 Antonio Ortiz gana de nuevo el concurso de fotografías para componer cartel anunciador de la Semana Santa de Cieza. Una composición fotográfica, presidida por el titular de la Cofradía de Santiago Apóstol, que realiza FotoBeni, anuncia la Semana Santa de Águilas. Una pintura de José Ramón Pagán, con una escena de *La Caída*, imagen de las procesiones de La Unión. Abarán escoge, como anunciador de la Semana de Pasión, un fotomontaje del grafista local Francisco Javier Bernal. El cartel de Archena muestra una imagen del *Cristo del Gran Poder* realizada por Francisco Bocanegra. Una imagen del *Cristo de la Soledad*, del fotógrafo Juan Francisco Belmar, anuncia las procesiones de Mazarrón. Lettering componiendo la figura colorida de un tamborista sirvió de juego gráfico en el cartel *Fiesta del tambor de la Semana Santa de Moratalla 2014*; y la foto de un encapuchado anunció la Semana Santa de Moratalla. El fotógrafo Antonio Meroño ilustra, con composición fotográfica, el cartel de Semana Santa de Portmán. Una acuarela de Saura Mira cartel pasional de Barinas. El cartel pasional de Caravaca obra del fotógrafo Laser. El anunciador de la Semana Santa alhameña se compone a partir de un cuadro de la pintora Perla Fuertes, representa un niño vestido con ropas nazarenas⁽³²⁶⁾.

Una fotografía de la Cofradía de la Oración del Huerto, realizada por Salvador Villa, ganadora en 2015 del concurso de fotografías para cartel anunciador, ilustra el cartel pasional de Cieza. Un cartel en tonos sepías, con la foto de *Nuestro Padre Jesús* y la *Virgen de la Amargura*, cartel de Semana Santa de Puerto de Mazarrón diseñado por la fotografa local Teresa López. Una fotografía, realizada por Marian García, base del cartel anunciador de la Semana de Pasión de Alumbres. La *Virgen de los Dolores* ilustra el cartel pasional

(326) La representación de niños en los cuadros de Perla Fuertes no es algo extraño a su temática plástica. El 23 de febrero de 2019, cuando se presenta el cartel realizado para anunciar el Entierro de la Sardina de ese año, posan junto a la obra algunos de los niños que han servido de modelos para la composición del cuadro base del cartel, que representa una piñata –la Sardina– de la que caen sobre los niños múltiples regalos.



(Fig. 398) Pablo Gómez. *Semana Santa Minera*. La Unión. 2015.

de Caravaca. Un cartel realizado por Misy Fotógrafos, que representa *La Piedad*, cartel de la Semana Santa de Pliego. El *Santo Sepulcro* ilustra el cartel *Semana Santa de Totana 2015*. La *Virgen de la Alegría* la pasión de Ceutí. Juan del Amor autor del cartel pasional de Mula. El pintor ciezano Francisco Moreno realiza el anunciador de la Semana Santa de Abarán. El *Cristo de las Peñas*, en una foto de Raimundo de los Reyes, ilustra el cartel pasional de Molina de Segura. El fotógrafo César Portillo autor del cartel de la pasión de Alhama. Una foto de Francisco Bocanegra, de *Cristo Resucitado*, cartel de la Semana Santa archenera. Una atrevida composición con el detalle de la corona de espinas, realizada por Pablo Gómez, cartel de la Semana Santa Minera 2015 de La Unión; probablemente, uno de los carteles pasionales más interesantes de los impresos ese año (Fig. 398).

Una foto del *paso de La Piedad* cartel en 2016 de la Declarada de Interés Turístico Nacional Semana Santa de Jumilla. La foto de un detalle de primer plano de *Jesús Nazareno*, realizada por Diego Antonio Aznar, cartel pasional de Calasparra. La *Virgen de la Soledad* protagoniza el cartel de Caravaca, un montaje fotográfico de Laser Fotógrafos. La *Dolorosa* de Sánchez Lozano imagen del cartel de Mula, realizado por el fotógrafo Juan del Amor. Toñi Martínez Meroño realiza la obra pictórica en la que se basó el cartel de la Exhaltación de la Saeta de La Unión. Una obra de Cosme Fernández con la imagen fotográfica del *Resucitado* cartel de Cehegín. El pintor Cortés Abellán autor del cartel pasional de Totana. Una composición, con rama de olivo y un cáliz, de Luis J. Fernández cartel de la Semana Santa de Ricote. En Blanca el cartel es una foto del *Cristo Amarrado a la Columna* realizada por Sacris Fotógrafos. El cartel de Lorquí recoge la imagen de *María Magdalena*. César Portillo, realiza el cartel, por segunda vez, de la Semana Santa de Alhama. Fernando Trabanco autor, con una imagen de la *Virgen de las Penas*, del cartel pasional de Puerto de Mazarrón en 2016. Y una foto del *Cristo del Consuelo*, realizada por Francisco Nortes, ilustró la Semana de Pasión en Molina de Segura.

Vicente Martínez Gadea crea el cartel de la Semana Santa de Alhama en 2017; un cartel que recoge, casi como si se tratara de una obra abstracta, las flores de cera blanca del trono de la *Virgen de la Esperanza* que se componen minuciosamente en los talleres de la Cofradía de San Juan Evangelista. La Semana Santa de Jumilla, Medalla de Oro de la Región en 2000 y declarada de Interés Turístico Nacional en 2003, tuvo en NX Grafismo y Servicios Informáticos a los editores de la cartelería de Semana Santa al finalizar la década, y en Antonio Jesús Bleda, José Luis Miñano –autor del cartel anunciador de las tamboradas de Jumilla de la Burrica y de Gloria– y Luis Francisco Canicio –creador del logotipo, que aunó la pasión de Cristo y las referencias al vino–, sus fotógrafos habituales. *Cortejo del Perdón*, obra fotográfica de Antonio J. Piñera ganadora del trigésimo certamen que convoca la JHP, ilustra el cartel genérico de la Semana Santa ciezana. La fotografía Ángela Cano autora del cartel pasional de Alcantarilla, con la imagen del *Cristo del Consuelo*. Un fotomontaje en tonos sepías, obra de Gabriel Muñoz, protagonizado por el Paso Azul, anunciador de la Semana Pasional de Águilas. El cartel pasional de Archena, con la imagen fotográfica de *Nuestra Señora del Consuelo*, es obra del archenero Santiago Rodríguez.

Una foto de José Luis Miñano, del *Cristo de la Misericordia* de Hernández Navarro, serviría a NX Grafismo y Servicios Informáticos para componer en 2018 el cartel de la Semana Santa de Jumilla. La Unión recurrió a una pintura de capirotos nazarenos, realizada a la aguada, de Rosario Gijón para componer el cartel pasional. En Yecla una obra del fotógrafo Rafael Molina de *San Pedro negando a Jesús* fue motivo anunciador de su Semana Santa. El grupo escultórico de *La Coronación de Espinas* de José Hernández protagoniza el cartel pasional de Totana.

En 2019, en Alcantarilla, una pintura de María José Caride representando la Virgen de los Dolores de la Cofradía de la Misericordia fue cartel de Semana Santa. En Cieza sería una foto de Ramón Morcillo del *paso de San Pedro* desfilando por la calle de San Pedro –de nuevo los *pasos* procesionando por las calles de la localidad serían motivo gráfico en el cartel de la Semana Santa ciezana– el anunciador de la semana de pasión. El cartel de la Semana Santa Minera de La Unión se compuso partiendo de una pintura del unionense Martínez Carreño. Otra pintura, ahora de Pepe Marco, con el *Ángel de la Cruz*, anuncia las procesiones de Yecla. *San Juan Evangelista* protagoniza el cartel de las Torres de Cotillas. La Hermandad de Santa María Salomé y el Ecce Homo presentes en el cartel pasional totanero.

En 2020 será una pintura de Lozano Saorín la que anuncie la Semana Santa jumillana recién declarada de Interés Turístico Internacional. En Cieza una foto de Cámara

Salmerón gana con el *Ecce Homo* el concurso de anunciadores de la pasión. Una foto del *Cristo Yacente*, realizada por Mario Nohales, anuncia la Semana Santa yeclana. La foto de detalle del *paso* de La Piedad, que realiza Raimundo de los Reyes, cartel en Molina de Segura. Y otra foto, cedida por Noelia Malco, del titular de la Cofradía del Santísimo Cristo de la Agonía, cartel pasional de Archena.

Una somera reseña de algunos ejemplares de la cartelería pasional de estos años, 2011-2022, en la Región de Murcia. Sería casi imposible describir y citar todos los carteles impresos; pero los reseñados dan idea de lo anteriormente apuntado. Carteles realizados por lo general por artistas locales; con preponderancia de la fotografía para componer cartel, muchas veces fotomontajes de distintos *pasos* o imágenes pasionales; raramente pinturas, que solo en algunos casos gozan de calidad, encargadas a pintores de reconocido prestigio y solvencia local; uso general del ordenador para la composición del cartel, lo que determina que textos e imagen se integren de forma no siempre novedosa y acertada. Resultando que, si exceptuamos algunas propuestas visuales, la cartelería pasional es repetitiva y falta de emoción –más allá de la procurada por la devoción que inspiran las imágenes religiosas–, un producto artístico de limitado interés en cuanto al análisis de su función como vehículo de comunicación. En 2021 se imprimieron carteles de Semana Santa en numerosas localidades que anunciaron desfiles pasionales que no tuvieron lugar. No ocurriría así en 2022: la Semana Santa de Cieza la anunció un cartel fotográfico de Antonio Ortiz. Una foto de Juan Francisco Canicio anunció la pasión jumillana; otra foto de José María Cámara fue cartel muleño... Pocos ejemplos de una cartelería pasional recuperada en 2022.

Los carteles del periodo al que nos referimos, referentes a los festejos de la ciudad de Murcia, tienen, de forma casi general, dos características: de una parte, están basados en pinturas de encargo a artistas locales o del ámbito de la Comunidad Autónoma –excepcionalmente se escogerían obras realizadas por pintores ya fallecidos de reconocido prestigio regional, o se encargarían a un diseñador gráfico o un equipo de diseño–; de otra, la fuerte carga costumbrista o, mejor, de acomodo con lo tradicional y popular, sin excesos de riesgos, en la casi totalidad de pliegos anunciadores impresos; a veces presentados al público con escaso margen de tiempo.

Para el anunciador *Fiestas de Primavera de Murcia 2011* se recurrió a 5.000 carteles, copias de un dibujo, boceto a lápiz y rotulador, con pareja de huertanos, impreso en negativo, de Mariano Ballester. Se imprimieron pliegos a varios colores a una tinta, con la apariencia de encontrarnos ante distintos carteles en rojo, verde o azul. Antonio Ballester compuso el cartel con la obra de su padre, que fue expuesta en el Museo Ramón Gaya, a la vez que el Museo Salzillo mostraba, bajo el título “Los nazarenos”, otras piezas de Mariano Ballester. Según su hijo “una recuperación del pintor”.

En Murcia se encargó el cartel *Murcia en primavera 2011* a Severo Almansa que realizó una acuarela representando unos tulipanes, presentada a la prensa el 15 de abril. Severo Almansa había realizado un mes antes, para anunciar el Concierto Extraordinario de Primavera, interpretado por la Orquesta Sinfónica de Murcia en el Auditorio Víctor Villegas, el 27 de marzo, la imagen del acto: unos lirios azules, otra acuarela.

Carmen Cantabella realizó el cartel *Entierro de la Sardina Murcia 2011* (Fig. 399) representando un personaje velazquiano de forma atrevida: Mariana de Austria; la *menina*, desnuda, con sardina-tocado en el pelo. Un cartel que realizó por primera vez una artista. Según su autora “Un homenaje a las mujeres de la historia, las olvidadas, las contemporáneas, ya que la mujer es el futuro del hombre”. La obra se presentó a la prensa el 24 de marzo.

El 14 de abril de 2011 se presenta el cartel del Bando de la Huerta. La pintura de Antonio Balibrea, que representa una comida huertana en un parque de la ciudad, parece referir el cuadro de Manet *Desayuno en la hierba*; huertanos y huertanas disfrutando bajo los naranjos de un día soleado a la orilla del río.

La Feria de Septiembre reduciría su presupuesto en 2011 un 30%. Para anunciarla Nono García realizó un elegante cartel; sobre amplio fondo blanco una vista de Murcia y, sobre ella, manchas de color que semejan fuegos de artificio; las tintas discurriendo en forma de chorretes sobre el campo blanco del *afiche* añaden la nota de libertad creativa a un cartel cuyo original es una pintura ejecutada con técnica mixta, pues mezcló, acuarela, acrílico y otros materiales. Un cartel “atípico” según señala su autor, un sugerente cartel presentado a mediados de agosto.



(Fig. 399) Carmen Cantabella. *Entierro de la Sardina*. Murcia. 2011.

Saura Mira ejecutó el cartel anunciador de fiestas y desfiles de Moros y cristianos: Cristiano y moro, a caballo sobre Monteagudo, al fondo la torre apareciendo entre las nubes.

Las Fiestas de Primavera de 2012 se divulgaron con un dibujo de Luis Garay de 1940, una pareja de huertanos ante una palmera, realizado en pastel sobre papel. El original lo cedió la familia Fernández-Delgado para ser reproducido y adaptado como cartel de festejos. El cartel, que se imprimió en diferentes formatos, llevaba impreso un código QR que permitía descargar con un teléfono Smartphone la programación completa de las Fiestas de Primavera.

El 10 de marzo se presenta el cartel Entierro de la Sardina 2012. Una sardina en una cruz pintada por Miguel Vivo que, como señala el pintor, quiere representar el momento del entierro de la cuaresma más que la idea de fiesta, por eso *“en lugar de fuegos artificiales, la sardina, con estilo realista, se muestra sobre una cruz negra de base abstracta”*, un pequeño homenaje, en palabras de Vivo, al fallecido Tapies.

Los ojos de una huertana que mira la huerta, la vega, y sus monumentos más emblemáticos: la torre de la Catedral, el Cristo de Monteagudo, la Rueda de la Ñora, el Puente Viejo; fueron los elementos incorporados al pliego *Bando de la Huerta 2012* a partir de una pintura del valenciano Alfonso Pérez Parra. Un cartel que incorpora la distinción al Bando de la Huerta como Fiesta de Interés Turístico Internacional.

Un personaje casi carnavalesco –al que se le han añadido leyendas con las actividades: teatro, música, toros, arte...–, pintado por José Lucas, anuncia la Feria de Septiembre. Un cartel, al que el pintor incorporó la tipografía en lutos-cuadrados de color, y que según Lucas –que manifiesta su interés y dedicación por el cartel como procedimiento artístico– es *“una llamada a la juerga”*. El pliego contó con código QR. Lucas alerta desde la prensa, el 14 de junio, cuando es público que se le ha encomendado el cartel, contra *“el vicio de encargarlos a pintores que no están en condiciones de dignificar la cartelería”*.

Moros y cristianos, Murcia 2012 es un cartel de Alfonso Pérez Parra. Una pintura abigarrada, un punto entre expresionista, fauvista y *naïf* que casi parece viñeta de cómic; los rostros de los reyes cristiano y moro, y las reinas, cuatro rostros que observan una llave –representación de la entrega de las llaves de la ciudad de Murcia al Rey cristiano Alfonso X– y el choque de una espada y una cimitarra. En 2012 se editaron, por primera vez, folletos en castellano e inglés para difundir la Fiesta de Moros y Cristianos declarada de Interés Turístico Nacional.

El pliego anunciador *Fiestas de Primavera Murcia 2013* se compuso a partir de un fragmento de una pintura de Pedro Flores: *El bando de la Huerta*; que recoge el desfile del Bando en los años sesenta, y forma parte de una serie de 39 cuadros sobre costumbres murcianas realizada por el pintor entre 1957 y 1964. El cuadro original se encuentra en la Sala Pedro Flores del Palacio de San Esteban.

Zacarías Cerezo realizó, con la técnica de la acuarela, el cartel del Entierro de la Sardina de 2013; dos hachoneros, chico y chica, contemplan el Entierro, el gentío que cada año acude a disfrutar del festejo; una escena dividida en dos planos que juega con la que era composición gráfica habitual en la cartelería cinematográfica⁽³²⁷⁾, muy del gusto de Cerezo.

El cartel del Bando de la Huerta 2013 muestra un detalle del desfile. Es una ilustración, casi de cómic, de Alberto Sevilla; que ha recogido en su propuesta los vínculos del cartel y el cómic que ya estaban presentes en los trabajos de Vicente Tiburcio y Juan Álvarez. Una estampa murciana con huertanos, huertanas, y la Catedral al fondo, con un tratamiento que pivota alrededor del dibujo y el contraste de color.

Para el pliego anunciador de la Feria de Septiembre de 2013 Alberto Corazón recurrió a sus *signos esenciales* y a una poderosa tipografía de palo seco que es la verdadera protagonista del cartel. Ya hemos visto la importancia que ha ido adquiriendo la tipografía en la construcción de propuestas gráficas, pareciera que constituyesen la imagen de marca, no del producto anunciado, sino del propio creativo diseñador; un ejemplo, al margen de Alberto Corazón, lo podríamos personalizar en la diseñadora estadounidense, directora de la agencia Pentagram, Paula Scher. La elección tipográfica de Alberto Corazón está en correspondencia con los tipos utilizados en el logo del Ayuntamiento que él mismo ha diseñado. Un cartel con ausencia de iconografías anecdóticas; cartel que Corazón

(327) En diciembre de 2013 la Agrupación Sardinera editó una carpeta que contenía 26 láminas reproduciendo los originales que habían servido para ilustrar los carteles impresos por la Agrupación desde el realizado por Ramón Gaya en 1988. La tirada alcanza las 1.000 carpetas y pueden adquirirse al precio de 30 euros en los locales del Museo Sardinero ubicado en el Cuartel de Artillería; Museo donde están expuestos los originales. La Sala Alta del Real Casino de Murcia acogió, entre el 10 y el 27 de abril de 2014, los 26 cuadros de pintores murcianos que habían servido como anunciadores del Entierro.

pretende “con un punto de misterio... no hay que preguntarse qué significa, sino qué me sugiere. Y cuantas más cosas sugiera, será mejor cartel”. Un cartel que Ángel Montiel en “La feliz gobernación”, su columna de *La Opinión* de 8 de septiembre, tachó de “*auto plagio muy bien conseguido*” comparándolo con una serigrafía de Corazón de 2002. Ya cuatro días antes Montiel había criticado inteligentemente la elección del cartel, utilizándolo como excusa para acusar al Ayuntamiento de plegarse a modas y autores pasados, renunciando a creadores autóctonos; retomando el periodista la reflexión sobre el encargo del logotipo municipal a Corazón, y recordando las referencias anteriores manejadas por el diseñador para el logotipo, y lo repetitivo de los signos utilizados en este cartel; valora la exposición del madrileño inaugurada en abril en el Almudí y referencia el hecho de que Murcia pueda ser depósito de la obra del diseñador, haciendo una velada crítica a la situación sufrida por la obra de otros creadores, estos sí, murcianos⁽³²⁸⁾.

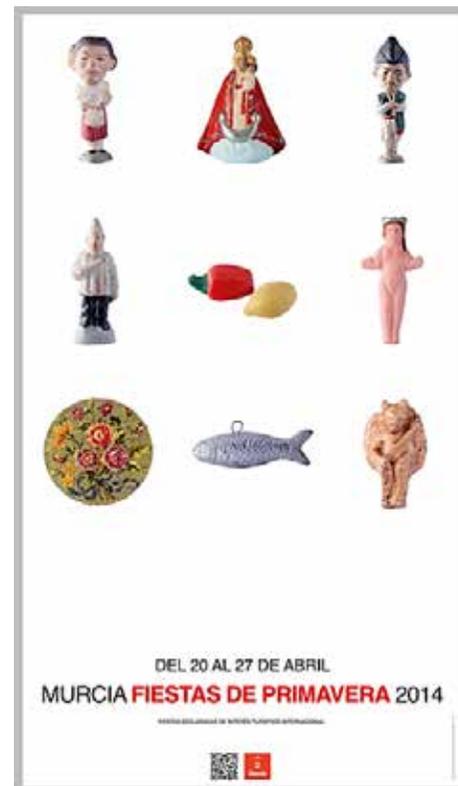
El cartel *Moros y Cristianos Murcia 2013* es obra del pintor cartagenero Salvador Torres. Los personajes protagonistas, el Rey moro y el Rey cristiano, observan el perfil de la ciudad desde la margen derecha del río Segura a su paso por Murcia: El Puente Viejo, el Ayuntamiento, la torre de la Catedral... Un cartel que se ajusta bien al estilo pictórico de Torres, a su pintura narrativa, que recibe sus influencias más evidentes del realismo americano. Un cartel que, como era habitual, enmarca la imagen en una amplia ventana con los textos situados fuera de la pintura y una tipografía, aquí con rasgos manuscritos, que pretende vinculación al tema.

Severo Almansa fue el encargado de materializar gráficamente el anunciador de las Fiestas de Primavera en 2014. Sobre amplio fondo blanco pequeñas figuras, referencias icónicas, que remiten a los antiguos juguetes de barro que se repartían en el Entierro. El cartel se llevó a FITUR en enero. Yayo Delgado escribe en “Achopijo”, en *La Opinión*, el 26 de enero, bajo el epígrafe “El cartelico”: “...el cartel de Severo Almansa ...me parece una bonita apuesta, por lo que significa ese toque nostálgico del que me siento orgulloso como murciano, por recuperar piezas que se acercan mucho a una identidad razonable de lo que también son nuestras fiestas, no sólo charangeo, y porque es limpio y actual.” Delgado defiende en la sección la posibilidad de recurrir a la votación popular a través de las redes en la elección del cartel de fiestas, por dos motivos, en primer lugar, para tener presencia continuada en internet y, en segundo lugar, para facilitar que opten profesionales y los diseños se muevan online. La obra del diseñador (Fig. 400) es un cartel limpio, una pieza formalmente sobria y elegante que se acomoda al concepto de la idea de diseño de Severo Almansa cuando afirma: “es el conocimiento de la técnica, el estudio y la experiencia, lo que te hace ser mejor o peor” diseñador; a la valoración de cada elemento compositivo y del color transporte sobre el que estos se ubican. Una obra que se ajusta cien por cien a la posterior respuesta de Almansa a Nieves B. Jiménez publicada en *La Opinión*, en la sección “Lujos privados”, el 31 de agosto de 2014: “... en cuanto a mi trabajo como diseñador grafico ha sido el Funcionalismo Industrial lo que más me ha «educado». Es decir que, mucho antes de descubrir a Otl Aicher ya, de adolescente, me mostraba fascinado por el trabajo de Dieter Rams”. Funcionalidad. Un cartel poético y contenido, muy en consonancia con la obra pictórica que el diseñador desarrolla estos años y que se mostraría en una serie de retratos expuestos en el Real Casino de Murcia en marzo de 2016.

El cartel *Entierro de la Sardina Murcia 2014* es una pintura de Luis Pérez Espinosa; un cuadro de expresivos colores –la obra de Espinosa no oculta que tiene en Van Gogh sus fuentes– que refleja el día y la noche, el hachonero y la luna, y la sardina cruzando de un lado a otro.

Falgas realiza en 2014 el cartel del Bando de la Huerta; acuarela con la imagen de una huertana ante la Fuensanta. Falgas explica el 9 de abril en la presentación del cartel: “La esencia de Murcia reflejada en lo mejor que tiene: sus mujeres, en este caso con sus mejores galas”.

La Feria de Septiembre se anunció en 2014 con un trabajo de Carlos Pardo; de nuevo el caballito, en azules y blancos sobre una tinta plana anaranjada. Cartel que Pardo justifica porque se ha criado entre caballos de cartón del antiguo taller carrocerista de los Gómez Cano, y porque representa la ilusión de los días felices de la infancia, el tiempo vivido en el taller de su abuelo.



(Fig. 400) Severo Almansa. *Fiestas de Primavera*. Murcia. 2014.

(328) El 17 de abril de 2013 la agencia EFE hace público que Alberto Corazón, al hilo de su exposición “Trabajar con signos, diseños de Alberto Corazón. 1963-2013” abierta hasta el 15 de julio en el Centro de Arte Palacio Almudí, ha cedido toda su obra gráfica, compuesta por más de 2.000 piezas realizadas en los últimos 50 años a la Fundación Murcia Futuro. El Alcalde hizo público el 17 de abril, así lo divulgó Murcia.com/Ciudad de Murcia, que la firma del protocolo de cesión se había firmado días antes. Un ambicioso proyecto, vinculado a la creación del Museo de Arte, Diseño y Medio Ambiente, que piensa localizarse en el Parque de Levante. Sería en cualquier caso un acuerdo fallido, pues la obra no se recibiría en el futuro, ni contaría con exposición o sede expositiva permanente, más allá de la muestra del Almudí.

La Federación de Moros y cristianos de Murcia inauguró, el 1 de septiembre de 2014, una exposición en las instalaciones del Corte Inglés que mostraba los carteles originales realizados desde 1994. El cartel *Moros y Cristianos 2014* es obra de la leridana –la primera vez que una mujer hace este cartel–, residente en Moratalla, Ana María Almagro. Un cartel protagonizado por la mirada, los ojos femeninos y el pañuelo con el que la fémina cubre su rostro⁽³²⁹⁾.



(Fig. 401) Artsolut. Fiestas de Primavera. Murcia. 2016.

Las Fiestas de Primavera se difundirían en 2015 con una expresiva flor trazada por Martínez Mengual. Un lirio que parece surgir de un solo trazo; una grafía gestual, una pincelada continua, muy en línea con la obra del pintor. El motivo del cartel se imprimió en negativo blanco reservado en distintos fondos planos: azules, rojos... lo que dio lugar a carteles, *muppys* y banderolas de distinto colorido.

Alberto Sevilla recogió en su cartel *Entierro de la Sardina 2015* el jolgorio sardinero. Cartel que representa, por primera vez, al sardinero repartiendo sus regalos desde la carroza, al fondo el gentío asistente al desfile; *afiche* pleno de color, vitalidad y alegría; un dibujo con aspecto de ilustración de cómic enmarcado en dos lutos, uno superior para la denominación del evento y otro inferior con datos de lugares y fechas, y logotipos patrocinadores.

No se anunció el Bando de la Huerta 2015 con un cartel llamado a perdurar en la memoria. En el cuadro de Belmonte aparece trazada una guitarra y ante ella bailan la jota unos huertanos.

Una vista *naïf* del recinto ferial, norias, caballitos, autos de choque y quioscos, con el Puente de los Peligros y la Catedral, pintada por Carmen Artigas, serviría de cuadro-ilustración para anunciar la Feria de Septiembre en 2015. Cartel que vuelve a presentar la Feria con los ojos de la infancia. Cartel, como muchos de los anteriores, con código QR.

El cartel anunciador de los festejos, conmemoraciones y desfiles de Moros y Cristianos se diseñó a partir de un cuadro de Tapia. Cuadro que remite a las escenas infantiles tan comunes en sus pinturas; aquí dos muñecos de Playmóvil, Reyes moro y cristiano a caballo, a punto de iniciar incruenta batalla bajo los arcos lobulados de una construcción musulmana, un guiño a la parte infantil del festejo, a los más pequeños.

El cartel de Fiestas de Primavera 2016 (Fig. 401) se presentó a la prensa el 11 de marzo; representa una flor, y aún fotografía y diseño; la foto es obra de Joaquín Zamora, el diseño de Andrés Montalbán –de Artsolut⁽³³⁰⁾–; un cartel sin referenciar su autoría –un asunto que será cada vez más habitual, sobre todo cuando el trabajo de comunicación sea realizado por un estudio, que preferirá permanecer en el anonimato, tanto si se refiere a una campaña anunciadora de festejos y celebraciones o a cualquier otro tipo de encargo–, que pretende reflejar la vitalidad de la fiesta a través de un montaje fotográfico: una huertana de espaldas, tocada con mantón, fundida en la silueta de un clavel. Una imagen que ilustró la portada del programa de fiestas del que se hizo una tirada masiva de 45.000 ejemplares. Cartel que rompe con la tradición de la pintura, como había ocurrido con el realizado por Almansa en 2014, y del que, aparte de *muppys* y banderolas, se hicieron pocas reproducciones y en pequeño formato.

Se presenta en febrero el cartel del Entierro de la Sardina 2016; un cuadro-ilustración de Fernández Labaña: hachoneros, estandartes... aparecen pintadas en primer plano del cartel. Una pintura que nace de los recuerdos de infancia del pintor.

Pepe Franco realizó el cuadro costumbrista del cartel del Bando de la Huerta; dos parejas de huertanos que van a la Catedral por las sendas del Malecón. Es un pliego, de apresurado dibujo, que recuerda en demasía aquel excelente trabajo de Pablo Portillo de 1986 para Fiestas de Primavera.

La Feria de Septiembre se difundió con un novedoso cartel que lleva impreso un motivo circular del que parecen brotar elementos y edificios representativos de la ciudad; en el centro el lema «750 años concejo de Murcia 1266-2016» y el emblema del concejo. De obra innovadora y vanguardista fue tachado el cartel, ya que incorpora una aplicación de móvil que permite ver imágenes en movimiento, monumentos y atracciones señeras de la ciudad; un cartel que incorpora tecnología cien por cien murciana, diseñada por la empresa tecnológica Dim. Cartel que cobra vida, y permite sumergirse en una Murcia cambiante, a través de la aplicación para móviles y tablets “feria de Murcia 2016” disponible en Android y en iOS. El aniversario del concejo de Murcia daría lugar a excelentes publicaciones, y cartelería, de cuyo diseño se responsabilizó José Luis Montero.

(329) Cartel que parece en clara relación y sintonía con otros *afiches* citados, y con el realizado por Pérez Parra para anunciar el Encuentro de Kábilas y Mesnadas de toda la región y la alicantina ciudad de Sax, que tuvo lugar en Abanilla el 1 de mayo de 2013, conmemorando los 40 años del primer desfile de moros y cristianos celebrado en la región; cartel en el que una belleza cubre su rostro con un velo, salvo los ojos, y contempla las tropas moras y cristianas y la Cruz de Abanilla.

(330) Artsolut es un estudio fundado en 2007 por Andrés Montalbán y Fernando Marín, especializado en branding, diseño web, packaging y creatividad gráfica y publicitaria... Entre los últimos trabajos abordados por el estudio están los realizados para el Ayuntamiento de Murcia: ADN Urbano Murcia. El Ayuntamiento de Jumilla: 35 Festival Nacional de Folklore Ciudad de Jumilla 2018. Los proyectos integrales para las marcas: Merry, de vinagres, salsas y sifones; Zambudio, de aceitunas y encurtidos; la industria cárnica Doscañada; o UMO, cementos y productos para la construcción.

Desfiles y actos de la Federación de Moros y Cristianos, se anunciarían en 2016 con una composición de Luis J. Fernández; de nuevo estructuras arquitectónicas, viñetas separadas, arcos musulmanes tomados de la Mezquita de Córdoba y góticos, de un templo de Tarragona. Referencias que identifican kábilas y mesnadas, lo musulmán y lo cristiano; y una atrevida y original tipografía para rematar el cartel.

Las Fiestas de Primavera murcianas de 2017 se divulgarían con un cartel anónimo, pero que responde bien a los intereses municipales de promocionar aspectos festeros reflejados en el lema impreso en el pliego: «*La Primavera empieza en Murcia*». Cartel con motivos florales inspirados en los ornamentos vegetales de los refajos, engarzados en franjas verdes que aluden a los jardines verticales instalados en la ciudad. La primavera y las flores toman Murcia. 13 Jardines de Primavera: instalaciones y decoraciones florales, jardines verticales de hasta 9 metros de altura. Incluso los anunciadores del Ciclo de Conciertos de Primavera, que tiene lugar en el Teatro Circo, se acomodaron estos años a esta imagen en la que domina el elemento floral (un tambor convertido en maceta de margaritas o un músico con rosa por cabeza). Jardines de primavera, una idea de los gestores municipales continuada por Sublima Comunicación en 2018 a través del idéntico lema: «*La Primavera empieza en Murcia*»; una idea materializada a través de 12 rostros de distintas edades y sexos que representan la imagen de las fiestas y se han seleccionado entre 200 personas; rostros, con el contrapunto de un clavel rojo en la camisa blanca, que cubren más de 160 *muppys* (Fig. 402). Definitivamente, la vieja propuesta de Francisco Cánovas ha salido trinfante en lo que a iconografía festera se refiere. Aún más radical la campaña *Murcia Renace*, que celebra en 2019 los 120 años de las Fiestas de Primavera en Murcia. El cartel sobre el que pivotó la campaña nos presenta a la actriz murciana Marta Nieto que encarna a la diosa-madre Flora en una escenografía de vegetación exuberante: orquídeas, granados, ficus, enramadas de cítricos, tomates... La sesión fotográfica para componer el cartel-concepto de la campaña, una idea de Jorge Martínez, duro un día y necesitó de la participación de un equipo de 15 personas, entre ellas: Pedro Lobo, que diseñó el vestido; Rosana Galián, diseñadora de los pendientes; el grupo Nueman, que realizó la banda sonora y la agencia de comunicación Germinal & Brandon Love; se rodaría un video de 3 minutos recogiendo el proceso de realización del cartel. En 2022, tras la pandemia, “La primavera vuelve a la calle”; el lema de Andrés Montalbán, de Arsolut, se apoya en una representación gráfica basada en iconos, planteada en *muppys* como si se tratara de un itinerario festero. Iconos, claveles y hachón en 2023. MABA realiza el cartel en 2024.

Cartel de Manuel Delgado, para el Entierro de la Sardina 2017 –encargo directo–; cartel con un punto surrealista, como comenta el propio pintor: “*Me gusta narrar cosas, por eso está ahí la siempre omnipotente luna, testigo de nuestros sueños y deseos a la que, haciendo de mediador, un sardinero le solicita encarecidamente la sardina que, aunque sea consumida entre el gozo y la alegría por el Fuego, el año que viene... más de lo mismo*”. Delgado señalará que, en su cartel, el sardinero representa a Adán que admira y venera a su sardina Eva. En 2018 el cartel del Entierro, realizado por Buendía Martínez, volverá a referenciar la memoria y el recuerdo, las sensaciones que produce el desfile en la infancia y adolescencia. Y en 2019 se representará la fiesta como piñata infantil en la pieza de Perla Fuertes. En 2020 el cartel anunciador del Entierro de la Sardina se le encargó a Marcos Salvador Romera, que retomó la iconografía del *afiche* que había realizado en 1980, una sardina ardiendo en la noche, ahora sometida a esas geometrías oníricas, casi de poética *naïf*, que marcan las características de su pintura en estos últimos años. El de Romera es un cartel que, como tantos otros, se imprimió, pero no cumplió su función anunciadora ya que el festejo no tuvo lugar en 2020. Un cartel que se repitió en 2022. Cristóbal Pérez realiza el cartel en 2023 y Peñalver en 2024.

Álvaro Peña realizará el pliego anunciador *Bando de la Huerta 2017*. En la ilustración se representa una familia de huertanos trazada con segura y expresiva grafía negra sobre un colorido fondo que semeja clavel, frutas y flores. Una combinación entre lo figurativo y lo abstracto, en la línea del pintor, que refleja la idea de aunar color y fiesta. La de Álvaro Peña es una propuesta gráfica muy alejada del costumbrismo reflejado en los carteles de 2018, realizado por Belén Pereñíguez, y 2019 de Guillermina Sánchez Oro. Y aún más del cartel del Bando de la Huerta 2022 que realizó el joven Ernesto Torrijos tras ganar el concurso convocado, y que se basó en un juego de textos y números, y un lema significativo: “Por ti espero otros dos años enteros”. En 2021 realizó el cartel José Alberto Mateo, y en 2024 Vicente Pereñíguez.



(Fig. 402) Sublima Comunicación. *La Primavera empieza en Murcia*. 2018.

Para publicitar la Feria de Septiembre de 2017 Rubio & del Amo recurrieron a la estrategia de comunicación y a los impresos reseñados al comienzo del capítulo. Una estrategia que tuvo continuidad en 2018 y 2019, bajo dos lemas sucesivos: «*Tienes la cabeza en la Feria*» en 2018 y «*Vuelve la Feria*» en 2019; con gráficas no menos atrevidas; en 2018 sustituyendo los rostros de distintos personajes por elementos vinculados a las actividades feriales: barcas, caballitos... y en 2019 sustituyendo los rostros de murcianos, en situaciones vinculadas de nuevo a las actividades feriales, por el rostro de Alfonso X –aislado de la escultura del Paseo que lleva en la ciudad el nombre del rey–, que Juanma Soriano uno de los creativos de Portavoz, justifica explicando que han pretendido jugar con la idea de recuperar la historia, y situar al Rey Sabio en la actualidad; un planteamiento que generó debate en las redes sociales y daría lugar a no pocos *memes*. “Bendita Feria” fue el lema anunciador de la Feria de Murcia, creado por 100x100 Creatividad y Comunicación en 2021. En 2022 el lema de Krealia fue “Tu cuerpo pide Feria”. Y en 2023 “La Feria que vuelve” fue lema del evento, de Nicolás de Maya y Juan José Quirós.

Moros y Cristianos Murcia 2017 es un cartel del diseñador e ilustrador Juan Navarro: cuatro personajes, moros y cristianos, que parecen desfilar, una pintura con dominantes azules que recoge un momento del desfile, el movimiento de kábilas y mesnadas.... Seis meses antes se había editado cartel de la UNDEF para la anunciar la Asamblea Nacional celebrada del 10 al 12 de marzo de 2017; realizó la estampa la pintora de Abanilla Úrsula Riquelme: moro, cristiano, los Caballos del Vino, limones y naranjas... junto al río a su paso por Murcia, al fondo una palmera y la fachada de la Catedral, un cartel a medio camino entre el colorido de Muher y el aire comiquero de los carteles de Alberto Sevilla. En 2018 el cartel es una creación de Marcos Amorós que representa la entrega de las llaves de la ciudad al rey cristiano; y en 2019 el cartel se encargó al tatuador Ruiz Luján.

El festejo de Carthagineses y Romanos contó, los años comprendidos entre 2012 y 2017, con otro tipo de cartelería, por lo general de base fotográfica, muy intervenida por ordenador; tipología de cartel muy alejada de la realizada para los festejos murcianos.

El cartel *Carthagineses y Romanos 2011* se presenta en marzo en Torre Pacheco en la feria “Turismur 2011”. Lo ha realizado Javier Gálvez Martínez, residente en San Pedro del Pinatar, y estaba dotado con 1.000 euros. Cartel compuesto por dos elementos: un casco romano y la cabeza y la trompa de un elefante; motivos salpicados por colores y texturas que hacen referencia al Mediterráneo. El lema: «*Cultura, fiesta y tradición*». Un cartel escogido entre los 24 presentados.

Cuando a mediados de octubre de 2011 la Federación de Tropas y Legiones de Cartagena convoca concurso de carteles para el año siguiente, las bases del certamen nos permiten establecer que ya se han fijado una serie de características que deben incorporarse a la edición y al diseño del cartel: En primer lugar, algo que ya venía siendo habitual, la propuesta de un eslogan que debe acompañar a la imagen; en segundo lugar, la tipografía exigida, la Reporter, en sintonía con las utilizadas en 2009 y 2010, que parece un intento de marcar una línea de continuidad corporativa en los carteles del festejo; en tercer lugar, el mantenimiento en el boceto-maqueta, que debe ajustarse al formato vertical de 50x70 cm, de un luto inferior de al menos 5 centímetros de grosor para logotipos y leyendas de entidades patrocinadoras. El concurso admitía todo tipo de obra, fotografía, ilustración, productos digitales en alta resolución... siempre y cuando su impresión en cuatricromía no plantease dificultades –y por supuesto sin tintas doradas, plateadas o fosforescentes; esto se debe a que serán reproducidas en *muppys*–. En torno a un mes y medio tienen de plazo los artistas participantes para presentar el cartel y el premio ascendía a 1.000 euros. El cartel de 2012 es un diseño de Raúl Tejada Hernández que vive en Santiago de la Ribera; aunque llegaron carteles desde Navarra y las Palmas de Gran Canaria. El lema fue «*Espíritu guerrero*». Cartel en tonos tostados y marrones que sintetiza la idea de festejo y movimiento, un cartel casi de inspiración cubista con guerrero romano, o cartaginés, y caballo.

Fernando Mazagatos, diseñador de la agencia Fletcher de Madrid, propuso como cartel de 2013 una gota de sangre, en cuyos bordes tiene lugar la representación del festejo y sus incruentas batallas. El lema: «*Lo llevas en la sangre*» ([ver imagen página 520](#)). Se presentaron 36 trabajos al concurso; en el jurado: Nicole Palacios, Javier Lorente y María Dolores Esparza. Entre los seleccionados se acabaría finalmente eligiendo la propuesta de Mazagatos a través de los 1.500 votos que recogió la web de la Federación. Un impactante cartel. Aunque sea imposible no recordar la publicidad de Aquagest

Región de Murcia para el Día Mundial del Agua de marzo de 2012, con una gota azul en cuyo contorno aparecen situaciones urbanas, objetos y elementos del paisaje para recordarnos que el agua está presente en cualquier momento y situación.

«Una historia de película» es el lema incorporado al cartel de 2014. Cartel del cartagenero Fernando José Pérez Zamora, que había estudiado diseño gráfico en la Escuela Superior de Diseño de Murcia (EASDM). De nuevo un montaje fotográfico muy intervenido por ordenador, un guerrero en cuyo escudo se refleja el Teatro Romano. Se presentaron 42 trabajos, y a la web para votar accedieron más de 900 participantes.

Concepción Losada Espósito gana el concurso de carteles de la Federación en 2015. La imagen de un participante en la fiesta, al fondo el Teatro Romano y la Catedral Vieja; un personaje con la piel cuarteada; un cartel atrevido que responde al lema «Contágate», siéntelo en la piel podría haber sido la continuación del lema.

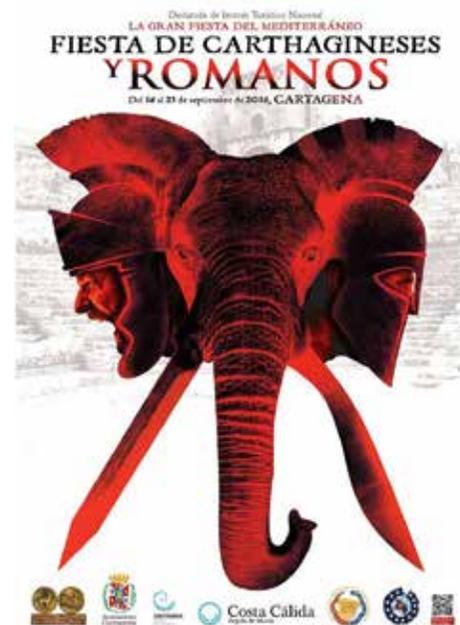
Los elefantes de Aníbal inspiran el cartel (Fig. 403) de Cristóbal Aguiló de 2016, –diseñador conocido en Cartagena, pues había ganado los concursos de carteles de carnaval 2011 y 2014–. Las orejas son los guerreros romanos y cartagineses, los colmillos falcata y gladius. Un original cartel inspirado en las batallas del festejo que reflejan la historia. Excelente trabajo, seleccionado unanimemente por el jurado y el voto popular, por el que Aguiló recibió los 500 euros del premio, la mitad de la dotación de años anteriores. El lema: «Uneté a nosotros».

La XXVIII edición de Carthagineses y Romanos de 2017 tuvo como lema «Donde la historia echa raíces». Cartel de Charris, una pintura en la que junto a la Columna Rosstral, con la que Roma celebra sus batallas navales, aparece en la playa de Cala Cortina un elefante cartaginés, ánforas y restos arqueológicos; elementos identificativos de una fiesta mediterránea, que tiene lugar en Cartagena, y recoge los elementos identitarios de la Ciudad Portuaria⁽³³¹⁾. Parece que se editaron más de 50.000 elementos y programas promocionales de un festejo que, además de ocio y diversión, pretende difundir la cultura y la historia de Cartagena. Un cartel que abre la puerta a la posibilidad de que la fiesta sea anunciada con carteles de encargo realizados por pintores. Parece que Cartagena decidiese apostar por una cartelería alejada de la idea de diseño y se centrara en piezas pictóricas. El asunto es patente en 2018; bajo el lema «Un legado vivo», una obra de Javier Lorente; un cuadro, representando una escena de aire histórico, con protagonismo de personajes femeninos y rostros de auténticos festeros, se imprimió como cartel; el autor explicó que pretendía cierta vinculación con la cartelería cinematográfica y se presentó en mayo de 2018 en el marco de la Noche de los Museos; un cartel de encargo, como el del año anterior, que ahonda en la cartelería pictórica que realizan otras poblaciones murcianas. Sin embargo, para anunciar las XXX Fiestas de Carthagineses y Romanos, en 2019, se recurrirá a un cartel de Ángel Ronda –de la empresa de comunicación La Diligencia– con aspecto de abigarrada y laberíntica ilustración, que representa la propia ciudad de Cartagena, como corresponde al lema, casi camuflado sobre el edificio del Ayuntamiento: «Toma la ciudad». Los carteles de 2020 y 2021, anunciadores de un festejo que no se celebró los realizó David Palomares. *El año de la tregua* es el año de la esperanza. Kraser realizó el cartel en 2022. En 2023 el cartel lo protagonizó la mujer festera.

Todas las localidades de la región anunciaron con carteles –debidos a pintores en bastantes ocasiones– sus festejos más señeros. Citemos algunos ejemplos de esta cartelería, que, aunque no siempre resultó relevante, ni especialmente significativa, contó en algunas ocasiones con ejemplares excelentes.

En mayo de 2011 las Fiestas del Escudo de Cieza se anuncian con carteles. El cartel *Moros y Cristianos, Abanilla 2011* es una obra de Saura Mira; rostros de caballeros cristiano y moro sobre la ciudad de Abanilla. La Feria de Lorca se anunció, en septiembre de 2011, con un *afiche* que representa los fuegos artificiales sobre el perfil del castillo. En Molina de Segura anunciarían la Feria de Septiembre modernizando un tema recurrente: caballito en negativo, en el interior de su silueta flores y motivos vegetales.

En marzo de 2012 tres imágenes del fotógrafo Sacris: la romería, la ofrenda floral y el desfile de carrozas, componen el cartel de las Fiestas de Primavera de Blanca. Ese mes editaría cartel el Ayuntamiento de Los Alcázares para anunciar las XIII Incursiones Berberiscas. Los Caballos del Vino de mayo, en Caravaca, se anuncian con un elegante cartel, casi simbólico, reflejando la carrera, y con un texto que indica que se opta a la candidatura de la UNESCO para declarar el festejo Bien Inmaterial de la Humanidad. En mayo también imprimió anunciador, de sus fiestas Trinitario-Berberiscas, Torre Pacheco.



(Fig. 403) Cristóbal Aguiló. *Fiesta de Carthagineses y Romanos*. Cartagena. 2016.

(331) Es, evidentemente, un cartel en relación con otros trabajos gráficos del cartagenero que dejan ver la vinculación con su pintura y la presencia en ellos de elementos narrativos y la pasión por la literatura: El anunciador de Los Veranos de la Villa 2004 –con el templo de Debod circundado por un lago en el que navega un esquife portando el característico ojo, casi un emblema, del pintor–. El ya citado realizado para el festival Murcia Tres Culturas en 2005; el cartel de la 33 Feria del Libro Antiguo y de Ocasión de Madrid en 2009, y el de la exposición “Aire de Familia” en 2010, un homenaje al cine, a la película *El Manantial*; el impreso para difundir el Misterio de Elche en 2011, con esa figura que recoge junto al mar el arca que, según la tradición, contenía la figura de la Virgen de la Asunción; el de la Feria del Libro de Madrid de 2013, en el que el personaje parece a punto de atravesar la puerta-libro –su amigo Gonzalo Sicre, nacido en Cádiz en 1967 y establecido en Cartagena, había realizado el cartel de la XXXV Feria del Libro Antiguo y de Ocasión de Madrid dos años antes–; la imagen que anuncia la muestra “Retrato y Literatura. Los retratos de los Premios Cervantes de la BNE”, inaugurada en Madrid a mediados de noviembre de 2014; El espléndido *afiche* que anuncia la XX Semana de la Novela Histórica de Cartagena en octubre de 2019, con esa mágica visión del puerto; las ilustraciones de algunos libros editados por Círculo de Lectores de los que citaremos dos, *El corazón de las tinieblas* de Conrad, editado en 2008, y *Grandes esperanzas* de Dickens, editado en 2012; por Destino, ilustrando *Los cuerpos extraños* de Lorenzo Silva en 2014; o por la editorial cartagenera Balduque, que editó en 2015 *El oro de los tigres*, una antología poética de José María Álvarez con portada de Charris que retrata al poeta en Estambul.

Un cartel colorido de Andrés González resultó vencedor, frente a los otros 22 trabajos presentados, para anunciar los Mayos de Alhama. El cartel *Semana de la Huerta de los Alcázares 2012* es obra de Luis J. Fernández; el pintor de Blanca ha compuesto el cartel aunando pintura y literatura, en un *afiche* en el que aparece una futurista estructura metálica en la parte superior, y en la parte inferior un taburete de madera que –según cuenta el pintor a Pedro López Morales, en la entrevista publicada en *La Opinión* el 20 de agosto de 2012– servía de asiento a Encarnica la de las Pirras para manipular pulpa de frutas, una copa de vidrio tallado conteniendo agua, que quiere simbolizar el Mar Menor, que perteneció a Damiana, la abuela del blanqueño, y una planta de cardo, todo junto a los versos de Vicente Medina dedicados a la localidad marmenorensis; un cartel que juega con los recuerdos y las sensaciones del autor, pura poesía. Eduardo Gea realiza el cartel de las Fiestas de Agosto de Jumilla, una ilustración muy típica, con caballitos de feria montados por dos niños.

El cartel de las fiestas de Ricote de 2013, en honor de San Sebastián, que se celebran en enero, es una obra de Jesús Moreno. Cartel anunciador *Fiesta del Vino 2013 Bullas*. El anunciador de los festejos estivales de Blanca es obra del pintor cartagenero Diego Pérez Casanova; representa una escena del popular encierro por las calles blanqueñas con el toro de protagonista. Salvador Olivares es el autor del cartel *Mayos de Alhama 2013*; imágenes de la popular fiesta introducidas en una tipografía *san serif* de formas redondeadas que es la verdadera protagonista del cartel. Una foto, representando en tonos sepias, para marcar la importancia de la tradición, la bajada de los astados por las calles de Moratalla desde el Santuario de la Casa de Cristo, anunció las fiestas en honor del Cristo del Rayo de julio; aunque los encierros de Moratalla se anunciarían con un cartel en rojo y negro, con el nombre de la localidad componiendo el cuerpo del toro adornado con astas y rabo, muy en consonancia con la cartelera anunciadora de los encierros de Pamplona de esos años. La Feria y Fiestas de Agosto 2013 de Jumilla se anuncian con un cartel de aire *naïf*, con tirada de 400 ejemplares representando un paisaje y distintos edificios emblemáticos de la localidad, realizado por el jumillano Francisco Lencina. Nicolás de Maya crea un novedoso cartel para las fiestas de agosto de Cehegín, una imagen de la Virgen de las Maravillas impresa con tinta luminiscente sobre fondo negro para que resplandezca durante la noche. De nuevo la tipografía protagoniza un cartel, el realizado por la pintora Carmen Jiménez para anunciar la Feria y Fiestas de Lorca de septiembre. Gil Serna ilustra el cartel de las fiestas de Abarán.

A finales de enero de 2014 se comunica a la prensa que el cartel anunciador de la XLIII Semana Internacional de la Huerta y el Mar de Los Alcázares lo ha realizado el pintor Paco Bernal; acuarelas y lápices de colores para reunir sus recuerdos de verano en la localidad y un bodegón con productos murcianos. En relación con la candidatura presentada por Caravaca a la UNESCO para declarar Bien Cultural Inmaterial a los Caballos del Vino se edita una obra de Mikel Urmeneta, que ilustra la Cremallera, el momento en que la gente abre paso para que el Caballo del Vino ascienda la cuesta, y que refleja lo que del cartel pretende el diseñador: “...que se hable de él y de lo que anuncia, y el debate trae la noticia, y la noticia el interés”; Caballos del Vino fue elegida mejor fiesta de España 2014. Las Fiestas de la Santísima Cruz y Moros y Cristianos de Abanilla se anunciaron en mayo de 2014 con un cartel recurrente: moro y cristiano tras la Cruz de la localidad, una pintura apresurada. Una cruz florida, como no podía ser de otra manera, anunció las Fiestas de la Cruz de Mayo de Calabardina. Los veinte años de celebración de Trinitarios y Berberiscos de Torre Pacheco se anunciaron con una composición fotográfica. El diseñador molinense Juanjo Ortega crea la imagen de las fiestas patronales de Molina de Segura. En agosto de 2014 se exponen en Los Alcázares más de treintena carteles anunciadores de la Semana Internacional de la Huerta y el Mar de, entre otros: Henarejos, Gómez Balsalobre, Montse Araez, Barberán, Molina Sánchez, José Lucas, Pedro Cano, Peñalver, Luis Fernández, Pina Nortes, Coll Sotomayor, Cánovas, Antonio Ballester, y el citado de esta cuadragésima tercera edición de Paco Bernal. *Río de luz* de Diego Antonio Aznar anunció la Romería 2014 al Santuario de Nuestra Señora de la Esperanza de Calasparra. La *Virgen de las Maravillas* reflejada en la pupila de un ojo, una creación de Vicente López, de MasColor, anunció las Fiestas Patronales de agosto en Cehegín. El Palacio de Guevara es el motivo utilizado por Pedro Gris para ilustrar el cartel de la Feria de Septiembre de Lorca. Fod diseña el cartel de las fiestas de Puerto Lumbreras.

Una foto de Daniel Gil, con la imagen de la Inmaculada y los *tiraores*, anunció las fiestas de la Purísima en Yecla.

Mariví Gómez ilustra el cartel *Fiestas del Escudo* de Cieza 2015. Casi un fotograma de una película de dibujos animados semeja el cartel *Fiestas en Honor a la Santísima y Vera Cruz, Caravaca 2015*. El concurso para elegir cartel anunciador de la 44 Fiesta de la Vendimia de Jumilla de 2015 queda desierto. David Morant autor del cartel de las Fiestas de Agosto en Fortuna. A través de una web votaron los muleños la elección del cartel –se presentaban cinco propuestas– de sus fiestas, resultando elegido el trabajo presentado por Jesús Zapata. Saura Mira realiza el cartel de la Semana de la Huerta y el Mar de Los Alcázares. López Chico compone el cartel de la Feria de Cehegín, un bodegón con mantón y elementos huertanos. Antonio Carrasco pinta el cartel del XVI Encuentro de Gigantes y Cabezudos que celebra Abarán en septiembre. Damián Guirado realiza el cartel de las Fiestas Patronales de Bullas 2015. El cartel de las fiestas de octubre de Puerto Lumbreras es una creación de Ana Gabarrón inspirada en elementos arquitectónicos locales: la pasarela, el Castillo de Nogalte y la iglesia.

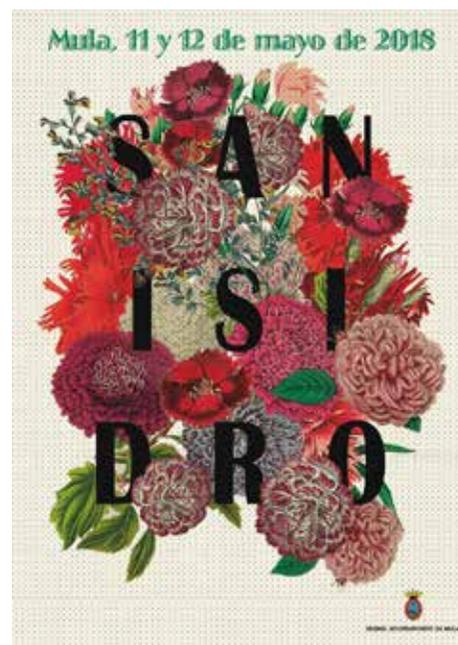
En abril, las Fiestas de San Marcos 2016 de Bullas se difundieron con una ilustración, detalle de un rostro femenino con flores y peineta, de estética pop. Francisco Rivero pinta el cartel *Caballos del Vino Caravaca 2016*. Un cartel de José López Cava, con lema «*Júshép*», que obtuvo los 290 euros del concurso de carteles convocado por el Ayuntamiento, anuncia los Mayos de Alhama 2016. En Murcia los Mayos se anunciaron con un cartel de la fotógrafa Ana Bernal. Los propios vecinos de Mula eligen una obra de López Blaya como cartel anunciador de las fiestas de San Isidro 2016 de Mula que se celebran en mayo. Un divertido cartel, casi ilustración cómica, anuncia las Fiestas de San Isidro de Yecla. Álvaro Peña realiza el cartel *Fiestas en Honor a la Santísima y Vera Cruz, Caravaca 2016*⁽³³²⁾. El diseño de un refajo de jumillana protagoniza el cartel de la Feria y Fiestas de Jumilla. En marzo un diseño de Alejandro Lencina resultó elegido como imagen de la 45 edición de la Fiesta de la Vendimia jumillana. Una obra de Francisco José López resulta ganadora del concurso de carteles para anunciar las Fiestas de Mayo de Alcantarilla. En 2016 el cartel oficial de la XLV Semana de la Huerta y el Mar es un *collage* componiendo castañuelas conformadas por los carteles de años anteriores. Las migas imagen de las Fiestas de la Virgen del Rosario de Bullas, una creación de Campoy Espinosa. La foto de un corredor, Antonio García, ante un espectacular novillo, en arriesgada carrera, tomada por José López y editada por Estudio Fotográfico Pascual, cartel anunciador de los Encierros de Calasparra 2016. En septiembre el cartel *Feria y Fiestas de Mula 2016*, una pintura con los romeros y la imagen del Niño de Mula, lo realiza Jesús García Vidal. El pintor lorquino Salvador Caro es el autor del cartel Feria y Fiestas de Lorca 2016; un rostro femenino que a modo de pamelita lleva representada la ciudad de Lorca.

La Cruz protagonista absoluta de la cartelería, de Láser Fotógrafos, que editó Caravaca en 2017, Año Santo Jubilar. Lidó Rico autor del cartel (Fig. 404) de las Fiestas de la Virgen de Yecla 2017, un cartel según su autor muy conceptual, que representa el amor de la madre –la Virgen–, por su hijo –Cristo–; un beso que es también el beso de los yeclanos al manto azul de estrellas y azucenas; una pieza que contiene la textura de seda del manto y el lino de la Sábana Santa. López Cava vuelve a ganar el concurso de cartel anunciador de los Mayos de Alhama, dotado con 500 euros. Una ilustración de Abe Hernández gana el concurso de carteles anunciadores de las Fiestas de la Bruja de mayo de Alcantarilla. Alberto Sevilla diseña el cartel de la XLVI Semana Internacional de la Huerta y el Mar de Los Alcázares.

Los Mayos de Alhama 2018 se anuncian con un cartel de Juan García Bermejo, que obtiene por mayoría los 600 euros por un trabajo presentado bajo el lema «*Nerea*», trece casillas que representan la localización de la localidad y distintos aspectos del festejo en tintas planas; y aunque las bases permiten que pueda presentarse obra en distintos procedimientos artísticos: pintura, fotografía, técnica mixta... solo bajo la exigencia de que pueda el cartel imprimirse sin inconveniente, la realidad es que en los últimos años los trabajos ganadores tienen una gran carga de ilustración. Ana Pardo realiza el cartel *XLVII edición de la Semana Internacional de la Huerta y el Mar*. Rubén Lucas gana el concurso de carteles anunciadores de las Fiestas de la Bruja de Alcantarilla 2018. Marta López realizará dos interesantes carteles para Mula: el anunciador de las Fiestas de San Isidro de mayo (Fig. 405), y el de la Feria y Fiestas de Septiembre.



(Fig. 404) Lidó Rico. *Fiestas de la Virgen*. Yecla. 2017.



(Fig. 405) Marta López. *San Isidro*. Mula. 2018.

(332) La producción gráfica de Álvaro Peña entre 2010 y 2018 es muy abundante y deja ver la evolución de los registros puestos en juego en su obra pictórica; citemos dos trabajos: El cartel *Inocentes de Blanca*, que realiza en 2014; y, en segundo lugar, otra pintura de Peña que en 2018 será motivo anunciador de los Premios Ruralmur.



(Fig. 406) Cristóbal Aguiló. *Carnaval*. Cartagena. 2019.

En 2019 el navarro Iñaki Fernández Iturmendi gana, ante otros 29 trabajos, el concurso de carteles anunciadores de Los Mayos de Alhama. El pintor Pepe Franco es el autor del cartel anunciador de la XLVIII Semana Internacional de la Huerta y el Mar que celebra Los Alcázares; en la ilustración una huertana observa, junto a un balneario, los barcos en el Mar Menor. Nicolás Andujar gana el concurso de carteles de las Fiestas de la Bruja de mayo en Alcantarilla. El arquitecto jumillano Luis Ruiz realiza el cartel de las Fiestas de Jumilla, ilustración en tintas planas, semejando recortes de papel, que recoge una vista del castillo, un racimo de uva, moro y cristiano, y el traje típico *remangao*. Marcos Salvador Romera realiza el cartel de las Fiestas Patronales 2019 de Puerto Lumbreras. El anunciador de la 48 Fiesta de la Vendimia jumillana es también obra de Luis Ruiz, un racimo de uva conformado por globos que se esparcen al viento. Y tras la pandemia...

Sí, una pequeña muestra, en fin, de los carteles editados en la región para difundir eventos y festividades, que pretendemos pueda servir como ejemplo de las características del cartel en el periodo previo a la pandemia, que ahora referimos.

La impresión de cartelería anunciadora del Carnaval en la Región de Murcia se convertirá en habitual asunto esperado año tras año, máxime si pensamos que algunas poblaciones recurrieron a la convocatoria de concursos de carteles para elegir la obra anunciadora. Concursos en los que destacó la figura de un diseñador: Cristóbal Aguiló.

El cartel de Carnaval de Cartagena 2011 representa a una mujer disfrazada con símbolos urbanos identificativos de la Ciudad Portuaria: el Palacio Consistorial, o el ascensor panorámico; un cartel que diseñó el técnico superior en ilustración, y creativo nacido en Reino Unido en 1968, residente en Alcantarilla, Cristóbal Aguiló, marcando una nueva estética en los carteles carnavaleros⁽³³³⁾. Águilas convocó en 2011 el XXII Concurso para elegir cartel de carnaval; la obra seleccionada representa un gran ojo maquillado, *Mirada carnavalera*, de Francisco José Díaz Coronado. El cartel de carnaval de Cabezo de Torres se anuncia con la imagen de Pepe el Mislán –que murió al ser incendiado su traje por un miembro del público que le acercó un mechero, mientras desfilaba en el carnaval de 1982–, un cuadro lleno de color realizado por Cristina Franco, en acrílico sobre lienzo.

Iñaki Fernández Iturmendi, técnico superior en ilustración, resultó ganador del concurso de carteles de carnaval de Cartagena en 2012; en su alegre propuesta la figura femenina parece querer colocar la máscara al propio Ayuntamiento. Una mano presentando una máscara ante la bahía de Águilas, un juego sobre el *ser o no ser* de Shakespeare, anuncia el carnaval aguileño en un cartel que se distribuyó en oficinas de turismo y casas regionales, así como en *muppys* instalados en distintas ciudades del país; el autor es Antonio Francisco García Sáez, que reconoció que se bajó la imagen de internet aunque no era conocedor que pertenecía al juego de rol on line *Guild Wars*, lo que puso en cuestión si era merecedor de los 900 euros del premio. El detalle seccionado de un rostro femenino, maquillado y disfrazado para desfilarse en una comparsa, cartel del carnaval del Cabezo de Torres.

Cristóbal Aguiló gana en 2013, frente a otras 25 obras, el concurso de carteles anunciadores del carnaval de Águilas; y explica que se ha documentado para crearlo, habiendo recibido importantes premios en concursos de carteles, especialmente de carnaval que parece ser una especialidad del autor. El arquitecto cartagenero Antonio Moreo Sixto diseña el cartel de carnaval de Cartagena: una máscara veneciana entre flores y texturas que recuerdan elementos marinos; ganando los mil euros de las bases del concurso, aunque fuese acusado en las redes sociales de que su trabajo se parecía a otros carteles carnavaleros anteriores y a la portada de un libro, *Sopa de letras número 29*, editado en 2011 por Folio Divertimento –como vemos, la abundancia de imágenes en las redes y en internet a las que se puede recurrir, de forma más o menos explícita, dan lugar a este tipo de coincidencias, similitudes y... protestas–. Un joven artista del Cabezo, Dionisio Montoya, autor del cartel carnavalero de la localidad: una escena del desfile bajo papelillos y confetis, pintura poco motivadora como cartel anunciador.

Se presentan 77 obras al concurso de carteles de carnaval de Cartagena en 2014, resultando ganador Cristóbal Aguiló, que diseñó una divertida propuesta: una chica que juega con el submarino Peral disfrazada de pavo real. En agosto de 2013, con motivo del carnaval veraniego que celebra Águilas, se presenta el cartel ganador del carnaval aguileño 2014, realizado por el ovetense Juan Diego Ingelmo, que ha ganado el concurso

(333) Aguiló realiza en 2013 el cartel de carnaval de Águilas y de Alicante; en 2013 y 2014 el cartel de carnaval de Cehegín; año el de 2014 en el que volvería a ganar el concurso de carteles de carnaval de Cartagena. En 2014 se había impuesto en más de 30 ocasiones en distintos concursos, incluso había sido elegido su cartel para difundir las fiestas de la Reconquista de Vigo, una orca de cinco puntas que semejan dedos que arrancan y dejan hecha gironés la bandera francesa. En 2015 ganaría el concurso de carteles de las fiestas patronales de Amurrio y el de carnaval de Rubí, una localidad valenciana, con la obra titulada *Con la fiesta en la cabeza*. El cartel de las Fiestas de San Mateo de Cuenca de 2016, del carnaval de Arrecife 2016, el de Isla Cristina del mismo año, y el cartel de carnaval de La Bañeza 2017 son también obra suya. Un estilo muy reconocible, colorista, divertido, que recurrió a los personajes de plastilina en bastantes ocasiones como imagen de cartel. Ya en 2018 ganaría el concurso de carteles de semana santa de Vinarós, y el de Primavera y Cerezo en Flor del Valle del Jerte.

frente a otros 16 bocetos; representa un personaje femenino disfrazado de participante en una comparsa que parece emerger de las aguas de la bahía. Una alumna de la ESO, Carmen Jordán Alcaina, diseña el cartel de carnaval de Cabezo de Torres: un rostro de mujer, participante en el desfile, pintado con onduladas curvas coloridas, que parece un recuerdo de la psicodelia y una referencia a la pintura grafitera.

En 2015 el *Icuc* anunció el carnaval cartagenero inundando de confetis las calles de la ciudad; una propuesta de Carlos José Pérez. Y de nuevo será, ese año, la propuesta de Aguiló la que resulte elegida para imprimir como cartel del carnaval aguileno: un huevo del que parece querer escapar la Musona. Una estudiante de sexto de primaria resulta ganadora, ante 600 dibujos, del concurso de carteles de carnaval del Cabezo de Torres; en la pintura un perfil femenino, coloridamente disfrazado, ofrece una vista del pueblo, su iglesia y su cabezo.

Los sueños ilustran el onírico cartel *Carnaval de Cartagena 2016* realizado por el arquitecto jienense José Alberto Jiménez. Muy alejado del concepto visual de 2015, el cartel aguileno de carnaval de 2016 es una pintura del artista local Pedro Rabal. El cartel de Cabezo de Torres recurre de nuevo a un rostro femenino con antifaz; aquí ante un fondo de rombos que remite a las vestiduras de la comedia del arte, una obra realizada por Pablo Moreno.

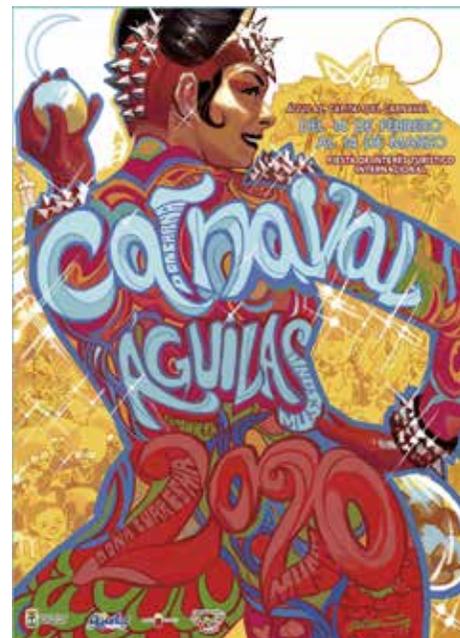
El cartel *Carnaval de Cartagena 2017* es un homenaje a la Cartagena modernista realizado por Concepción Losada Expósito, ganadora frente a otros 45 presentados: una chica juega y se balancea en la cúpula del Ayuntamiento. El Carnaval de Águilas de 2017 se anunció, declarado desierto el concurso, con un cartel de Pedro Hurtado; una acuarela que recoge 3 personajes y la Musona –que parece querer salir del cartel, entre confetis–. Cabezo de Torres encargó su cartel de carnaval al pintor Álvaro Peña; cartel que, siguiendo la tradición, se presentó en FITUR.

Un cartel del astorgano César Nuñez, de lema «*Metamorfosis*» –el colorido personaje se oculta tras la máscara, una caja de cartón que es, a la vez, el propio Ayuntamiento de Cartagena–, resulta ganador entre los 50 trabajos seleccionados al concurso de anunciadores del carnaval cartagenero 2018; de nuevo se ha recurrido a la representación de edificios y elementos arquitectónicos de la ciudad para jugar en la composición del *afiche*. El cartel de Águilas es obra de Lorenzo Martínez y semeja una estrella danzante. Gaby Guillén es el autor del cartel de carnaval 2018 del Cabezo de Torres.

Cristóbal Aguiló sería el autor del cartel *Señas de Identidad*, seleccionado en 2019 entre los 26 presentados a concurso para anunciar los carnavales de Cartagena; un cartel (Fig. 406) que como venía siendo habitual incorporó elementos arquitectónicos de la ciudad portuaria, en este caso los restos del Teatro Romano ejerciendo de motivo alado del disfraz de águila tras el que se oculta la joven. Una pintura de Muher anunció el carnaval aguileno de 2019. Para anunciar el carnaval del Cabezo de Torres se reproduciría, en papel, un grafiti de 10x12 metros realizado por Kraser, Pigüo, Nels y Mr. Chapu en mayo de 2018.

El cartel cartagenero de carnaval de 2020 tiene como autor a Rubén Alejandro Lucas; un cartel seleccionado entre 73 trabajos y que, según los organizadores del festejo, fue realizado con acuarelas –y que como los anteriores carteles del carnaval cartagenero no desdeñó los recursos del ordenador–, que ensalza la figura de la mujer, y que de nuevo presenta reconocibles arquitecturas de la ciudad, un cartel realizado desde procedimientos infográficos, que Lucas propuso con semejantes criterios estéticos y modificaciones iconográficas en distintas localidades del suelo patrio, lo que motivó fuertes críticas entre otros participantes a través de las redes sociales que lo tacharon, en el mejor de los casos, de autoplagio; un autoplagio, podríamos señalar aquí, permitido habitualmente a los pintores, pero al parecer vetado a los diseñadores que ¿deben? renunciar a su manera, a su estilo. Daniel Acuña, aguileno que trabaja como dibujante para la Marvel es el autor del cartel carnavalero de Águilas 2020 (Fig. 407); una impactante e interesante propuesta –un personaje femenino que según el autor podría representar a una nueva superheroína: la Carnavalera Woman– que nos recuerda portadas de discos y carteles de aroma psicodélico. Sofía Tornero y Petrus Borgia son los creadores del provocador cartel anunciador de los carnavales del Cabezo de Torres en 2020.

Otras poblaciones editaron carteles de carnaval. Cehegín editó originales anunciadores del Carnaval del Noroeste: en 2011 el detalle de un rostro pintado realizado a partir de una fotografía de Alejandro Lencina; en 2013 el cartel correspondió a Cristóbal Aguiló:



(Fig. 407) Daniel Acuña. *Carnaval*. Águilas. 2020.



(Fig. 408) Rubén Lucas. *Feria del Libro de Murcia*. 2020.

«*Cehegin se viste de carnaval*», una original composición con una chica disfrazada con motivos de la localidad; en 2014 repite Aguiló, proponiendo ahora una divertida figura que semeja Don Quijote realizada en plastilina; en 2015 el cartel parece inspirado en *El pensador* de Rodin, una composición de Laura García Corbalán; Teresa Ródenas realizó el cartel en 2016, 2017 y 2018, pinturas, imágenes, que incluyen arquitecturas y espacios de la localidad; y Ana Zamora Puerta ganó el concurso de anunciadores del Carnaval de Cehégín –Carnaval del Noroeste– en 2019. Las poblaciones limítrofes al Mar Mayor también publicitaron con cartelería sus festejos carnavales: El cartel de carnaval de La Ribera de 2011 es obra del alicantino Julián Moya, que ha ganado el concurso y representa un acróbata que juega con la “C” de carnaval; Victoriano Carrasco gana en 2012 el concurso de carteles de carnaval de Santiago de la Ribera, una máscara que parece haberse transmutado en las alas de un ángel, alas características de los trajes de las comparsas; en 2014 en el cartel aparecen 14 pajaritas de colores distintos, avisándonos: «no digas que no tienes donde elegir»; y en 2015 eran unas gafas de buzo, ideadas por Inselmo Benavente, las que se disfrazaban de máscara, ayudadas por chanclas y tubo de respiración acuática, para asistir al carnaval; será Aguiló quien realice el cartel de carnaval de Santiago de la Ribera en 2016 con la imagen de una sirena de plastilina. El cartel del carnaval de Mazarrón 2012 se compone con coloridas letras en tonos del arco iris, y el detalle de una máscara veneciana ante una vista de la población costera; en julio de 2013 Mazarrón celebra un carnaval de verano, anunciado con un cartel que representa una máscara junto al perfil de dos barcos que quieren homenajear a los barcos fenicios encontrados en un peño marino de su costa. La artista alemana, Gerad Opeen, realiza el cartel del carnaval lorquino 2016 de inspiración manga. Una ilustración –personaje transmutado en gata– de Juan José Vera cartel carnavalesco de Torre Pacheco en 2020... En fin, detengámonos en 2020, la cantidad de carteles anunciadores de carnaval y la variedad de procedimientos utilizados estos años es ingente.

Dejaríamos incompleta esta breve reseña sin referir la obra realizada por Rubén Lucas, diseñador nacido en la pedanía murciana de Torreaguera, que ha realizado parte de su formación como grafista y diseñador en Pictografía y se ha dedicado, sobre todo en los últimos años, a la realización de carteles y que, tras resultar ganador en numerosos concursos de carteles anunciadores de carnaval en distintas localidades españolas y en distintos años: Carnaval de Badajoz, en 2016; Carnaval de Roquetas de Mar en 2017; Carnaval de Toro y de Don Benito –en Badajoz– en 2018...; resultaría este mismo año, ganador del concurso de carteles del Carnaval de Santiago de la Ribera 2018, en el *afiche* un pez, con escamas festivas construidas con cientos de antifaces coloridos. Rubén Alejandro Lucas García ganaría ese mismo año el cartel de carnaval de Pedro Muñoz con una lata de sardinas abierta donde las sardinas aparecen disfrazadas. Los carteles de Rubén Lucas⁽³³⁴⁾ resultan divertidos, frescos, un punto satíricos, con constantes referentes a la localidad cuyos festejos anuncia y a la propia idiosincrasia del evento; especialmente interesante el anunciador de la Feria del Libro de Murcia 2020 (Fig. 408); carteles que parecen dotados de un color y unos volúmenes que aporta el proceso informático desde el que se han realizado, Lucas ganará el concurso de carteles de la Bruja de Alcantarilla 2018, y otros numerosos certámenes entre 2019 y 2024.

Aguiló y Rubén Lucas han sabido poner una nota de originalidad a una tipología de cartel que escapa a la máscara como recurso gráfico. La máscara siempre la máscara.

Otros carteles se editarían en la Región. Otras muestras y actividades en torno al cartel y al diseño tendrían lugar; consolidando equipos de diseño, estudios que ya contaban con reconocida trayectoria, y favoreciendo la aparición de nuevos creativos y estudios gráficos. Repasemos cronológicamente alguna de estas acciones, reseñemos los autores, para detenernos en aquellos productos o actividades que, sobre el cartel y el diseño, consideramos más relevantes.

A mediados de enero de 2011 la Biblioteca Digital de la Región de Murcia, dependiente del Archivo Regional, incorpora en la segunda fase de digitalización de sus fondos más de 600 carteles impresos entre 1892 y la década de los setenta, procedentes en su mayoría del Depósito Legal de Murcia; carteles que hacen referencia a corridas de toros, actuaciones teatrales, cine y funciones religiosas, y carteles festivos que recogen los nombres de Párraga, González Conte, Molina Sánchez, Laorden y Asensio Sáez, entre otros. El 12 de febrero los comerciantes y dueños de bares y cafeterías editan carteles quejándose de la ley antitabaco que ha hecho descender sus ventas en un 19%. En abril

(334) Otros carteles –citaremos una pequeña parte– realizados por el diseñador como resultado de ganar concurso son: *Fiestas de la Reconquista de Vigo* 2015; *Bous a la Mar Denia*, realizados en 2015, 2016 y 2017; *Encierros de San Sebastián de los Reyes* 2016; *Fiestas de Moros y Cristianos de Castalla* 2016; *Feria de San Julián* 2016, Cuenca; *Fiestas de la Moraleja* 2017; *Moros y Cristianos, Calp* 2017; *Fiestas de San Mateo*, Cuenca 2017; *Moros y Cristianos, Bocairent* 2018...

se editan carteles para anunciar la XI edición del SICARM (Foro Anual Sociedad de la Información Región de Murcia). Ángel Haro diseña la portada del libro de Antonio Jesús Gras *Cocinando en tiempos de verano*, un *collage* con recortes de papel que simulan alimentos, una excelente portada. Haro realizaría ese año, en mayo, un logotipo, un corazón roto que parece estallar en blanco y azul, los colores de Lorca, que *La Opinión* incorporó en su cabecera, a partir del día 17, para no dejarnos olvidar el terremoto de la Ciudad del Sol y mostrar la solidaridad con los lorquinos. El Ayuntamiento de Murcia edita carteles con la imagen de un simpático robot para anunciar “El día de internet”. El 14 agosto se edita cartel anunciador del Campeonato Mundial de Lanzamiento de Huesos de Oliva. Cinco días antes, el 9 de agosto, la diócesis de Cartagena editó carteles, banderolas y camisetas, para dar la bienvenida a Benedicto XVI que visitaría España a mediados de mes. En septiembre se editan los carteles *Ayuda a Lorca pintando*. Ese mismo mes La Nave de Puente Tocinos edita carteles que anuncian talleres plurilingües. En Caravaca una fotografía de Quico Lag, del relieve de la aparición de la Vera Cruz, cartel anunciador del quinario de la exhaltación de la Santa Cruz. En Fuente Álamo se inaugura en octubre una exposición de carteles que trata de concienciar a los jóvenes contra las drogas. En noviembre Rosa María Campello diseña el cartel de la VII Olimpiada Española de Biología que se celebrará en Murcia en marzo de 2012; basado en unas alas de mariposa que son, a la vez, hojas de árbol; cartel en clara relación con el propio logotipo de la Facultad de Biología de la Universidad de Murcia. Se editan carteles para divulgar la campaña «*Abre los ojos a la realidad, si has tenido riesgo de contraer el VIH hazte la prueba*»: una chica con una venda tapándole los ojos. Los jugadores de baloncesto Franch y Kurz aparecen en los carteles anunciadores de Aquadeus, la marca de agua mineral del Grupo Fuertes. En diciembre se editan carteles anunciadores de la cuarta edición del Festival de Cine de Alcantarilla, centrado en el cine de terror, fantástico y *gore*. Se editan carteles para anunciar la Copa de España de Vela Clase 420 celebrada en diciembre en Águilas. AMAIM (Asociación Murciana de Ayuda a la Infancia Maltratada) pone en marcha una campaña para evitar el abuso sexual en niños, editando carteles que protagoniza Quico; en el dibujo, un niño que se opone a tocamientos. Carteles anunciadores de las elecciones a Consejos Escolares 2011. La Escuela Superior de Diseño de Murcia acogió, en diciembre, la exposición itinerante de 80 carteles basados en Obama y realizados por creadores de todo el mundo; muchos de ellos realizados al amparo del Gabinete de Comunicación Demócrata, que en la campaña electoral de EE.UU. de 2008 habilitó una web para que artistas y diseñadores enviaran sus propuestas, recibiendo miles de carteles; la exposición contó con conferencia inaugural a cargo de la Agregada Cultural en la Embajada Estadounidense Laura Gould; y posteriormente “We Are Change” contó, el 20 de diciembre de 2011, con charla taller, celebrada en el Cuartel de Artillería: “Diseño Gráfico y Comunicación Política”. En noviembre el SIME (Sindicato de Empleados Municipales) edita carteles contra los recortes en los que una figura en rojo y otra en azul, un hombre y una mujer –en un cartel muy a lo Obama– pregunta *¿por qué?*, en velada crítica política. En diciembre la Escuela de Enfermería de la UMU organiza una fiesta para celebrar el Día Mundial Contra el SIDA anunciada con carteles bajo el lema «*¡Sin tacones no me pones!*».

En 2012 MMOD Murcia Open Design recoge el testigo de Pasarela Abierta con figuras nacionales del diseño gráfico y la moda: David Delfín, Joaquín Reyes, Ion Fiz o Eduardo del Fraile. La XXV Semana de Biología se anuncia con un cartel de Diego Ingelmo –que realizará una preciosista ilustración para anunciar la Feria del Libro de Murcia 2021 y un emotivo cartel para la Feria del Libro de 2023–, que ha ganado el concurso de carteles convocado por la Facultad, una imagen creada a partir de animales realizados en papiroflexia. DIP (la Asociación de Profesionales del Diseño y la Comunicación de la Región de Murcia) consideraron fallido el concurso para elegir el logotipo de la candidatura de Madrid como sede de los Juegos Olímpicos 2020, realizado entre estudiantes, así como el resultado final. El 25 de marzo cinco empresas de la región vinculadas al diseño: Eduardo del Fraile, F33 –por *La memoria que recauda*–, Insignia Creativa –por la campaña *Tienes que ir más al teatro*, para el Festival de San Javier–, Nosolotinta –por el packaging de las ensaladas D’illa– y José Alberto Gregorio Salas –por su propuesta para NEC Display Solutions– están nominados a 14 premios LAUS. Del Fraile es quien ha logrado mayor número de nominaciones, diez en total, por los trabajos realizados para las Fiestas de Primavera de Hospitalet de Llogregat –las iniciales “H” y “L” convertidas



(Fig. 409) Dirección de Arte: Eduardo del Fraile.
Gráfica: Manel Quílez. *TheBonusGame*.

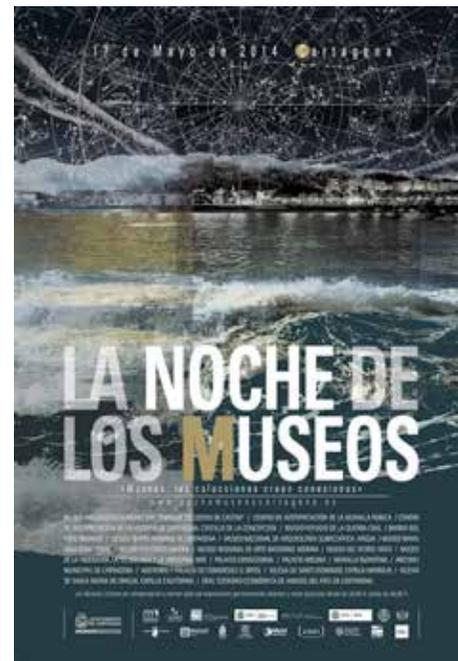
en dragones-, Astrade (Asociación de Personas con Autismo de la Región de Murcia), pack de vinos y etiquetado de la bodega italiana Menhir Salento, imagen corporativa del servicio de limpieza del Ayuntamiento de Murcia... pero sobre todo los dos trabajos de Eduardo del Fraile con más nominaciones son el proyecto Typesounds y la campaña (Fig. 409) *The Bonus Game* realizada conjuntamente para la Comunidad Autónoma de Murcia, Ecoembes y Ecovidrio, encaminada al correcto reciclaje de residuos. La nueva presidenta de DIP destacó el excelente momento y los premios recibidos por el diseño murciano. Carteles para anunciar el Festival de Magia Grandes Ilusiones. En marzo se editan carteles para difundir la XVI Feria de Minerales y Fósiles que se celebra entre el 5 y el 7 de abril en La Unión. Cristina López obtiene el premio en el concurso de carteles anunciadores de la Semana Mundial del Cerebro. En abril el Archivo Regional organiza la exposición dedicada a Antonio Pérez Crespo, que recibiría a título póstumo la Medalla de Oro de la UMU, "La transición, en carteles y testimonios", con 74 carteles electorales utilizados entre 1977 y 1979. José Lucas diseña en mayo el cartel del ciclo de conferencias en Molina de Segura: Necesidad del Arte en la Educación. Anunciación Núñez Marín gana el premio de carteles para anunciar la Universidad del Mar-CMN; el cartel muestra una embarcación a vela, típica de la costa mediterránea, dibujada con los nombres de las sedes que acogen los cursos de verano. Con carteles anuncia Lorca la Noche de Brujas de octubre. Como si fueran carteles de pequeño formato, 16 fotografías distintas de Joaquín Zamora, que reflejan distintos puntos y festejos de interés del municipio, La Fuensanta, el Casino, la fachada del Ayuntamiento... decoraron las 80 papeleras del centro de Murcia. En agosto la Casa de Cultura de CajaMurcia en Águilas celebra una exposición: "Paco Rabal una vida de cine", que permite, a través de los carteles de sus películas, recorrer la trayectoria profesional del actor. La publicista murciana Ana Soro resulta ganadora, en junio, en el concurso de carteles anunciadores de la Feria de Málaga; un cartel minimalista presentado bajo el lema «*Descubre*», un fondo blanco rasgado bajo el que puede verse un conjunto de lunares blancos sobre fondo rojo, la autora se embolsó 3.500 euros y no escapó a la polémica, pues fue criticada al utilizar como base del diseño del cartel una plantilla fácilmente obtenida a través de internet –pareciera que esté materializándose aquel planteamiento de Chipola respecto al diseño-. Con carteles se anuncia en noviembre en Archena un cinefórum para denunciar la violencia de género. Carteles de pequeño formato para anunciar Blanca Fusión. El 2 de noviembre es público que Javier Pedreño Orenes ha ganado el concurso de carteles contra la violencia de género convocado por la Consejería de Presidencia; el cartel juega con la idea de los carteles cinematográficos; en la imagen una chica joven –el perfil de una mujer maltratada que corresponde a una mujer española entre 30 y 45 años– sobre fondo oscuro y dramático aparece con signos de violencia en el rostro y sobreimpreso el lema «*Misma película. Distintos protagonistas*»; lema e imagen que dio visibilidad a toda la campaña: "Basada en hechos reales. Violencia de género", divulgada para celebrar el 25 de noviembre el Día Internacional para la Eliminación de la Violencia Contra la Mujer.

A mediados de abril del 2013 se presenta el cartel anunciador del XIX Certamen de Calidad de los Vinos de Jumilla, una ilustración en la que un personaje huele y saborea la copa entre vides y cepas –la denominación de origen cuenta con 2.100 viticultores, 45 bodegas y 24.000 hectáreas-. El 11 de abril de 2013 se presenta en los medios el cartel (Fig. 410) de La Noche de los Museos que celebra Cartagena el 18 de mayo, y que ha creado Luis González Adalid; una continuación a nivel gráfico de su exposición "Memoria, paisaje, territorio, estos tres últimos años..." celebrada en el Palacio Consistorial del Ayuntamiento de Cartagena entre septiembre y diciembre de 2012; un cartel cuya disposición nominal y tipográfica para el título serviría como marca del evento sucesivos años⁽³³⁵⁾; y que responde a la idea formulada por el propio artista en la introducción del catálogo de la muestra: "...*composiciones de alguna manera consteladas, ...tramas superpuestas... infinitas constelaciones... otra forma de acudir a un origen...*". El 6 de julio de 2013 el documental *Minera* de Germinal recibe dos Gran LAUS en Creatividad Publicitaria y Audiovisual, la primera vez que los recibe un mismo trabajo; que promocionó el Festival de Cante Flamenco de La Unión y ya había obtenido un Sol de Oro en junio. Germinal obtuvo además un LAUS compartido con otras agencias por su colaboración con Médicos sin Fronteras. Eduardo del Fraile, diseñador gráfico y de producto, nacido en Valladolid en 1974, residente en Murcia y con estudio abierto trece años antes,

(335) Los carteles que en torno a la Noche de los Museos se editaron en Cartagena han devenido piezas memorables. En 2015 el cartel es una creación de Diligencia Comunicaciones; mantiene la tipografía-marca creada por González Adalid y ha basado la imagen en una potente "M" lámpara que ilumina de color la noche. El Año del Modernismo, evento que celebra Cartagena en 2016, sirvió de motivo para el cartel creado por Creativa Publicidad, que repitió emblema tipográfico y jugó con la cúpula del Gran Hotel como imagen gráfica. Casi todas las ciudades de la región publicitaron con carteles La Noche de los Museos: La Unión reproduciendo en 2014 y 2015 rincones del municipio, fotografías sometidas a fuerte intervención infográfica; el lema «*Arte libre*» protagonizando los carteles con que Blanca anuncia en 2014 su Día Internacional de los Museos; Lorca imprimiendo unos bellos carteles de aspecto surreal y onírico; Murcia, que retomó para la cartelera de Día y Noche de los Museos un cartel encargado a pintores de la región: Ángel Haro en 2016 –que creó un bodegón, una naturaleza muerta con objetos manipulados-, Charris en 2017 –otra vez una de sus pinturas con fuerte carga narrativa– y Nicolás de Maya en 2018 –que hizo de la "M" un portón de acceso al museo abierto que representa la propia ciudad de Murcia–; en 2019 sería una foto de José Luis Montero –un fragmento del cuadro *Los desposorios de la virgen*, de Hernando de los Llanos– la base del cartel *Murcia Día y Noche de los Museos*.

recibió un LAUS honorífico a su trayectoria creativa⁽³³⁶⁾. En la edición de los LAUS 2013 fueron seleccionados como finalistas 15 trabajos realizados por diseñadores y estudios murcianos además de los ya reseñados: Sublima, Insignia Creativa, Cesar Ordoño, Carlos J. Serrano y María Caravaca. Insignia por sus trabajos para la Joyería Ahora y el material promocional del Festival de Teatro de San Javier 2012; Eduardo del Fraile, que también competía en logotipos, por los realizados para la compañía de teatro PLAS PLAS y encargos del grupo Hefame; Sublima por el CIM; Germinal por las bolsas de la cadena de helados Llo Llo. El 15 de julio *La Opinión* informa que Sublima Comunicación, el estudio dirigido por Nacho Abadía y Guillermo Rubio ha logrado dos premios LAUS de Bronce en la última edición celebrada en Barcelona, dos premios que se suman a otros cinco conseguidos anteriormente; en esta edición el estudio gráfico murciano ha conseguido los galardones en la categoría de Mejor Identidad Corporativa por el trabajo desarrollado para el Centro de Iniciativas Municipales de Murcia (CIM) y en la categoría de Mejor Logotipo por el trabajo realizado para la misma institución adscrita al Ayuntamiento de Murcia especializada en crear empleo y apoyar a Pymes; en los últimos seis años Sublima había publicado sus trabajos en destacadas revistas y publicaciones: *El País Semanal*, *Expansión*, *Laus*, *Select*, *On diseño*, *Experimenta*... –y el estudio sería nominado en 2016 a los premios LAUS por la identidad corporativa de Murcia Deportes–. A finales de agosto se imprimen carteles para anunciar el XXV Festival de Folklore de San Javier. En julio Fernando Caride, director creativo de Portavoz, en “Paso a la Publicidad” del *Sinfin*, separata de *La Opinión*, traza en el texto “El Afilador” una divertida semblanza de la publicidad veraniega, y la convivencia simultánea de viejas fórmulas publicitarias con las últimas tecnologías. El 11 de agosto Fernando Caride retoma el tema en el artículo “El momento de la verdad”, y analiza la oportunidad y eficacia publicitaria de campañas en exceso agresivas; basa sus percepciones en las campañas de tráfico. El 18 de agosto Juanma Soriano, creativo senior de Portavoz, en la sección señalada del suplemento *Sinfin*, ironiza: “*En verano nos volvemos asquerosos*”, un texto sobre la publicidad de ciertos productos de limpieza y aseo corporal. El 25 de agosto Fernando Caride retoma las reflexiones sobre publicidad, que durante el verano de 2013 han sido habitualmente publicadas en *La Opinión*, en un irónico texto: “*La publicidad no está muy católica*”, y la relaciona con la atracción, que la idea de pecado, lujuria, avaricia, pereza, ira, envidia o gula, ejercen sobre los lenguajes de la comunicación publicitaria y el concepto motriz de muchas de las campañas publicitarias –al fin y al cabo cualidades, algunas de ellas, señaladas como motores del cartel publicitario al principio de este libro–. A finales de agosto Álvaro Peña diseña el cartel del I Festival Solidario, organizado por la empresa Abarca Shoes, para recaudar fondos para Cáritas.

El 15 de enero de 2014 se inaugura en el museo El Cigarralejo de Mula la muestra “Los carteles de Picasso” formada por 59 piezas originales. Una ilustración de Ana Merino cartel anunciador del III Concierto de la Banda de Cornetas y Tambores de los Dolores de Cehegín. Carteles para anunciar el II Certamen de Chirigotas Ciudad de Murcia que se celebra en el Romea en marzo de 2014. El Banco Mare Nostrum renueva su imagen como estrategia para representar solidez, estabilidad y compromiso territorial con sus clientes; «*La nueva banca mediterránea*», «*Un banco para ti*», grafito y magenta, un logo con trazo inclinado inspirado en las olas que quiere referir cercanía y flexibilidad. La obra *Exquisito* –una ilustración con tintes de cómic satírico– de Luis Ruiz Blázquez gana en 2014 el concurso de cartel anunciador del XX Certamen de Calidad de Vinos D.O.P. Jumilla. Carteles anunciadores del II Encuentro Literario de Autores de Cartagena que tiene lugar entre el 24 y el 26 de abril. El Ayuntamiento de Murcia pone en marcha una campaña, apoyada con carteles, para evitar el destrozo y los actos vandálicos que sufren las señales de tráfico. Carteles contra la plaga del mosquito tigre. Gabarrón autor del cartel del Primer Congreso Internacional de Arte, Arquitectura y Patrimonio, que tiene lugar en la UCAM los días 26 y 27 de mayo. La fotografía de una mano sosteniendo un ladrillo publicita el I Campeonato del Mundo de Lanzamiento de Ladrillo que celebra la pedanía ceheginera de Valentín el 26 de junio. Susana Miñano diseña el cartel de la XXXI edición de UNIMAR. Jumilla edita carteles contra las cacas de perro con el lema «*Cuando saques a tu perro... ..no te pongas la careta*». La pintora Lorena Martínez realiza en agosto el cartel de la XX edición del concurso de Lanzamiento de Huesos de Oliva de Cieza. En octubre se presenta el anunciador de la segunda edición de “Big Up”, festival



(Fig. 410) Luis González Adalid. *La noche de los museos*. Cartagena. 2014.

(336) Diseño gráfico y de producto, identidad corporativa, diseño de libros, botellas, etiquetas, packaging –su primer envase lo realiza en 1993–: SOSO; Queso de cabra BEEE; IA, leche hidratante corporal; O de oliva, imagen y línea de envases para Otranto Italy; etiquetas y embalajes para cervezas Gilda y la cervecera Estrella de Levante; identidad y packaging para Menhir Salento Italy y las bodegas Carchelo de Jumilla; envases y proyectos multidisciplinares para el grupo HEFAME; gráfica de The Bonus Game, programa de incentivación del reciclaje con dirección de arte de Eduardo del Fraile y diseño gráfico de Manel Quílez –colaborador habitual de del Fraile–;... El trabajo realizado por Eduardo del fraile, formado en la Escuela Elisava de Barcelona y en la HDK de Gotemburgo en Suecia, del que solo hemos recogido una pequeña muestra, es apabullante. En su palmarés el desarrollo de la campaña gráfica de los Premios LAUS 2009, su participación como miembro del jurado en múltiples premios de diseño internacionales y cantidad de galardones obtenidos –mas de 60 premios de diseño, entre ellos este LAUS honorífico–.

que pretende dar a conocer a grupos murcianos de música emergente. El 29 de octubre se presenta el cartel *MMOD (Murcia Open Desing) 2014*; un rostro de mujer cruzado por franjas y arrastres de pintura; un cartel que recuerda algunos trabajos de la artista valenciana Carmen Calvo.

Carteles para anunciar en enero de 2015 el Concurso Internacional de Composición Musical de Pasodobles Villa de Pozo Estrecho. Con carteles se anuncia el SICARM 2015. La alumna de biología Marta María Tebar diseña el cartel *XXVIII Semana de Biología* celebrada en la UMU en febrero de 2015. El grupo Scout de Lorca puso en marcha una campaña para sensibilizar contra el cáncer apoyada con carteles. Publicidad Líquida (Miguel Gómez Fayrén, Nacho de Lara y José Rosales) vería elegida su propuesta, entre otras ocho, de logotipo del nuevo servicio municipal de Murcia de préstamo de bicicletas; MUyBICI se crea en torno a tres elementos: un corazón que compone la "M" de Murcia y está, a su vez, incluido en el escudo de la ciudad, la silueta de una bicicleta y una tipografía inspirada en los carriles bici. La Asociación Asperger de Murcia edita carteles para anunciar las IV Jornadas Día Internacional Síndrome de Asperger. «*Aromas en la copa*», una ilustración de la jumillana Carmen Molina, gana los 500 euros del premio de carteles organizado por la D.O.P. Vino de Jumilla. La Comunidad Autónoma lanzó una campaña para animar en la búsqueda de empleo bajo el lema «*Soy un ni ni. Ni he tirado la toalla. Ni soy una persona sin proyectos*» y distintas justificaciones añadidas. A finales de abril se retiran carteles y vallas –se detuvo a los encargados– de un club que anunciaba «*Viernes y domingos locos, botes de 1 euro. Sábados sorteo de un polvo (a elegir chica)*»⁽³³⁷⁾. El pintor Manuel Pérez realiza el cartel *XI Fiesta de Calle*, un evento que organizan ONGs que trabajan con personas sin hogar. Nastty Franky realiza el cartel anunciador de «*Zorrolocos e lobos 2*», una fiesta de autoeditores y fancineditores de la Región de Murcia y la Vega Baja que se celebró el 16 de mayo de 2015, fiesta que tendrá continuación. Una acuarela representando una palma blanca, de Pedro Cano, anuncia el Misteri d'Elx 2015; Cano ha jugado con dos emblemas de la ciudad, el palmeral y la religiosidad del Misteri, todo envuelto en el azul mediterráneo. El cartel *Héroes*, una mano apagando el cigarro, anima a los lorquinos a dejar de fumar. En junio la foto de seis personas, de distinto sexo y edad, vestidas con la camiseta del Pozo Murcia, componen el cartel de la campaña de abonos 2015-2016 del equipo, centrada en el lema «*De generación en generación*». La Biblioteca Regional expone en septiembre una colección de carteles de cine a tamaño real, de películas rodadas entre los años 40 y 70, que se custodian en sus fondos. Con la imagen de una pistola se anuncia en septiembre el ciclo Cartagena Negra –la cartelería, que realiza Salvador Martínez Pérez recurriría a la imagen intervenida por procesos informáticos de conocidos protagonistas de películas cuya trama se basa en la novela negra: ...Robert Mitchum en 2019, James Gagney en 2020–. El Ayuntamiento de Murcia pone en marcha una campaña para asesorar a los jóvenes en cuestiones psico-sociales anunciada con carteles. En noviembre el Ayuntamiento murciano y CESPRA realizarían la campaña «*No seas marrano*», con la imagen de un emoticono, el símbolo de un cerdito, y elementos simbólicos que hacen referencia al correcto comportamiento urbano, realizada por Crealia; una campaña que tuvo, en una anterior realizada por el Ayuntamiento de Villajoyosa, un precedente, aunque aquella resultaría más dura e impactante al colocar sobre el rostro del propietario de un perro una careta de cerdo. En cualquier caso, pintadas y carteles acumulados en las paredes, suciedad en las calles.

A finales de enero de 2016 el Ayuntamiento de Alcantarilla inicia una campaña para mantener limpias las calles de la localidad, y concienciar al ciudadano de ser responsables de los excrementos de sus mascotas, basada en imágenes de los guerreros del Imperio de la Guerra de las Galaxias; el texto de los carteles anunciadores de los actos, responden al eslogan: «*Legión 501. Las tropas imperiales tomaran las calles...*». Carteles para anunciar el campeonato de Cubo de Rubick y del IV Winter Cup Jigger de Molina de Segura que se celebra en febrero. La Asamblea Regional edita carteles para difundir la campaña «*Mujeres de rompe y rasga*». Con carteles se difunde la I edición Feria de Diseño Independiente y Otras Artes que se celebra en el Palacio de Congresos del Batel en Cartagena; en la imagen anunciadora una piruleta roja con dos pequeñas pipas y el texto de Magritte: *Ceci n'est pas une pipe*. Carteles para anunciar el Mercado Barroco de marzo que celebra la villa de Mula. Una ilustración de tema marino anuncia la VI Feria Náutica

(337) Estas situaciones, provocadas por la cartelería y las vallas que anunciaban eventos de dudoso gusto y ofendían la dignidad de la mujer, no era la primera vez que se producían. A mediados de enero de 2012 se retiraron carteles que anunciaban la «Fiesta del hombre», a celebrar en el Centro Cultural de Corvera, con la imagen de una mujer en actitud provocativa y ropa interior. Las vallas que anunciaban locales de ocio que ofrecían servicios sexuales abundaban junto a las carreteras. Una publicidad sexista y ofensiva para la mujer que exigió que la ordenanza municipal de la ciudad de Murcia pusiera límites a los contenidos en los que ellas aparecían. En Murcia proliferaban las vallas piratas denunciadas por empresarios y agencias especializadas en publicidad exterior; haciéndose público el 30 de diciembre de 2015 que se retirarían en el municipio de Murcia 400 vallas que no contaban con licencia municipal.

que organiza el Puerto Deportivo Marina de Salinas de San Pedro del Pinatar. Un caballo de mar ilustra el cartel de la V Sea World Exhibition de Lo Pagan. Juan Manuel Domínguez gana, con *Sentidos*, el concurso de carteles XXII Certamen de Calidad de Vinos con Denominación de Origen Jumilla. Con la imagen de un pimiento picante anunció Bullas su "Semana erótica 2016" que celebró en mayo. Librilla imprime carteles para protestar por los recortes sanitarios y los 4 años que llevan ya sin servicio de urgencias nocturnas. En agosto Cieza edita carteles para divulgar el XXVIII Festival Internacional de Folklore en el Segura. Folletos, carteles y una web patrocinada por el Ayuntamiento de Murcia para mostrar las ventajas de la lactancia materna. El Llano del Beal edita cartelería para difundir el certamen "Nuevos talentos musicales". En septiembre se edita en Molina de Segura el cartel NoesNo contra las agresiones sexuales en fiestas a mujeres.

Salvador Espín recurre de nuevo a la imagen de Superman en los carteles que diseña para anunciar en julio el XXV Concurso de Proyectos Empresariales 2017. Se edita *Conti-go! 2017*, cartel anunciador del Programa Formativo para mamás y papás emprendedores, en el que pueden participar con su bebe. En septiembre el Ayuntamiento de Murcia presenta el servicio de orientación laboral, dentro del Plan de Garantía Juvenil, con carteles que muestran a personajes en un videojuego consiguiendo una vida. Con carteles anunció Alcantarilla el Fin de Semana Joven de octubre. Carteles para anunciar el X Ciclo de Jóvenes Solistas Murcia 2017, a partir de una fotografía de Aldegonde/ Thinkstock. Salvador Corbalán diseña la gráfica del programa Factoría Escuela que tiene lugar en octubre-diciembre 2017... Y suma y sigue: la agencia Germinal & Brandon Love logró en 2019 tres galardones, en el certamen publicitario internacional SaludFestival, especializado en campañas vinculadas a la salud y la alimentación, por su trabajo –de nuevo un planteamiento que juega con la ironía y la paradoja– *Adictos a la salud* para el Ayuntamiento de Lorca. Pedro Luis Alba, autor de la señalética de las Bicivias de Murcia es seleccionado en los premios Clap 2019 en la sección Mejor Sistema de Señalización Gráfica; el mismo año, y en la sección Clap al Mejor Programa de Identidad Corporativa, es seleccionado Envolture por la identidad corporativa de la escuela infantil La Redonda. Los premios Anuaria 2019 contaron con senda representación del diseño murciano: Dr. Brand Factory obtuvo el premio al mejor cartel por el realizado para el 1er. Encuentro Regional y Premios de Ópticos y Optometristas de la Región de Murcia, un trabajo basado en la ilustración; serían seleccionados en otras secciones Casaú Estudio, por la cubierta del libro *Llámame Teatro*; Rafael Fernández (Atosío), por el rediseño de la identidad visual de La Filmoteca Regional; Potavoz, por el catálogo *Be colorur! Be happy!*; Envolture –también seleccionado en los premios Anuaria 2018 al mejor trabajo editorial por *La vuelta a Murcia en 80 recetas*–, por el tríptico/folleto/flyer *Brillante* y por la imagen corporativa de la *Escuela Infantil La Redonda*, trabajo que, como se ha señalado, presentaría también a los premios Clap.

Dos tipologías de cartel se harán habituales a lo largo del decenio. En primer lugar, haremos referencia a los anunciadores de ferias de ocasión, mercados outlet, eventos gastronómicos –existían precedentes, la Feria de Murcia incluía en su programación semanas gastronómicas y muestras de vino y alimentación anunciadas con carteles: En 2011 Buendía realizó cartel para anunciar la IX Muestra del Vino y la Alimentación a celebrar en el recinto del Malecón–, rutas de la tapa... eventos que se hicieron habituales en la región en un intento de favorecer el consumo y dinamizar la maltrecha economía. En segundo lugar, nos referiremos a una tipología de cartel que difunde y anuncia actividades deportivas, sobre todo carreras y maratones.

Expopinatar, cartel anunciador de ferias y exposiciones de febrero en la población marmenorense en 2012. *Comercio en la Calle*, anunciador de la segunda fase de la campaña "Yo compro en Bullas", en abril del mismo año. Y otros numerosos eventos celebrados en 2012 y anunciados con cartelería relacionados con el tema: "Ruta de la Tapa y el Cóctel", en primavera, en Mula; "Cartagena sabor", en julio; "X muestra del vino y la alimentación", en agosto, en Murcia, evento añadido a la Feria de Septiembre anunciado en esta ocasión con un cartel de María José Navarro; V Feria Outlet organizada en la capital de la provincia; incluso el PSOE puso en marcha una campaña de apoyo al comercio tradicional, en noviembre de 2012, anunciada con pequeños carteles y el lema «*El comercio tradicional, porque te interesa*».

Feria Outlet 2013, en mayo, en el Auditorio Víctor Villegas anunciada con una imagen warholiana: un bote de sopa Campbell. Carteles para anunciar ese mes la 1ª Feria de Primavera en el Cuartel de Artillería. Cartel para anunciar en junio “Música entre vinos”, organizado por la Ruta del Vino de Jumilla. Anunciadores de la VI Feria Outlet de noviembre, en Murcia; carteles que incluyen productos y hacen referencia a elementos de la ciudad. Carteles para anunciar en noviembre la Feria de la Cerveza de La Unión. Y para anunciar en diciembre “Murcia shopping night”. Mercados navideños en La Unión, Alcantarilla... anunciados con carteles.

Carteles para anunciar en marzo de 2014, en Jumilla, la ruta de la tapa: “Vino y queso sabe a beso”, con la imagen de la escena de *Lo que el viento se llevó* en la que Gable y Vivien Leigh aparecen besándose. Carteles para anunciar: la “Fiesta del vino”, en Bullas; la “3ª Ruta de la Tapa y el Cóctel de Mula”, en abril; la “Feria Outlet” de La Ribera, del mismo mes; la “Ruta de la Tapa y el Cóctel”, de mayo, en Los Alcázares; “Águilas de tapas” en julio; y “De tapas en Caravaca”, en noviembre.

Carteles para anunciar en enero de 2015 la “Fiesta del vino” en Bullas, una actividad que incluía los ciclos Vinarte, en cuyo marco se celebró una exposición de carteles de la Fiesta del Vino, que antes se celebraba en septiembre. Carteles para anunciar en marzo de 2015 “Barras y vinos” en Torre Pacheco; la “I Jornadas de la Gamba Roja” en Águilas; la II Ruta del Caldero, en abril; la “Ruta de la tapa del Mar menor”, anunciada con pequeños dibujos icónicos, en junio... Los comercios asociados de Trapería y Platería, en Murcia, editaron cartel para anunciar en junio “Días de shopping”. El Ayuntamiento de Murcia y el banco de Sabadell lanzaron en noviembre una campaña para dinamizar el comercio al amparo del eslogan «*Creemos en Murcia*», una campaña: carteles, folletos, bolsas... que diseñó Javier Mariscal –cuyo estudio, que había llegado a contar con 40 personas, se encontraba en pleno ERE; una crisis que se inició para el diseñador en 2008– siguiendo la línea de aquel cartel y aquel abecedario trazado para Barcelona en 1986; una tipografía de palo seco, perfilada en zúl, que contiene en el interior de las seis letras de la palabra Murcia seis imágenes de la ciudad, seis dibujos-ilustraciones que representan la Catedral, la fachada del Ayuntamiento trazada por Moneo, un mercado, ánforas del arqueológico, el fragmento de un edificio con ventana barroca y la Plaza de las Flores.

Carteles para anunciar en febrero de 2016 la “8ª Ruta de la Tapa y el Cóctel” de Cehégín –que publicitará estas rutas con la cubertería como motivo gráfico principal en las sucesivas ediciones hasta 2018, anunciada con un cartel de Nicolás de Maya–. Un caballito de mar protagonista, en marzo, del cartel *VIII Feria Outlet Santiago de La Ribera San Javier*. Carteles para anunciar en mayo “La Isla Fun Fest” que celebra Mazarrón.

Señalemos ahora algunos carteles referidos al segundo punto antes citado. Una tipología de cartel que difunde y propone actividades deportivas: Xtreme Total Running Villa de Blanca 2012; Media Maratón de Murcia, en 2013 y marzo 2014; paseos en bicicleta, en mayo de 2013, en Lorca; Media Maratón de Cartagena, en febrero de 2014; cross en Blanca, en marzo del mismo año, y 1ª Cicloturista MTB Ruta de las Cruces, en septiembre; Running Challenge de Mula en septiembre de 2015; la Running Mountain del 2015-2016 celebrada en el Majal Blanco; el 27 Triatlón Nacional Fuente Álamo de mayo 2016; Torneo de Fútbol-sala de Santiago el Mayor en julio de 2018; Media Maratón Cartagena 2019... Paremos aquí esta breve reseña.

Son en general, como los carteles referidos a mercados, ferias outlet y eventos gastronómicos, impresos gráficos de escasas dimensiones, casi siempre anónimos y poco innovadores; con algunas excepciones; en el caso de los anunciadores de eventos vinculados a ferias outlet o gastronomía las propuestas señaladas de Mariscal o Nicolás de Maya; en el caso de los divulgadores de actividades deportivas los que subrayamos a continuación: el anunciador en marzo de 2014 de la 3ª Carrera Solidaria Bomberos de Murcia; el que anuncia, en julio del mismo año, el VI Cross Cabo de Palos; la 1ª Carrera de la Mujer de Murcia, celebrada en abril de 2016 bajo el lema «*Toma la calle*»; o la IV Carrera Popular Castillo de Mula, celebrada ese año en octubre. La Federación de Ciclismo de la Región de Murcia llegó a poner en marcha la iniciativa Ciclismo+Cultura, encargando a la artista plástica Santi García todos los carteles de las pruebas organizadas por la Federación. Igualmente interesante la gráfica que dejó constancia del Maratón Murcia de enero de 2020.

Pero si hay, estos años, un producto gráfico donde los diseñadores y estudios murcianos destacaron a nivel nacional, recibiendo premios y distinciones, fue en el diseño de marcas, etiquetas y packaging vinculadas a la industria enológica.

El 29 de noviembre de 2011 Jorge Martínez, de Germinal, presentó, en el Teatro Circo, Wine & Songs, una mezcla de dos de sus pasiones, el vino y la música, reflejadas en la etiqueta en que se embotellaron los caldos, elaborados por Bodegas Señorío de Barahonda de Yecla: sobre fondo blanco la reproducción de un vinilo y la duración del LP 59h 35' 03". Un proyecto que tendrá continuidad; en diciembre de 2015 se presenta, en The Sitting Room, Manteca, el segundo volumen del proyecto enológico-musical que lleva un pajarito en la etiqueta.

En marzo de 2012 el pack de vinos y etiquetado de la bodega italiana Menhir Salento, un trabajo de Eduardo del Fraile, es nominado a los premios LAUS. Cuando en 2013 del Fraile recibe el reseñado LAUS honorífico a su trayectoria, el trabajo que ha venido realizando en torno al mundo enológico: identidad y packaging Sale & Pass-o y Pietra Wine para Menhir Salento Italy; identidad gráfica y diseño de etiquetas para los vinos elaborados por la bodega jumillana Carchelo; Libro-catalogo *Wine Labels*, recopilación de formatos de botellas y etiquetas de vino bajo la visión de un diseñador gráfico... es ya un referente del diseño regional y ha abierto nuevos caminos y ámbitos profesionales a otros diseñadores.

La diseñadora Miriam Alegría mereció en 2013 un LAUS de Bronce, el Premio del Público al mejor diseño, por la creación de una etiqueta de vino para Sabatacha Monastrell de bodegas San Isidro de Jumilla –una textura que representa el mapa físico de la zona y su ubicación–; es su proyecto final de estudios, que recibió un Anuario Pro y fue seleccionado en la categoría de mejor packaging. Ramón Torres y Claudio Pamies, del estudio Grafyco, han diseñado el packaging y las etiquetas de varias marcas de vino: Honoro Vera Organic, Agnus, Infiltrado, Ous & Caragols, Barón Ladrón de Guevara, Ramón Infantes, Juan Gil, Lagar da Condesa, Celler Tianna Negre... Una de estas marcas se sirvió en la ceremonia de los Óscar 2013. En octubre de 2014, formando parte del programa trazado por Distrito Creativo –una serie de actividades promovidas por DIP–, Grafyco presenta en la Vinoteca de La Torre, un local situado junto a la Plaza de la Cruz de Murcia, una recopilación de sus etiquetas de vinos, expuestas bajo el título "Etiquetas con punto".

La agencia murciana Recrea diseña las etiquetas del vino *OrgulloWine*, en 2014. Una marca de vino de Bullas que se presentó en enero de 2015 en la 5ª edición FITUR GAY (LGTB).

Eduardo del Fraile, nombrado en 2014, por la revista *GDDH*, uno de los 50 mejores diseñadores del mundo, ha diseñado la gráfica de las etiquetas MMM (Macho Man Monastrell) de Casa Rojo, que obtiene en China, en marzo, el galardón al Best Value Wine. Casa Rojo es una empresa enológica ubicada en Balsapintada, Fuente Álamo, y produce y embotella vinos de distintas denominaciones de origen sin disponer de plantaciones o bodegas propias; una de sus características es la cuidada presentación de sus vinos y el atrevido diseño de etiquetas y embalajes, bajo el control, primero de Eduardo del Fraile y luego del Estudio Maba; aunque Casa Rojo contó con la colaboración de Juan Álvarez y Jorge Gómez para realizar un cómic donde cuentan las características de los vinos acogidos a la marca The Wine Guru.

En 2015 tres estudios y un diseñador, que desarrollan su trabajo en la Región de Murcia, logran dos Medallas de Platino y ocho Selecciones; alguna de estas distinciones relacionadas con etiquetado y distintos diseños para vinos, en la edición de los Premios Clap (abiertos a trabajos españoles e iberoamericanos): Grafyco obtiene la Medalla en la categoría de Mejor Envase por su trabajo de etiquetado del vino Honoro Vera Monastrell. Estudio Maba es seleccionado por sus propuestas de catálogo de mobiliario para Baltus Soft Edition, la empresa murciana de aplicación fotográfica Picgalze y las etiquetas y otros motivos gráficos para los vinos The Invisible Man y Alexander vs. The Ham Factory de Casa Rojo. El estudio Xli design+thinking, que lideran Daniel Caballero y Teresa Jular, ha sido seleccionados por *Fake* –una revista autoeditada en papel por un grupo de poetas activos en redes sociales–, por la identidad corporativa del barrio del Espíritu Santo de Espinardo y por visitamazarrón.es, una página web para la localidad costera. La otra Medalla de Platino la obtuvo Víctor García Rosillo por su trabajo fin de estudios en la ESD



(Fig. 411) Álvaro Peña. *Pirado*, vino de autor. 2015.

de Murcia, una propuesta de campaña en la vía pública que gira en torno a la identidad gráfica de la Mar de Musicas, con Chile como país invitado ese año.

Karel Eissner, diseñadora alemana que dirige la parte gráfica y creativa de Winery On, una bodega creada en Yecla. crea la etiqueta *De Muerte*, “el vino que está de muerte”, con una gráfica inspirada en las populares calaveras mejicanas.

Los Premios Anuarial otorgados en 2017 a agencias murcianas también tendrían la enología en el punto de mira de alguna de estas agencias. Portavoz –que ha desarrollado la campaña publicitaria del Ministerio de Sanidad, que pretende atajar la bebida en jóvenes y adolescentes– gana los premios de Mejor Campaña de Interés Social por su trabajo: *Lléname la boca contra la pobreza*. Estudio Maba al mejor packaging por el envase de las patatas Extraordinarias Rubio y por Ron Papua –el Ayuntamiento de Blanca había encargado a Maba la identidad corporativa turística del municipio, que jugó con la idea de que el blanco no es un color sino la suma de todos; Maba había profundizado en una línea de atrevido juego gráfico introduciendo en las etiquetas de la ginebra London Manners, elaborada por Destilerías Bernal, mensajes ocultos que son desvelados por la iluminación de los locales nocturnos donde se sirve; y diseñando etiquetas y packaging para Macho Man Monastrel–. Insignia MK por el logotipo del Conservatorio de Música de Murcia y por el packaging de vino Verdecillo Selección. Otros galardonados fueron Chillypills, Enfatika o 100x100 Creatividad.

Incluso intervendrían, en el diseño de etiquetas de vinos elaborados en Murcia, pintores. Ángel Haro diseñó la etiqueta de Bruto, tinto monastrell que elaboran en colaboración, desde 2012, Juan Gil D.O. Jumilla, Jorge Martínez e Imanol Arias, en la que introdujo variaciones en el expresionista, casi abstracto rostro de la etiqueta, a lo largo de distintos años. En enero de 2015 Álvaro Peña presenta la imagen –estuche y etiqueta– del vino *Pirado* para la bodega Hacienda del Carche (Fig. 411).

Etiquetas innovadoras, atrevidas y sugerentes, un punto provocadoras. Sí, el negocio enológico se ha convertido en un importante referente en los proyectos gráficos que acometen diseñadores y estudios en la región.

Las primeras elecciones del periodo 2011-2020 –si obviamos las ya referidas de mayo de 2011 convocadas a nivel autonómico y municipal– son las generales de 20 de noviembre de 2011.

Meses antes, el 29 de julio, el candidato socialista Alfredo Pérez Rubalcaba inicia la campaña dando a conocer la camiseta que su equipo le ha regalado, en su sesenta cumpleaños, con el lema de Obama: «*We can do it!*» en un círculo rojo. Y las iniciales *rbc*. El 8 de septiembre aparecerán los primeros carteles de campaña del PSOE: el rostro de Rubalcaba, en negro, junto a un luto rojo vertical y una llave que recoge, a modo de esquema, los lemas de la campaña: *escuchar, hacer, explicar* (fondo rojo, textos y llave blanco); una propuesta de comunicación que el PSOE llegó a editar en distintos formatos publicitarios sobre fondo azul.

El 22 de septiembre de 2011 Aquagest Lorca, coloca su publicidad en los medios periodísticos: gotas de agua en distintos azules, formadas por topos y círculos, llevan textos que exigen: *responsabilidad, proximidad, compromiso*, todo subrayado como *nuestros valores*; y los logos Aguas de Lorca y Ayuntamiento de Lorca. Tal como haría Aquagest Murcia. También UPA editaría ese mes carteles –sobre fondo verde dos fotografías, en una las manos de un huertano muestran frutas y verduras, en el montaje aparecen unas lechugas; en la otra una tierra seca y yerma– subrayando así una naturaleza viva o muerta, y en la parte superior el texto *¿Sabemos qué nos jugamos?*

En octubre se hacen públicos los carteles del PP, el lema: «*Empieza el cambio*». Un lema que ya fue utilizado por CIU en las pasadas autonómicas del 22 de mayo. El Partido Popular plantea que será una campaña con gasto austero. El eslogan del PSOE era, a finales de octubre, «*Pelea por lo que quieres*».

Cuando El 2 de noviembre se presentan formalmente los candidatos del PP a la opinión pública, bajo el lema «*Súmate al cambio*» –un eslogan que visualizó las propuestas sectoriales, recurriendo a una publicidad basada en la imagen de personas anónimas y textos creados exprofeso; a mediados de noviembre el texto añadido era: “*lo primero el empleo*”–.

La madrugada del 4 de noviembre comienza formalmente la campaña, pegada de carteles incluida. El cartel oficial del PP presenta el rostro de candidatos y candidatas so-

bre fondo azul, el logo del partido de la gaviota, y sobre él "Vota" y el lema «*Súmate al cambio*». Más agresivo, el PSOE presenta a su líder en los carteles saludando de cuerpo entero en un acto público o un mitin, con luto rojo cruzando el cartel con el lema «*Pelea por lo que quieres*» y el logo del partido. Tampoco IU se quedó corta en la propuesta, que cierra el cartel, con la cara del candidato, un luto rojo inferior y en negativo blanco anima: *Rebélate!*. UPyD combinó el rostro de los candidatos locales, cabezas de lista al Congreso, con el de Rosa Díez; fondo blanco, logo rosa y lema en magenta: «*Cada voto vale, tú decides*». La campaña de la crisis costó, a las arcas de los partidos políticos regionales, 225.000 euros, la más austera de la historia de la democracia.

El 21 de noviembre de 2011 ya era público que Rajoy había obtenido 186 escaños y mejorado la mayoría absoluta de Aznar. En la región el PP obtuvo un diputado más que en la campaña anterior a las generales. Rubalcaba logró con 110 diputados el peor resultado en la historia de los socialistas. UPyD quedó como tercera fuerza regional.

El 31 de marzo de 2024, la prensa murciana publicó planas, a cargo del Sindicato Central de Regantes del Acueducto Tajo-Segura, que celebran y recuerdan que ese mismo día, 35 años antes, llegó por primera vez agua del Tajo a los embalses del Segura; unas planas –concebidas tal que un cartel– un tanto irónicas, que muestran un grifo goteando tras el signo de prohibido y que indican "Aviso. Hoy 31 de marzo de 11 a 22 h. corte de agua por cierre del trasvase. Disculpen las molestias"; aunque después de loar el trasvase en un hermoso y largo texto acabase indicando: "No se preocupen. Hoy sí tendremos agua. Y no queremos perderla". Todavía en 2024 el Sindicato Central de Regantes del Acueducto Tajo-Segura y Ecotrasvase editaría cartelería para conmemorar el 45 Aniversario del Trasvase; un cartel que presenta una plantación del Campo de Cartagena, y, sobre ella, difuminadas escenas con distintos personajes, un cartel, como muchos de los editados en torno al agua, casi anodino y vulgar "El trasvase de todos...". Puede que esa aparente simpleza sin aspavientos haya sido la causa de su triunfo gráfico y su conexión con los ciudadanos.

El 9 de mayo de 2014 arranca la campaña a las europeas. Valcárcel –que delegó en Alberto Garrre la presidencia del Gobierno Regional–, candidato por el Partido Popular, aparece en los carteles, los más atrevidos diseñados para la campaña, fundido con un fondo azul, y parte del torso y el rostro apoyado sobre el eslogan: «*Lo que está en juego es el futuro*». Más recurrente la cartelería del PSOE, con el rostro de la candidata murciana Isabel Casalduero sobre el que se ha impreso en la frente el eslogan del partido: «*Tú mueves Europa*». UPyD mostraba en una foto de grupo, apoyada en los lutos que contenían el eslogan «*La unión hace la fuerza*», a su representante murciana Belén Alcalde. También IU recurrió a una foto de grupo sobre el lema «*El poder de la gente*», y editó carteles con una foto que recogía una masa de gente en rojo con el mismo lema destacando en negativo blanco. Podemos –partido surgido al amparo del 15M– jugó con el color y la forma de su logotipo; los rostros en lila de Pablo Iglesias, Carlos J. Villarejo y Teresa Rodríguez, y el lema «*¡Claro que podemos!*» contenido en un círculo. Apenas se produjeron incidentes referidos a la cartelería, más allá de que VOX denunció a UPyD ante la Junta Electoral de la Zona de Murcia por pegar carteles en los sitios que tenían reservados los primeros. Quizá sean los carteles de Podemos y PP los que han introducido de forma general nuevos planteamientos para la cartelería electoral del futuro.

El 16 de febrero de 2015 Javier Mármol presenta la campaña del PSOE a las municipales que busca reforzar la imagen del candidato Pedro López. López acabaría mostrando en vallas y carteles, junto al eslogan «*Un alcalde como tú*», su rostro tratado con estética rabiosamente pop, contrastado en rojo sobre fondo blanco, tal que se hubiese recuperado aquel icono del *Che*, o a imitación de la exitosa propuesta gráfica de *street art* concebida por Shepard Fairey para Obama: «*Hope*» (esperanza), que bebía de las fuentes del cartel cubano y de la campaña-marca antisistema «*Obey*» (obedece) del propio Fairey. Un mes después toda la campaña publicitaria, folletos, carteles, vallas... realizada en torno al candidato –campaña cuya gráfica se basó en rostros anónimos realizados en tintas planas– no sirve absolutamente para nada, y fue a parar a la basura, ya que las manifiestas desavenencias entre el candidato a la alcaldía y el secretario general

del PSOE se cerraron con un acuerdo de la Comisión Ejecutiva Regional del partido, que solicitaron la renuncia del candidato declarándolo no idóneo.

En 2015 la prensa murciana, aprovechando que el 22 de marzo, se celebraba el Día Mundial del Agua, editó singulares planas: «*El agua sostiene nuestro mundo*», fue la publicidad de Hidrogea en prensa a mediados de marzo. *La Opinión* editó un especial el día 22, “Agua y Desarrollo Sostenible”, anunciado con una gran gota sobre un planisferio. La Mancomunidad de los Canales del Taibilla fue explícita, y taxativamente exigía en sus anuncios: *¡Agua Siempre!* Un especial que contó con un magnífico anuncio del PP Región de Murcia, un recurso gráfico que volvió a mirar a la obra de Genovés: Los personajes se acercan componiendo en abigarrada manifestación un grifo, junto al eslogan «*Todos somos agua. Sin agua no hay futuro*».

La publicidad institucional, que anima al voto el 24 de mayo, colocaba amplio luto, en un deslavazado tono rojo que parecía virar al malva, sobre personas de distinta edad y sexo.

Pero hay un asunto muy destacado en esta confrontación electoral; los seis partidos que concurren en la Región y optan en 2015, de forma más clara, a tener representación institucional en la Comunidad y los ayuntamientos: PP, PSOE, UPyD, C’s, IU y Podemos, han derivado hacia las redes sociales parte de sus campañas de comunicación electoral, Twiter, Facebook y Wasap, poniéndolas en manos de especialistas responsables.

El candidato a la alcaldía de Murcia por el PP, José Ballesta, habilitó una red de once canales: actualidad, nosotros, debate, muévete, agenda, correo, súmate, unidos por Murcia, más cerca, participa y contacto directo, al amparo de la idea “Si me ves por la calle, párame y hablamos”; Todo bajo el lema «*Pasión por Murcia*»; una web, la mejor de las habilitadas por los distintos partidos políticos, empapada de azul. Una propuesta de cercanía que se evidencia en los carteles en los que Ballesta parece debatir, o departir con el votante, desde un primer plano en el que mira de lado, sin dirigirse a nadie en concreto, y muestra las manos abiertas en un gesto de proximidad. Todos los candidatos habilitaron página web. José Ignacio Gras, el aspirante socialista a la alcaldía de Murcia habilitó una página en la que domina el color rojo. El lema del PSOE: «*Gobernar para la mayoría*», aparece en los carteles sobre la foto del candidato, José Ignacio Gras, «*Una Murcia amable*», cuyo único detalle rojo era la corbata. Rubén Juan Serna, candidato a la alcaldía de Murcia por UPyD, nos presenta su foto sobre color magenta. Alicia Morales, candidata por Ahora Murcia, se presenta a la contienda electoral bajo el lema «*El momento es ahora*».

El lema general del PP a las elecciones autonómicas y municipales: «*Trabajar. Hacer. Crecer. Solo es posible con tu voto*», es un texto sobre color transporte blanco con solo dos notas azules en el cartel y las vallas, los sellos que recogen el logotipo del partido y el de Populares Región de Murcia. Pedro Antonio Sánchez, candidato por el PP, que se presentaba con su nombre de pila y ausencia de apellidos, aparece en camisa de tono azulado sobre fondo blanco en el ángulo inferior derecho, sobre él el lema de campaña, en tres líneas, componiendo el texto deflecado hacia la derecha, una caja vertical que envía la atención al rostro del candidato. La campaña del PP se inició el 8 de mayo en la Plaza de Santo Domingo de Murcia, sustituyendo la pegada de carteles por el apretón del botón de un Ipad que dejó ver el diseño de los miles de carteles que se pegaron en toda la Región.

También en camisa González Tovar. En inmaculada composición de color blanco el candidato del PSOE a la Comunidad Autónoma, su rostro encajado entre dos notas de rojo colocadas en los ángulos superior derecho –el logo del partido– y el lema «*El cambio que quieres*» en el ángulo inferior izquierdo. Los socialistas iniciaron la campaña en el Puesto de Hierro de Murcia recurriendo a la tradicional pegada de carteles.

José Antonio Pujante, el candidato de Ganar la Región de Murcia –marca de IU– mostraba su rostro en primer plano ante una desvaída masa de individuos. Y abrió, en un lateral del Jardín de Floridablanca, los actos de campaña con la pegada de carteles acogidos al lema «*Es tiempo de izquierda*».

También en Floridablanca pegó sus carteles Ciudadanos. El rostro de Miguel Sánchez, candidato de Ciudadanos, aparecía en los carteles, con claros efectos de Photoshop, enmarcado por un potente cintillo naranja para hacer patente la marca de la agrupación y el lema «Murcia pide cambio»; incluso en algunos carteles aparecía junto al líder del partido, Albert Rivera, sobre un rotundo «El cambio», aprovechando la imagen del presidente de Ciudadanos y principal activo del partido.

Óscar Urralburu, candidato por Podemos, abrió la campaña frente al Palacio de Justicia de la capital de la Región. En los carteles Urralburu aparece ante la fotografía de una multitud de personas justificando el lema: «Es ahora. Podemos. Vota por la gente», tal que el candidato fuera solo el que se ha significado de una masa anónima. Podemos generalizaría las fotos de grupo, o de candidatos, montadas sobre el gentío de una irreconocible masa de ciudadanos.

En la glorieta Serna y César Nebot, candidatos por UPyD, presentaron su propuesta gráfica, quizá la más atrevida en cuanto al lema: «Libres», y en cuanto a los carteles, sobre todo los referidos a Nebot candidato a la presidencia de la Comunidad, una foto de medio cuerpo fundida en negro en el magenta del partido con la frase “libres para luchar por la comunidad que mereces” y el nombre del candidato en blanco –una gráfica, si exceptuamos el color base, no muy alejada a la utilizada por el PP en las europeas de 2014–.

Alguna gracia hubo: José Mercader, candidato a la alcaldía de Sucina por el PSOE, aparecía en los carteles disfrazado de bombero, médico y camarero, fiel al lema de su campaña, un «Alcalde para todo», que incluso se imprimió en la cartelería en inglés para atraer a residentes extranjeros: “A Mayor for everything”. Y algunas rotundidades, explicitadas sin ambages, en los carteles del MC, Movimiento Ciudadano de Cartagena; el candidato a la alcaldía, José López, colocó su rostro en los carteles entre dos mensajes rotundos “Gente de aquí, gente decente” y “Vota MC”. Y abundantes memes ⁽³³⁸⁾.

El Partido Popular perdió la mayoría absoluta. Entraron en la Asamblea Regional Podemos y Ciudadanos, saliendo Ganar Región-IU. El PSOE recuperó 12 municipios, y el PP perdió la mayoría en 16.

El 10 de julio de 2015 el PP celebró su Conferencia Política Nacional bajo las premisas de modernidad, reforma y apertura a la sociedad, presentando un nuevo logotipo icono –lifting del anterior– que pretende recoger esas premisas, en cuyo desarrollo ha trabajado el equipo de campaña que dirige Jorge Moragas; se modificó el tono azul y se recurrió como fuente a la Gotham, ya antes utilizada por el Partido Popular, y a la que frecuentemente recurren distintos partidos políticos –incluso Obama la utilizó en su primera campaña electoral–. Un círculo enmarca unidas las siglas de partido y sobre ellas la gaviota, ahora convertida en un trazo curvo, dos arcos unidos que se enlazan con el borde del círculo y que, más que ave, parece significar, reforzar, un vínculo entre Partido y Popular.

El 23 de noviembre de 2015 Pablo Casado, Vicesecretario de Comunicación del PP, presenta la campaña a las generales articulada en tres mensajes: «Piensa sin prejuicios», «España en serio» y «30 días 30 respuestas»; más que lemas parecen rotundos mensajes.

El 4 de diciembre comienza formalmente la campaña electoral con la pegada tradicional de carteles. Son carteles absolutamente... tradicionales, correctos, de una concepción anodina e irrelevante gráficamente –y eso que, como hemos señalado, había habido carteles anteriores referentes a contiendas políticas atrevidos e innovadores; Arran, la agrupación independentista catalana integrada en la CUP, llegó a editar un atrevido cartel que muestra a Artur Mas cabeza abajo y una franja con duro texto: “Fins mai, mas” (Hasta nunca Mas), sobre un estampado florido; interviniendo así en el debate sobre el veto, o la abstención, en la investidura del líder de CIU–. Los cabezas de lista regionales –solos o junto a los líderes nacionales– muestran el rostro y parte del torso, con ausencia total de corbatas, sobre camisa blanca: ellos, y ropa no excesivamente formalista: ellas; fondos blancos con notas de color en cintillos y textos bold en tipografía de palo, a veces cursivas, o fuentes elegidas con aire de letra manuscrita, que referencian los colores de sus respectivos partidos. UPyD editó carteles a una sola tinta, fiel reflejo de su situación económica y política. Podemos entintó de su color referencial todo el pliego. El PP abogó porque el 20 de diciembre –el cero transmutado en el nuevo logo del partido– se votara por una «España en serio». El PSOE pedía: «Vota por la Región de Murcia» a través del voto en las generales; un voto “por un futuro para la mayoría”. Unidad Popular-IU abogaban por «Un nuevo país». UPyD pidió «Más España». Podemos seguía apelando a la

(338) Imágenes recontextualizadas, que incorporan poco texto y ocasionan desplazamientos semánticos e invitan a ser imitados y modificados, distribuyéndose a través de las redes sociales.

fuerza que otorga la gente, el ciudadano: «*Un país contigo*». Y Ciudadanos apeló: «*Vota con ilusión*». Lemas y eslóganes que pretenden transmitir más emoción que las propias imágenes de los candidatos/as.

En las elecciones del 20 de diciembre de 2015 el PP obtuvo 123 escaños, el PSOE 90, Podemos 69 y Ciudadanos 40; dejando al bipartidismo tocado y casi hundido y dificultando la posibilidad de formar gobierno.

Ante la incapacidad para formar gobierno, por parte de alguno de los partidos políticos, el 3 de mayo de 2016 el Rey Felipe VI ejecutó el mandato constitucional y convocó nuevas elecciones, que se celebraron el 26 de junio de 2016.

Los partidos acordaron reducir los gastos de la campaña, incluso convinieron la reducción de cartelería electoral, pero no se pusieron de acuerdo en las cantidades máximas que podían gastar en publicidad, ni en reducir el buzoneo y la publicidad directa. Todos los grandes partidos modificaron sus carteles, tanto los lemas como las imágenes en las que aparecían los líderes; salvo el PP, que decidió no editar apenas cartelería y prácticamente eliminó de ella a su líder, sustituido por un paisaje de cielos azules que mantenía que el PP estaba «*A favor de los españoles*». Pedro Sánchez, candidato del PSOE, dejó de mirar de frente y, en una aproximación a su rostro sonriente, pasó a mirar casi de soslayo, en un contrapicado que lo hacía aparecer mirando hacia lo alto, sobre el lema «*Vota sí, un sí por el cambio*». El candidato de Ciudadanos aparecía en la foto del cartel estrechando fuerte las manos de un simpatizante que queda fuera del campo visual propuesto en el pliego, y propone «*Tiempo de acuerdo, tiempo de cambio*», un pacto con la gente. El cambio, un mantra recurrente acuñado tantos años atrás por el PSOE. Podemos creó para la campaña los carteles más interesantes a nivel gráfico, con esos colores degradados que se fueron imponiendo en la cartelería electoral de muchos grupos políticos de distinto signo, como si se dejase explícito que la cartelería anterior está pasada de moda, obsoleta; con ese cartel en el que aparecen todos los líderes integrados en Unidos Podemos: Iñigo Errejón, Ada Colau, Alberto Garzón, Mónica Oltra, Carolina Bescansa... Pablo Iglesias que, aunque ligeramente a mayor tamaño que los demás, ha dejado de ser el protagonista absoluto de un afiche Neo-pop, que se ilumina con coloridas letras, que van del rojo al violeta, y deja patente la unión de distintas sensibilidades y personalidades⁽³³⁹⁾, y propone alcanzar «*La sonrisa de un país*», una especie de continuación del eslogan con el que Iglesias aparecía en la publicidad electoral del 20 de diciembre de 2015: «*Sonrían, porque sí se puede*»; incluso llegó a señalarse que el programa electoral estaba recogido en un folleto que parecía una copia de los libretos publicitarios de IKEA, que no se entregaba gratis y costaba un módico precio pese al cual se agotó; un atrevimiento gráfico que se posicionó frente a las campañas del resto de contrincantes.

El PP obtuvo 137 escaños, el PSOE 85, las distintas coaliciones integradas en Unidos Podemos 71 y Ciudadanos 32; el resto de escaños, hasta 25, se repartieron entre distintos partidos de sesgo nacionalista o regionalista. Tras 10 meses como presidente de gobierno en funciones Mariano Rajoy es investido el 29 de octubre de 2016; sumando 170 votos a favor: Partido Popular, Ciudadanos y Coalición Canaria, y la abstención de 68 diputados del PSOE que facilitaron la investidura. El 25 de mayo de 2018 los socialistas registraron una moción de censura que traería como consecuencia la presidencia de Pedro Sánchez, tras el debate y aprobación de la misma el 1 de junio de ese año.

El domingo 28 de abril de 2019, último año electoral al que nos referiremos en esta publicación, tienen lugar las decimocuartas elecciones generales españolas desde la transición a la democracia. La campaña electoral comienza formalmente el día 12 de abril, y como venía siendo habitual pivota cada vez menos sobre la cartelería impresa. Carteles y vallas impresas con la imagen de los candidatos o fotos alegóricas, con lemas alusivos de cada partido, y esos eslóganes genéricos, casi vacíos de contenido, que atienden más a lo emotivo que a lo racional o programático y pueden ser perfectamente intercambiables. El PSOE planteó la campaña como un plebiscito sobre su candidato Pedro Sánchez: el rostro de Sánchez, en una fotografía en blanco y negro, junto al texto en rojo «*HAZ QUE PASE*», alegato directo –que pretende la implicación sin ambages del votante–, dividido en tres columnas que se sostienen sobre la apostilla “*La España que quieres*” y un corazoncito; todo sujeto por el logotipo del partido socialista –hubo quien apuntó que la cartelería del PSOE guardaba cierto parecido con los anunciadores de la película de los Cohen *El hombre que nunca estuvo allí*–. El Partido Popular presentó en

(339) Este tipo de propuesta gráfica de cartel, basado en fotografías corales de distintos rostros, tratados desde los filtros de Photoshop, se convertiría en habitual recurso publicitario. Un ejemplo: la gráfica de la programación de los teatros Circo y Romea de Murcia en la temporada enero/junio 2017.

los carteles a un sonriente Pablo Casado, «*Valor Seguro*», sobre fondo blanco y notas de azul en la corbata del candidato y los textos; destacando el corazón-logo con los colores de la enseña nacional, en que ha mutado la gaviota, sobre las siglas del partido; un cartel que se llegó a editar como si estuviera pegado en la pared de un muro, elemento de contención y resguardo, pintado con los tonos de la bandera nacional y acompañado de refuerzo textual: *28A ¡Pablo Presidente! Contamos contigo*. Albert Rivera, candidato de Ciudadanos, aparece en los carteles y las vallas en un plano americano –por encima de las rodillas– avanzando sobre un fondo en tonos rosas, anaranjados, rojos y amarillos, tal que banderas al viento: «*¡Vamos Ciudadanos!*», avancemos, dejémonos envolver por España, parece decir en un cartel que daría pie a divertidos *memes* –en uno de ellos Rivera sería sustituido por Steven Seagal que avanza hacia el espectador dejando tras él caos y explosiones incendiarias–. Unidas Podemos –más corazones– renunció en sus carteles al rostro del líder, sustituido por manos de militantes o asistentes a un mitín; manos que saludan teñidas por los tonos del color del partido; un cartel que pretende un compromiso del votante implicándolo: «*La historia la escribes tú*». Vox recurrió para los carteles y las vallas al rostro de Santiago Abascal, impregnado del color verde de la marca, y un rotundo «*Por España vota Vox*» con los colores de la bandera nacional en la tipografía.

En las elecciones de abril de 2019 el PSOE obtuvo 123 escaños, el PP 66, Ciudadanos 57, Unidas Podemos 33 y Vox 24; el resto, hasta los 350, se repartieron entre las otras formaciones políticas que concurrían a las elecciones. Fue imposible conformar gobierno y volverían a convocarse elecciones para el 10 de noviembre.

El 1 de noviembre de 2019 comienza formalmente la contienda electoral tras la fallida investidura. Carteles, vallas y lemas parecían una continuidad de la campaña de abril. El PSOE planteó la gráfica más atrevida, con el lema «*Ahora Sí*» –que casi sonaba a petición de disculpas–, componiendo columna en rojo situada a la izquierda, cubriendo parcialmente el rostro del candidato, que dejó de aparecer en blanco y negro; un lema que está reforzado por un corazón idéntico al de abril y dos apostillas: «*Ahora gobierno*» y «*Ahora España*», y con ausencia del logo del puño y la rosa en los carteles. El Partido Popular presentó en los carteles a su candidato, Pablo Casado, luciendo barba, un atrevimiento, en un gesto natural muy adecuado al lema de campaña: «*Vota por todo lo que nos une*», y sobre un fondo de bandera de España que pretende de forma clara fidelizar a sus votantes. La cartelería de Ciudadanos volvería a presentar a su líder en situación de movimiento, ahora sobre un fondo de personas y una composición tipográfica que imitó la disposición y los colores de la bandera nacional; todo en evidente adecuación al lema: «*España en marcha*», que parece calcado del utilizado por Macrón a las elecciones francesas: *En Marche! la France*. De forma semejante Pablo Iglesias, que volvió a ser la cara visible y personalista de la propaganda electoral de Unidas Podemos, también es presentado en el cartel avanzando entre la gente, y en una pirueta, que acentúa el carácter personalista de la campaña, nos indica desde el lema: «*Un gobierno contigo*». Vox se acogió a un esquema rotundo y sencillo: la cara del candidato de perfil, y sobre Abascal el lema «*España Siempre*» y una pequeña franja vertical que conforma la bandera nacional. Quizá la propuesta visual más interesante y arriesgada sea la que materializó la campaña de Más País; sobre fondo blanco una franja trapezoide, que asciende e incluye en su interior el rostro de Iñigo Errejón fundido con el tono verde agua del partido; una cartelería poco habitual en las contiendas electorales, que parece dirigirse a un electorado comprometido, casi sofisticado. En realidad, nos encontramos con una cartelería basada en la ambigüedad, con mensajes estándar que apenas refieren la ideología de los partidos, tal vez en deferencia a un electorado cansado –en mayo se habían celebrado elecciones municipales y autonómicas–. Una cartelería, unos esquemas visuales en los que destacan dos características que ya estaban presentes en abril: Los colores de la bandera nacional –de forma más o menos soslayada– y la palabra España en prácticamente las campañas de todos los partidos; y el uso de tipos rotundos en caja alta en un intento de hacer llegar nitidamente los mensajes-lema.

Como resultado de la campaña electoral el PSOE obtendría 120 escaños, el Partido Popular 88, Vox 52, Unidas Podemos 35, Ciudadanos 10 y Más País 3. Sería el Partido Socialista Obrero Español el que finalmente conformaría gobierno.

Como ya se ha indicado el 26 de mayo de 2019 habían tenido lugar las elecciones municipales y autonómicas. El PSOE ganó las elecciones autonómicas –aunque no lograría

conformar el gobierno regional que siguió en manos del Partido Popular–, obtuvo 17 escaños frente a los 16 que logró el Partido Popular, los 6 de Ciudadanos, los 4 de Vox y los magros resultados, solo obtuvo 2, de Podemos-Equo; Somos Región quedaría fuera del Parlamento Regional. Visualmente resultó una campaña anodina; como anodinas resultarían también las campañas destinadas a las elecciones municipales en los distintos ayuntamientos de la región. A nivel visual ambas campañas electorales se solaparon, resultando miméticas y poco diferenciadas, a veces ni siquiera los lemas sonaban distintos. Casi todos los partidos mostraban al candidato en un plano corto, o medio corto, en carteles y vallas, rematando la composición con los lemas, colores y logotipos de cada formación política. Diego Conesa, el candidato regional del Partido Socialista, aparecía en los carteles del PSOE con corbata roja, ante un fondo oscuro, poco afortunado, y dos lemas que se complementan, pero generan una complejidad confusa que dificulta la nitidez del mensaje: «*Decide Avanzar*» y «*Por la Región que mereces*»; lemas incluidos en dos lutos rojos de distintos grosores; sólo la palabra *Avanzar* queda fuera del luto superior, de mayor tamaño, rematada por dos triángulos-flechas que se pretenden un guiño *cool* y resultan absolutamente prescindibles y redundantes; lemas en total acuerdo al presentado por los socialistas el 5 de mayo para abordar las elecciones municipales: «*Siempre hacia delante*». El candidato del Partido Popular, Fernando López Miras, con traje y corbata azul, pide el voto «*En defensa de la Región*» fotografiado sobre un fondo claro que deja entrever un mapa de Murcia conformado por desdibujados personajes en sombra; personajes que ocupan todo el fondo del pliego tras el rostro de los candidatos/candidatas municipales, que aparecen bajo el lema «*Centrados en tu futuro*», en tipografía azul de caja alta y palo seco. Quizá el cartel más rotundo y mejor construido sea el que presenta a la candidata a presidenta regional por Ciudadanos, Isabel Franco, sonriendo, en pose muy natural con fondo blanco –ligeramente tomado en gris para procurar un punto de elegancia–, entre lutos naranjas –el superior, más ancho contiene el lema: «*¡Vamos! Región de Murcia*» que recuerda al grito animoso de Rafa Nadal– y el nombre del partido, del mismo color, en la parte inferior del pliego; un esquema válido para las confrontaciones electorales municipales: en cada municipio el rostro del candidato o candidata y la sustitución de Región de Murcia por el nombre del ayuntamiento al que se opta. El candidato de Vox a presidir la región, Pascual Salvador, posa en el cartel con los brazos cruzados, mirándonos de frente, bajo el lema de la campaña, que parece desplegarse desde una franja con los colores de la bandera de España: «*Tu voz en la Región de Murcia*»; es una estructura de cartel que Vox utilizaría para concurrir electoralmente en los distintos ayuntamientos, sustituyendo Región de Murcia por el del ayuntamiento respectivo. De igual forma Óscar Urralburu se presenta en los carteles en un plano medio corto, a la izquierda el nombre del candidato regional en negativo blanco inserto en lutos violeta, a la derecha el lema de campaña «*La Región la haces tú*» –evidente consecuencia del lema con el que se había concurrido a las elecciones nacionales– en cuatro renglones deflecados a la izquierda para dar una sensación de movimiento; de nuevo es un esquema que se utilizaría para las contiendas municipales aunque con un lema casi desapercibido –se utilizó en negativo blanco sobre la imagen de los candidatos, en el ángulo inferior izquierdo del cartel–; en el caso del candidato a presidir la alcaldía de Murcia apenas era visible: «*Un alcalde a tu altura*»; tampoco se había resaltado en exceso el preámbulo al lema, alineado en el ángulo superior: «*Podemos. Equo por Murcia*». Caso curioso lo constituye la cartelería impresa por Somos Región y Cambiar la Región de Murcia, que fiaron la propuesta en combinar al 50% el rostro de los candidatos y el logotipo del partido; en el caso de Somos Región el mensaje resultaba farragoso, con ese fundido en verde del candidato, destacando su nombre, Alberto Garre, y ocultando el lema, colocado minúsculo al pie del cartel: «*Más Región, Mejor España*», y que no aprovechó, gráficamente, la habitual elegancia y sofisticación resultante de utilizar el amarillo brillante sobre un verde denso y profundo. El 25 de mayo en *La Opinión*, Francisco Valero había sido rotundo en un artículo titulado “Por los carteles los conoceréis”, sentenciando que el cartel del PP era demasiado institucional, el del PSOE resultaba confuso, el de VOX hacía aparecer desafiante a su candidato, y solamente el de Podemos-EQUO, transmitía proximidad.

En resumen, puede que el único triunfador nítido de la contienda electoral a la Comunidad Autónoma y a los ayuntamientos regionales fuese finalmente el CIS, que había pronosticado que sería necesario llegar a pactos postelectorales para lograr la gobernabilidad de la Región y de muchos de sus Ayuntamientos.

Y como siempre, en clara vinculación a los movimientos políticos y procesos electorales, se produjeron estos años cambios en logotipos institucionales. En este caso en relación a la promoción turística. En octubre de 2014 el logo promocional de la Costa Cálida, y, en noviembre del mismo año, de la imagen turística del Ayuntamiento de Murcia.

Analicemos en primer lugar la evolución seguida por la marca turística regional. En enero de 2012 la prensa señala que Murcia “*vuelve a ser típica*”; y es que, después de la búsqueda de estereotipo por parte de Karabatic –aquel extraño personaje de ficción–, la región optó por recuperar sus señas de identidad turística buscando aumentar su visibilidad y posicionarse en los mercados turísticos, y esto lo procuró apoyando su imagen gráfica en fotos que referenciaban cinco categorías: el disfrute de sol y playa; el turismo activo y natural del interior de la región; el turismo de ocio y diversión; el cultural, relacionado con la belleza de nuestro patrimonio artístico, y el de congresos. El lema para potenciar la región como destino turístico en el interior del país fue «*Destino región de Murcia*», y para promocionarla en el exterior se vinculó Murcia y España: “Región de Murcia: destination Spain”. La idea es que cada murciano se implique en el proyecto; el Consejero de Turismo manifestó: “...*que cada murciano sea una oficina de información turística*”, y la publicidad se articuló en una serie de imágenes fotográficas, el Mar Menor, un campo de golf, un aeropuerto, una imagen del cielo... que llevan sobreimpresos dos lutos cuadrados; uno en blanco, con el texto “Todos hacemos posible que la Región de Murcia sea un gran destino ¿te sumas?”, con la web de turismo, y un luto negro con el eslogan «*Destino Región de Murcia*». El asunto daría lugar a algún chascarrillo. Blanca creó un logotipo, con el lema «*Un lugar diferente*», que recuerda el de la antigua Costa Cálida, un círculo que representa en su interior el agua, la huerta, las montañas y el sol, creado por Carmen Box. La ciudad de Murcia puso en marcha la campaña “Imagínate” para atraer a la ciudad veraneantes costeros, desde Benidorm hasta Mojacar. En el verano de 2013 la campaña sufrió un giro e intento apelar a la nostalgia y los sentimientos de los veranos perdidos, una idea llevada a cabo por la agencia 100x100 Creatividad + Comunicación. En octubre –el punto de mira son los puentes de la Constitución y la Inmaculada– la promoción turística respondía a incentivar el turismo interno y se apoyó en imágenes cercanas, de murcianos disfrutando de los recursos turísticos de su región: rutas en bicicleta, baños en un balneario, visitas al teatro romano, escapadas rurales... El eslogan confirma los destinatarios de la campaña publicitaria: «*Sin ir más lejos. Región de Murcia*»; apostillando, en la fase dirigida al público nacional: “*ya volverás al ruido, al silencio o la rutina*”. Una campaña cuyos principales vehículos de difusión fueron internet, prensa y radio. En paralelo Cieza, que se ha propuesto declarar la floración del melocotonero de interés nacional, editó abundante cartelería con los paisajes de la localidad en plena floración. En julio de 2014 el nuevo Consejero de Turismo se propone incentivar el turismo de verano con un lema claro y sencillo: «*Costa Cálida. Tenemos el Sol*», apoyado con videos promocionales en los que aparecen grupos de amigos y familias disfrutando distintos lugares de la región, y recurriendo al fenómeno del *selfie*, favoreciendo que los usuarios subieran a internet las autofotos realizadas con teléfonos móviles, incluyéndose para su difusión en una estructura gráfica preestablecida.

El 20 de octubre de 2014 se da a conocer a los medios el nuevo logotipo *Costa Cálida Región de Murcia*, lo ha realizado David Brugarolas y Joaquín Martínez de Salas, de F33 –cuya propuesta ha sido la ganadora en un proceso en el que han intervenido once empresas de profesionales de la comunicación de la Región de Murcia–, y se presenta en el Real Casino de Murcia. Es un icono, casi conceptual y minimalista, que representa el sol –un círculo– y una sonrisa –una línea curva inserta en la parte inferior del círculo–; un logotipo símbolo que se define innovador, simpático, diferenciador, cercano... De fácil reproducción: se determinó un color para cada segmento del turismo regional. Un logo con aire tuitero deudor del original, como señala Ángel Montiel en *La Opinión* de 21 de octubre de 2014. Tres días más tarde el logotipo de F33 era sometido a fuertes críticas. En marzo ya era utilizado el logotipo como base de una campaña *teaser*: “Contra el estrés Jardinol” –apareciendo en la “O” del pseudo producto *nuevo en Murcia*– que pretende el uso responsable de los jardines públicos. Pronto se incorporó a la publicidad promocional del turismo regional y a otra serie de iniciativas que planteaban hacer de Murcia una marca de calidad: los camiones frigoríficos FROET, que distribuyen por Europa productos murcianos llevaban en sus remolques imágenes de la región y el nuevo logotipo; incluso aparecía en las etiquetas de las verduras murcianas que se vendían

en Alemania por iniciativa de Proexport. Un logotipo-marca, Costa Cálida Región de Murcia, que adquiere todo su significado rematado por ese texto, esa rotunda apostilla-lema: «*Te hace feliz*».

La nueva imagen turística del municipio de Murcia se hace pública el 18 de noviembre de 2014. Portavoz, que ha ganado el concurso convocado por el Ayuntamiento en 2013 y ha desarrollado el proyecto como resultado de un año de investigación y análisis en el marco del Plan de Dinamización Turística de Murcia, materializa la propuesta al amparo de un lema eslogan: «*Una ciudad para compartir*». Fernando Caride, director creativo de Portavoz, explica que para poder realizar la nueva identidad se realizaron más de mil entrevistas para detectar los puntos fuertes que identifican el atractivo turístico de Murcia, concluyéndose que son: el carácter de los murcianos y el clima sus activos principales. La nueva marca Mu&cia intenta transmitir esa idea de vivir Murcia en compañía, el logotipo-marca pretende comunicar diversión, alegría, vanguardia... con esa tipografía de formas redondeadas y amables. Una marca que puede utilizarse en distintos colores para cada segmento turístico. El nuevo logo, que sustituye al de Elvira Cánovas creado en el año dos mil, ocupaba ya el 23 de diciembre la pantalla gigante de la plaza de Martínez Tornel.

Pero esta historia quedaría incompleta sin referir la propuesta multidisciplinar Rendibú, un Festival de Artes bianual que promueve *La Verdad* desde 2006, y que siempre apostó por el diseño como uno de los elementos sustentadores de su programa y de sus acciones. José Manuel Jiménez Romera, Director del Festival, explica que la idea surgió en 2005 como contrapunto a los grandes fastos culturales que serían tan habituales en el primer decenio del siglo XXI: “...*teníamos un plan. Otro distinto. Fomentar, divulgar y premiar la creación artística de base apoyando a los cachorros de la cultura...*” De ahí ese anuncio por palabras con el que dá comienzo el Rendibú: “*Grupo de comunicación convierte sus medios en plataforma de difusión artística. Absténganse artistas consagrados*”. De ahí el propio nombre del Festival “*Rendibú, como una invitación desenfadada pero comprometida. Y su representación gráfica, el oso, divertido, canalla, acompañado de una proclama: Practica la osadía. Que ese era el tipo de creación que queríamos incentivar.*”

El imagotipo, ese osito-símbolo que es, a la vez, señal de fortaleza y sujeto necesitado de mimos y caricias, ese rostro, esa esquemática cabeza de oso de aire naíf, es una creación del diseñador Rodrigo Fonseca. Aunque como hemos señalado el naming fuese una propuesta o sugerencia del propio director del evento José Manuel Jiménez Romera

En las sucesivas campañas del Rendibú, Concurso de Artes Multimedia, y luego Festival de Artes, han intervenido diseñadores, o equipos de diseño, que han conformado un significado muestrario de la mejor creatividad y diseño publicitario de la Región.

En 2006 la campaña de difusión del Festival estuvo al cuidado de Paparajote, Rodrigo Fonseca y Carlos Larrotcha. El osito, transmutado en personaje de carne y hueso, decidió asumir en distintos soportes y formatos –carteles incluidos– las más dispares situaciones recogidas en divertidas sesiones fotográficas, cargó botellas de butano, asistió a sesiones de tatuaje o a proyecciones cinematográficas. Todo en perfecto acomodo acorde al lema que visibilizó el primer Rendibú: «*Practica la osadía*».

La agencia F33 dejó claro, en el planteamiento de la campaña de 2008, que Rendibú tenía continuidad. Todo el programa difusor del Concurso de Artes Multimedia giró en torno a una idea: «*El oso ha vuelto*». Un oso que parecía andar suelto por la ciudad y haber escapado de su confinamiento tras forzar los barrotes de su jaula, que podía verse abandonada en mitad de la Plaza de Belluga. Un programa visual que contó con instalaciones y actos performativos. Incluso *La Verdad* llegaría a publicar falsas noticias como parte del juego; y reprodujo carteles que pretendían provocar un miedo que tildaremos de sano; con esa superficie blanca, rasgada por las zarpas del oso, que deja entrever una página de prensa.

El oso, el Rendibú, la creatividad (diseño gráfico, videoarte, relatos, cortos, móvil movies) era «*Especie protegida*» en la propuesta visual, en el programa gráfico, que materializó Insignia Creativa en 2010, y que parecía, tras preguntarnos *¿De qué especie eres?*, responder a la pregunta, al dotar de cuerpo a nuestro oso, cuerpo que lo emparentaba con los osos panda, pues se nos aparecía en el imagotipo de la campaña como

visible pariente cercano a Chi-Chi, el oso que inspiró a Julian Huxley el fundador del WWF (Fondo Mundial para la Naturaleza) Adena.

Consecuencia lógica de la crisis, que golpeó con especial dureza al mundo del arte, Sublima Comunicación se vería obligada a proclamar en el Rendibú 2012: «*Oso busca trabajo*». Tras cuatro ediciones del Festival *el Oso se hace mayor*. Sublima planteó la campaña como un juego gráfico casi neoplasticista, concediendo el peso visual a los iconos y la rotunda tipografía.

En 2014 la agencia encargada de visibilizar el Rendibú fue Germinal Comunicación que, fiel al tono irónico tan habitual en sus campañas, la desarrolló desde el lema «*Pelo is beautiful*»; una especie de vuelta de tuerca al popular dicho “El hombre como el oso cuanto más feo más hermoso”. Fotografías de distintas personas con abundante pelo –hombres de abundante pelo en pecho y mujeres barbudas– fueron imagen del Concurso de Artes; incluso la invitación para asistir al evento de mayo de entrega de premios recurriría a una simulada funda con peine.

La agencia Buzzial (Mic Rocamora), apoyada en las ilustraciones de Enrique Guillamón, sería en 2016 la que se encargaría de la campaña de difusión del Rendibú. En las ilustraciones de Guillamón el oso, que contó con canción propia –*Oh You Pretty Bear*, creada por PYJAMA–, ha delegado los mimos en el artista, en el sector de las artes, pasando a ser él el que «*Mima al artista*» (Fig. 412). Sería un Festival articulado en cuatro secciones: Cortometrajes, Video maquetas música, Ilustración y Relatos; la palabra diseño desaparece de forma específica del Festival.

En 2018 «*SalDeLaCueva*» es el lema que articula la propuesta gráfica y de comunicación planteada por Rubio & del Amo a partir de pinturas creadas, de forma especial para el evento, por el pintor lorquino Juan Carlos López Davis. Para acceder al recinto, donde se celebra la entrega de premios, los asistentes deben penetrar una cueva de satén rojo –diseñada por Martina Hidalgo, Aida Gómez y Mayca Campillo, alumnas del tercer curso de Diseño de Interiores, bajo la supervisión del profesor de la Escuela Superior de Diseño de Murcia Joaquín Contreras– ayudados por una linterna que también diseñaría Rubio & del Amo. Como reflejaría *Murcia Visual* el 30 de enero Guillermo Rubio y Julián Garnés, los fundadores del estudio de diseño, y el pintor lorquino López Davis, han convertido la gráfica del programa en “una alegoría al despertar creativo y a la salida al letargo mental al que se enfrentan los creadores en muchas ocasiones. Encerrados en la cueva que todo creativo usa para incubar sus proyectos...”

El lema de 2020 giró en torno a «*El circo del arte*». La imagen: la cabeza del osito reconvertido en infantil globo hinchable, de aspecto terso y metalizado, una apariencia que parece emparentarlo al conejito de Jeff Koons, una metamorfosis curiosa, pues en las propuestas del Concurso, que tuvo que aplazar el Festival de las Artes, la entrega de premios, a diciembre de 2020 por culpa de la pandemia de Coronavirus, se mantuvieron aspectos ligados a las artes visuales: la fotografía y el cortometraje, junto al relato corto y la música, pero desapareció la ilustración que mantenía una clara vinculación con las artes plásticas y con el diseño. Rendibú, un Festival de las Artes que, tras un intermedio, fue recuperado en 2024.

Y final. ¡Ah! Qué *infinita lluvia de imágenes*, como diría Italo Calvino, han sido necesarias para llegar hasta aquí, para poder llegar a configurar el mundo moderno, haciendo que la historia del pensamiento, y la cultura de la modernidad, sea inconcebible sin el exceso y la casi inabarcable multiplicación y multiplicidad de la imagen. Tal vez el dominio, la comprensión del mundo, del entorno que nos rodea, de las propias sensaciones, sea tan solo una cuestión que depende de una ficción: nuestra capacidad de producir y absorber imágenes, representaciones del mundo, del ambiente externo, de nuestras propias emociones. Un vasto espacio donde el diseño gráfico, los desarrollos publicitarios, la comunicación visual... acechan en espera de jugar sus cartas.

Y más ahora, en un momento en el que la facilidad para producir imaginaria visual, de forma industrial y en serie, favorece el alejamiento de una visión personal subrayando lo anecdótico, dificultando la identificación emocional, convirtiendo la imagen en un flujo fascinante, un torbellino sin centro ni control. Michael de Certeau advierte de la expansión negativa del mundo ocular: “*De la televisión a los periódicos, de la publicidad*



(Fig. 412) Buzzial / Mic Rocamora. Ilustraciones Enrique Guillamón. *Mima al artista*. Rendibú. 2016.

a todo tipo de epifanías mercantiles, nuestra sociedad se caracteriza por un crecimiento canceroso de la vista, midiéndolo todo por su capacidad de mostrar o de ser mostrado y trasmutando la comunicación en un lenguaje visual...".

Sí, puede que el cartel, tal como lo concebíamos, un producto tan relevante, de tanta importancia como primer tránsito de la imagen pública y publicada esté muerto, ahogado por el exceso de imágenes, de codificaciones e imposiciones: dimensionales, espaciales, tecnológicas, económicas... incluso administrativas. Puede, también, que nos hayamos olvidado en esta larga reseña, que no ha pretendido en ningún momento trascender lo local, lo regional a lo sumo, de algún aspecto esencial de su historia, o de algunos de sus actores principales. Puede que incurriésemos en errores temporales. Pedimos perdón por ello. Pero, y eso es innegable, cuan grato ha sido el poder rastrear en la historia del cartel; un procedimiento que ha contribuido a conformar un archivo de la memoria, de nuestra memoria colectiva e individual. En cualquier caso, siempre nos quedará el diseño, el diseño gráfico como forma de ordenar y significar –ya lo dijo el diseñador americano Paul Rand: *"Un diseño no es buen diseño si no comunica"*, o lo que es igual, si carece de significado– ese caos visual; como forma de enfrentar esa infinita multiplicación de imágenes y estímulos visuales dirigidos directamente, como misiles, al cerebro de los individuos.

Así que, una vez trazada la historia del cartel y el diseño murciano, una vez asumidos los olvidos y errores, por los que pedimos de nuevo disculpas, solo nos queda desear **larga vida al diseño, larga vida al cartel.**

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA CONSULTADA

- Aguirre Borrallo, Miguel Ángel: "Alfaro 14 y notas biográficas de José Francisco Aguirre". En *José Francisco y Antonio Aguirre. Pintura ilustrada, ilustración pintada*. Catálogo. Ayuntamiento de Murcia. Murcia, 2018, pp. 7-12.
- Ahora Ediciones de Bibliofilia*. Catálogo. Comunidad Autónoma Región de Murcia. Murcia, 2000.
- Albacete, más de un siglo de carteles taurinos*. Edita Feria Taurina C.B. Albacete, 2010.
- Alejandro Franco, Tempus Fugit*. Catálogo. Comunidad Autónoma Región de Murcia. Murcia, 2001.
- Alemán Sáinz, Francisco y Díez de Revenga, Francisco Javier: "Literatura". En *Historia de la Región Murciana*. Ediciones Mediterráneo. Murcia, 1980, pp. 246-283, vol. VIII.
- Antonio Mir. Mediterránea 3*. Catálogo. Instituto Cervantes, Milán. Murcia, 1999.
- Antón Dayas, Inés: *Las veladas marítimas en el levante español. Alicante y Cartagena. Tradición festiva mediterránea en torno al mar en los siglos XIX y XX*. Editum, Ediciones de la Universidad de Murcia. Murcia, 2014.
- Anuario 1979-80. Sala Municipal de Exposiciones*. Ayuntamiento de Murcia. Murcia, 1980.
- Aragoneses, Manuel Jorge: *Pintura decorativa en Murcia siglos XIX y XX*. Diputación Provincial de Murcia. Murcia, 1964.
- Arroyo Cabello, María: "Aproximación a la prensa murciana contemporánea: las revistas culturales". En *Anales de Historia contemporánea*, 12. Universidad de Murcia. Murcia, 1996.
- Arte Comercial*, nº 26. Madrid, 1949, p. 13.
- Aula de teatro de la Universidad de Murcia (1989-2000)*. Memoria de actividades. Universidad de Murcia. Murcia, 2000.
- Aurelio. La Galería de los Espejos*. Catálogo. Comunidad Autónoma de Murcia. Murcia, 1999.
- Ayala Pérez, José Antonio: *Murcia en la II República*. Academia Alfonso X el Sabio. Murcia, 1984.
- Ayala Pérez, José Antonio: "República y Guerra Civil en la Región Murcia". En *Historia de la Región Murciana*. Ediciones Mediterráneo. Murcia, 1980, pp. 5-75, vol. IX.
- Azparren, José Luis: "Realidad Irreal". En *Chelete Monereo (Período 1980-1987)*. Catálogo. Ayuntamiento de Murcia. Murcia, 1988, pp. 18-19.
- Ball, Philip: *La invención del color*. Turner, Fondo de Cultura Económica. Madrid, 2003.
- Ballester, José: *Escritos de arte, conferencias, artículos, críticas de arte y otros textos*. Real Academia de Bellas Artes de Santa María de la Arrixaca. Murcia, 2012.
- Barceló Jiménez, Juan: *Los toros, el periodismo y la literatura en Murcia*. Real Academia Alfonso X El Sabio. Murcia, 1982.
- Benítez Reyes, Felipe. "Un limpio mirar". En *Pedro Serna, Tauromaquias*. Catálogo. Ayuntamiento de Murcia. Murcia, 2002, p. 7.
- Benjamin, Walter: *El París de Baudelaire*. Eterna Cadencia Editora. Buenos Aires, 2012.
- Bergera, Iñaki: *Rafael Aburto, arquitecto. La otra modernidad*. Arquithesis nº 18. Fundación Caja de Arquitectos. Madrid, 2005.
- Bernárdez Rodal, Asunción: "El don más peligroso: la simpatía (ni más ni menos, juguete neobarroco de Ignacio Sánchez Mejías)". En *Barcarola* nº 54/55. Albacete, 1997, pp. 209-213.

- Borja, Pedro: *La quimera de Velázquez*. Grupo Anfrabo y Editorial Godoy. Murcia, 1996.
- Bozal, Valeriano: *La ilustración gráfica del siglo XIX en España*. Alberto Corazón, editor. Comunicación. Madrid, 1979.
- Cánovas Belchí, Joaquín T. "Murcia y el cine en la década de los veinte: La producción de películas y documentales. El cine-club de Murcia. 1936". En *Imafronte* nº 2. Murcia, 1986, pp. 153-160.
- Carlos Gómez Cano, arte sobre ruedas. Catálogo. Universidad de Murcia. Murcia, 1986.
- Carmen Conde, voluntad creadora (1907-1996). Centenario Carmen Conde. Murcia, 2007.
- Carpani, Ricardo: *Arte y militancia*. Zero ediciones. Madrid, 1975.
- Carrete Parrondo, Juan: "Los grabadores Felipe y José María Cardano, iniciadores del Arte Litográfico". En *Goya, Revista de Arte* nº 157. Fundación Lázaro Galdiano. Madrid, 1980, pp. 16-23.
- Carrillo Navarro, Paz: *La propaganda electoral predemocrática en España. Estudio de las campañas de dos referendos: 1966 y 1976*. Revista Electrónica de Estudios Filológicos. Número XXI, julio, 2011.
- Cartapacio Ramón Gaya. Turia, Revista Cultural, nº 95, Zaragoza, 2010. *Catálogo de carteles de la República y la Guerra Civil Españolas*. Biblioteca Nacional. Madrid, 1990.
- Cartas de Ramón Gaya a Juan Guerrero. Museo Gaya. Murcia, 1991, p. 94, vol. III.
- Carteles de ayer y de hoy. Ayuntamiento de Murcia. Murcia, 2002.
- Carteles de ayer y de hoy II. Ayuntamiento de Murcia. Murcia, 2003.
- Cartelismo comercial en España 1870-1960. Folleto Exposición Caixanova. Orense, 2001.
- Carulla, Jordi y Arnau: *España en 1000 carteles*. Postermil. Barcelona, 1995.
- Carulla, Jordi y Arnau: *La Guerra Civil en 1000 carteles*. Postermil S.L. Barcelona, 1995.
- Catálogo de carteles de la República y la Guerra Civil Españolas. Biblioteca Nacional. Madrid, 1990.
- Catálogo General de Publicaciones. Editora Regional de Murcia. Murcia, 1989.
- Concurso de carteles para la Feria Taurina de Murcia 1995. Catálogo. Ayuntamiento de Murcia. Murcia, 1995.
- Contraparada 1. Catálogo. Ayuntamiento de Murcia. Murcia, 1980.
- Correyero Ruiz, Beatriz: *La propaganda turística y la política turística española durante el franquismo... cuando el turismo aún no era de masas*. Ponencia, Proyecto de investigación "Orígenes, consolidación y evolución del turismo en España". Ministerio de Economía e Innovación, HARD2011-23214.
- Cortina, Jorge y Gris, Joaquín: *La industria del mueble en Yecla*. Biblioteca Básica Murciana. Editora Regional de Murcia. Murcia, 1982.
- Crespo Pérez, Antonio: "César, un periódico universitario de hace seis décadas". En revista *Murgetana* nº 115. Murcia, 2006, pp. 147-153.
- Crespo Pérez, Antonio: "La colección Azarbe y su tiempo". En revista *Monteagudo* nº 69. Murcia, 1986, pp. 49-56.
- Crespo Pérez, Antonio: "Libros y periódicos murcianos en la posguerra". En *Contraparada 19, Murcia un tiempo de posguerra (1939-1956)*. Catálogo. Ayuntamiento de Murcia. Murcia, 1998, pp. 17-20.
- Cruz Fernández, Pedro Alberto. "Los años ochenta y noventa. De la movida a la libertad expresiva". En *La Verdad 100 años 100 artistas*. Catálogo. Edita Ayuntamiento de Murcia y Fundación CajaMurcia. Murcia, 2004, pp. 39-47.
- Cruz Fernández, Pedro Alberto: "Muñoz Barberán". En *Muñoz Barberán*. Catálogo. Comunidad Autónoma Región de Murcia. Murcia, 2006, pp. 17-48.
- Cruz Fernández, Pedro Alberto y Cruz Sánchez, Pedro Alberto: *Párraga, exposición antológica 1937-1997*. Catálogo. Comunidad Autónoma de la Región de Murcia. Murcia, 1999.
- Dalley, Terence (coordinador): *Guía completa de ilustración y diseño, técnicas y materiales*. H. Blume Ediciones. Madrid, 1982.
- De Andrés Sanz, Jesús: *Atlas ilustrado de Carteles de la Guerra Civil Española*. Susaeta ediciones. Madrid, 1980.
- De los Reyes Peña, Mercedes: "Los carteles de teatro en el Siglo de Oro". En *Criticón* nº 59. Toulouse, 1993, pp. 99-118.
- Díaz Sánchez, Julián y Escanero de Miguel, Pilar: *Músicas en un cartel. Imagen del Festival de Jazz de San Javier*. Ayuntamiento de San Javier. Murcia, 2017.
- Diego, Gerardo: *La Poesía Nueva*. Edición de Juan Manuel Díaz de Guereñu. Fundación Gerardo Diego, Publicaciones de la Residencia de Estudiantes. Madrid, 2015.
- Díez de Revenga, Francisco Jr. "La obra literaria del pintor Luis Garay". En *Murgetana*, nº 101. Murcia, 1999, pp. 87-99.
- Díez de Revenga, Francisco Jr. "La obra literaria del pintor Luis Garay". En *Murgetana*, nº 101. Murcia, 1999, pp. 87-99.
- Diego Lara. *Be a Commercial Artist*. La Casa Encendida. Madrid, 2012.
- Diseño gráfico soviético años veinte. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 1998.
- Eguizábal Maza, Raúl: "Carteles del siglo XIX en la Biblioteca Nacional". En *Memoria de la seducción. Carteles del siglo XIX en la Biblioteca Nacional*. Madrid, 2002, pp. 35-310.
- Eguizábal Maza, Raúl: *El cartel en España*. Ediciones Cátedra. Madrid, 2014.
- Eguizábal Maza, Raúl: *Historia de la publicidad*. Eresma Celeste. Madrid, 1998.
- El Bazar Murciano, centenario 1892-1992*. Edición facsímil. Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Murcia. Murcia, 1992.
- El cartel. 11 anys d'imatges d'art a la Sala Parpallo*. Diputación de Valencia. Valencia, 1991.
- El Entierro de la Sardina a la luz de la pintura*. Catálogo. Museo de la Ciudad, Ayuntamiento de Murcia. Murcia, 2000.
- El Museo del Prado visto por 12 artistas contemporáneos*. Fundación Bancaja. Valencia, 1996.
- El Teatro Romea desde 1900 a 1987*. Edita Banco de Murcia. Murcia, 1987.
- Emiliano Rojo: *Crónica de una época*. Catálogo. Edita Fundación Paso Azul. Murcia, 2018.

- Enel, Françoise: *El cartel, lenguaje, funciones y retórica*. Fernando Torres editor. Valencia, 1977.
- Enrique Gabriel Navarro 1927-1980. Catálogo. Caja de Ahorros de Murcia. Murcia, 1991.
- Entierro de la sardina 2017. Revista de la Agrupación Sardinera. Murcia, 2017
- Exposición Antológica, Luis Garay (1893-1956). Catálogo. Ayuntamiento de Murcia. Murcia, 1987.
- Fernández González, Manuel: *La dinámica sociopolítica en Vigo durante la Segunda República*. Tesis Doctoral. Universidad de Santiago de Compostela, 2005.
- Ferrer, Claudia: "Notas para una biografía de mi padre". En *Baldo 1923-1990*. Catálogo. Ayuntamiento de Murcia. Murcia, 1991.
- Figes, Orlando: *Los europeos: Tres vidas y el nacimiento de la cultura europea*. Taurus. Madrid, 2020
- Flores Arroyuelo, Francisco J.: *Combate de toros en España, dibujos de Emmanuel Witz*. Nausicaá Edición Electrónica S.L. Ayuntamiento de Murcia. Murcia, 2001.
- Fontseré, Carles: "Consideraciones sobre el cartel de la Guerra Civil". En *La Guerra Civil Española*. Catálogo. Ministerio de Cultura. Madrid, 1980, pp. 37-46.
- Foster, Hal: *Diseño y delito y otras diatribas*. Akal Ediciones. Madrid, 2004.
- Galiana Romero, Ismael. "Vencedores y vencidos". En *Historia de la Región Murciana*. Ediciones Mediterráneo. Murcia, 1980, pp. 103-149, vol. IX.
- Gallego, Julián: "De lo abstracto a lo concreto. José Antonio Molina Sánchez". En *Contraparada 9, José Antonio Molina Sánchez*. Catálogo. Ayuntamiento de Murcia. Murcia, 1988, pp. 4-7.
- Garay, Luis: *Estampas Murcianas*. Colección Ensayos Literarios. Premio Baquero Almansa. Diputación de Murcia. Murcia, 1957.
- Garay, Luis: *Una época de Murcia*. Real Academia Alfonso X el Sabio. Murcia, 1977.
- Garay, Luis: *Una época de Murcia, mi vida hasta los 58 años y otros escritos*. 2ª Edición, Real Academia de Bellas Artes de Santa María de la Arrixaca. Murcia, 2006.
- García Arce, Beatriz: "Mariano Ruiz-Funes: lo cultural abre los poros de lo político". I Encuentro de Jóvenes Investigadores en Historia Contemporánea de AHC. Comunicación, Universidad de Murcia. Zaragoza, 2007.
- García Cuadrado, Amparo y Herrero Pascual, Cristina: *La herencia de papel. Primeros siglos de imprenta en Murcia*. Ediciones Tres Fronteras. Murcia, 2008.
- García Sánchez, José: *Nogués. Reseña histórica de una empresa murciana*. Editorial Nogués. Murcia, 1984.
- Garfield, Simon: *Es mi tipo*. Taurus, Editorial Santillana. Madrid, 2011.
- Giménez Saorín, Ariana: *José Lucas, Obra Urbana Pública: El Paseo de Cieza*. Fundación Universitaria Española. Murcia, 2014.
- Gómez Soubrier, Juan: "Contraparada 1, Creación y Ruptura". En *Contraparada 1 Arte en Murcia*. Catálogo. Ayuntamiento de Murcia. Murcia, 1980, pp. 5-6.
- González Castaño, Juan y Martín-Consuegra Blaya, Ginés José: *Antología de la Literatura de cordel en la Región de Murcia (Siglos XVIII-XX)*. Editora Regional de Murcia. Murcia, 2004.
- González Castaño, Juan y Martín-Consuegra Blaya, Ginés J.: *El grabado en Murcia, siglos XVII-XIX*. Asamblea Regional de Murcia y Real Academia Alfonso X el Sabio. Murcia, 2017.
- González Castaño, Juan y Martín-Consuegra Blaya, Ginés J.: *Impresos de patriotas. Antología de la publicística en el Reino de Murcia durante la Guerra de la Independencia (1808-1814)*. Editora Regional de Murcia. Murcia, 2006.
- González Castaño, Juan y Martín-Consuegra Blaya, Ginés J.: *Proclamas y bandos en el Reino de Murcia durante la Guerra de la Independencia (1808-1814)*. Edita Real Academia Alfonso X El Sabio y Asamblea Regional de Murcia. Murcia, 2002.
- Gordon, Jan y Cora: *La gente sencilla de España*. Murcia, 1980.
- Granés, Carlos: *El puño invisible. Arte, revolución y un siglo de cambios culturales*. Taurus, 2011.
- Guerrand, Roger-Henri y otros: *Historia de la vida privada, 8*. Taurus, 1992.
- Heiner Bastian: *Andy Warhol Retrospektive*. Neue Nationalgalerie. Berlin, 2001.
- Hervás Avilés, José María: *Diseño Gráfico en Murcia (1899-1999)*. Edita Cámara de Comercio Industria y Navegación de Murcia. Murcia, 1999.
- Hervás Avilés, José María: *Pedro Flores, entre la Generación del 27 y la Escuela de París*. Comunidad Autónoma Región de Murcia y Fundación CajaMurcia. Murcia, 1997.
- Imagen Turística Región de Murcia*. Folleto-catálogo. Comunidad Autónoma Región de Murcia. Murcia, 1991.
- José Mongrell (1870-1937). Catálogo. Generalitat Valenciana. Valencia, 2001.
- Juan Bonafé 1901-2001. Catálogo. Comunidad Autónoma Región de Murcia y Caja de Ahorros del Mediterráneo. Murcia, 2001.
- Juan Guerrero Ruiz y sus amigos. Catálogo. Universidad Complutense. Madrid, 1982.
- Juhani Pallasmaa: *Los ojos de la piel. La arquitectura y los sentidos*. 2ª edición. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 2017.
- Julio García Abril. Catálogo. Ayuntamiento de Murcia. Murcia, 2005.
- Kinneir, J.: *El diseño gráfico en la arquitectura*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 1982.
- Klein, Naomi: *No logo. El poder de las marcas*. Ediciones Paidós Ibérica S.A. 2002.
- Koolhaas, Rem: *Delirio de Nueva York*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 2004.
- La Feria de Albacete en el tiempo*. Edita Ayuntamiento de Albacete. Albacete, 1989.
- La imagen de la cultura*. Catálogo. Diputación de Ciudad Real. Área de Cultura. Ciudad Real, 1986.
- Las Misiones Pedagógicas, 1931-1936*. Catálogo. Publicaciones de la Residencia de Estudiantes. Madrid, 2006.
- Lidón Martínez, Concepción: *La litografía en la Región de Murcia (1850-1950)*. Real Academia Alfonso X El Sabio. Murcia, 2006.
- Llanos de los Reyes, Manuel: *Pedro Jara Carrillo, Verso y Prosa*. Ayuntamiento de Alcantarilla. Murcia, 1991.
- López González, José: *La labor del doctor Juan Antonio*

- Martínez Ladrón de Guevara en el periodismo médico murciano (1915-1932). Tesis Doctoral. Universidad de Murcia, 2012.
- López-Guzmán, Miguel: *FICA, Feria Internacional de la Conserva y Alimentación, Añoranza de un certamen (Murcia 1952-1974)*. Ayuntamiento de Murcia. Murcia, 2014.
- López-Guzmán, Miguel: "La FICA y el Arte". En *Contraparada 21, Murcia, 1956-1972, una ciudad hacia el desarrollo*. Catálogo. Ayuntamiento de Murcia. Murcia, 2000, pp. 55-56.
- López-Guzmán, Miguel: "Tomás y el desván de los sentidos". En *Tomás, miradas a una época de Murcia 1950-1978*. Güssman Editores. Murcia, 2011, p. 21.
- Los motivos españoles en el cartel artístico polaco*. Museo de la Universidad de Murcia 2002.
- Lucio Muñoz, *Ultima producción*. Catálogo. Comunidad Autónoma Región de Murcia. Murcia, 1990.
- Luis Garay 1893-1956, pintor y diseñador. Catálogo. Ayuntamiento de Murcia. Murcia, 2006.
- Maenz, Paul: *Art Déco: 1920-1940*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 1974.
- Maltese, Corrado: *Las técnicas artísticas*. Ediciones Cátedra. Madrid, 1980.
- Manolo Prieto y los toros. Catálogo. Ayuntamiento de Murcia. Murcia, 2000.
- Manzano Martínez, Pedro: *Brillar, arder, perdurar; una colección ephemera en el museo*. Museo de la Ciudad, Ayuntamiento de Murcia. Murcia, 2012.
- Manzano Martínez, Pedro (coordinador de la edición): *Feria de Murcia, septiembre 1993*. Ayuntamiento de Murcia. Murcia, 1992.
- Manzano Martínez, Pedro: "Las artes gráficas y el diseño en Murcia en el periodo 1956-1972". En *Contraparada 21, Murcia, 1956-1972, una ciudad hacia el desarrollo*. Catálogo. Ayuntamiento de Murcia. Murcia, 2000, pp. 44-48.
- Manzano Martínez, Pedro: "Notas biográficas". En *Pintura y toros*. Catálogo. Ayuntamiento de Murcia. Murcia, 2008, pp. 20-95.
- Manzano Martínez, Pedro (coordinador de la edición): *Semana Santa y Fiestas de Primavera*. Ayuntamiento de Murcia. Murcia, 1992.
- Marín Gómez, Isabel: *El laurel y la retama en la memoria, tiempo de posguerra en Murcia 1939-1952*. Universidad de Murcia. Murcia, 2004.
- Marmorì, Giancarlo: *Iconografía femenina y publicidad*. Colección Punto y Línea. Editorial Gustavo Gili S.A. Barcelona, 1977.
- Marqués de Lozoya. Texto introductorio, *España en la XVIII Bienal de Venecia*, Pabellón Español. Madrid, 1956.
- Martínez Cerezo, Antonio: *Á la gloria del insigne escultor murciano D. Francisco Salzillo*. Edita Biblioteca Salzillo. Murcia, 2004.
- Martínez Novillo, Álvaro: *Benjamín Palencia*. Catálogo. Edita Caja de Ahorros de Murcia. Murcia, 2000.
- Martínez Sarrión, Antonio: *Una juventud*. Alfaguara. Madrid, 1977.
- Martínez Soto, Ángel Pascual. *Jornaleros de Yecla. Historia de una militancia socialista, 1900-1928*. Servicio de Publicaciones, Universidad de Murcia. Murcia, 1989.
- Melgares Guerrero, José Antonio: "Aspectos biográficos". En *Conte*. Catálogo. Ayuntamiento Murcia, 1990, pp. 11-15.
- Memoria, paisaje, territorio, estos tres últimos años*. Luis González Adalid. Catálogo. Ayuntamiento de Cartagena. Murcia, 2012.
- Méndez Baiges, Maite: *Camuflaje*. Editorial Siruela. Madrid, 2007.
- Miguel Fructuoso*. Catálogo. Edita T2O Arte Contemporáneo. Murcia, 2002.
- Miralles González-Conde, María Ascensión: *El cartel de fiestas de Murcia (1960-2015)*. Tesis Doctoral. UCAM. Murcia, 2015.
- Molina Sánchez, José Antonio: *De lo vivo y lo pintado (1935-1945)*. Academia Alfonso X el Sabio. Discurso del pintor en la toma de posesión como académico. Murcia, 1988.
- Montero, José Luis y Fernández-Delgado, Manuel: *Marcas de Murcia*. Catálogo. Instituto de Fomento de la Región de Murcia. Murcia, 1989.
- Montijano García, Juan María: "Ramón Alonso Luzzy y el arte de su época". En *Ramón Alonso Luzzy 1927-2001*. Catálogo. Ayuntamiento de Cartagena y Comunidad Autónoma Región de Murcia. Murcia, 2003, pp. 15-27.
- Morales y Marín, Antonio: "La obra escénica de Vicente Viudes". En *Contraparada 16, Vicente Viudes*. Catálogo. Ayuntamiento de Murcia. Murcia, 1995, pp. 16-18.
- Moreno Sáez, Francisco (coordinador): *Homenaje de los pueblos de España a Miguel Hernández 1976-2010*. Universidad de Alicante. Alicante, 2010.
- Moreno Sandoval, Ceferino: "Arte y fiesta en la ciudad". En *Contraparada 3*. Catálogo. Ayuntamiento de Murcia. Murcia, 1982, p. 9.
- Muñoz Clares, Manuel: "Fotógrafos y fotografía en Lorca. De los primeros daguerrotipos a los estudios de la década de 1960". En *Fotografía en la Región de Murcia*. Catálogo. Comunidad Autónoma Región de Murcia. Murcia, 2003, pp. 18-53.
- Muñoz Clares, Manuel: *José Rodrigo, fotógrafo (1837-1916). Semana Santa en Lorca*. Ayuntamiento de Lorca. Murcia, 1987.
- Murga Castro, Idoia: *Pintura en danza, los artistas españoles y el ballet (1916-1962)*. CESIC. Madrid, 2012.
- Museo taurino de Murcia*. Folleto-catálogo. Edita Museo Taurino de Murcia. Murcia, 2008.
- Normas básicas para la aplicación de la marca Murcia Turística*. Comunidad Autónoma Región de Murcia. Murcia, 2000.
- N.Y. Con suma arte*. Comunidad Autónoma Región de Murcia. Murcia, 1986.
- Olivares Galván, Pedro: *Mariano Ballester, aproximación a sus inquietudes estéticas*. Editora Regional de Murcia. Murcia, 1983.
- Oliver Belmás, Antonio: *1900-1950, Medio siglo de artistas murcianos. Escultores, pintores músicos y arquitectos*. Diputación Provincial de Murcia. Madrid, 1952.
- Ortiz Martínez, Diego: *Nicomedes Gómez. El hombre y el artista*. Edita Imprenta Nicomedes Gómez. Cartagena, 2018.
- Otros Caminos 1995*. Folleto. Edita Mestizo. Murcia, 1995.
- Páez Burruezo, Martín: *Almela Costa, exposición antológica, monografía*. Ayuntamiento de Murcia. Murcia, 1989.
- Páez Burruezo, Martín: *Antonio Campillo, herencia mediterránea*. Fundación CajaMurcia. Murcia, 2011.

- Páez Burruezo, Martín: *El Paso Contemplativo del Cristo de la Sangre, su entorno y estudio iconográfico*. Real Academia de Bellas Artes Santa María de la Arrixaca. Murcia, 2006.
- Páez Burruezo, Martín: *Joaquín, cincuenta años después*. Ayuntamiento de Murcia. Murcia, 2006.
- Páez Burruezo, Martín: *Joaquín, pintor murciano*. Editora Regional de Murcia. Murcia, 1982.
- Páez Burruezo, Martín: *Un ciclo pictórico regional, Murcia 1800-1930*. Pictografía. Murcia, 2012.
- Párraga obra sobre papel años 60*. Catálogo. Comunidad Autónoma Región de Murcia. Murcia, 2000.
- Pedro Flores, pinturas, grabados y monotipos*. Catálogo. Ayuntamiento de Murcia. Murcia, 1997.
- Pérez Crespo, Antonio: *El Entierro de la Sardina, Bando de la Huerta, Batalla de Flores, Coso Blanco y Coso Iris, en el primer tercio del siglo XX. Tomo III: Desde 1900 a 1929*. Edita Pecrés, Fundación CajaMurcia y Amigos de Mursiya. Murcia, 2003.
- Pérez Ortiz, Luis: "Carteles. El frente cultural de la Guerra Española". En *Vívisual* (Magazine de diseño, creatividad gráfica y comunicación), nº 167. Madrid, 1989, Año XXVI pp. 44-52.
- Pérez Picazo, María Teresa: "Historia. 1805-1930: Un tiempo de estancamiento y evolución". En *Historia de la Región Murciana*. Ediciones Mediterráneo. Murcia, 1980, pp. 4-179, vol. VIII.
- Pérez Ródenas, Mariano: "Pasión **Colora** con alma de papel". En *Los Coloraos, Semana Santa 2014*. Revista editada por la Archicofradía de la Preciosísima Sangre de Nuestro Señor Jesucristo. Murcia, 2014, pp. 58-65.
- Pérez Rojas, F. Javier: *Cartagena 1874-1936 (transformación urbana y arquitectura)*. Editora Regional de Murcia. Murcia, 1986.
- Pérez Rojas, Javier y Alcaide, José Luis: *La ilustración gráfica a València. Del Modernisme a l'art Déco*. Universidad de Valencia. Valencia, 1991.
- Piqueras Moreno, José: *Maestros del arte en el cartel, Colección José Luis Rupérez*. Caja de Ahorros del Mediterráneo. Alicante, 2004.
- Poesía, Revista ilustrada de información poética*. N.ºs 30, 31 y 32. Ministerio de Cultura. Madrid, 1989.
- Pohlen, Joep: *Fuente de letras. Anatomía de los tipos*. Taschen, 2011.
- Postdata*, N.º 1. Edita Antonio Parra. Produce Interlid S.A.L. Murcia, 1986.
- "Propósito". En *Hora de España*, nº 1. Valencia, 1937, pp. 5-6.
- Puebla, Javier: "Siempre-jamás". En *Paco Salinas. El Eco*. Catálogo. Ayuntamiento de Murcia. Murcia, 1991, p. 26.
- Puig, Arnau. "Del diseño. Teoría, práctica y realidad de una idea". En *Diseño en España*. Catálogo. Ministerio de Industria y Energía. Madrid, 1985, pp. 136-139
- Pujante, David y Prieto, Javier Alonso (ed.). Una retórica constructivista. Creación y análisis del discurso social. Col·lecció "Estudis Filològics" Núm. 39. Universidad Jaime I. 2022
- Ramallo Asensio, Germán: *Federico Mauricio Ramos (1846-1904)*. Museo de la Ciudad y Real Academia de Bellas Artes de Santa María de la Arrixaca. Murcia, 2004.
- Ramón Gaya*. Catálogo. Ayuntamiento de Ceutí. Murcia, 2007.
- Renau, Josep: *Función Social del cartel*. Fernando Torres Editor. Valencia, 1976.
- Renau, Josep: *The American Way of Live, fotomontajes: 1952-1966*. Punto y Línea, Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 1977.
- Revista de poesía Hache* n.ºs. 6-7. Coedita La Naval. Murcia, 2011.
- Roberto Domingo, 1883-1956*. Catálogo. Ayuntamiento de Murcia. Murcia, 1999.
- Rodríguez Llopis, Miguel: *Historia de la Región de Murcia*. Editora Regional de Murcia. Murcia, 1999.
- Rodríguez López, Santiago: "La cartelería de la Semana Santa en Murcia. Usos y evolución de una imagen colectiva". En *Cabildo, Semana Santa en Murcia*. Revista editada por el Real y Muy Ilustre Cabildo Superior de Cofradías de Murcia. Murcia, 2015, pp. 102-107.
- Roux, Guillaume: *Introducción a la feria murciana (SS. XVI-II-XIX)*. Ayuntamiento de Murcia. Murcia, 1994.
- Ruiz Abellán, María Concepción: *Cultura y ocio en una ciudad de retaguardia durante la Guerra Civil (Murcia, 1936-1939)*. Real Academia Alfonso X el Sabio. Murcia, 1993.
- Ruiz Llamas, María Gracia. *Ilustración gráfica en periódicos y revistas de Murcia (1920-1950)*. Edita: Universidad de Murcia, Real Academia Alfonso X el Sabio y Comunidad Autónoma de la Región de Murcia. Murcia 1991.
- Ruiz López, Juan Ignacio: *El sistema del Arte en Murcia. Espacios, políticas y estructuras en el arte del siglo XX*. Museo de la Ciudad. Ayuntamiento de Murcia. Murcia, 2004.
- Sáez, Asensio: *Crónicas del Festival Internacional del Cante de las Minas, La Unión 1961-2001*. Ayuntamiento de La Unión. Murcia, 2001.
- Sáez Gómez, José Miguel; Marset Campos, Pedro y López González, José: "Luis Gil de Vicario y su contribución artística a la prensa médica murciana del primer tercio del siglo XX". En *Murgetana*, nº 119. Murcia, 2008, pp. 141-153.
- Salinas Leandro, Paco: "Aproximación a la fotografía murciana". En *Contraparada 6*. Catálogo. Ayuntamiento de Murcia. Murcia, 1985, pp. 129-130.
- Salinas Leandro, Paco: "Entre las vanguardias históricas y el realismo social. La generación de los sesenta en Murcia". En *Contraparada 21, Murcia, 1956-1972, una ciudad hacia el desarrollo*. Catálogo. Edita Ayuntamiento de Murcia, 2000, pp. 53-54.
- Sánchez Albarracín, María Teresa: *Fiestas de Primavera, Batalla de Flores en Murcia (1899-1977)*. Editum, Ediciones de la Universidad de Murcia. Murcia, 2003.
- Sánchez Rosillo, Eloy: "Un cuadro de Ramón Gaya (El Boceto, Homenaje a Murcia)". En *Ramón Gaya y Murcia*. Caja-Murcia. Murcia, 1989, pp. 6-15.
- Santos Torroella, Rafael: *El cartel*. Argos. Barcelona, 1949.
- Satue, Enric: *El diseño gráfico desde los orígenes hasta nuestros días*. Editorial Alianza. Madrid, 1988.
- Seco de Arpe, Manuel: *Folleto-programa Orquesta Sinfónica de Murcia concierto presentación*. Edita Orquesta Sinfónica de Murcia. Murcia, 1996.
- Segado del Olmo, Antonio: *Siete pintores con Murcia al fondo*. Madrid, 1977.
- Serna Serna, Francisco: "El vacío no existe". En *Francisco Serna*. Catálogo. Comunidad Autónoma Región de Murcia. Murcia, 2007, pp. 10-16.

- Severo Almansa. *Tríptico promocional*. Edita Novograf. Murcia, 1995.
- Socias Batet, Immaculada: *Els Abadal, un llinatge de gravadors*. Publicaciones de L'Abadia de Monserrat. Barcelona, 2007.
- Sola, Paco: "Del tiempo entre costuras". En *Vicente Martínez Gadea. Arquitectura 1985/2011*. Colegio Oficial de Arquitectos de Murcia y Editorial Godoy. Murcia, 2012, p. 16.
- Soler, Pedro; Pérez Albacete, Vicente; Pérez Zulueta, Jaime y María: *Ayer y Hoy del Teatro Circo Murcia (1892-2011)*. Editum, Ediciones de la Universidad de Murcia. Murcia, 2014.
- Suárez, Mario: *Ilustradores españoles, dibujos, formas y colores que harán tu vida más bella*. Editorial Lunweg, 2013.
- Sudeste. *Cuaderno Murciano de Literatura Universal*. Edición, introducción e índices Francisco Javier Díez de Revenga. Real Academia Alfonso X El Sabio. Murcia, 1992.
- Summers de Aguinaga, Begoña: *La obra de Serny, desde la edad de plata del dibujo hasta 1995*. CSIC. Madrid, 2009.
- Tauromaquia Cordobesa. Desde el Romanticismo a la Transición*. Catálogo. Fondos del Museo Taurino de Córdoba. Zaragoza, 2006.
- Tejeda, Isabel y Medina, Pedro: "Nuevos comportamientos fotográficos". En *Fotografía en la Región de Murcia*. Catálogo. Comunidad Autónoma Región de Murcia. Murcia, 2003, pp. 314-327.
- Thomas, Hugh: *La Guerra Civil Española*. Diario 16. A partir de la edición original ilustrada de Ediciones Urbión. Madrid, 1976.
- Tomás Egea 1933-2018. Catálogo. Ayuntamiento de Córdoba. Córdoba, 2018.
- Tomás, 50 años de Murcia. I.J.K. Editores. Murcia, 1999.
- Torres González, Begoña: "La tipografía del cartel taurino en el siglo XIX". En *Espacio, tiempo y forma, Serie VII, Historia del arte*, Museo Romántico. Madrid, 2000.
- Trabajar con Signos. Diseños de Alberto Corazón 1963/2013*. Fundación Murcia Futuro. Murcia, 2013.
- Trapiello, Andrés: *Imprenta moderna. Tipografía y literatura en España. 1875-2005*. Campgráfic. Valencia, 2006.
- Val del Omar y las Misiones Pedagógicas*. Catálogo. Dirección de Proyectos e Iniciativas Culturales de la Región de Murcia y Amigos de la Residencia de Estudiantes. Murcia, 2003.
- Valero, Pilar: *El histórico Círculo de Bellas Artes de Murcia en la calle Trapería (1902-1938)*. La Fea Burguesía Ediciones. Murcia, 2017.
- Vazquez Casillas, Fernando: *Historia de la fotografía en Murcia, 1975-2004*. Mestizo-NAVE KA. Murcia, 2006.
- Velasco Murviedro, Carlos y otros: *Los carteles españoles del siglo XX*. Susaeta Ediciones. Madrid, 2019.
- Verso y Prosa*. Edición facsímil. Introducción Francisco Javier Díez de Revenga. Edita Chys-Galería de Arte. Murcia, 1976.
- VV. AA.: *Con Párraga*. Ayuntamiento de Murcia. Murcia, 1997.
- VV. AA. *Inocencio Medina Vera (1876-1918)*. Catálogo. Ayuntamiento de Murcia. Murcia, 2001.
- VV. AA.: *Julián Alcaraz, 1876-1952, exposición antológica*. Catálogo. Ayuntamiento de Murcia. Murcia, 1988.
- VV. AA.: *Miradas y Palabras sobre la Transición en la Región de Murcia. Homenaje a Antonio Pérez Crespo*. Edita Fundación Pérez Crespo-Payá y Fundación Centro de Estudios Históricos e Investigaciones Locales Región de Murcia. Murcia, 2012.
- VV. AA.: *Murcia, 1902-1936. Una época dorada de las artes. Contraparada 18*. Catálogo. Ayuntamiento de Murcia. Murcia, 1997.
- VV. AA.: *Salzillo, testigo de un siglo*. Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, Sociedad Estatal de Conmemoraciones Culturales, Ayuntamiento de Murcia y Fundación CajaMurcia. Murcia, 2007.
- Wick, Rainer: *Pedagogía de la Bauhaus*. Alianza Forma. Madrid, 1986.
- 100 años con mariscal*. 2ª edición. Catálogo. Edita IMPIVA, Generalitat Valenciana. Valencia, 1988.
- I Bienal de Escultura*. Catálogo. Comunidad Autónoma Región de Murcia. Murcia, 1986.
- XXV Aniversario Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo*. Caja conteniendo 25 postales. Festival Internacional de Folklore en el Mediterráneo. Murcia, 1992.
- XVII Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo, Septiembre 1984*. Carpeta. Patronato Municipal de Folklore, Ayuntamiento de Murcia 1984
- XVIII Festival Internacional de Folklore del Mediterráneo, Septiembre 1985*. Folleto-catálogo. Patronato Municipal del Festival de Folklore, Ayuntamiento de Murcia. Murcia, 1985.
- XVIII Festival de Teatro de Molina*. Folleto/catálogo. Instituto Municipal de Cultura y Festejos, Ayuntamiento de Molina de Segura, 1987.

AGRADECIMIENTOS

Este libro está dedicado a mis padres, sin ellos yo no habría sido.

Son muchas las personas a las que debo dar las gracias. Sin ellas este libro no hubiera podido hacerse realidad. En primer lugar, a mi mujer, María, y a mis hijos, María, Rocío y Pedro, que, con un entusiasmo y un apoyo constante, nunca dejaron de confiar en que esta obra llegaría a buen puerto. A Carlos y Matea que me han servido de guía y faro, haciéndome creer que, a través de ellos, uno puede proyectarse en el futuro.

Sí, son muchas las personas a las que mostrar mi agradecimiento. Inolvidable Enrique Máximo, al que un bendito día el azar cruzó en mi camino. Y Juan González Cutillas, que siempre me otorgó su confianza. A Martín Páez, sin él, sin su generosidad, mis relaciones con el mundo del arte y el diseño no serían las que han llegado a ser. Emma Pérez Coquillat, Ángel Pina, Antonio Parra o César Oliva, me permitieron mantener los vínculos arte, diseño y literatura tan queridos para mí. A Cristóbal Belda, por su magisterio y creencia en que sabría llevar a término los relevantes encargos que me propuso. Y cómo no, citar expresamente a Paco Salinas y Julio García Abril, de los que tanto he aprendido. O Pepe Buitrago, que materializó esta publicación y bastantes otros trabajos que habrían sido imposibles de realizar sin su saber hacer y su ayuda.

Hay tantos amigos, tantas personas, que generosamente me mostraron afecto y apoyo en esta travesía, a las que dar las gracias... Ellas saben que están incluidas.

Pedro Manzano. Murcia, mayo 2024

PEDRO FRANCISCO MANZANO MARTÍNEZ

Alcantarilla, 1955



Pedro Manzano Martínez
Foto: Pedro Manzano Ruiz

Historiador del Arte por la Universidad de Murcia.
Académico de Número de la Real Academia de Bellas Artes de Santa María de la Arrixaca de Murcia.
Premio Jara Carrillo de Narrativa Corta 1986 por "La Casa".
Ha sido miembro fundador de AMUCA (Asociación Murciana de Críticos de Arte), y socio perteneciente a la ANECA (Asociación Nacional Española de Críticos de Arte).

Diseñador gráfico. Algunos de sus trabajos han obtenido premios y reconocimientos: Logotipo de *IFEPA*, Institución Ferial de Pacheco, seleccionado en concurso convocado al efecto. Primer Premio Concurso de Carteles de *Moros y Cristianos 1992*. Logotipo *Sexto Centenario de la Catedral de Murcia*, seleccionado en el concurso restringido para elegir emblema distintivo de las actividades a realizar con motivo de la celebración. Primer Premio del Ministerio de Cultura a los Libros de Bibliofilia mejor editados por *El Cantar de los Cantares*, con serigrafías de Ouka Leele y *La iluminada Rosa Negra*, con serigrafías de Martínez Mengual y poemas de Francisco Brines. Primer Premio de la Fundación Lázaro Galdiano al Libro de Arte mejor editado por *El Bebedor de Lágrimas*, con serigrafías de Javier Pérez y textos de Miguel Ángel Hernández.

Sus trabajos de diseño se han mostrado en diferentes exposiciones: *Marcas de Murcia*, Instituto de Fomento de la Región de Murcia, 1986. *Carteles de Teatro*, XVIII Festival de Teatro de Molina, 1987. *Murcia: Carteles de una década*, Jornadas Nacionales de Diseño en Murcia, 1987. *Diseño Gráfico en Murcia, 1899-1999*, Cámara Oficial de Industria y Navegación de Murcia. *Carteles de ayer y hoy I y II*, Centro de Arte Palacio Almudí, 2002 y 2003. *Pedro Manzano, el diseño como pasión y divertimento*, Sala de Exposiciones Centro Cultural de Puebla de Soto, 2015. *Representación para viandantes. Selección de trabajos de Pedro Manzano*, Sala de Exposiciones del Edificio Histórico de la Inquisición de Alcantarilla, 2016.

Ha colaborado en distintas publicaciones: "Arrecife", "Postdata", "Antaria", "La Opinión", "La Muralla de las Artes", "Cangilón", "Fondo y forma"... a través del ensayo o trabajos de investigación; a veces ejerciendo como coordinador, asesor, miembro del Consejo de Redacción o diseñador. Y en otras publicaciones y catálogos de exposiciones, aportando textos resultantes de la labor desarrollada fruto de sus funciones de comisario.

CARTEL Y DISEÑO **UNA HISTORIA EN DOS PARTES Y UN INTERMEDIO** **EN MURCIA**

Este libro se terminó de imprimir en mayo de 2024, en los talleres de **Pictocoop**.

Dardo y **Pepe Buitrago** realizaron el diseño y la maquetación.

Para su composición se utilizó la familia tipográfica **Frutiger**.



Real Academia
Alfonso X El Sabio



Ayuntamiento
de Murcia



REAL ACADEMIA DE BELLAS ARTES
DE SANTA MARÍA DE LA ARRIXACA
DE MURCIA