

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN



Universidad de Valladolid



GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CURSO 2022-2023

DISEÑO DEL CARTEL DE SAN JUAN 2023

PROYECTO PERSONAL CREATIVO

MARÍA CARNERO FERNÁNDEZ

Tutora académica: Isabel Rodrigo Martín

SEGOVIA, junio de 2023

Resumen

Este proyecto personal creativo aborda los procesos seguidos para la realización del diseño del cartel de las fiestas patronales de San Juan 2023 del municipio vallisoletano Medina de Rioseco. Para la elaboración del diseño se realizará un estudio sobre la historia del cartel y la teoría del color a partir de diversas fuentes como libros, manuales o artículos; además ejecutar un análisis del histórico de carteles de dichas fiestas desde el año 2011 hasta el 2022.

El objetivo principal es evitar los tópicos llevando a cabo una propuesta innovadora con una temática diferente a la de años anteriores, realizando un diseño que incluya a todos los vecinos del municipio.

Palabras clave

Cartel; Diseño; Color; Tipografía; San Juan.

Abstract

This personal creative project addresses the processes followed for the design of the poster for the patron saint's festivities of San Juan 2023 in the municipality of Medina de Rioseco, Valladolid. For the elaboration of the design a study on the history of the poster and the theory of color from various sources such as books, manuals or articles will be carried out; in addition, an analysis of the history of posters of the festivities from 2011 to 2022 will be carried out.

The main objective is to avoid clichés by carrying out an innovative proposal with a different theme from previous years, making a design that includes all residents of the municipality.

Key word

Poster; Design; Color; Typography; San Juan

Índice

Resumen

Palabras clave

1. Introducción	5
2. Justificación de la temática elegida.....	5
3. Marco teórico.....	6
3.1. Historia del cartel	6
3.2. Teoría del color.....	12
4. Objetivos	15
4.1. Objetivo general.....	15
4.2. Objetivos específicos.....	15
5. Metodología	16
5.1. Análisis cuantitativo	16
5.2. Análisis cualitativo	16
6. Proyecto personal	26
6.1. Contexto	26
6.2. Justificación del cartel	27
6.3. Elementos utilizados	29
6.4. Tamaños	30
6.5. Escenas	31
6.6. Tipografía	31
6.7. Colores.....	31
6.8. Logotipos	36
7. Conclusiones.....	37
8. Fuentes documentales	38
9. Anexos.....	41
ANEXO 1. FICHAS DE ANÁLISIS CUANTITATIVO.....	41
ANEXO 2. BOCETO.....	73
ANEXO 3. PROPUESTA CREATIVA	76

1. Introducción

Para la elaboración de este Trabajo de Fin de grado se realizará el diseño de un cartel para las fiestas patronales de San Juan de 2023 en el municipio de Medina de Rioseco, en Valladolid. El objetivo principal es proponer un diseño innovador y con una temática diferente a las utilizadas en años anteriores.

Para la elaboración del diseño se realizará un análisis del histórico de carteles de las fiestas de este municipio, además de aplicar los conocimientos obtenidos tras el estudio de la historia del cartel y la psicología del color.

En cuanto a los carteles he seleccionado los 11 carteles de los últimos años excluyendo el de 2020 ya que este año no se celebraron las fiestas por causa de la pandemia. Para analizar los carteles realizaré un análisis cualitativo y cuantitativo en el que se valorarán diferentes parámetros que nos darán las claves para poder cumplir los objetivos propuestos.

2. Justificación de la temática elegida

El tema de este proyecto ha nacido de la ambición de realizar un proyecto personal que se llevase a la realidad. Desde que empecé a barajar las diferentes opciones sobre el Trabajo de Fin de Grado siempre me he enfocado en mi pueblo ya que tengo mucho apego a lo que considero mi hogar a pesar de haber vivido fuera durante los años de carrera. De este cariño a Medina de Rioseco y el deseo de hacer mi proyecto realidad aflora este tema.

Desde que era pequeña he tenido como afición el dibujo, esto me llevó a interesarme por el mundo de la ilustración y las artes gráficas, por lo que hace unos años solicité al Ayuntamiento realizar el cartel para las fiestas patronales. Tras las prácticas del grado en Medina de Rioseco y como agradecimiento por mi trabajo me dieron la oportunidad de realizar el diseño del cartel de San Juan de este año, por lo que decidí realizar mi Trabajo de Fin de Grado sobre este proyecto personal creativo.

3. Marco teórico

3.1. Historia del cartel

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 el telégrafo. El diseñador de carteles tiene el mismo papel que el funcionario de telégrafos: él no inicia las noticias, simplemente las transmite. (Casasandre, 1933)

El término cartel se refiere a la técnica de divulgación de un mensaje gráfico utilizado en un soporte impreso para representar, transmitir, comunicar o expresar información con la finalidad de influir en el espectador. Los carteles han de tener un idioma popular, es decir deben ser entendidos por todo el mundo. Además, debe ser fácil de interpretar ya que como señaló H.W. Hepner “uno ha de suponer que la gente que lo ve no puede o, al menos, no quiere leerlo. Hay que contarle toda la historia en unos seis segundos”, esto se consigue a través del uso de formas simples sin demasiada carga visual.

Para comprender que es un cartel, en primer lugar tendremos que conocer su historia y hablar de diferentes autores que han marcado este trayecto.

En primer lugar hablaremos de las primeras manifestaciones que encontramos de carteles que se remontan a civilizaciones antiguas. El primer anuncio está datado del año 3.000 a.C aproximadamente y está impreso en un papiro de Tebas (Egipto), sería lo que más tarde se nombraría en Roma como “libellus”, se trataba de escritos con ilustraciones en papiro que se colgaban en los establecimientos. También se realizaba publicidad exterior a la que llamaban “kyrbus” y “axus” en Grecia y “alba” en Roma y donde predominaban los colores rojo y negro. Las técnicas que se empleaban en esta época eran la pintura en paredes y muros, las escrituras en tablas de barro, grabados en piedra o madera, o los postes cuadrados de madera que se establecían en soportes fijos.

Siglos más tarde, durante la Edad Media, era común la realización de xilografías o impresiones a partir de sellos de manera, con los que hacían numerosos carteles en poco tiempo. También empezó a crearse el eslogan ya que había una gran limitación en las

capacidades intelectuales de la sociedad y era una manera más fácil de llegar al público. En el año 1450 Gutenberg inventa la imprenta y años más tarde encontramos el que es considerado el primer anuncio impreso. Este anuncio está datado en el año 1477 y fue realizado por William Caxton en Inglaterra, el cartel anunciaba las bondades de las aguas termales descritas en "The Pyes of Salysbury" aunque otras personas señalan que describe un libro de ordenanzas.

Años más tarde, en el S.XIX, el pintor y litógrafo francés Jules Chéret, o también llamado "Padre del cartel moderno" daría los primeros pasos que iniciarían el desarrollo del cartel y que tiene influencia hasta el día de hoy ya que como señala J. Barnicoat "La forma del cartel que ha llegado a nosotros data de estos años y se debe a la coincidencia de dos factores: ciertas mejoras técnicas en la impresión litográfica y la presencia del propio Chéret" (Barnicoat, 1972, p.7).

Al principio los carteles de Chéret eran sencillos, estos estaban compuesto generalmente por una mujer y vinculado a esta un mensaje, que era el principal protagonista ya que las tipografías que usaba jugaban un papel dinámico en sus obras. Más tarde, la influencia que recibió a mediados del S.XIX en Inglaterra y Francia de las ferias, circos o mercados que visitó, hizo que las obras del litógrafo cambiasen y fuesen más vivas y alegres dando lugar al lenguaje popular. Chéret fue el primer artista en usar a una mujer como reclamo publicitario, de hecho, es muy común ver en las obras del pintor a una mujer bailando despreocupada, esta mujer era popularmente conocida como "la Cherette".

Jules Chéret tuvo una larga carrera que abrió el camino a Henri de Toulouse-Lautrec, pintor y cartelista francés que se inspiró en las formas lisas y negros de Chéret llevándolo al extremo en sus obras y rompiendo con lo tradicional. A diferencia de Chéret, Lautrec era "un aristócrata que se consideraba a sí mismo cronista social pintando al pueblo y a la noche de la *belle époque* parisina, incluidas las prostitutas, que frecuentó y amó" (Calvo, 2016). En muchas ocasiones sus obras eran consideradas obras feas y solo algunos críticos captaban la esencia del autor.

A finales del S. XIX cobró fuerza el movimiento expresionista el cual era una alternativa al naturalismo que se estaba viviendo pero se trataba de una opción más activa y

dominante en la que había un sentimiento muy pesimista hacia la sociedad y la vida en sí misma. El objetivo era buscar lo decorativo en elementos prácticos, tal y como señaló Gropius “La forma sigue a la función”. Supone un estilo con una gran fuerza que utiliza las formas emocionales y colores muy vibrantes utilizando formas muy realistas. Munch fue el principal exponente del movimiento Expresionista, su tema principal era la angustia y “su arte fue el resultado de una necesidad impulsiva de abrir su corazón” (Rocamora, 2000, p.35). Munch plasmaba en sus obras las experiencias vividas en su infancia ya que algunas de estas experiencias eran traumáticas, por ejemplo, en “La madre muerta” relata la muerte de su madre cuando él era un niño.

Con el cambio de siglo nació el Art Nouveau, movimiento artístico que influenció al Modernismo alemán. En este estilo, como su propio nombre indica, la idea principal era lo “nuevo” y se daba sobre todo un estilo decorativo de configuraciones lineales, en muchas ocasiones con una desviación del naturalismo que permitía al autor “escuchar lo que pedía” la obra y así hacer creaciones ornamentales. “Los modernistas no imitaban la naturaleza. La observaban, la estudiaban y usaban sus principios formales para buscar nuevas ideas” (Imaginario, 2021). Los grabados japoneses en versión parisina fueron las formas más significativas de este estilo, además este estilo hacía referencia a elementos del pasado y del futuro.

El movimiento “jugendstil” nacido de la revista Die Jugend fue muy influyente para el arte y literatura y pasó por diferentes etapas en esta revista participaban autores. Al principio tenía un tono crítico y trataba de relacionar las publicaciones con la vida cotidiana, pero con el inicio de la Primer Guerra Mundial tuvo varios cambios de tono que provocó que en 1940 dejase de publicarse.

Otra revista alemana que supuso un atractivo para los diseñadores fue la *Simplicissimus*, nacida en Munich y cuyo nombre está inspirado en la novela “*El aventurero Simplicissimus*”. *Simplicissimus* era más variada que Die Jugend particularmente en el área de los carteles y tenía una estética más atrevida y descarada. Leo Putz fue un colaborador de la revista que atraía al público con sus carteles de componente erótico.

Aunque con el cambio de siglo también hubo un cambio de estilo la esencia decorativa del Jugendstil se seguía conservando. Estos cambios de estilo se observan en dos

asociaciones, en primer lugar la Wiener Werkstätte, ubicada en Viena, que formaba a las personas en diferentes oficios manuales y las creaciones que se elaboraban quedaban vinculadas a la marca comercial. En segundo lugar la asociación Deutscher Werkbund, ubicada en Munich y precursora de la Bauhaus que buscaba combinar métodos de producción en masa con los oficios tradicionales.

A principios del S.XX comenzó a aflorar el movimiento realista, en el cual la técnica más usada era la ilustración. En este estilo combinar la palabra con la imagen era un reto ya que en muchas ocasiones se tendía a explicar el objeto que se quería publicitar y el texto cobraba más importancia que la propia imagen. Cuando entró en juego la fotografía “sus efectos sobre el diseño de carteles tuvieron la misma procedencia que las restantes influencias vanguardistas” (Barnicoat, 1972, p. 156) ya que los artistas expresaron sus ideas con las cámaras.

El movimiento simbolista empleaba algunos métodos del Art Nouveau ya que introducía la iconografía como elemento del cartel y se daba paso a lo que anteriormente se dejaba a la imaginación ya que la mentalidad del público estaba cambiando y cada vez era menos conservadora y más espiritual. Jean Moréas define este estilo como “enemigo de la enseñanza, la declamación, la falsa sensibilidad y la descripción objetiva” ya que en este movimiento, los elementos se mezclaban sin tener en cuenta las reglas de composición convencionales, lo que les permitía incorporar diversos aspectos de una sola idea dentro de una misma obra. Estas obras tenían mucha información visual y estaban dotadas de gran significado.

En este momento también aparece el movimiento surrealista, que comienza en los años veinte y aún persiste. Bretón (1924) define este movimiento en su manifiesto como:

El surrealismo es automatismo psíquico puro, por cuyo medio se intenta expresar tanto verbalmente como por escrito o de cualquier otro modo, el funcionamiento real del pensamiento dictado del pensamiento, con exclusión de todo control ejercido por la razón y al margen de cualquier preocupación estética moral. (p. 44).

Este estilo utiliza la reacción que se produce al ver un diseño gráfico con elementos asociados de manera arbitraria o de forma inesperada ya que esto produce un choque al espectador y llama la atención. Utilizaba mucho el mundo consciente, inconsciente y el de los sueños.

A mediados del S. XX surgió un gran interés por lo llamado “cartel hippy” el cual tenía influencias del Art Nouveau y el Simbolismo ya que “los diseñadores del cartel hippie, recurren mucho al pasado, como si este constituyeron una parte integrante de su experiencia; estilísticamente hablando, el pasado participa del presente” (J.Barnicoat, 1972, p.56). Estos carteles eran más elaborados y se mezcla la decoración con el texto para dar más importancia al diseño, y llegar a los sentidos, y no dar tanta relevancia al mensaje ya que en algunas ocasiones incluso resultaba ininteligible. El objetivo de este movimiento era convertir los carteles en arte.

Con la llegada de los años veinte comienza el surgimiento de un ambiente más optimista, este estilo está influenciado por dos factores: el diseño formal moderno y el modernismo decorativo.

El diseño formal trata de integrar el arte con la industria, y se promueve la idea de que “la forma sigue la función”. De este estilo forma parte la escuela de la Bauhaus que sentó las bases del diseño gráfico e industrial tal y como lo conocemos hoy. Además, surgieron nuevos movimientos como el futurismo, el cubismo o el dadaísmo; estos estilos teniendo como objetivo crear una nueva realidad y un nuevo orden estructural.

La pintura cubista se considera la primera vanguardia. Se trata de un arte preocupado por la representación de la realidad ya que el artista analizaba lo que conocía sobre un objeto, debido a que no consideraban que hubiese un punto de vista único si no que cada persona tiene su propia perspectiva de la realidad. “A diferencia de los movimientos predecesores, el cubismo se distancia abiertamente de la representación naturalista, es decir, del principio de imitación de la naturaleza como objetivo final del arte” (Imaginario, 2021), por esta razón este estilo hace referencia al intelecto del artista y la obra de arte constituía una nueva realidad sobre ella misma. Dos figuras muy representativas de este movimiento fueron Picasso y Braque.

En el modernismo decorativo nacen dos líneas diferentes, la abstracción cubista y las configuraciones decorativas angulares. En la primera línea se descomponen los carteles para obtener diferentes perspectivas, en la segunda línea, vinculada al Art Decó, las creaciones rectas y angulares forman la obra. En este modernismo todavía está presente el movimiento cubista pero de una manera totalmente diferente al que observamos en el diseño formal, ya que algunos diseñadores de esta corriente rechazaban el cubismo. En este momento comienza a cobrar importancia la figura del grafista y el sistema comienza a organizarse para facilitar la formación de futuros grafistas. La revista Neue Grafik representaba los diferentes puntos de vista de los diseñadores gráficos de ese momento.

Durante los años veinte y treinta comienzan a desarrollarse los comics y los dibujos animados, esto supone una gran influencia para el mundo del diseño gráfico.

En la década de los cuarenta y cincuenta comienza a producirse un cambio de estilo ya que se intenta ser moderno pero aceptable conduciendo a una estética manierista surgida de la incertidumbre y el drama. Además, durante de los años cincuenta y sesenta surge un cambio en el humor, ya que se empieza a emplear humor negro, lo cual era aceptado por la fuerte tendencia que existía hacia lo excéntrico y lo “camp”.

A partir de los años setenta comenzó la publicidad tridimensional donde se diseñaban diferentes métodos para comercializar los productos, por ejemplo Mme Yeldo realizó efigies de celebridades, Hebert Bayer diseñó quioscos donde se vendían los productos anunciados. También se ponían los productos en los escaparates o se empezaron a utilizar los coches-anuncios, muy típicos de la época.

Durante los años ochenta y noventa, según Campanny “España se convirtió en una potencia mundial en publicidad que duró hasta el año 2000 aproximadamente”. Los eslóganes eran la clave de los anuncios, se vivió un boom de creatividad y sobre todo se usaba el erotismo para llamar la atención ya que se había eliminado la censura recientemente. Las gráficas estaban constituidas por colores vibrantes y había dos tipos de carteles: los que tenían mucho texto y explicaban el producto, y las que la imagen era la protagonista y en el cartel solo aparecía el eslogan.

Hoy en día, podemos ver influencias de corrientes y carteles anteriores, como por ejemplo, el de “Keep Calm and Carry On” o Rossi la Remachadora como símbolo feminista. Debido a la cantidad de medios disponibles y la saturación publicitaria que vivimos actualmente la publicidad gráfica es muy diversa, dependiendo el sector en el que se mueva, el medio en el que se publique o el público al que se dirija.

3.2. Teoría del color

La teoría física del color es la cual define el color como una combinación de luz y oscuridad, siendo el negro puro correspondiente al valor cero, como la ausencia de luz y el blanco puro como el valor máximo de luminosidad. (Newton, 1665)

Así definía Isaac Newton la teoría del color en su libro “La teoría de la luz”. Newton descubrió que cuando la luz blanca pasaba a través de un prisma esta reflectaba diferentes colores, por lo que el físico estableció que la luz blanca poseía todos los colores.

Actualmente, la teoría del color se define como aquella que explica cómo se forman los colores. Existen dos teorías, la síntesis aditiva y la síntesis sustractiva. En el círculo cromático, creado por Newton podemos observar una representación ordenada de todos los colores primarios y sus derivados; este modelo es compatible con ambas teorías.

La síntesis aditiva se trata de un modelo que explica la obtención de los colores mediante combinaciones de componentes de color. Se trata de la teoría de los colores RGB (rojo, amarillo y azul) que son los primarios y provienen de la luz blanca, mezclando estos tres obtendríamos los colores secundarios y a partir de ahí podríamos formar cualquier tono. Combinando los tres primarios se obtendría el color blanco y combinando los secundarios el color negro.

La síntesis sustractiva tiene una parte más física, se trata de la absorción de las longitudes de onda y el reflejo o discriminación de otras en los objetos, es decir, de la

composición del color a través de la sustracción de luz. En esta teoría hay tres condiciones clave: la luz, la muestra y el detector.

Los colores y la combinación de estos posee diferentes propiedades como la armonía, la temperatura, el contraste, etc. A continuación realizaremos un recorrido por estos atributos para poder entender mejor el color y su forma.

Se conoce como armonía del color a realizar una combinación de colores que resulte agradable de observar y de esta manera lograr un equilibrio en la imagen. “Consiste en juzgar la acción simultánea de dos o varios colores” (Itten, 1975). En las armonías cromáticas existen tres colores: el dominante, el tónico y el de mediación. El dominante es el tono de mayor extensión en la composición, el tónico es el complementario al dominante y es el más notorio, por último, el de mediación es el que actúa como transición entre los anteriores.

Aunque el término de armonía de colores es muy utilizado, según J. Itten cada persona tiene una concepción distinta a la concordancia armoniosa de los colores. Por eso, una pintura en la que los colores se corresponden de manera perfecta para una persona, para otra puede resultar una mezcla desagradable. Según P. Kee y por influencia de Goethe, estableció que al igual que las formas, los colores también afectan al equilibrio de una composición.

Según Kandinsky, los colores pueden ser realizados por las formas, es decir, cada color transmite cosas diferentes, y por ende las formas los acompañan. E. Muñoz menciona en *El blog de dice* que por ejemplo el color amarillo pega más con formas agudas. Nuestro cerebro tiende a relacionar los colores con formas y sentimientos, por lo que esto también forma parte de la concordancia subjetiva de la armonía, pero esto se entiende mejor desde la perspectiva de la psicología del color de la que hablaremos más tarde.

Los colores poseen temperatura que se mide en grados Kelvin y generan diferentes emociones al espectador, estos se pueden clasificar en tres tipos: colores cálidos, fríos o neutros. Algunos colores cálidos son el naranja o amarillo, y son aquellos con temperatura de calor más baja (2000-3000K), este tipo de color transmiten sentimientos

de cercanía, entusiasmo o alegría. Los colores fríos, corresponden a colores como el azul o el verde y son aquellos con temperaturas más altas (4000-6000K), estos colores se asocian a conceptos como la tranquilidad, confianza o seriedad. Los colores neutros son los que no generan ninguna emoción en el espectador, y son el negro, blanco y gris.

Otro término que debemos entender para poder hablar de la mezcla de colores es el contraste. El contraste se trata de la diferencia entre los colores percibidos por el ojo. J. Itten estableció siete tipos de contrastes: color en sí mismo, claro-oscuro, caliente-frío, de los complementarios, simultáneo, cualitativo y cuantitativo. En estos contrastes actúan propiedades como el tono, la temperatura, el círculo cromático, la saturación o el tamaño.

El último término que trataremos acerca de la teoría del color es el efecto espacial de los colores que hace referencia a la percepción de los espacios según los colores utilizados. Por ejemplo, los colores claros y fríos crean espacios grandes normalmente por el reflejo de la luz, al contrario de los oscuros que crea campos más pequeños debido a la absorción de la luz y creando un espacio más íntimo. También pueden crear efectos de altura o anchura de un espacio o dotar de peso visual a una figura.

Tras haber profundizado en las propiedades del color para comprender mejor la formación y composición de estos hablaremos sobre la psicología del color, herramienta que nos indican que repuesta generan los colores en las personas en cuanto al estado psíquico y emocional. Este campo nos permite usar los colores de manera correcta para poder provocar las emociones que buscamos o influir en el comportamiento de las personas.

Todos los colores tienen connotaciones positivas y negativas en mayor o menor medida, por ello es importante saber utilizarlos para así poder transmitir el mensaje correcto de la manera más adecuada y generando las emociones buscadas. Según Goethe en su libro Teoría de los colores, “los colores cálidos son lo positivo, mientras que los fríos son negativos por evocar ansiedad”. Las imágenes oscuras nos suelen provocar sentimiento de tristeza, vacío o angustia; al contrario de las imágenes con una gran luminosidad que nos provocan sentimientos de dinamismo, alegría o felicidad. Por ejemplo, el color rojo

es el color de la fuerza, valentía, pasión o energía, pero también tiene aspectos negativos como la asociación con el dolor, impaciencia, rabia o peligro.

4. Objetivos

4.1. Objetivo general

A continuación se presenta el objetivo general que habrá que cumplir. Esta meta definirá el propósito del proyecto y servirá para el establecimiento de los objetivos específicos.

- Diseñar un cartel de San Juan 2023 innovador con una temática diferente a la elegida en años anteriores en Medina de Rioseco.

Durante los últimos años la temática de la mayor parte de los carteles de San Juan en Medina de Rioseco se ha basado en representar los monumentos del municipio. Debido a esto, mi objetivo principal será realizar una propuesta con un argumento diferente que represente un momento de las fiestas patronales e incluya a toda la población riosecana haciéndoles sentir parte del cartel.

4.2. Objetivos específicos

Los objetivos específicos detallan los procesos para poder cumplir el objetivo general, por lo que están directamente relacionados. Cada uno abarcará una estrategia y servirá de guía para poder conseguir la meta del proyecto de manera ordenada.

- Analizar el histórico de carteles de San Juan de Medina de Rioseco.
- Integrar los conocimientos sobre historia del cartel en el proyecto personal.
- Estudiar la teoría del color para aplicarlo al diseño del cartel.

5. Metodología

5.1. Análisis cuantitativo

Para el análisis cuantitativo realizaré un análisis de los carteles de años anteriores, desde el año 2011 al 2022, excluyendo el año 2020 ya que ese año no hubo fiestas patronales debido al COVID-19. El orden utilizado para el análisis será de mayor a menor antigüedad.

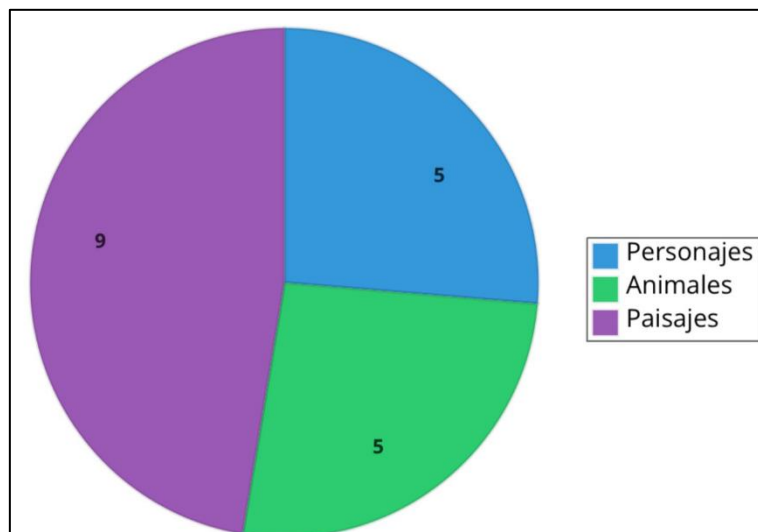
Para realizar este análisis realizaremos unas fichas que encontraremos en el anexo 1. En dichas cédulas tendremos en cuenta diferentes aspectos como las variables externas, los elementos que componen el diseño y la distribución de estos en el cartel, los aspectos técnicos, la tipografía y la colorimetría. Tras la elaboración de las fichas realizaré un análisis cualitativo en el que estudiaré los diferentes aspectos vistos en este apartado.

5.2. Análisis cualitativo

Para realizar el análisis cualitativo utilizaremos los carteles previamente analizados en el análisis cuantitativo para poder extraer la información necesaria para el diseño del cartel. Analizaremos punto por punto el contenido, la tipografía y la colorimetría usada en los carteles seleccionados.

Contenido

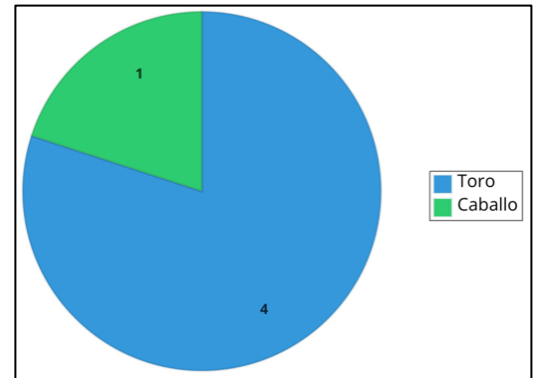
Gráfico 1. Contenido



Fuente: Elaboración propia

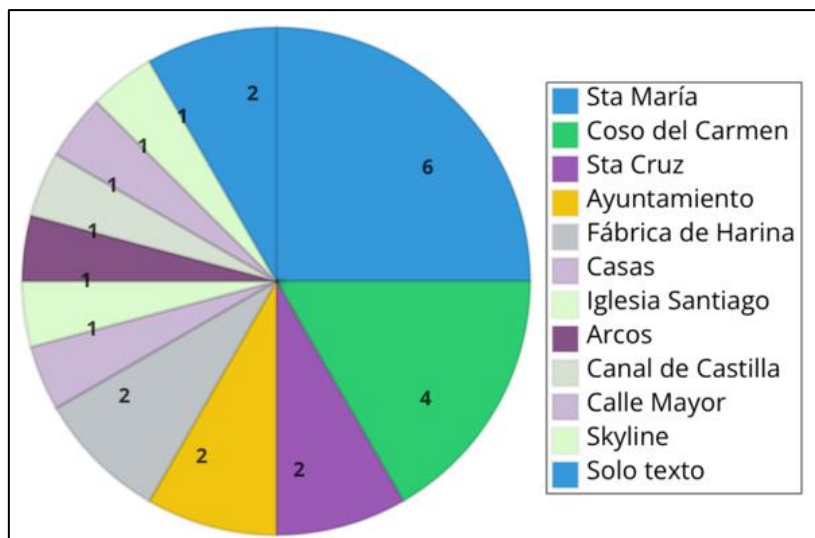
En los siguientes gráficos podemos observar el contenido de los carteles desde 2011 a 2022. Los paisajes son el tópico más utilizado seguido de los personajes y los animales, en el que la figura más representada es el toro ya que el caballo solo sale una vez.

Gráfico 2. Contenido



Fuente: Elaboración propia

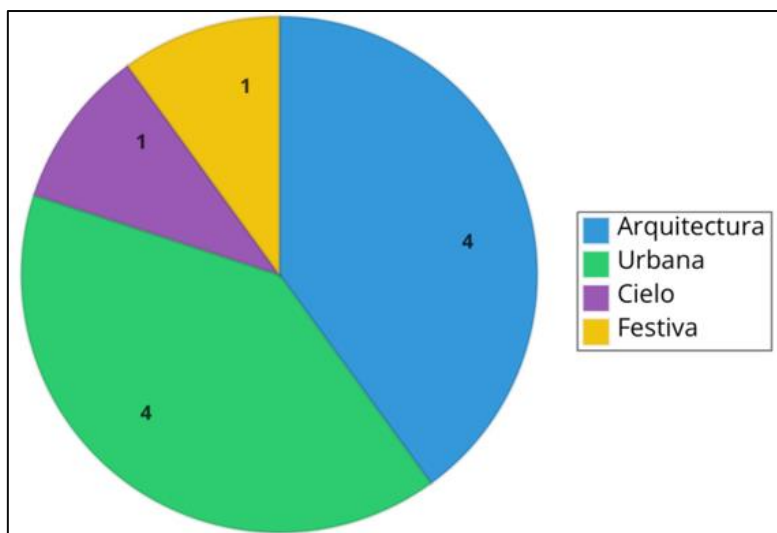
Gráfico 3. Contenido



Fuente: Elaboración propia

El edificio más reproducido es la Torre de Santa María de Mediavilla seguida del Coso del Carmen. Esta diferencia entre la representación de las iglesias es debido a que Santa María es un emblema de Medina de Rioseco ya que es la torre más alta. El Coso del Carmen también forma parte de muchas gráficas debido a que es un lugar esencial durante las fiestas de San Juan ya que es donde se realizan muchas actividades, además tiene mucha importancia turística. Las demás estructuras están representadas entre una y dos veces.

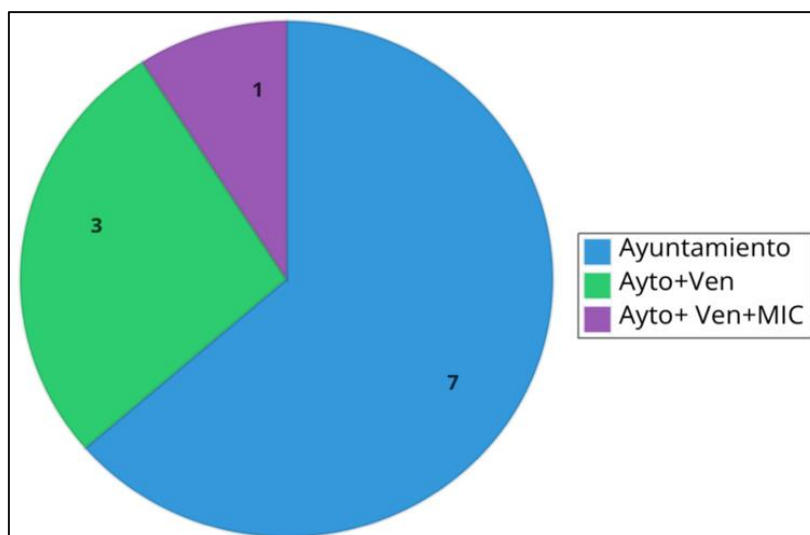
Gráfico 4. Contenido



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a las escenas podemos observar que las dos más representadas son las arquitectónicas y urbanas. Las escenas festivas y el cielo solo las encontramos una vez. En cuanto a las escenas arquitectónicas el contenido más usado son las infraestructuras del pueblo, por lo que es una escena muy representada. Por otro lado, en las escenas urbanas se pretende mostrar el ambiente festivo del que disfrutaban las personas en San Juan.

Gráfico 5. Contenido



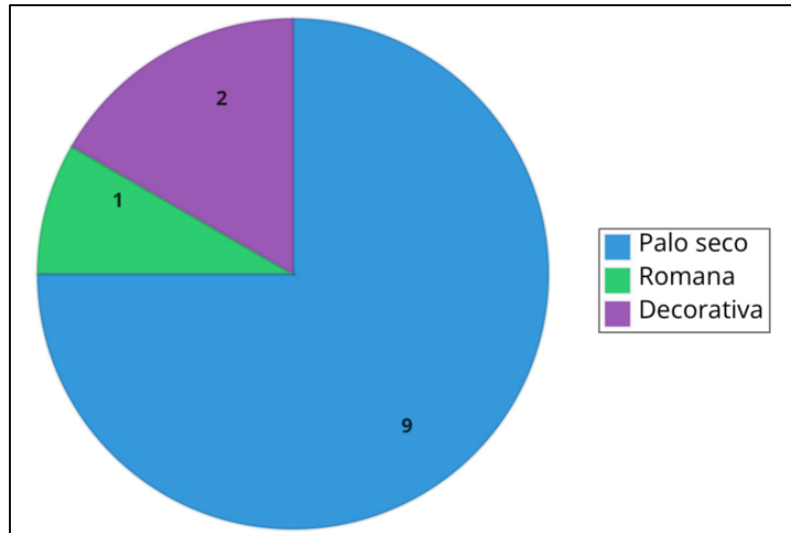
Fuente: Elaboración propia

Encontramos los logos de tres maneras. En primer lugar desde el 2011 al 2017 encontramos solo el logotipo del Ayuntamiento de Medina de Rioseco. Desde el 2018 hasta el 2022 exceptuando el 2019 podemos observar el logotipo del Ayuntamiento

junto al de Ven a Medina de Rioseco. Finalmente en 2019 se colocan estos dos logotipos junto al de la Editorial MIC.

Tipografía

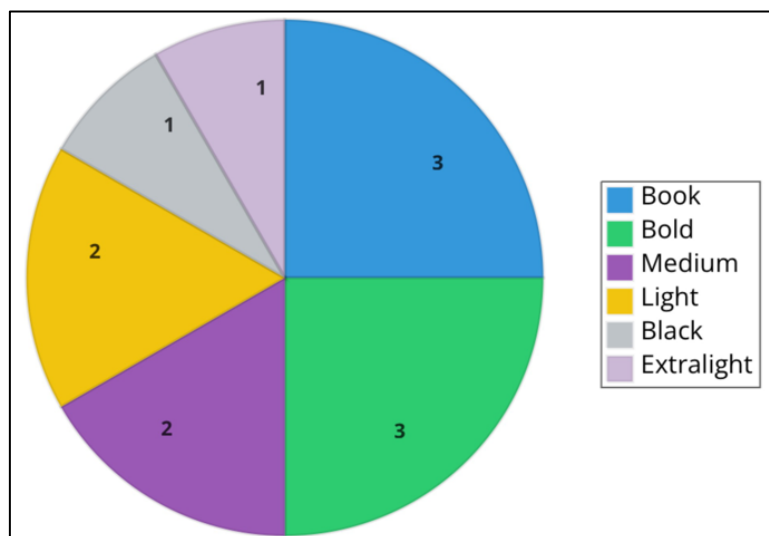
Gráfico 6. Tipo de letra



Fuente: Elaboración propia

En cuanto al uso de la tipografía observamos que la más utilizada es la tipografía de palo seco, a diferencia de la decorativa o romana que se usa mucho menos. La tipografía sin serifa además de dar un aspecto más sobrio y menos recargado al cartel, transmite modernidad, actualidad, dinamismo y fuerza, que es lo que se quiere proyectar en la mayoría de los carteles.

Gráfico 7. Peso



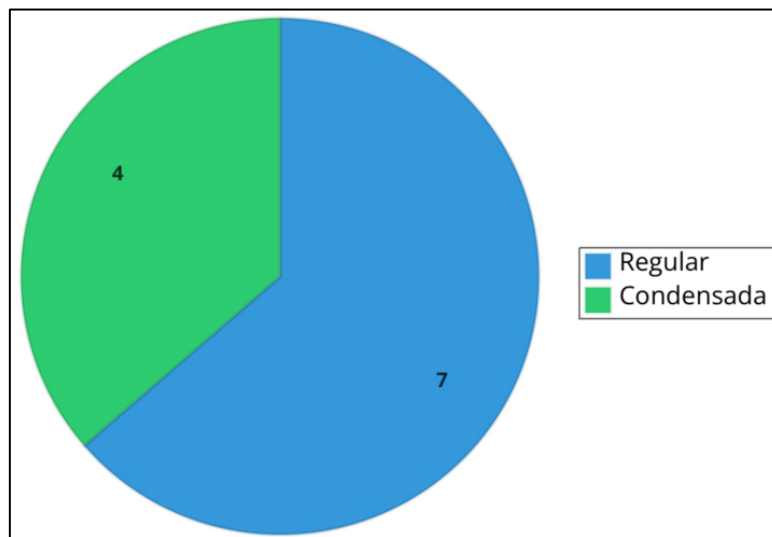
Fuente: Elaboración propia

El peso de una tipografía se refiere al grosor del trazo de la letra. En este caso, el más utilizado es el peso bold y book, que coincide con lo que a menudo llamamos letra en “negrita”.

Los menos utilizados son los tipos black y extralight. Ambos son la versión extrema de ambos tipos de letra (grosor ancho y fino).

Las letras de trazo ancho le dan peso visual al texto, dando más importancia a este sobre la imagen y dando la sensación de fuerza. En cambio, el trazo fino hace que el texto cobre menos importancia, además de dar un estilo más fino y elegante al diseño.

Gráfico 8. Proporción

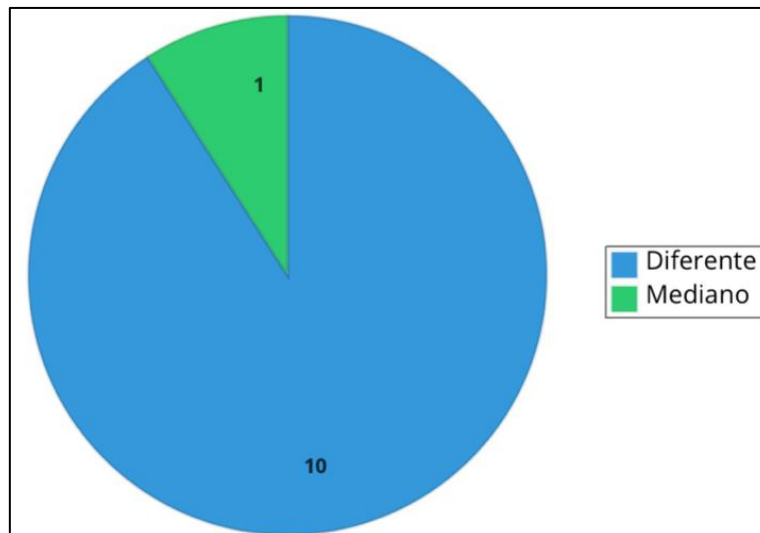


Fuente: Elaboración propia

La proporción corresponde a la estructura de las letras haciendo referencia al ancho de los caracteres. Esto influye en la facilidad de legibilidad del texto así como en la fuerza visual que corresponde al texto.

En este caso, la proporción regular es la más usada ya que es el término medio entre la tipografía expandida (que no aparece) y la condensada. Las letras condensadas también han sido utilizadas pero en menor medida ya que correspondería a una tipografía elaborada desde cero.

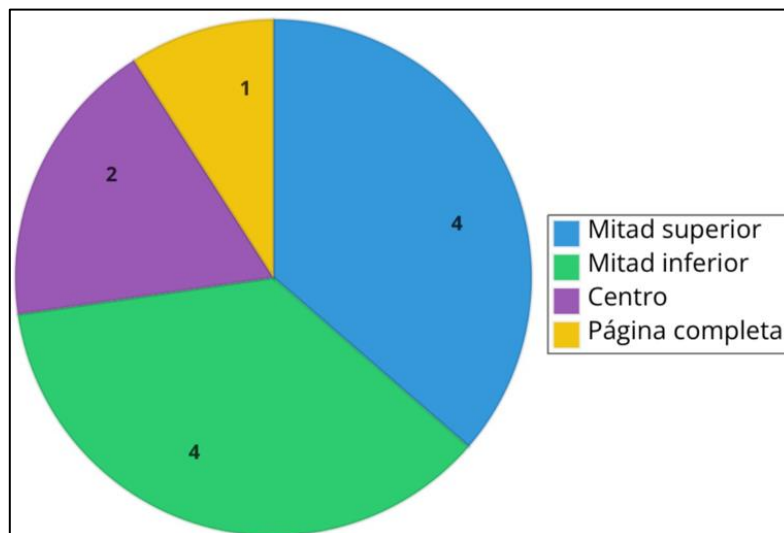
Gráfico 9. Tamaño



Fuente: Elaboración propia

Exceptuando un cartel, en todas las gráficas los textos aparecen de diferente tamaño ya que en algunas se enfatizan más unos aspectos que otros variando el tamaño. En la mayoría se da más valor al nombre de las fiestas junto al año, dejando las fechas y el nombre del municipio en segundo plano.

Gráfico 10. Ubicación

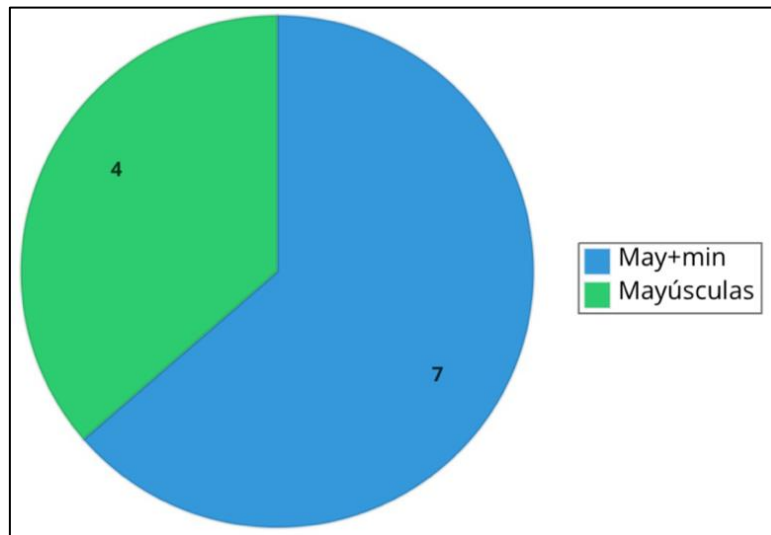


Fuente: Elaboración propia

La ubicación, al igual que el tamaño, también sirve para dar más significación a unos textos sobre otros, además permite organizar los elementos de la gráfica dando más peso a la imagen o al texto según la preferencia del autor.

En este caso el texto, la mayor parte de las veces se encuentra en la mitad inferior o superior dejando así la otra mitad del diseño libre para la parte de imagen. En la teoría de la ubicación de los elementos en el espacio, los elementos en posiciones bajas se impone sobre los que está en zonas altas, y la parte derecha prevalece sobre la izquierda.

Gráfico 11. Mayúsculas y minúsculas

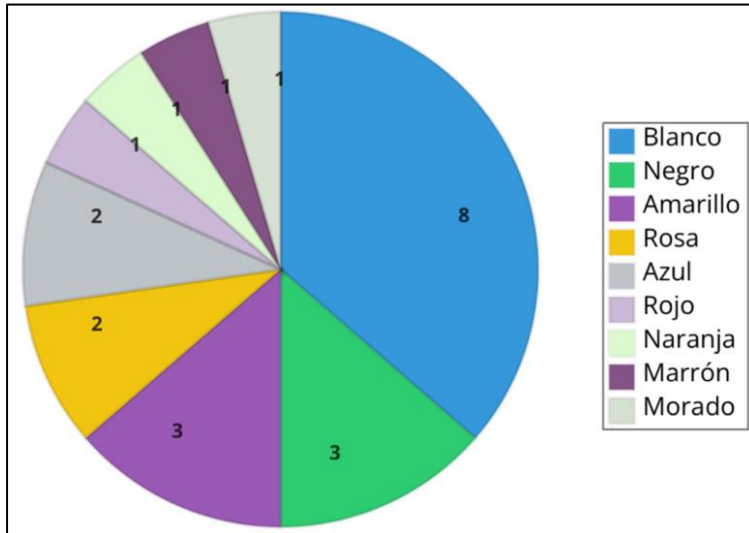


Fuente: Elaboración propia

En cuanto al uso de mayúsculas y minúsculas en la mayor parte de las gráficas se intercalan ambos tipos para así dar más dinamismo al cartel. En la mayoría de los diseños el texto se escribe a modo de oración, con la primera letra en mayúscula y el resto en minúscula, exceptuando los nombres propios.

La letra minúscula trasmite un estado relajado, cercano y sentimiento de amabilidad, además de ser más fáciles de leer. En el caso de las mayúsculas transfieren autoridad y firmeza.

Gráfico 12. Colores tipográficos



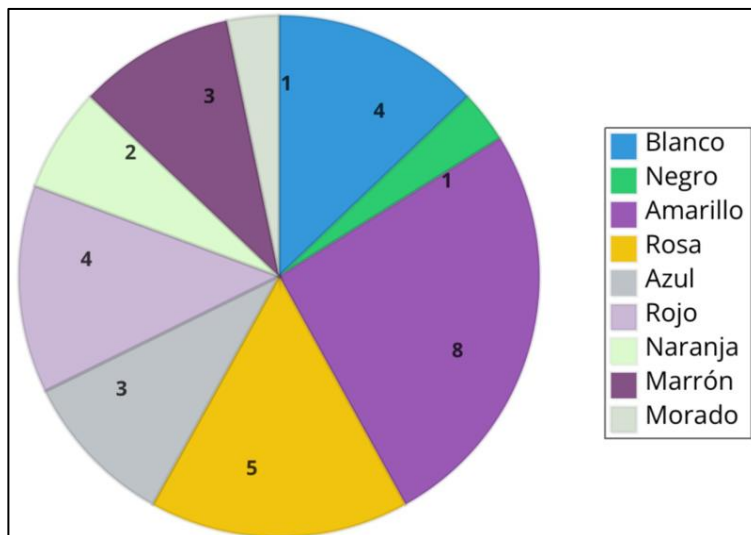
Fuente: Elaboración propia

Los colores más utilizados en la tipografía es el blanco ya que corresponde al contraste claro-oscuro y hace que el mensaje se transmita de manera directa.

Los otros dos colores que le siguen son el negro, por el mismo motivo que el blanco, y el amarillo ya que se asocia a un comportamiento informal y un estado de alegría.

Colorimetría

Gráfico 13. Colores



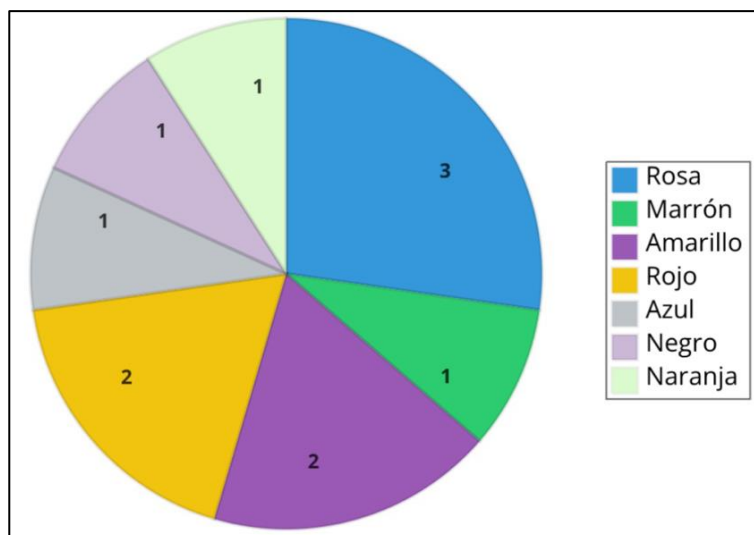
Fuente: Elaboración propia

Los colores sirven para dar personalidad al cartel y provocar una respuesta emocional en las personas que lo ven. Los colores más utilizados en los carteles anteriores han sido el amarillo y el rosa.

El amarillo como hemos mencionado antes es un color que transmite un comportamiento informal y alegría, por eso es el color más utilizado seguido del rosa. El color rosa tiene una respuesta emocional estimulante, además de simbolizar lo positivo y la amabilidad.

Los colores menos utilizados en las gráficas es el negro y el naranja. Utilizar mucho el color negro en un cartel provoca un sentimiento de oscuridad y en muchos casos de vacío, además de dar un aspecto de seriedad al diseño. En el caso del naranja es un color que transmite entusiasmo y creatividad, aunque no es un color tan popular en el ámbito de la cartelería.

Gráfico 14. Color dominante

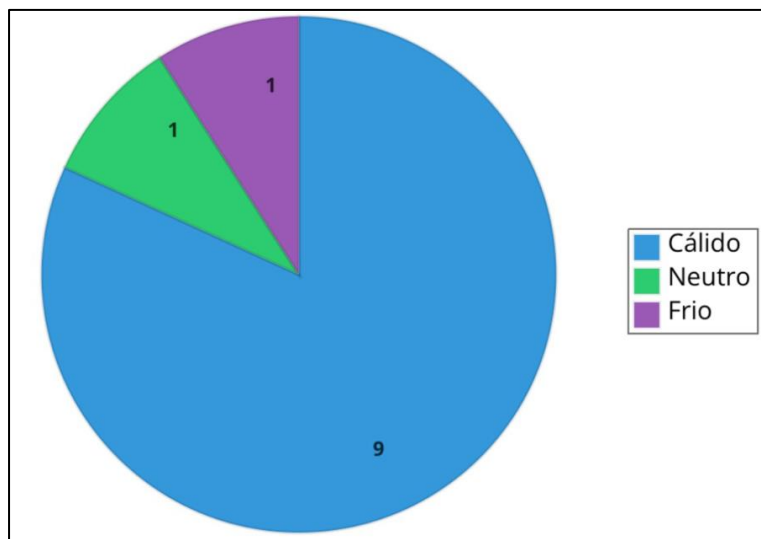


Fuente: Elaboración propia

El color dominante que más se ha utilizado ha sido el rosa seguido del rojo y el amarillo. De los colores amarillo y rosa ya hemos hablado anteriormente ya que son colores muy utilizados en el ámbito del diseño gráfico.

En cuanto al rojo es un color que despierta un sentimiento de excitación y alegría y al tratarse de carteles de temática festiva se trata de un tono muy acorde con el tema del cartel.

Gráfico 15. Temperatura



Fuente: Elaboración propia

Por último, hablaremos de la temperatura que poseen los colores que se trata del grado de calidez que desprende una tonalidad.

En la mayor parte de los carteles observamos una temperatura cálida, a esta temperatura se la asocian conceptos de cercanía, vitalidad, dinamismo y alegría. A la elección de estos colores puede provocar la fecha en la que se celebran las fiestas ya que es a finales de junio y se asocia con el verano y el calor.

Los colores neutros son el blanco, negro y gris y son aquellos que no transmite ni frío ni calor. Los colores fríos solo se han usado una vez y no es recomendable que se utilicen en este tipo de carteles ya que simbolizan la calma, lejanía y sentimientos negativos los cuales no son acordes para los carteles de fiestas.

6. Proyecto personal

6.1. Contexto

Medina de Rioseco es un pueblo situado en la provincia de Valladolid a 40 kilómetros de la ciudad y cuenta con una población de más de 4.000 habitantes. Rioseco, que así lo llamamos los riosecanos, pertenece a la comarca de Tierra de Campos y posee los títulos de “*muy noble*” y “*muy leal*”, así como el de ciudad.

La Ciudad de los Almirantes, como también se conoce a Rioseco, es un municipio muy turístico ya que tiene un fuerte legado histórico además de muchos lugares de interés para visitar o actividades para realizar. Alguna de las zonas más visitadas de Rioseco es la Dársena del Canal de Castilla. En el canal se ofrecen numerosas actividades para realizar como paseos en barco hasta las esclusas del canal, pádel surf, paseos en tándem, piragüismo o visitas a la Fábrica de Harina de San Antonio, esta última se encuentra a los pies del canal por lo que es muy interesante de visitar. Rioseco está declarada como *Ciudad Europea de la Navidad*, y una curiosidad sobre esto es que el día de la cabalgata, los Reyes Magos llegan al pueblo en barco.

Otra de las principales atracciones turísticas de Medina de Rioseco son las cinco iglesias con las que cuenta. A estos cinco monumentos los acompaña la leyenda del cocodrilo al cual hace homenaje una réplica de este reptil situada en la famosa Rúa Mayor, que podrá observarse si se hace el recorrido de las cinco iglesias. Rioseco es un municipio con gran devoción por la Semana Santa, de hecho, está considerada *Interés Turístico Internacional*, por lo que las iglesias son utilizadas o bien como museo, o bien para preservar los distintos pasos de Semana Santa.

El 24 de Junio se celebra la festividad de San Juan en honor al apóstol San Juan Bautista, patrón de todos los riosecanos.

Gabriel Pelletero (2007), antiguo párroco riosecano, señalaba que antes de San Juan hubo otro patrón en el municipio, este era, San Ponciano celebrado el 19 de noviembre. Entonces... ¿Por qué ahora es San Juan? La celebración de las fiestas de San Juan estaría motivada por el interés de los Almirantes de potenciar las ferias que se celebraban

durante esos días debido a que ya tenían gran importancia. Es en 1547 cuando el almirante Luis Enríquez funda la Cofradía de los Caballeros de San Juan Bautista compuesta por 6 integrantes. Esta cofradía repetía el ritual de San Ponciano el día de San Juan, por lo que esta cofradía fue de especial importancia para la celebración de la actual festividad de San Juan.

En 1754, Esteban García Chico (1943), investigador e historiador español de Medina de Rioseco, comenta que no se sabe a ciencia cierta quién era el verdadero patrón de la ciudad ya que ambos, San Juan y San Ponciano, eran venerados como tal.

6.2. Justificación del cartel

El principal objetivo de este proyecto es proponer un diseño innovador con una temática diferente a la de otros años, para evitar repetir elementos de los diseños de años anteriores he realizado un análisis de todos los carteles anteriores y todos los elementos y características que los conforman.

Desde el principio he tenido la idea de realizar una temática para todas las personas de Medina de Rioseco sin distinciones de edad, peñas, sexo, etc. por lo que decidí elegir un momento de San Juan en el que nos unimos todos los vecinos del municipio para poder celebrar el inicio de las fiestas, el Chupinazo.

En los bocetos representé algunas actividades como el pasacalles, monumentos emblemáticos o diseños abstractos que no simbolizaban ningún momento de las fiestas en específico, pero todos carecían del principal objetivo propuesto, la innovación.

Cuando pensé en el Chupinazo me decanté por realizar un boceto más elaborado de esta idea ya que sabía que sería la definitiva. Además de ser mi momento favorito de San Juan, es un instante que tiene el sentimiento de unidad de los riosecanos que he querido transmitir desde el principio.

IMAGEN 1. Proyecto personal. Cartel de San Juan 2023



Fuente: Elaboración propia

6.3. Elementos utilizados

Para la creación del cartel he utilizado diferentes elementos.

En primer lugar, para generar la idea he realizado un análisis del histórico de carteles de San Juan desde el 2011 hasta el 2022 para conocer el diseño de gráficos anteriores y no reincidir en los tópicos que se venían repitiendo años atrás. Tras realizar el análisis cualitativo y cuantitativo comencé a desarrollar la idea mediante diversos bocetos, que encontraremos también en el anexo 2, inspirados en momentos de San Juan y elaborados en iArtBook.

Una vez tomada la decisión sobre la idea que quería realizar, he aplicado los conocimientos que he obtenido a través del estudio de la historia del cartel y teoría del color.

Finalmente, con el boceto definitivo y una fotografía de referencia del momento escogido, comencé a diseñar el cartel con los programas Adobe Illustrator y Adobe Photoshop.

IMAGEN 2. Boceto 1



Fuente: Elaboración propia

IMAGEN 3. Boceto 2



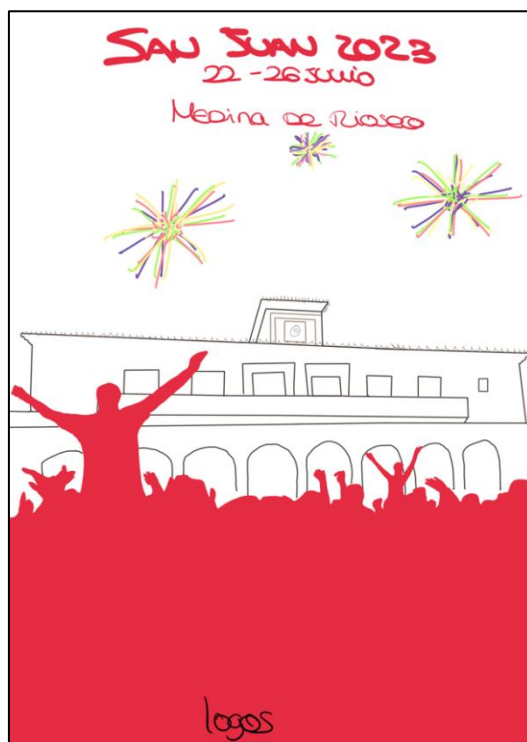
Fuente: Elaboración propia

IMAGEN 4. Boceto 3



Fuente: Elaboración propia

IMAGEN 5. Boceto 4



Fuente: Elaboración propia

6.4. Tamaños

Los tamaños entre los elementos del cartel son proporcionales a los que habría si se tomase una fotografía en el momento del Chupinazo desde esa perspectiva. Respecto a la parte arquitectónica, se trata de una réplica prácticamente exacta a modo de ilustración del Ayuntamiento de Medina de Rioseco, que es donde se celebra este momento de las fiestas.

He querido dar la misma importancia al texto que a la ilustración, por eso he realizado una división imaginaria en el medio del cartel. La parte inferior corresponde a la escena de la gente disfrutando del inicio de las fiestas y en la parte de arriba se encuentra el texto con la información necesaria.

6.5. Escenas

En el cartel lo primero que encontramos son las siluetas moradas en las que diferenciamos a unas personas subidas encima de otras, levantando los brazos, etc. Están disfrutando del chupinazo de San Juan en la Plaza Mayor.

Se trata de una escena urbana, ya que este tipo de escenas representan momentos sociales. También podríamos hablar de una escena festiva ya que lo que se quiere representar principalmente es el ambiente y la alegría de las personas al iniciar las fiestas.

6.6. Tipografía

En dicho cartel el texto utilizado es “San Juan 2023”, “Medina de Rioseco” y “Del 22 al 26 de junio”, este texto es el nombre de las fiestas patronales y el año, el nombre del municipio y las fechas en las que se celebrarán. El texto está compuesto por mayúsculas y minúsculas de color morado oscuro.

El texto está centrado en la parte superior del cartel. Se trata de un tipo de letra romana con un peso normal y una proporción regular. El tamaño de los dos titulares superiores es grande y el de las fechas es mediano ya que he querido dar mayor importancia al nombre de las fiestas y del pueblo que a las fechas.



6.7. Colores

En cuanto a los colores observamos que es una gráfica compuesta principalmente por colores cálidos como el marrón, amarillo o naranja, y diferenciamos como color dominante el morado. A continuación, se indican los colores principales en la Pantone y analizaremos la respuesta emocional a cada color que compone el cartel.

Morado: encontramos el color morado en las siluetas, fuegos artificiales y letras. Es el color predominante. El color morado expresa la fantasía, éxito, magia, sabiduría, misterio, imaginación y espiritualidad entre otros. También es el color asociado a la delicadeza y a los aspectos infantiles.

En cuanto a los aspectos negativos relacionados con este color encontramos el complejo de inferioridad, melancolía decadencia o introversión.

Tabla 1. Morado



UBICACIÓN	SILUETAS Y FUEGOS ARTIFICIALES	LETRAS
HEX	#6951A	#432F7
CYMK	35 / 50 / 0 / 3	42 / 59 / 0 / 5
RGB	105 81 16	67 47 11
HSL	258, 0.33%, 0.47	257.65, 0.42%, 0.32
LAB	40.35, 28.53, -40.0	25.15, 26.32, -36.
COLOR	 # 6951A1	 # 432F70

Fuente: Elaboración propia

Naranja: observamos el color naranja en el edificio. Además de ser un color muy llamativo ocupa la parte media del cartel por lo que es el primer color que ves al observar el cartel. El naranja es el color asociado al dinamismo, amistad, energía, positividad y proporciona al mensaje un tono fresco y moderno.

Al color naranja se le atribuyen representaciones negativas relacionada con la cobardía, el peligro, la frivolidad o el rencor.

Tabla 2. Naranja


UBICACIÓN	EDIFICIO SUPERIOR	COLUMNAS
HEX	#F5835B	#DFBDA1
CYMK	0 / 47 / 63 / 4	0 / 15 / 28 / 13
RGB	245 131 91	223 189 161
HSL	15.58, 0.89%, 0.66%	27.1, 0.49%, 0.75%
LAB	66.82, 40.23, 40.88	78.84, 8.01, 18.67
COLOR	 # F5835B	 # DFBDA1

Fuente: Elaboración propia

Amarillo: encontramos el color amarillo en la parte izquierda del cielo. El amarillo, al igual que el naranja, representa la positividad y dinamismo, también se le atribuyen emociones como la alegría, confianza y creatividad.

En cuanto a los aspectos negativos relacionados a este color se relaciona el egoísmo, engaño, impaciencia o complejo de inferioridad.

Tabla 3. Amarillo

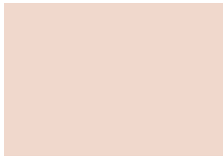
UBICACIÓN	CIELO
HEX	#F3F4BF
CYMK	0 / 0 / 22 / 4
RGB	243 244 191
HSL	61.13, 0.71%, 0.85%
LAB	94.96, -8.72, 25.51
COLOR	 # F3F4BF

Fuente: Elaboración propia

Rosa: encontramos el color rosa claro en la parte media del cartel. Aunque es un color poco presente en la gráfica, al estar en el medio de la parte central cobra mucha importancia visual. El rosa se relaciona con personas sofisticadas, educadas e intuitivas, aunque también se le atribuyen estados de positividad, amabilidad, felicidad y disipación de pensamientos negativos. El rosa es considerado el color de la esperanza y tiene un efecto estimulante.

En cuanto a las emociones negativas atribuidas al color rosa encontramos el sentimiento de abandono, la venganza, inhibición y debilidad.

Tabla 4. Rosa


	CIELO
HEX	#F0D8CC
CYMK	0 / 10 / 15 / 6
RGB	240 216 204
HSL	20, 0.55%, 0.87%
LAB	87.97, 6.37, 8.92
COLOR	 # F0D8CC

Fuente: Elaboración propia

Azul: al igual que el rosa observamos que es un color poco presente en el cartel, pero al asemejarse al color morado, que es el dominante, hace que se junten ambos colores creando un efecto visual de conjunto. El color azul es considerado el color favorito y el más percibido por las personas y tiene una respuesta emocional positiva de estabilidad, verdad, armonía, responsabilidad y confianza.

Al azul también se le atribuyen respuestas emocionales negativas como la tristeza, enfermedad, frialdad o nostalgia.

Tabla 5. Azul

UBICACIÓN	CIELO
HEX	#91ADD9
CYMK	33 / 20 / 0 / 15
RGB	145 173 217
HSL	216.67, 0.49%, 0.71%
LAB	70.12, 0.81, -25.34
COLOR	 # 91ADD9

Fuente: Elaboración propia

6.8. Logotipos

En la gráfica encontramos dos logotipos diferentes, el del Ayuntamiento de Rioseco y el de Ven a Medina de Rioseco. Se encuentran centrados en la zona inferior del cartel y ambos tienen el símbolo principal a color y las letras en blanco.

Decidí poner las letras en blanco en vez de en negras, como es el uso habitual, debido a que el contraste del morado de las siluetas con el color negro del texto del logotipo dificultaba mucho la visibilidad de las letras, y tras consultar ambos manuales de identidad corporativa decidí poner las letras en color blanco. Además, tras barajar la opción de poner un faldón lila al cartel para poner los logos encima, decidí que ambos logotipos se verían mejor sin el faldón y este no les quitaría espacio a las siluetas.

7. Conclusiones

A modo de cierre de este Trabajo de Fin de Grado evaluaremos si se han cumplido los objetivos propuestos.

Para alcanzar las metas establecidas he realizado un análisis cuantitativo del histórico de carteles de las fiestas de San Juan de Medina de Rioseco, valorando aspectos clave como los elementos de la composición, la colorimetría o la tipografía entre otras. Después de este estudio cuantitativo he realizado un análisis cualitativo en el que he puesto en común las características de todos los carteles y así poder tener una visión más específica sobre todos los aspectos relevantes de los carteles.

Para tener un conocimiento más profundo sobre el cartel y sus componentes he realizado un estudio sobre la teoría del cartel y la teoría y psicología del color, sirviéndome de artículos, revistas, manuales y libros de autores como John Barnicoat, Johannes Itten, Goethe, Eva Heller, etc.

El objetivo general era diseñar un cartel innovador con una temática diferente a la elegida en años anteriores. Este objetivo si se ha cumplido ya que la temática principal del diseño ha sido el Chupinazo de las fiestas, tema que no ha sido no representado anteriormente en los carteles de las fiestas.

Durante el proceso creativo me he encontrado con dos dificultades principales. La primera ha sido la poca habilidad para manejar programas de diseño como Illustrator, pero este problema lo he solventado mediante la práctica realizando ejercicios en este programa y los diferentes cursos online para tener más soltura diseñando gráficamente. La segunda dificultad que se me ha presentado ha sido la decisión de la elección de colores ya que sufro daltonismo y por consecuencia tengo dificultad para poder distinguir diferentes colores.

Finalmente, en este proyecto se ha presentado el proceso para la realización de un diseño del cartel para las fiestas patronales de un municipio y los diferentes métodos de diseño que se han utilizado para realizar el arte final.

8. Fuentes documentales

Barnicoat, J. (2000). Los carteles su historia y su lenguaje (5º ed.) (J. G. Beramendi, (ed. y trad.). Thames and Hudson; Editorial Gustavo Gili (original publicado en 1972).

Castañeda, B., & Cortés, N. A. (1915). Crónicas de Antaño. Sociedad de Estudios Históricos Castellanos.

Click printing (s.f.). Los primeros anuncios publicitarios de la historia.

<https://www.clickprinting.es/blog/los-primeros-anuncios-publicitarios-de-la-historia>

Cubismo (5 de junio de 2023). En Wikipedia. <https://es.wikipedia.org/wiki/Cubismo>

E. Muñoz (2015, 30 noviembre). Forma y color en Kandinsky. El blog de dice.

<http://www.dicecomunicacion.com/blog/forma-y-color-en-kandinsky/#:~:text=Los%20colores%20pueden%20ser%20realizados,agudo»%20se%20refiere%20al%20ángulo>

En qué consiste la teoría del color (2020, 6 octubre). Distribución de papel Castilla y León, S.A. <https://dical.es/blog/disen/en-que-consiste-la-teoria-del-color>

Exposición Toulouse-Lautrec y los placeres de la belle époque. (2018). Fundación Canal de Isabel II. https://www.fundacioncanal.com/wp-content/uploads/2019/11/Dossier_prensa_Expo_Toulouse-Lautrec.pdf

González, J. (2019, 16 de julio). La teoría del color según Newton, Goethe, Turner y otros grandes artistas. Ttamayo.com. <https://www.ttamayo.com/2019/07/la-teoria-del-color/>

Heller, E. (2000). Psicología del color: cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón (1º ed) (J. Chamorro, trad). Droemer Verlag; Editorial Gustavo Gili.

HiSoUr Arte Cultura Historia. (s. f.). Jugendstil. <https://www.hisour.com/es/jugendstil-33620/>

Historia de la publicidad (s.f.). Centro de documentación publicitaria.

https://www.lahistoriadelapublicidad.com/principio.php?Cod_cat=2

Iglesia de Santa María de Mediavilla. (22 de diciembre de 2019). En

Wikipedia. https://es.wikipedia.org/wiki/Iglesia_de_Santa_Mar%C3%ADa_de_Mediavilla

Integra. (2022). La psicología del color. Aspectos positivos y negativos. Integra

Creaciones. <https://integracreaciones.es/la-psicologia-del-color-aspectos-positivos-y-negativos/>

Itten, J. (1975). El arte del color (V. Lamíquiz, trad). Otto Maier Yer; Editorial Bouret.

J. Yusta (2019, 5 agosto). Como suena cada color, según Wassili Kandinsky. Cultura

inquieta. <https://culturainquieta.com/es/arte/pintura/item/15813-como-suena-cada-color-segun-wassily-kandinsky.html>

Jules Chéret, el creador del cartel moderno. (s. f.) La

Imprenta. <https://www.laimprentacg.com/jules-cheret-el-creador-del-cartel-moderno/>

Llasera, J. P. (2021, 11 mayo). Tipografías: Qué son, los diferentes tipos y sus variables

tipográficas. Imborrable. <https://imborrable.com/blog/tipografias-que-son/>

Los siete contrastes de color de Johannes Itten.

(s. f.). <https://www.clickprinting.es/blog/los-siete-contrastes-de-color-johannes-itten#:~:text=Contraste%20claro%20oscuro&text=En%20esta%20oposici%C3%B3n%20entre%20lo,m%C3%A1s%20fuerte%20oposici%C3%B3n%20entre%20colores>

Marbán, M. (2018, 11 mayo). El santo que quiso ser patrón en Medina de Rioseco. La

Voz de Rioseco. <https://www.lavozderioseco.com/el-santo-que-quiso-ser-patron/>

Nubedocs (2020, 14 agosto). Armonía del color. <https://nubedocs.es/armonia-del-color/>

Rioseco presenta su cartel de Fiestas de San Juan. (2018, 26 mayo). La Mar de Campos - Periódico comarcal de Campos y Torozos.

<https://www.lamardecampos.org/actualidad/rioseco-presenta-su-cartel-de-fiestas-de-san-juan/>

Rocamora, C. (2000, enero). Múnich y el expresionismo alemán. Arbor.

<https://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/download/951/958/957#:~:text=%20«Yo%20no%20pinto%20lo%20que,la%20visión%20de%20la%20mente»>

Rolingson, M. (2022, 15 diciembre). Jules

Chéret. Lifeder. <https://www.lifeder.com/jules-cheret/>

San Juan 2017 ya está aquí. (2017, 13 junio). La Mar de Campos - Periódico comarcal de Campos y

Torozos. <https://lamardecampos.wordpress.com/2017/06/13/san-juan-2017-ya-esta-aqui/>

The Color. (2021, 23 abril). Cómo Se Utiliza La Psicología Del Color En La Publicidad •

The Color Blog. The Color Blog. <https://thecolor.blog/es/como-se-utiliza-la-psicologia-del-color-en-la-publicidad/>

Varvaró, M.A. (2022). Historia de la publicidad exterior hasta la Edad Media. María

Ángeles Varvaró Santos. <https://angelesvarvaro.es/historia-la-publicidad-exterior-la-edad-media/>

Web de Psicología. (S.f.). Psicología-online. <https://www.psicologia-online.com>

9. Anexos

ANEXO 1

FICHAS DE ANÁLISIS CUANTITATIVO

FICHA 1

Cartel 1. San Juan 2011

VARIABLES EXTERNAS

Título: Cartel de San Juan

Autor: Editorial MIC

Año: 2011

Tamaño: 297 x 420 CM

Técnica: FOTOMONTAJE

CONTENIDO

Personajes: NO

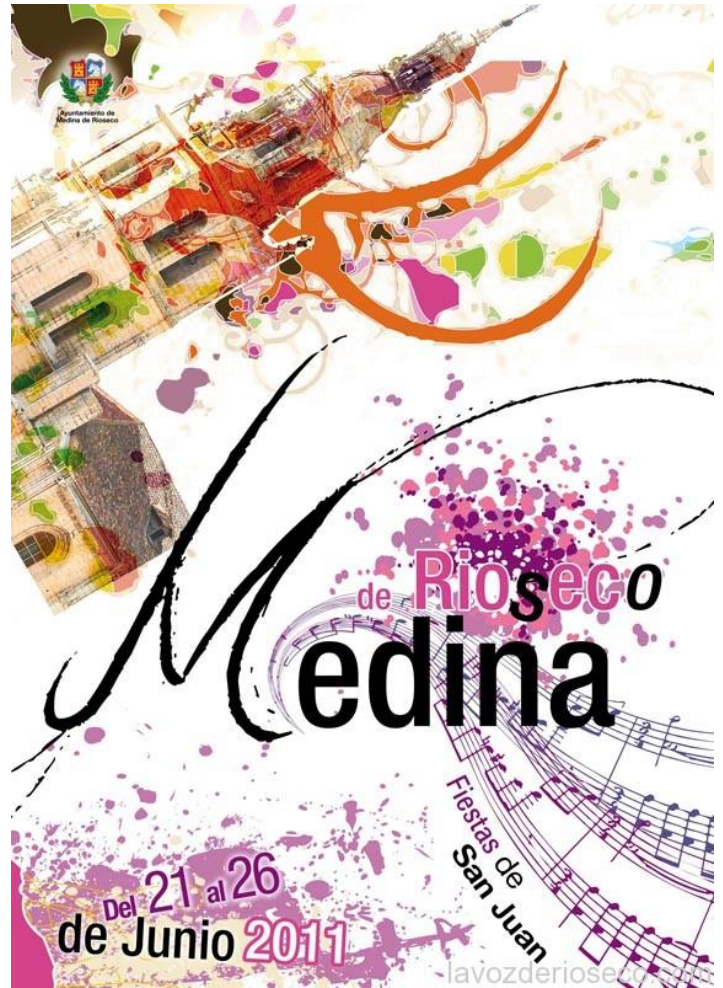
Animales: NO

Paisajes: TORRE DE SANTA MARÍA

Escenas: ARQUITECTÓNICA

Logotipos: AYUNTAMIENTO DE MEDINA DE RIOSECO

Ubicación de logotipos: ESQUINA SUPERIOR IZQUIERDA



Fuente: Editorial MIC

ANÁLISIS TIPOGRÁFICO

Texto:

MEDINA DE RIOSECO: PALABRAS DESCOLOCADAS; MAYÚSCULAS Y MINÚSCULAS

FIESTAS DE SAN JUAN: MAYÚSCULAS Y MINÚSCULAS

DEL 21 AL 26 DE JUNIO DE 2011: MAYÚSCULAS Y MINÚSCULAS

Párrafo:

MEDINA DE RIOSECO: DERECHA

FIESTAS DE SAN JUAN: QUEBRADO

DEL 21 AL 26 DE JUNIO DE 2011: QUEBRADO

Tipo: PALO SECO

Peso: BOOK

Proporción: CONDENSADAS

Tamaño:

MEDINA DE RIOSECO: MEDIANO

FIESTAS DE SAN JUAN; DEL 21 AL 26 DE JUNIO DE 2011: PEQUEÑO

Color: NEGRO Y ROSA

Ubicación: MITAD INFERIOR

COLORIMETRÍA

Colores principales utilizados: ROSA, BLANCO Y NARANJA

Color dominante: ROSA

Temperatura del color: CÁLIDO

Respuesta emocional color dominante: EFECTO ESTIMULANTE

FICHA 2

VARIABLES EXTERNAS

Cartel 2. San Juan 2012

Título: Cartel de San Juan

Autor: Sara de la Mora

Año: 2012

Tamaño: 297 x 420 CM

Técnica: ILUSTRACIÓN, TINTA
PLANA

CONTENIDO

Personajes: NO

Animales: NO

Paisajes: CASAS, IGLESIA DE SANTA MARÍA, IGLESIA DE SANTIAGO. IGLESIA DE SANTA CRUZ, AYUNTAMIENTO, ARCOS, CANAL DE CASTILLA Y COSO DEL CARMEN.

Escenas: ARQUITECTÓNICA

Logotipos: AYUNTAMIENTO DE MEDINA DE RIOSECO

Ubicación de logotipos: PARTE INFERIOR CENTRADO



Fuente: Sara de la Mora

ANÁLISIS TIPOGRÁFICO

Texto: MAYÚSCULAS

Párrafo: JUSTIFICADO

Tipo: PALO SECO

Peso: MEDIUM

Proporción: CONDENSADA

Tamaño: GRANDE

Color: BLANCO

Ubicación: MITAD SUPERIOR

COLORIMETRÍA

Colores principales utilizados: MARRÓN, AMARILLO Y ROJO

Color dominante: MARRÓN

Temperatura del color: CÁLIDO

Respuesta emocional color dominante: FIABILIDAD Y SEGURIDAD

FICHA 3

VARIABLES EXTERNAS

Título: Cartel de San Juan

Autor: Cristina del Barrio

Año: 2013

Tamaño: 297 x 420 CM

Técnica: ILUSTRACIÓN; TINTA PLANA

CONTENIDO

Personajes: SI – SILUETAS

Animales: NO

Paisajes: COSO DEL CARMEN

Escenas: URBANA

Logotipos: AYUNTAMIENTO DE MEDINA DE RIOSECO

Ubicación de logotipos: ESQUINA INFERIOR IZQUIERDA

Cartel 3. San Juan 2013



Fuente: Cristina del Barrio

ANÁLISIS TIPOGRÁFICO

Texto:

SAN JUAN 2013: MINÚSCULAS

MEDINA DE RIOSECO, JUNIO: MAYÚSCULAS

Párrafo: CENTRADO

Tipo: ROMANA

Peso: BOLD

Proporción: REGULAR

Tamaño:

SAN JUAN 2013: GRANDE

MEDINA DE RIOSECO; 21-25 JUNIO: PEQUEÑO

Color:

SAN JUAN 2023: AMARILLO CON SOMBRA

21-25: AMARILLO Y NEGRO A RAYAS

MEDINA DE RIOSECO; JUNIO: BLANCO Y NEGRO A RAYAS

Ubicación:

MEDINA DE RIOSECO: PARTE SUPERIOR

SAN JUAN 2013: CENTRO

21-25 JUNIO: PARTE INFERIOR A LA DERECHA

COLORIMETRÍA

Colores principales utilizados: AMARILLO, MARRÓN Y AZUL

Color dominante: AMARILLO

Temperatura del color: CÁLIDO

Respuesta emocional color dominante: OPTIMISMO Y ALEGRÍA

FICHA 4

VARIABLES EXTERNAS

Cartel 4. San Juan 2014

Título: Cartel de San Juan

Autor: Carlos Badás

Año: 2014

Tamaño: 297 x 420 CM

Técnica: ILUSTRACIÓN

CONTENIDO

Personajes: MUJER Y PERSONAJES PEQUEÑOS

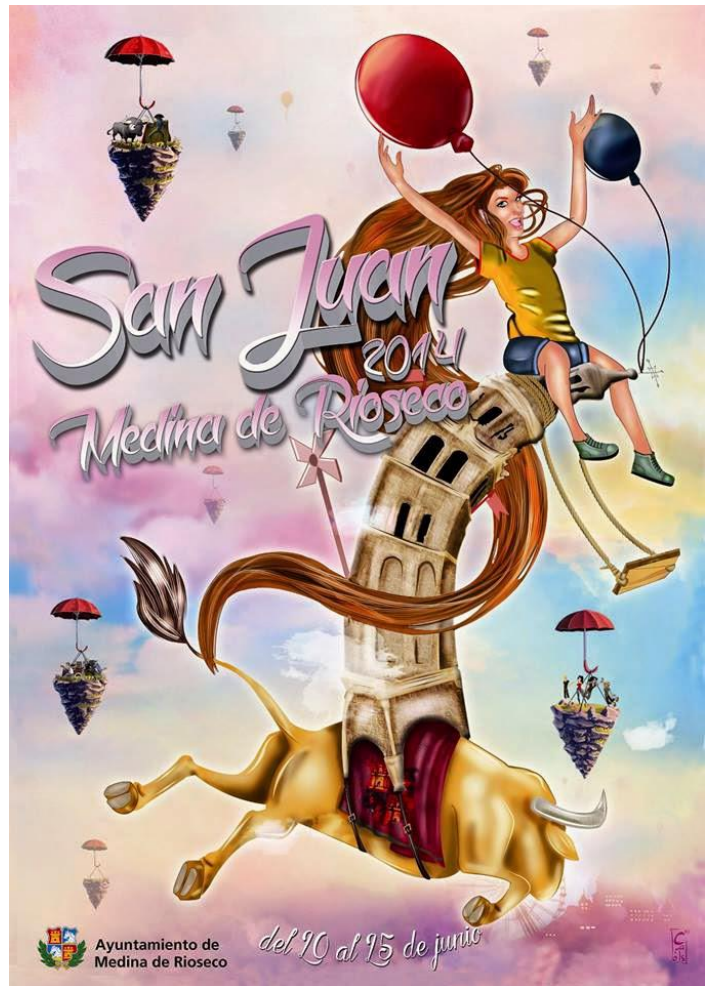
Animales: TORO

Paisajes: CIELO Y TORRE DE SANTA MARÍA

Escenas: CIELO

Logotipos: AYUNTAMIENTO DE MEDINA DE RIOSECO

Ubicación de logotipos: ESQUINA INFERIOR IZQUIERDA



Fuente: Carlos Badás

ANÁLISIS TIPOGRÁFICO

Texto:

SAN JUAN 2014 MEDINA DE RIOSECO: MAYÚSCULAS Y MINÚSCULAS
DEL 20 AL 25 DE JUNIO: MINUSCULAS

Párrafo:

SAN JUAN 2014 MEDINA DE RIOSECO: DERECHA
DEL 20 AL 25 DE JUNIO: CENTRADO

Tipo: DECORATIVO

Peso: BOOK

Proporción: REGULAR

Tamaño:

SAN JUAN 2014 MEDINA DE RIOSECO: MEDIANO
DEL 20 AL 25 DE JUNIO: PEQUEÑO

Color:

SAN JUAN 2014 MEDINA DE RIOSECO: DEGRADADO ROSA Y BLANCO CON SOMBRA
GRIS
DEL 20 AL 25 DE JUNIO: BLANCO

Ubicación:

SAN JUAN 2014 MEDINA DE RIOSECO: MITAD SUPERIOR IZQUIERDA
DEL 20 AL 25 DE JUNIO: ABAJO CENTRADO

COLORIMETRÍA

Colores principales utilizados: ROSA, MARRÓN Y AZUL

Color dominante: ROSA

Temperatura del color: CÁLIDO

Respuesta emocional color dominante: EFECTO ESTIMULANTE

FICHA 5

VARIABLES EXTERNAS

Cartel 5. San Juan 2015

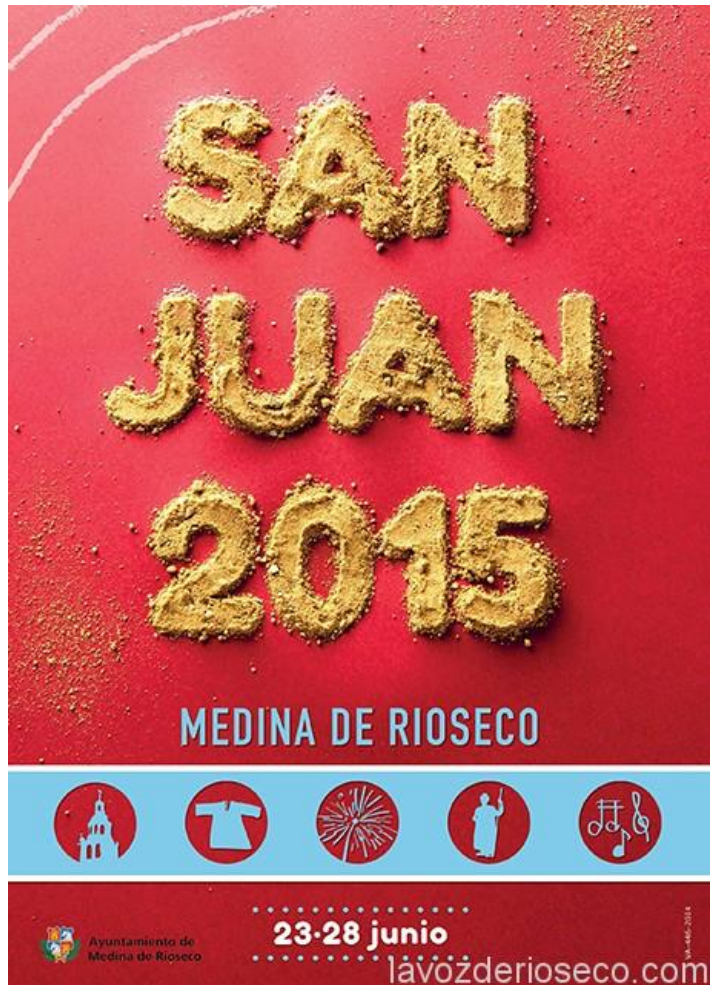
Título: Cartel de San Juan

Autor: Rocío Martín

Año: 2015

Tamaño: 297 x 420 CM

Técnica: ARENA



CONTENIDO

Personajes: NO

Animales: NO

Paisajes: NO

Escenas: NO

Logotipos: AYUNTAMIENTO DE MEDINA DE RIOSECO

Ubicación de logotipos: ESQUINA INFERIOR IZQUIERDA

Fuente: Rocío Martín

ANÁLISIS TIPOGRÁFICO

Texto:

SAN JUAN 2015: MAYÚSCULAS

MEDINA DE RIOSECO: MAYÚSCULAS

23-28 JUNIO: MINÚSCULAS

Párrafo: CENTRADO

Tipo: PALO SECO

Peso: BOLD

Proporción: REGULAR

Tamaño:

SAN JUAN 2015: GRANDE

MEDINA DE RIOSECO; 23-28 JUNIO: PEQUEÑO

Color: ARENA (MATERIAL USADO); AZUL; BLANCO

Ubicación:

SAN JUAN 2015: CENTRO

MEDINA DE RIOSECO; 23-28 JUNIO: MITAD INFERIOR

COLORIMETRÍA

Colores principales utilizados: ROJO Y AMARILLO

Color dominante: ROJO

Temperatura del color: CÁLIDA

Respuesta emocional color dominante: EXCITACIÓN Y ENERGÍA

FICHA 6

VARIABLES EXTERNAS

Título: Cartel de San Juan

Autor: Ana San José

Año: 2016

Tamaño: 297 x 420 CM

Técnica: ILUSTRACIÓN, TINTA PLANA

CONTENIDO

Personajes: NO

Animales: TOROS

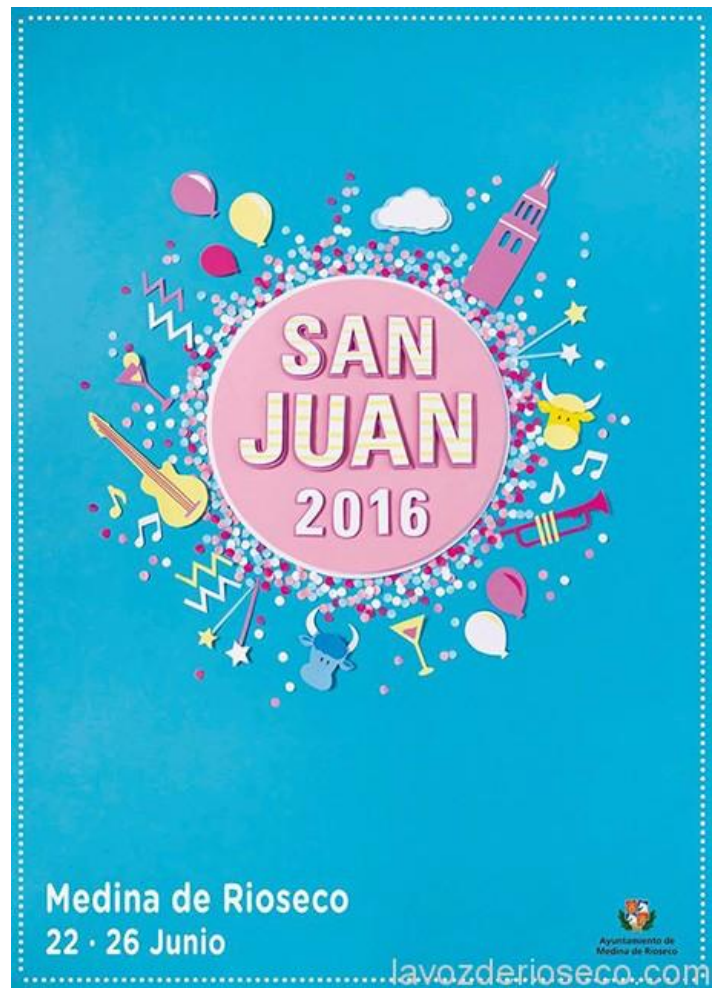
Paisajes: NO

Escenas: FESTIVA

Logotipos: AYUNTAMIENTO DE MEDINA DE RIOSECO

Ubicación de logotipos: ESQUINA INFERIOR DERECHA

Cartel 6. San Juan 2016



Fuente: Ana San José

ANÁLISIS TIPOGRÁFICO

Texto:

SAN JUAN 2016: MAYÚSCULAS

MEDINA DE RIOSECO 22-26 JUNIO: MAYÚSCULAS Y MINÚSCULAS

Párrafo:

SAN JUAN 2016: CENTRADO

MEDINA DE RIOSECO 22-26 JUNIO: IZQUIERDA

Tipo: PALO SECO

Peso: BOOK

Proporción: REGULAR

Tamaño:

SAN JUAN 2016: MEDIANO

MEDINA DE RIOSECO 22-26 JUNIO: PEQUEÑO

Color:

SAN JUAN 2016: BLANCO Y AMARILLO CON SOMBRA ROSA

MEDINA DE RIOSECO 22-26 JUNIO: BLANCO

Ubicación:

SAN JUAN 2016: CENTRO

MEDINA DE RIOSECO 22-26 JUNIO: ESQUINA INFERIOR IZQUIERDA

COLORIMETRÍA

Colores principales utilizados: AZUL, ROSA Y AMARILLO

Color dominante: AZUL

Temperatura del color: FRÍO

Respuesta emocional color dominante: SEGURIDAD Y TRANQUILIDAD

FICHA 7

VARIABLES EXTERNAS

Cartel 7. San Juan 2017

Título: Cartel de San Juan

Autor: Manuel Ezía

Año: 2017

Tamaño: 297 x 420 CM

Técnica: ILUSTRACIÓN, TINTA PLANA



Fuente: Manuel Ezía

CONTENIDO

Personajes: NO

Animales: NO

Paisajes: COSO DEL CARMEN, SANTA MARÍA, FÁBRICA DE HARINAS

Escenas: ARQUITECTÓNICA

Logotipos: AYUNTAMIENTO DE MEDINA DE RIOSECO

Ubicación de logotipos: PARTE INFERIOR CENTRADO

ANÁLISIS TIPOGRÁFICO

Texto: MAYÚSCULAS Y MINÚSCULAS

Párrafo: CENTRADO

Tipo: PALO SECO

Peso: BLACK

Proporción: CONDENSADA

Tamaño:

SAN JUAN 17: MEDIANO

MEDINA DE RIOSECO DEL 22 AL 26 DE JUNIO: PEQUEÑO

Color:

SAN JUAN MEDINA DE RIOSECO DEL 22 AL 26 DE JUNIO: BLANCO

17: AMARILLO

Ubicación: MITAD INFERIOR

COLORIMETRÍA

Colores principales utilizados: ROJO, AMARILLO Y BLANCO

Color dominante: ROJO

Temperatura del color: CÁLIDO

Respuesta emocional color dominante: EXCITACIÓN Y ENER

FICHA 8

VARIABLES EXTERNAS

Título: Cartel de San Juan

Autor: Pedro Benávides

Año: 2018

Tamaño: 297 x 420 CM

Técnica: CLAYMATION Y FOTOGRAFÍA

CONTENIDO

Personajes: HOMBRES, MUJERES Y NIÑOS

Animales: TORO

Paisajes: RÚA MAYOR

Escenas: URBANA

Logotipos: AYUNTAMIENTO DE MEDINA DE RIOSECO Y VEN A MEDINA DE RIOSECO

Ubicación de logotipos: ESQUINA INFERIOR IZQUIERDA

Cartel 8. San Juan 2018



Fuente: Pedro Benávides

ANÁLISIS TIPOGRÁFICO

Texto:

SAN JUAN 2018; DEL 21 AL 25 DE JUNIO: MINÚSCULAS

MEDINA DE RIOSECO: MAYÚSCULAS

Párrafo: DERECHA

Tipo: PALO SECO

Peso: BOLD

Proporción: CONDENSADA

Tamaño:

SAN JUAN: GRANDE

2018; MEDINA DE RIOSECO: MEDIANO

DEL 21 AL 25 DE JUNIO: PEQUEÑO

Color:

21;25;18; DE: ROJO

SAN JUAN; 20; DEL AL DE JUNIO; MEDINA RIOSECO: BLANCO

Ubicación: MITAD SUPERIOR

COLORIMETRÍA

Colores principales utilizados: NEGRO, BLANCO, AMARILLO Y ROJO

Color dominante: NEGRO

Temperatura del color: NEUTRO

Respuesta emocional color dominante: FUERZA

FICHA 9

Cartel 9. San Juan 2019

VARIABLES EXTERNAS

Título: Cartel de San Juan

Autor: Jesús Corral

Año: 2019

Tamaño: 297 x 420 CM

Técnica: ILUSTRACIÓN

CONTENIDO

Personajes: NO

Animales: NO

Paisajes: SKYLINE MEDINA DE RIOSECO

Escenas: URBANA

Logotipos: AYUNTAMIENTO DE MEDINA DE RIOSECO, VEN A MEDINA DE RIOSECO Y EDICIÓN MIC

Ubicación de logotipos: PARTE SUPERIOR CENTRADOS



Fuente: Jesús Corral

ANÁLISIS TIPOGRÁFICO

Texto: MAYÚSCULAS

Párrafo:

SAN JUAN 19; 20-24 JUNIO: DERECHA

MEDINA DE RIOSECO: CENTRADO

Tipo: PALO SECO

Peso: MEDIUM

Proporción: REGULAR

Tamaño:

SAN JUAN 19: MEDIANO

20-24 JUNIO; MEDINA DE RIOSECO: PEQUEÑO

Color: BLANCO

Ubicación:

SAN JUAN 19; 20-24 JUNIO: CENTRO

MEDINA DE RIOSECO: ABAJO CENTRADO

COLORIMETRÍA

Colores principales utilizados: ROSA, MORADO Y BLANCO

Color dominante: ROSA

Temperatura del color: CÁLIDO

Respuesta emocional color dominante: EFECTO ESTIMULANTE

FICHA 10

VARIABLES EXTERNAS

Cartel 10. San Juan 2021

Título: Cartel de San Juan

Autor: Altea García

Año: 2021

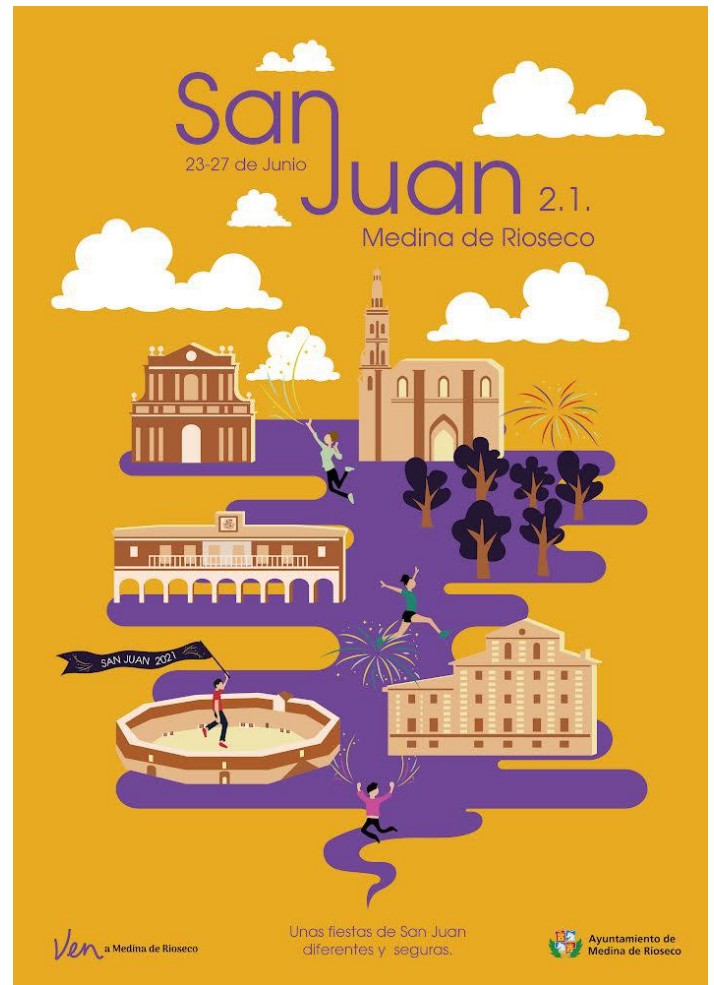
Tamaño: 297 x 420 CM

Técnica: ILUSTRACIÓN, TINTA PLANA

CONTENIDO

Personajes: HOMBRE Y MUJER

Animales: NO



Fuente: Altea García

Paisajes: COSO DEL CARMEN, FÁBRICA DE HARINAS SAN ANTONIO, AYUNTAMIENTO, SANTA CRUZ Y SANTA MARÍA

Escenas: ARQUITECTÓNICAS

Logotipos: AYUNTAMIENTO DE MEDINA DE RIOSECO Y VEN A MEDINA DE RIOSECO

Ubicación de logotipos: ESQUINAS INFERIORES

ANÁLISIS TIPOGRÁFICO

Texto: MAYÚSCULAS Y MINÚSCULAS

Párrafo:

SAN JUAN 21; 23-27 DE JUNIO; MEDINA DE RIOSECO: QUEBRADO
UNAS FIESTAS DE SAN JUAN DIFERENTES Y SEGURAS: CENTRADO

Tipo: PALO SECO

Peso: LIGHT Y EXTRA LIGHT

Proporción: REGULAR

Tamaño:

SAN JUAN: MEDIANO
21; 23-27 DE JUNIO; MEDINA DE RIOSECO; UNAS FIESTAS DE SAN JUAN DIFERENTES Y
SEGURAS: PEQUEÑO

Color: MORADO

Ubicación:

SAN JUAN 21; 23-27 DE JUNIO; MEDINA DE RIOSECO: MITAD SUPERIOR CENTRADO
UNAS FIESTAS DE SAN JUAN DIFERENTES Y SEGURAS: ABAJO CENTRADO

COLORIMETRÍA

Colores principales utilizados: AMARILLO Y MORADO

Color dominante: AMARILLO

Temperatura del color: CÁLIDO

Respuesta emocional color dominante: OPTIMISMO Y ALEGRÍA

FICHA 11

Cartel 11. San Juan 2022

VARIABLES EXTERNAS

Título: Cartel de San Juan

Autor: Carmen Sánchez

Año: 2022

Tamaño: 297 x 420 CM

Técnica: ILUSTRACIÓN, TINTA PLANA

CONTENIDO

Personajes: HOMBRES, MUJERES Y NIÑOS

Animales: TORO Y CABALLO

Paisajes: IGLESIA DE SANTA MARÍA

Escenas: FESTIVA

Logotipos: AYUNTAMIENTO DE MEDINA DE RIOSECO Y VEN A MEDINA DE RIOSECO

Ubicación de logotipos: ESQUINAS INFERIORES



Fuente: Carmen Sánchez

ANÁLISIS TIPOGRÁFICO

Texto:

SAN JUAN 2022; MEDINA DE RIOSECO: MAYÚSCULAS
DEL 22 AL 26 DE JUNIO; MÁS UNIDOS. QUE NUNCA: MAYÚSCULAS Y MINÚSCULAS

Párrafo:

SAN JUAN 2022; DEL 22 AL 26 DE JUNIO: JUSTIFICADO
MEDINA DE RIOSECO; MÁS UNIDOS QUE NUNCA: CENTRADO

Tipo:

SAN JUAN 2022; MEDINA DE RIOSECO: DECORATIVA
DEL 22 AL 26 DE JUNIO; MÁS UNIDOS QUE NUNCA: PALO SECO

Peso: LIGHT

Proporción: REGULAR

Tamaño:

SAN JUAN 2022: GRANDE
MEDINA DE RIOSECO: MEDIANA
DEL 22 AL 26 DE JUNIO; MÁS UNIDOS QUE NUNCA: PEQUEÑA

Color:

SAN JUAN; MEDINA DE RIOSECO: NARANJA
2022; DEL 22 AL 26 DE JUNIO; MÁS UNIDOS QUE NUNCA: NEGRA

Ubicación:

SAN JUAN 2022; DEL 22 AL 26 DE JUNIO: MITAD SUPERIOR CENTRADO
MEDINA DE RIOSECO; MÁS UNIDOS QUE NUNCA: MITAD INFERIOR CENTRADO

COLORIMETRÍA

Colores principales utilizados: NARANJA, ROSA Y AMARILLO

Color dominante: NARANJA

Temperatura del color: CÁLIDO

Respuesta emocional color dominante: DIVERSIÓN Y MOTIVACIÓN

ANEXO 2. BOCETOS







SAN JUAN 2023

22 - 26 Junio

Medina de Rioseco



Fuente: Elaboración propia

ANEXO 3. PROPUESTA CREATIVA



Fuente: Elaboración propia

