



UNIVERSIDAD DE JAÉN

Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación

Trabajo Fin de Grado

CARTELES DE LA GUERRA CIVIL ESPAÑOLA

Alumno/a: Fara María Moya Arias

Tutor/a: Prof. D. José Manuel Almansa Moreno

Dpto.: Patrimonio Histórico

ÍNDICE

I.Contexto Histórico.	
I.1. Antecedentes de la Guerra Civil española.....	4
I.2. Conspiración militar: Golpe de Estado.	5
I.3. Guerra Civil española.....	6
II.Propaganda Visual.	
II.1. Impresión en papel.	9
II.2. El cartel del siglo XIX.	11
II.3. El cartel al servicio de la revolución y la guerra.....	13
III.Carteles de la Guerra Civil española.	
III.1. La España republicana.....	17
III.2. La España nacionalista.	23
IV. Difusión de la Guerra Civil española.	27
Conclusiones.....	29
Bibliografía.....	31
Anexo Gráfico.	34

CARTELES DE LA GUERRA CIVIL ESPAÑOLA

Resumen.

Desde la proclamación de la República española en 1931, se creó un verdadero ejército de pintores, dibujantes y artistas gráficos. Quiénes usaron una estética de vanguardia en la que se concedió un valor artístico excepcional a sus carteles.

Los carteles durante la Guerra Civil española fue uno de los más intensos momentos de manifestación masiva del arte. Los artistas continuaron el mismo camino que los diseñadores gráficos de la Primera Guerra Mundial, expresando en las paredes de la ciudad sus ideas y sentimientos arraigados debido a la carga política de ese periodo.

Por eso, el uso de la propaganda pasará a la historia, dando a los artistas libertad creativa al romper con el uso tradicional del arte.

Palabras Claves.

Carteles- arte de masas- propaganda política- Guerra Civil española.

Abstract.

Ever since the proclamation of the Spanish Republic in 1931, a true army of painters, drawers and graphic artists was created. Who they used a state of the art aesthetic in which an exceptional artistic value was conceded to their posters.

The production of posters during the spanish civil war was one of the most intense moments of the massive manifestation of art. Artists continued the same path that graphic designers from the First World War, expressing on the city walls their ideas and rooted feelings due to the political burden of that period.

Because of that, the use of propaganda will go down in history, giving artists creative freedom by breaking away from the traditional use of art.

Keywords.

Posters -social art -Politic propaganda- Spanish Civil War.

Objetivos.

Con la elaboración de este Trabajo Fin de Grado se pretende realizar un análisis de los carteles del bando republicano y del bando nacionalista de la Guerra Civil española, abordando el tema desde una perspectiva histórica.

Con el muestrario de las imágenes propagandísticas se desarrolla un pensamiento reflexivo y crítico, hacia el papel que juega el arte de masas en el conflicto bélico.

Junto al estudio de las principales técnicas usadas y el dar a conocer a algunos de los referentes artísticos de la cartelería.

Metodología.

Una vez establecido el tema, se ha empleado la búsqueda de diversas fuentes bibliográficas y otros recursos de investigación bajo el método heurístico.

La consulta se ha basado fundamentalmente sobre monografías de historia; historia del diseño gráfico; como de diversos libros de arte editados por escritores, periodistas y fundaciones. Así mismo, con el apoyo de algunos recursos de páginas web.

Con una previa selección de la cartelería a estudiar de ambos bandos para la reconstrucción visual y cronológica del momento histórico.

Siendo este segundo aspecto solventado a través del método sociológico, en el que se ha tenido en cuenta los factores económicos, políticos y culturales de España entre los años 1936 a 1939.

I. Contexto Histórico.

I.1. Antecedentes de la Guerra Civil española.

En sustitución a la monarquía de Alfonso XIII se proclama el 14 de abril de 1931 la Segunda República [Fig. 1], estableciendo una democratización política en una España que se vio envuelta en varios factores de desequilibrios demográficos, económicos y sociales.

Con un incremento de la población, comenzó un notable número de individuos que se encontraba en situación de desempleo. Esto hizo que España se mantuviese en un ritmo propio de precariedad social, que no se vio favorecida por la ley de reforma agraria constituida por los partidos políticos.

Incluso, José Antonio Primo de Rivera¹, como acusación de la situación de la sociedad campesina, denuncia la desigualdad de la tasación de hectáreas agrarias concebidas por el ministerio.

En líneas generales, el problema no lo supieron solventar ni la República de izquierdas ni la de derechas; en cambio, quedó planteado en el Parlamento y en los proyectos de Ley los fallos estructurales en el reparto de la propiedad.

Una de las figuras claves de la rebelión civil que se iba a producir en España era Francisco Franco Bahamonde, conocido como uno de los generales más jóvenes europeos a la edad de veinticuatro años, conseguido tras un rápido ascenso en su carrera militar.

El papel que desempeñó en las sucesivas campañas de Marruecos le otorgó el hacerse cargo de la Legión, un grupo militar de élite que tendría una importante participación en la Guerra Civil española.

Francisco Franco se mantuvo cerca de la política, motivo por el que se traslada a Madrid durante la dictadura de Primo de Rivera, quién le concedió el puesto de director de la Academia General Militar de Zaragoza. Posteriormente es nombrado *gentilhombre* de cámara por parte de la corona, por lo que estaba totalmente identificado tanto con la monarquía como con la dictadura.

¹ Político fascista español y fundador de la Falange. Hijo primogénito del dictador Miguel Primo de Rivera, decidió entrar en política para defender la memoria de su padre, generalmente dañada en los años del hundimiento de la dictadura y de la implantación de la Segunda República. En 1933, integra una coalición conservadora para lanzar un nuevo partido de inspiración fascista, atraído por los modelos de Mussolini y Hitler. [Disponible en: [https:// www. biografiasyvidas.com](https://www.biografiasyvidas.com)].

Ya en 1931, el nuevo régimen republicano cerró la Academia, y una de las reformas que se llevó a cabo fue la de reorganizar drásticamente el ejército español.

Manuel Azaña, nuevo ministro de Guerra, se propuso a poner el ejército en su sitio; reduciendo en más de una ocasión los salarios de los oficiales junto a la revisión de los ascensos aprobados durante la dictadura (manteniendo el grado de General a Franco finalmente).

Las reformas tuvieron poco efecto en las fuerzas armadas, pero hubo más de una dimisión por parte de algunos de los oficiales. Y los que permanecieron, comenzaron a conspirar frente al nuevo régimen, dejando algunas revueltas frustradas en Sevilla y Madrid.

La victoria del centro-derecha (1933) alteró la situación, la Falange había comenzado a conspirar seriamente contra el sistema republicano, y por ello fue la dirección falangista nacional de Madrid arrestada, de los cuales la mayoría nunca recobraría la libertad.

En el Parlamento del Frente Popular existía una tensión política que rotaba toda posibilidad de colaboración o acuerdo entre las izquierdas burguesas y las derechas de la oposición, frente a una creciente amenaza de revolución proletaria.

Existía un clima de violencia ligado a las reivindicaciones de los ciudadanos, reflejado en una España en la que los campesinos ocupaban tierras; los mineros proclamaban una revolución en Asturias; diversas huelgas en la capital; y combates callejeros entre los militantes revolucionarios y los falangistas.

Es el jefe del Bloque Nacional, José Calvo Sotelo, quién denunció los actos violentos asentando un sentimiento de hostilidad hacia la mayoría de los miembros parlamentarios.

Con su asesinato se precipitó una incitación dirigida al estamento militar para un Golpe de Estado y un comienzo de una Guerra Civil española.

I.2. Conspiración militar: Golpe de Estado.

España estaba dividida entre el Frente Popular y los nacionalistas que tenían el apoyo de los generales. El gobierno resultó completamente incapaz de controlar la

situación, “desde el 17 de febrero hasta el 17 de julio se produjeron 213 intentos de asesinato y 113 huelgas generales locales, con un saldo de 269 muertos y 1.287 heridos”².

Debido a la preocupación de un golpe militar, el Ministro de Guerra dejó a un lado a los altos mandos militares, enviando a Franco a las Islas Canarias. Y los generales exiliados comenzaron a planear un golpe de estado con una estrategia decisiva.

El 18 de julio de 1936 Francisco Franco se dirige hacia Marruecos, donde el regimiento le juró lealtad bajo la causa nacionalista.

La flota de la marina era crucial para garantizar el transporte de más de 30.000 hombres a través del estrecho de Gibraltar, pero no pudo realizarse por la negación de ésta. Y con respecto a la aviación, existía una minoría de oficiales que no eran simpatizantes de la izquierda. Por lo que, Franco recurrió a Hitler y Mussolini, que les proporcionaron los aviones de la fuerza aérea alemana e italiana, considerándose el primer transporte aéreo de estas magnitudes en la historia moderna, y ambos aprovecharon la oportunidad de utilizar España como campo de pruebas para sus nuevas armas.

Mientras otros generales combatían por toda España, Franco se dirigió hacia Madrid, donde el regimiento de Marruecos se enfrentó con gran crueldad a la población civil. Muchos de los grupos de izquierdas de la capital, fueron acorralados y fusilados durante varios meses, y mientras tanto, para afianzar aún más su poder, Franco se vio reflejado mundialmente como la imagen de un gran líder militar en un comunicado de prensa celebrado en septiembre de 1936.

I.3. Guerra Civil española.

Franco convoca una reunión con los máximos dirigentes nacionalistas, y es nombrado como el General Jefe de los Ejércitos, por votación, como resultado de su experiencia en combate, conocimiento político y contactos.

Se convirtió por ello en el Generalísimo, y este hecho fue de un gran paso hacia su dictadura. Y para alcanzarla, necesitaba el apoyo de las élites españolas, la Iglesia, el Ejército, las clases aristocráticas y los grandes empresarios.

Junto a la caída de Badajoz (14 de agosto de 1936), donde el general Juan Yagüe Blanco (enviado desde la legión africana para reprimir a los obreros sublevados) hizo

² G. PAYNE, Stanley. *El régimen de Franco*. Madrid: Alianza Editorial, p. 106.

masacrar a miles de milicianos prisioneros, mientras Franco decide prestar ayuda a los rebeldes asediados en el alcázar de Toledo un mes antes³ [Fig. 2].

Este punto estratégico es importante para obtener el apoyo de la Iglesia, como centro de historia del catolicismo en España. El ejército franquista aplastó el grupo republicano ubicado allí, siendo filmado por los noticiarios que dejaron constancia del salvador del catolicismo español [Fig. 3].

En octubre del mismo año, las fuerzas nacionalistas ya habían tomado la mayoría de la parte occidental de España. La Unión Soviética y México van a ser los únicos países que acudirán al auxilio de la República, a pesar de su adhesión a la política de no intervención preconcebida por Francia y el Reino Unido, la URSS proporciona armas y hombres⁴. He incluso Stalin autoriza el reclutamiento de las Brigadas Internacionales⁵, suministrándoles armas, aviones he incluso tanques.

Parecía que la balanza estaba equilibrada entre las ayudas generadas por Mussolini y Hitler hacia los nacionalistas, y Stalin con los republicanos; pero en noviembre, Hitler decide enviar un grupo aéreo alemán de aviación conocido como la *Legión Cóndor*, tratándose de aproximadamente de 100 aviones de combate que protagonizarían los bombardeos dirigidos hacia la población civil. Esto era una de las técnicas más empleadas para debilitar el adversario, y dejó un final devastador en Madrid [Fig. 4], Barcelona, Valencia y en el País Vasco. Esta última comunidad autónoma es sistemáticamente bombardeada, dejando a Guernica como una ciudad prácticamente fantasma el 26 de abril de 1937.

La aviación alemana a las órdenes del general Franco destruye la ciudad en varias oleadas, sufriendo la misma suerte días antes la ciudad de Durango.

Las terribles fotografías que muestran la amplitud de las destrucciones de Guernica sacudirán a la opinión pública mundial. Los franquistas, después de recuperar la ciudad, dejarán trabajar a los fotógrafos, pero afirmarán que los republicanos incendiaron la localidad ⁶ [Fig. 5].

No obstante, el horror de lo ocurrido quedará reflejado en el mural realizado por el pintor malagueño Pablo Picasso, que tras ver las trágicas imágenes en el periódico

³ LEFEBRE-PEÑA, Michel. *Guerra Gráfica. Fotógrafos, artistas y escritores en guerra*. Madrid: Clunwerg, 2013, p. 93.

⁴ *Ibidem*, p.86.

⁵ 35.000 hombres y mujeres de 53 países distintos se agruparon en las Brigadas Internacionales que acudieron a España en auxilio del gobierno de la Segunda República. [Disponible en: <https://brigadasinternacionales.org>].

⁶ LEFEBRE-PEÑA, Michel. *Op. Cit.*, p. 137.

francés *Ce Soir*, se pone en contacto con el director general de Bellas Artes de la República (Josep Renau) para representar una escena de carácter trágico que se convertiría en todo un emblema del desgarrador conflicto, y es expuesta en el pabellón español de la *Exposición Universal de 1937* en París.

Desde finales de ese mismo año a principios de 1938, surgieron diversos intentos de ofensivas por parte de los republicanos en zonas como Santander, Teruel y un incansable intento de mantener Madrid. Pero el ataque franquista avanzó sucesivamente en zonas como Aragón, haciendo finalmente suya Cataluña con una caída de Barcelona, descomponiendo el bando republicano a marchas forzadas.

La *Batalla del Ebro* (25 julio – 16 noviembre de 1938), fue sin duda una de las más sangrientas de toda la guerra, y la que supuso la destrucción total del ejército rojo.

El mando republicano aceptó una batalla de desgaste “en condiciones de la inferioridad militar-escribía más adelante el ministro comunista Jesús Hernández- que, transcurridos los primeros treinta días, más que una batalla era el suicidio colectivo de las mejores tropas del ejército popular”⁷ [Fig. 6].

Se convirtió por ello, en una dura lucha de combates de trincheras con un final perjudicial para los republicanos.

El 30 de octubre, coincidiendo con el momento en el que las tropas de las Brigadas Internacionales abandonan Barcelona, comienza una contraofensiva final con la grave derrota ⁸.

En 1939, mientras España se desgarraba, Europa se preparaba para la guerra. Por lo que la Unión Soviética retiró su apoyo a la República en febrero, haciendo que el ejército del Frente Popular se derrumbase [Fig. 7].

Surge una oleada humana de refugiados que huyen del avance franquista y se dirigen hacia Francia, [Fig. 8 y 9] donde la frontera terminó abriéndose por parte de las autoridades francesas que “no se esperaban una catástrofe humanitaria de tal calibre, con unos cuatrocientos cincuenta mil refugiados a los que alimentar y alojar”⁹.

Al dirigirse finalmente las tropas de Franco hacia la capital madrileña, es ésta ocupada el 28 de marzo de 1939, rindiéndose sucesivamente los días posteriores Jaén, Ciudad Real, Albacete, Cuenca, Valencia, Almería, Murcia, Cartagena y Menorca.

⁷ VV.AA. (Coord: UBIETO, Antonio). *Introducción a la historia de España*. Barcelona: Editorial Teide, 1967, pp. 966-967.

⁸ VV.AA. (Coord: BELLIDO GANT, M^a Luisa). *Historia del siglo XX 1900-1942*. Barcelona: Oceano, 2002, p. 345.

⁹ LEFEBRE-PEÑA, Michel. *Op. Cit.*, p. 284.

Estados Unidos reconoce el gobierno de Franco y el Vaticano le envía su bendición apostólica, instaurando el Caudillo una dictadura militar respaldada por la Falange como partido único.

Se inicia un periodo en la historia de España con un gran número de exilios por parte de la población civil, arrestos selectivos, un adoctrinamiento de la población hacia fines católicos y una consolidación de su poder hacia la violencia.

El número de muertos de la barbarie oscila en 600.000 víctimas mortales, de las cuales 20.0000 fueron ejecutadas durante la guerra civil. Tras la finalización de ésta, la represión franquista se cobró entre 20.000 y 50.000 vidas ¹⁰ [Fig. 10].

II. Propaganda Visual.

II.1. Impresión en papel.

La impresión sobre papel tiene un proceso común hasta finales del siglo XX, predominando la técnica de la litografía; el fotograbado; y la impresión tipográfica.

En 1830 se realiza las primeras litografías por el inventor alemán Aloys Senefelder (1771-1834), en las que a partir de una piedra litográfica sensible a la luz se podían reproducir imágenes fotográficas.

Con su evolución, se transforma en un delicado desarrollo de impresión comercial, donde cabía la posibilidad de separar una imagen en los tres colores de la “gama proceso” (cyan, magenta y amarillo) y un cuarto tono (negro). Con estos cuatro colores (CMYK), se podían crear reproducciones de imágenes a todo color¹¹.

Esta técnica permitió la liberación del artista de la dependencia del grabador, y llevó al público una imagen directa y sin intermediarios de la reproducción del dibujo original.

Mediante el proceso de la litografía, en las zonas donde iban a ir las imágenes, se aplicaba una sustancia grasa adhiriéndose la tinta. Que es posteriormente, repelida en la superficie en la que no se va a imprimir mediante la retención de una fina película de agua.

¹⁰ Los interrogantes de la Guerra Civil. [Disponible en [https:// www. lavanguardia.com](https://www.lavanguardia.com)].

¹¹ HASLAM, Andrew. *Creación, diseño y producción de libros*. Barcelona: Blume, 2007, p. 211.

La imagen tintada se transfiere a la superficie del papel presionándolo sobre la plancha obteniendo la impresión, mientras que la parte húmeda sin tinta no deja marca alguna¹² [Fig. 11].

Para una ilustración en dos o tres colores, éstos se aplicaban en sucesión y en hojas distintas. Siendo realizado un color por hoja para formar bloques de fotograbados individuales. Y una vez montado sobre un bloque rectangular se encajaba con el material de espaciado, antes de transferirlo a la prensa para su impresión.

Cada color se imprimía por separado, limpiándose los cilindros de tinta de la prensa después de cada operación. Finalmente, se suministraban una prueba para la revisión final [Fig. 12].

Por su parte, el fotograbado (proceso basado en la fotografía) se realiza en grandes tiradas impresas por medio de varios procesos [Fig.13]. El primero es denominado como fotograbado de pluma, creando una simulación tonal con líneas entrecruzadas; y el segundo por medio de un fotograbado directo, donde se interpone una trama mecánica que permite descomponer la imagen en partes pequeñas y una reproducción discontinua de las sombras o medios tonos¹³.

En los inicios de esta técnica, la armonía era difícil de conseguir en una obra, debido al fuerte contraste de los blancos puros, o a la ausencia de ellos cuando la imagen no tenía ningún contraste dejando una gama de tonos de grises.

Con respecto a la impresión tipográfica, deja ilustraciones en una base en relieve, cuando la tinta se deposita en la superficie elevada de la plancha xilográfica y sobre un papel rectangular.

El tipo de texto y su composición, se realizaba mediante la técnica del espaciado [Fig. 14 y 15]. Teniéndose en cuenta el dibujo de las letras con su carácter propio y el trabajo de diferentes tipos.

Una de las más utilizadas en la publicidad son las tipografías con remates de terminación cuadrangular [Fig.16]; valorando el grosor o el perfil que facilitaba la legibilidad¹⁴.

¹² *Ibidem.* p. 211.

¹³ GALLEGO GALLEGO, Antonio. *Historia del grabado en España*. Madrid: Cátedra, 1990, p. 367.

¹⁴ MALYSHAVA, Anzhela. *La producción gráfica en las imprentas de Alzira. Años 1881-2000*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia, 2013, p. 48.

La evolución que existe en los métodos del trabajo en la imprenta se ve reflejado en Europa anunciando el estilo modernista *Liberty*, teniendo una importante influencia en el arte gráfico.

Una de las tipografías preferidas por los diseñadores modernistas fue la *Grotesk fina*, siendo vanguardista de su época. Es usada por una de las personalidades más destacadas en el diseño de libros. F. W. Kleuns (1878-1956) en 1910 para ilustrar el cartel de un catálogo de exposición [Fig. 17].

Generalmente la tipografía era compuesta por el impresor en función de algunas instrucciones básicas del artista, ya que la forma de las letras estaban preparadas, y la elección de fuentes era muy limitada¹⁵. En otras ocasiones, algunos diseños eran realizados manualmente por el propio grafista, buscando la espontaneidad y el carácter único.

II.2. El cartel del siglo XIX.

Una de las funcionalidades del cartel es que su mensaje escrito sea visible desde cierta distancia para un reclamo publicitario. Pero no era una señal meramente indicativa, sino un estímulo que buscaba una respuesta por medio de la combinación de la imagen y el texto.

Debido al aumento que hubo de estas imágenes gráficas, a partir de 1762 fueron prohibidas en Francia por motivos de seguridad vial. Pero con la Revolución Francesa el cartelismo político cobra auge, contribuyendo a una difusión de ideas y consignas que el ritmo de los acontecimientos requería¹⁶.

El litógrafo francés Jules Chéret (1836-1933) es considerado como el padre del cartel moderno. Inundó París con unas imágenes que cambiaron radicalmente el paisaje de la ciudad, dejando como resultado un gran instrumento de influencia social e inspirador de modas. [Fig. 18].

Toulouse-Lautrec (1864-1901) culminó el esplendor del procedimiento que ya había alcanzado madurez con Chéret.

¹⁵ HOLLIS, Richard. “La Vanguardia y el diseño gráfico”. [En]. (Coord: FONTÁN DEL JUNCO, Manuel). *La Vanguardia aplicada 1890-1950*. Madrid: Fundación Juan March, 2012, p. 23.

¹⁶ VV.AA. (Coord: GÓMEZ CEDILLO, Adolfo). *El mundo contemporáneo*. Madrid: Alianza, 2003, p. 433.

Abrió las puertas a un nuevo diseño del cartel con un patrón dinámico de formas planas, en la que los espectadores de la escena se remarcaban en siluetas negras.

Marcó por ello un desarrollado estilo ilustrativo que captaba la vida nocturna de París de finales del siglo XIX¹⁷ [Fig. 19].

En diversas ocasiones trabajaba con Théophile Alexandre Steinlen (1859-1923), que dejó una extensa producción de carteles y estampas. Los dos mantenían una gran influencia en el otro, pero Steinlen diseñaba imágenes con fluidos trazos y juego de colores planos con repeticiones del dibujo de gatos [Fig. 20].

Debido a su radicalismo político y su afiliación socialista, representó el realismo social a través de la pobreza, la explotación y la clase trabajadora de París [Fig. 21]. Su gran cartel para la imprenta de Charles Verneau muestra a varios personajes de la vida cotidiana casi de tamaño natural.

Steinlen dejó más de dos mil estampas de revistas con ilustraciones internas, doscientas carátulas de música, más de un centenar de ilustraciones de libros y tres docenas de carteles de gran formato¹⁸.

Para la cartelería de menor tamaño, el artista checo Alphonse Mucha (1860-1939) demostró a través de las mujeres que representaba, un modelo de imitación en muchos de sus contemporáneos. Se trataba de composiciones en las que el espacio ornamentado servía de marco (tomado como influencia del *Art Nouveau*¹⁹) para mostrar el exotismo y la sensualidad en jóvenes que marcaban todo un icono de belleza [Fig. 22].

En el ámbito español el nombre de Ramón Casas (1866-1932) va unido a las primeras décadas de expansión de la cartelería, ya generalizada en toda Europa.

Como uno de los precursores del cartel artístico en Cataluña, incorpora una visión moderna en el grafismo que daba publicidad al conocido café *Els Quatre Gats*, (siendo uno de sus fundadores).

En sus obras, se anunciaban diferentes actividades que el local presentaba a los clientes que habitualmente conformaban sus tertulias. Y servían como propaganda de los

¹⁷ B. MEGGS, Philip, y W. PURVIS, Alston. *Historia del diseño gráfico*. Barcelona: RM, 2009, p. 210.

¹⁸ *Ibidem*. p. 213.

¹⁹ Art Nouveau (final del S.XIX y principios del S.XX): término modernista dado en Bélgica, Francia y España. Sus características se mueven por inspiración de la naturaleza con motivos orgánicos y vegetales; uso de la línea curva; imágenes femeninas llevadas por medio de la sensualidad de ondas en los cabellos; y la influencia de estampas japonesas. [Disponible en: B. MEGGS, Philip, y W. PURVIS, Alston. *Historia del diseño gráfico*. Barcelona: RM, 2009, p. 205].

distintos artistas que triunfaban en él, conectando directamente con las imágenes que ofrecía Toulouse Lautrec en los interiores de los locales de las noches parisinas [Fig. 23].

II.3. El cartel al servicio de la revolución y la guerra.

Ya entrado el siglo XX, la influencia que ejercía el cartel era muy diferente al siglo anterior. Junto con las vanguardias históricas, se encontraba los movimientos del constructivismo ruso o la Bauhaus²⁰. Escuela fundada por Walter Gropius (1 de abril de 1919) en Weimar, Alemania. Donde se impartían clases que alternaban la artesanía, arquitectura, arte y diseño.

Asentó las bases del diseño gráfico mediante un nuevo estilo tipográfico con el que se emplearon exclusivamente las fuentes de *Sans-Serif* y *Bayer*. Una imagen con formas limpias, simples y construida en forma racional, siendo todo un ejemplo de lo que se impartía en sus enseñanzas. [Fig. 24].

A partir de entonces, se anuncia un nuevo concepto de la tipografía en las artes gráficas, basada en una construcción sencilla y sin adornos.

Los carteles bélicos de la Primera Guerra Mundial presentaban el conflicto como una cruzada, donde se podían encontrar imágenes dirigidas hacia el reclutamiento y los que solicitaban dinero en forma de préstamo de guerra²¹. Junto al tipo de representaciones del bando contrario, visto como el villano, que será una de las fórmulas en la que se basarán los carteles de conflictos posteriores en toda Europa.

Como uno de los carteles de reclutamiento que se cita con más frecuencia en Gran Bretaña, es la del artista gráfico Alfred Leete (1882-1933), con *Your Country Needs You* (Tu país te necesita) [Fig. 25], en el que el dedo acusador señala directamente al espectador.

Otros diseños representaban la lucha promovida por el sentimiento de valentía, reflejado en uno de los carteles del pintor, ilustrador y dibujante francés Abel Faivre (1867-1945).

²⁰ [Disponible en: *Bauhaus, la escuela que cambió el arte (y el mundo), cumple 100 años*, <https://www.elpais.com>].

²¹ BARNICOAT, Jhon. *Los carteles, su historia y su lenguaje*. Barcelona: Gustavo Gill, 1972, p. 222.

Su obra *¡On les aura!*, [Fig. 26] es un ejemplo de diseño basado en el dibujo que recuerda mucho al sentimiento que suscita la *Libertad guiando al pueblo* de Delacroix.

Los dadaístas Jhon Heartfield (1891-1968) y George Grosz (1893-1959), demostraron las firmes convicciones políticas revolucionarias para despertar la conciencia pública y promover un cambio social²².

El primero, se trata del fundador del dadaísmo en 1919, un movimiento artístico conocido como el *Movimiento Dadá*, creado por un grupo de artistas refugiados en Zurich durante la Primera Guerra Mundial. Esto, le fue de provecho para utilizar sus imágenes violentas, por medio del fotomontaje, como una gran arma de propaganda [Fig. 27 y 28], enviando desde Suiza sus obras por correo a los dirigentes nazis en versión de tarjeta postal.

Por otra parte, George Grosz (1893-1959) atacó a la sociedad corrupta con sátiras y caricaturas [Fig. 29], y defendió un sistema social sin clases.

Otro artista alemán, conocido por su gran trabajo dentro del diseño gráfico y tipográfico, es Lucian Bernhard (1883-1972). Quién, curiosamente adoptó un enfoque medieval en varios de sus carteles bélicos.

El cartel litográfico dibujado a mano en rojo y negro para la campaña de empréstitos (préstamos concedidos por el Estado) de guerra en el año 1915²³ [Fig. 30]. Muestra un fuerte sentimiento militarista que se amplifica mediante la inscripción gótica: *Este es el cambio hacia la paz, ¡así lo quiere el enemigo! ¡Por eso, suscríbase al empréstito de guerra!*

En Estados Unidos, uno de los más populares ilustradores, Joseph C. Leyendecker (1874-1951), realizó grandes producciones visuales que promovían el patriotismo a la sociedad estadounidense.

Un encargo que realiza para honrar el papel de los escultistas en la tercera campaña de préstamos para la libertad [Fig. 31], representa un canon de belleza que se convierte en una representación inconfundible de la técnica pictórica del autor con pinceladas planas.

La imagen presenta a la Libertad envuelta en la bandera con un escudo en la mano, a punto de coger una espada que sostiene un escultista, en la que tiene inscrito “prepárate”.

²² B. MEGGS, Philip, y W. PURVIS, Alston. *Historia del diseño...*, p. 259.

²³ *Ibidem*. p. 275.

El patriotismo público que se desató en Estados Unidos, sirvió para muchos artistas en sus ilustraciones, en el caso de James Montgomery Flagg (1877-1960) fue llevado al extremo, con la realización de más de cuarenta y seis carteles bélicos durante el año y medio que EE. UU intervino en la guerra.

Una de sus obras más célebres es la de un cartel de reclutamiento militar en 1917. Tratándose de una versión particular de la obra del artista Alfred Leete (*Your Country Needs You*.) realizada un año anterior [Fig. 32]. De ella, se imprimieron cinco millones de copias, por lo que se convirtió en uno de los carteles más reproducidos de la historia.

A diferencia de los anteriores, Ludwig Hohlwein (1874-1949), aplicaba a sus imágenes una gama de texturas y motivos decorativos. La cartelería que diseñó durante la Primera Guerra Mundial combinaba formas sencillas con potentes imágenes naturalistas.

La Cruz roja le encarga (para el beneficio de la recuperación de los heridos de guerra) un cartel en el que presenta un símbolo gráfico con la cruz roja, combinado con uno pictórico con el soldado herido. Dejando como resultado una campaña con fuerza emocional y gran impacto visual [Fig. 33].

Posteriormente, el trabajo de este artista se mueve por los encargos de parte del partido nazi, mediante una habilidad increíble para la propaganda visual que era bastante eficaz. Y es que, con él, apareció en escena los carteles de la política alemana, los cuales exaltaban acontecimientos como la victoria de los Juegos Olímpicos de Berlín.

Con una estética llamada expresión *Art Decó* muestra un ser alado mitológico que simboliza la línea aérea [Fig. 34].

Y mientras Hitler lanzaba su discurso mundialmente, Hohlwein difundía sus imágenes por toda la nación mediante un estilo muy imperial y militarista de formas rígidas con grandes contrastes en el color. Tratándose mayormente de una propaganda de reclutamiento [Fig. 35].

Finalizada la Primera Guerra Mundial, las imágenes bélicas se orientaron hacia las nuevas necesidades de los tiempos de paz y de los victoriosos, que, junto al auge de las máquinas y la tecnología, comenzaron a expresarse a través del arte y el diseño publicitario por toda Europa.

A excepción, de un florecimiento de pintores, dibujantes, diseñadores y grafistas que apostaron por un cartelismo de vanguardia durante el conflicto de la Guerra Civil española.

III. Carteles de la Guerra Civil española.

El cartelismo que se dio durante el periodo de la guerra civil española fue uno de los momentos más intensos de manifestación pública destinada al pueblo.

Mediante una muralla de arte donde los transeúntes se detenían brevemente para mirar los manifiestos, he incluso algunos de los grandes murales ocupaban casi por completo la fachada de los edificios [Fig. 36, 37 y 38].

Alejado de toda publicidad comercial, las producciones se realizaban mediante una actividad colectiva de enorme magnitud, sin la individualidad de los encargos. Algunos de los cartelistas eran profesionales de la publicidad que conocían a fondo el oficio. Otra buena parte estaba construida por pintores, escultores y aficionados.

La mayoría firmaban los carteles originales, pero al menos una cuarta parte de los manifiestos eran anónimos²⁴. Todos ellos, componían una vanguardia artística muy innovadora que rompía con los medios tradicionales.

Se forman, por tanto, diversos talleres colectivos de propaganda artística con tres grandes centros de producción: Valencia, Madrid y Barcelona.

Las tiradas de carteles se contaban por centenares, y el original realizado por el artista servía como base [Fig. 39]. Su destino era de una vida relativamente efímera, pero ha servido como estudio historiográfico suministrando datos básicos sobre una época.

Los cartelistas españoles habían adoptado las fórmulas de la publicidad comercial y de los carteles cinematográficos, en ocasiones de forma sistemática. Junto a la estética realista del fotomontaje y del expresionismo (influencias más cercanas europeas).

Su clasificación podría agruparse -según la catedrática de Historia del Arte de la Universidad de Barcelona, Inmaculada Julián- “bajo el denominador común de *Retaguardia*, ya que se dirigían a la población civil”²⁵. Englobando aspectos como las consignas, símbolos, y una llamada contra el fascismo.

Los objetivos que se marcaban en la propaganda bélica, se realizaban mediante la cohesión ideológica de cada bando; la implantación del odio al enemigo; y la manifestación de esperanza en la victoria.

²⁴ TOMÁS FERRÉ, Facundo. “Guerra Civil española y carteles de propaganda: el arte y las masas”. *Olivar: revista de literatura y cultura españolas*, nº. 8, 2006, p. 65.

²⁵ JULIÁN, Inmaculada, “Las paredes hablan”. [En] VV.AA. (Coord: CLOTAS, Salvador). *Carteles de la guerra*. Madrid: Fundación Pablo Iglesias, 2008, p. 42.

III.1. La España republicana.

La acción emprendida por los militares deja a una sociedad dividida, enfrentada, y con ausencia de una política democrática; que será la chispa que hará prender el movimiento en las calles. Toda una batalla de las paredes en la que la producción del bando republicano fue más fructuosa he imaginativa.

Los artistas que estuvieron en el lado de la República luchaban por los derechos del pueblo, y se ponían manos a la obra conforme iban llegando las noticias de los hechos ocurridos durante la situación de guerra. Poniéndose en contacto con el Sindicato de Artistas para ver qué podían hacer y en qué podían ser útiles a la revolución²⁶.

Las primeras imágenes se mueven mediante un eslogan político que servirá como una gran motivación a lo largo del ciclo propagandístico: “*¡No pasarán!*”²⁷ [Fig. 40]. Termina convirtiéndose en el grito del pueblo madrileño durante la defensa de la ciudad asediada por las tropas franquistas y se generaliza en el ámbito de toda la Península.

El eslogan de este cartel capta la atención a los destinatarios, tratándose de todo un ingenio del diseñador gráfico que manda el mensaje bajo un valor expresivo de la tipografía, que hace su función de símil con la similitud de la sangre en las letras.

La composición se diseña sobre un fondo uniforme de color amarillo en el que se advierte dos planos. En el secundario, existe el uso de un mono color en los personajes silueteados, siendo una técnica usada de artistas como Toulouse Lautrec y Ramón Casas.

La presencia de los símbolos como el levantamiento del puño que presenta uno de ellos, se mantiene como una representación a nivel internacional del proletariado²⁸.

En el plano principal, la presencia de un hombre muerto contrarresta a la imagen de sus compañeros, que con fusible en mano defienden el fuerte bajo la directriz de uno de los cabecillas, tratándose de una mujer.

La participación de las mujeres dentro de las milicias era una de las particularidades de los primeros meses de la guerra civil española. Estas imágenes fascinaban a la prensa extranjera, sobre todo en el caso de los fotógrafos, que obtuvieron una diversidad de estampas capturadas de estas militantes [Fig. 41 y 42].

²⁶ *Ibidem.* p. 35.

²⁷ “*No pasarán*” fue originalmente una frase del general Plétain a sus soldados (*Ils ne passeront pas*) en 1916, durante la batalla de Verdún. [VV.AA. (Coord: CLOTAS, Salvador). *Carteles de la guerra*. Madrid: Fundación Pablo Iglesias, 2008, p. 51].

²⁸ *Ibidem.* p. 44.

Posteriormente, su integración en las milicias desaparece progresivamente, convirtiéndose en enfermeras o en obreras de las fábricas de armamento, siempre con las tareas organizadas por la Retaguardia²⁹. Esto, también sirvió como representación en la cartelería que se dirigía directamente a ellas, representadas como voluntarias en las labores de atender a los soldados abatidos, o en la ocupación de la administración de las organizaciones libertarias [Fig.43].

Pero al margen de las mujeres armadas, existe la creación de un grupo cultural femenino (formado en 1934 en Barcelona) dentro de la CNT³⁰ y FAI³¹. Apareciendo en abril de 1936 el primer número de la revista *Mujeres Libres* [Fig. 44], a favor de la revolución social y la propia liberación de las mujeres.

Uno de los grafistas más recurridos para estas organizaciones fue el valenciano Vicente Ballester Marco (1887-1980), cuya trayectoria artística estaba vinculada con la política. Por lo que participó en la propaganda de los sindicatos de la CNT; FAI; FIJL³²; y Mujeres Libres.

Ballester deja bajo el eslogan de *Cada bala un objetivo. Adelante, ingresad en la Columna España Libre* [Fig. 45], todo un llamamiento a la unión de los partidos.

Una imagen casi bicolor, donde el uso de la línea, muestra un fuerte contraste en la silueta del individuo sin rostro que sujeta su rifle.

Junto con un predominio del color rojo familiarizado con la izquierda, hace uso de la tipografía en mayúsculas para no dejar duda a la legibilidad.

En el caso del Frente Popular de Asturias, también hubo diversos llamamientos animando a la lucha [Fig. 46]. Con una escena violenta y explícita, realiza un cartel Germán Horacio (1902-1975).

Donde muestra a un miliciano (con aspecto fuerte) portando su rifle al hombro y una gorra con la inscripción de UHP³³, ahogando a una bestia que tiene en la cabeza una cruz gamada como símbolo de la esvástica nazi junto al eslogan: *Aprieta fuerte compañero!!*.

²⁹ LEFEBRE-PEÑA, Michel. *Guerra Gráfica. Fotógrafos, artistas y escritores en guerra*. Madrid: Clunweg, 2013, p. 61.

³⁰ CNT: Confederación Nacional del Trabajo.

³¹ FAI: Federación Anarquista Ibérica.

³² FIJL: Federación Ibérica de Juventudes Libertarias.

³³ UHP: Unión de Hermanos Proletarios.

Del mismo autor es otra obra [Fig. 47], en la que deja constancia la necesidad de mantener los suministros de los alimentos básicos y preservar la industria alimenticia de la agricultura y ganadería durante la Guerra Civil.

Bajo el rótulo silueteado en color rojo con el nombre del Frente Popular de Asturias (en el que se aprovecha el relleno del mismo color del fondo del cartel), se encuentran tres aviones de combate en alineación. Los cuales son saludados por un par de campesinos que portan sus herramientas de labranza.

Llama la atención el volumen que marcan los cuerpos de los personajes, dejando una figura fuerte y esbelta en alusión al duro trabajo del campo.

Con respecto a la cartelería del PSOE aparece reiteradamente el símbolo del yunque; el tintero; la pluma; y el libro; siendo una representación de las bases fundacionales de la educación y el trabajo³⁴, (sustituidos estos símbolos en 1977 por el puño y la rosa, de similar significado).

La agrupación socialista madrileña militante del PSOE, hace el encargo de un cartel propagandístico [Fig. 48] dirigido a los campesinos, en el que bajo un efusivo eslogan (*¡Campesino! El fruto será tuyo con la victoria*) se encuentra una gran espiga de trigo como símbolo de la generosa abundancia de la tierra y el futuro que espera una vez conseguida la revolución.

En Cataluña, una serie de veinte carteles fue publicada en postales por el Secretario de Agitación y Propaganda PSUC/ UGT³⁵. Los textos se realizaron en catalán y algunos de los dibujantes firmaron con su seudónimo o su nombre, siendo el caso del ilustrador jienense Lorenzo Goñi (1911-1992).

Su obra *Consigna nº 1. ¿Y tú? ¿Qué has hecho por la victoria?* [Fig. 49], se caracteriza por uno de los grandes carteles que han subsistido en la historia de la cartelería española. Con una gran influencia del dedo acusador de la obra de Alfred Leete (*Your Country Needs You*) y del estadounidense James Montgomery Flagg (*I want you for U.S.Army*). En el que deja a la figura con una herida en la cabeza y tendida en el suelo, sobre un fondo negro que sirve para resaltar el rojo de la sangre y la pregunta dirigida al espectador.

El pintor madrileño José Bardasano (1910-1979) junto a su mujer Juana Francisca Rubio (pintora y cartelista), dirigían en Madrid el taller de propaganda de la sección de

³⁴ VV.AA. (Coord: CLOTAS, Salvador). *Carteles socialistas...*, p. 35.

³⁵ LEFEBRE-PEÑA, Michel. *Guerra Gráfica. Fotógrafos...*, p. 188.

Artes Plásticas de las Juventudes Socialistas Unificadas (JSU), a través del taller *La Gallofa*.

La agrupación trabaja en grandes producciones propagandísticas, dejando excelentes carteles como *18 julio 1936-1937* [Fig. 50]. Con una composición de gran dinamismo, que introduce al espectador hacia una escena del frente, donde dos figuras del bando contrario luchan en busca de derribar al otro.

La imagen presenta una rica iconografía de los uniformes y símbolos del Ejército Popular (creado en 1937 tras la disolución de las milicias).

Por otra parte, la ausencia del color de la escena hace que se dramatice aún más el momento capturado, tratándose de una solución que recuerda a la de la imagen fotográfica de guerra.

Uno de los más relevantes cartelistas de la Guerra Civil española es el valenciano Josep Renau (1907-1982). Artista polifacético y comprometido que inspiró a sus grafistas contemporáneos con su concepción del cartel.

Renau desplegó una destacadísima tarea a favor de la II República, tanto en el cargo de director general de Bellas Artes, como posteriormente el de director de Propaganda Gráfica del Comisariado General del Estado Mayor Central³⁶.

Cargos que le sirvieron para una excelente trayectoria publicitaria, que compaginó con su trabajo de fotomontador, muralista y animador de filmes.

Realiza un mural dedicado a la salvaguarda del Tesoro Artístico Nacional y su evacuación de Madrid a Valencia, para el Pabellón español de la Exposición Internacional de París de 1937 [Fig. 51], buscando la proyección del respaldo internacional.

Fue un investigador plástico dentro del espíritu de la vanguardia, realizando imágenes con una línea figurativa y una influencia del fotomontaje dadaísta, (como el de John Heartfield) [Fig. 52].

Debido a su vinculación con la revista *Nueva Cultura*, diseña una de las portadas para el número de navidad con una sátira que protagoniza Hitler.

Los niños que se encuentran en el fotomontaje, pertenecen a las fotografías que se tomaron en octubre de 1936 de las víctimas del bombardeo en Getafe, Madrid. Las cuales, (especialmente la de los niños fallecidos en el depósito de cadáveres) se difundieron de manera internacional para testimoniar la situación en España³⁷.

³⁶ CABAÑAS BRAVO, Miguel. *Grandes genios de la Comunitat Valenciana. Josep Renau*. Valencia: Aneto, 2011, p. 5.

³⁷ LEFEBRE-PEÑA, Michel. *Op. Cit.*, p. 155.

Josep Renau dejó una variada producción de obras propagandísticas con composiciones totalmente dibujadas, buscando la claridad del mensaje y siempre con un tono pedagógico del contenido³⁸.

Con un arriesgado formato apaisado, marcado por un gran dinamismo, presenta un cartel titulado *El comisario* [Fig. 53].

Aparecen un grupo de bayonetas junto a un brazo estirado con el puño cerrado de un comisario de guerra, ocupando todo el espacio de la composición. Dejando una parte, para una escena de tensión en la que el paisaje presenta unas nubes de tormenta sobre un cielo coloreado.

Tanto el brazo como las bayonetas no dan en ningún momento actitud de avanzar, y aparecen firmes e inmóviles antes los ojos del espectador con una posición de defensa³⁹.

Quizás, uno de los carteles más conocidos que deja el grafista valenciano es *Obreros, campesinos, soldados, intelectuales: reforzad las filas del Partido Comunista* [Fig. 54]. Junto con una iconografía identificable (fusil con bayoneta; la estrella de cinco puntas; la hoz y el martillo), se reconocen los rostros de los líderes marxistas en una composición diagonal.

Con respecto al texto tuvo varias versiones, escrito en español y en catalán abarcando una gran divulgación en toda España⁴⁰.

Pero sin duda deja en Barcelona una de las composiciones con más ingenio [Fig. 55]. Un cartel de gran formato que es pasado posteriormente en tamaño postal para una mayor difusión del mismo.

La expresión del protagonista fluye a través de la realización de un gran grito de orgullo, dirigiéndose hacia la formación de aviones de combate que forman una “V” en el inicio de la palabra victoria.

Durante el periodo de la Guerra Civil española existe una revolución cultural apoyada por escritores e intelectuales. Desarrollándose una difusión de la cultura y un esfuerzo pedagógico de educar a las clases más humildes, mediante la creación de Institutos Obreros, Escuelas para Adultos y Milicias de Cultura, encargadas de enseñar a leer y escribir a todos los soldados analfabetos⁴¹.

³⁸ TOMÁS FERRÉ, Facundo. “Guerra Civil española y carteles de...”, p. 70.

³⁹ *Ibidem.* p. 68.

⁴⁰ CABAÑAS BRAVO, Miguel. *Grandes genios de...*, p. 72.

⁴¹ SANZ, Jesús de Andrés. *Carteles de la guerra civil española*. Madrid: Susaeta, 2005, p. 105.

La propaganda que apoyaba a las campañas de alfabetización de la población por parte del gobierno de la República, es compartida por muchas organizaciones y sindicatos socialistas como UGT, las imágenes transmiten el mensaje de que el conocimiento es un medio para potenciar la capacidad militar de los soldados.

Uno de los ejemplos de este tipo de cartelería se da de la mano de Vicente Vila Gimeno (1908-2009), más conocido como Wila, con su obra *El analfabetismo ciega el espíritu. Soldado, instrúyete* [Fig. 56].

El cartel presenta a un soldado que sostiene un libro y tiene los ojos tapados por una venda, haciendo énfasis en su incapacidad de leer.

En la imagen junto a la firma del artista gráfico, se aprecia el sello del editor: Milicias de Cultura.

Con respecto a los niños, el Ministerio de Instrucción Pública también tenía una pedagogía para ellos, he incluso tuvieron su participación en la causa con la colaboración de la pega de carteles republicanos que animaban al alistamiento [Fig. 57].

En muchos de los panfletos y estampas del tipógrafo y diseñador gráfico Mauricio Amster (1907-1980) representaban un bienestar de los hijos de los combatientes en las Colonias Escolares [Fig. 58 y 59]. Todo un medio de difusión de imágenes de los pequeños en las instalaciones alejándose del sufrimiento de la guerra.

La colaboración de las Brigadas Internacionales también tuvo su hueco como homenaje por su ayuda, no sólo en España, sino también en el extranjero, realizándose en varios idiomas, preferentemente en español.

La propaganda buscaba la finalidad de extender su prestigio y lograr apoyo social. Los impulsores de dichas publicaciones eran el Comité de Propaganda y el Comisariado de las Brigadas⁴².

En una de las imágenes que promueve la pintora y grafista Carmen Parrilla [Fig. 60], se manifiesta una escena de alegría en la federación de los dos militantes, que sostiene la bandera de cada partido y anuncia la victoria mediante el dorado. Todo un sentimiento de agradecimiento de la ayuda otorgada con alegría en el rostro de los protagonistas; con la presencia bajo ellos, de un rótulo que dice: *la unidad del ejército, del pueblo, será el arma de la victoria*.

⁴² REQUENA GALLEGU, Manuel. "Las Brigadas Internacionales: una aproximación historiográfica". ISSN. Universidad de Castilla la Mancha, nº56, 2004, p. 13.

De la misma autora es la obra *El ejército popular es el ejército de la República* [Fig. 61], editado por la Junta Delegada de Defensa de Madrid (organismo creado el 6 de noviembre de 1936, ante la posibilidad de que Madrid cayera en manos franquistas durante la Guerra Civil).

El cartel hace referencia al refuerzo del Ejército Popular formado por la unión de las milicias republicanas. Aparecen en él dos tipos icnográficos más representativos de los carteles de guerra, el campesino y el combatiente. Ambos ataviados de sus atributos propios de las herramientas de trabajo agrícola y el uniforme militar.

Juntos a ellos, se encuentra una imagen alegórica de la República sellando la unión de las milicias (campesinos) y el ejército organizado (Ejército Popular).

III.2. La España nacionalista.

A comienzos de 1938, la situación bélica cambia la balanza hacia el lado franquista. Aunque Madrid todavía no ha sido tomada, se comienza a pensar que la caída de la República es cuestión de tiempo.

Tras la victoria en la batalla del Ebro, Franco comienza a mandar sus fuerzas por toda la península para no permitir la reagrupación republicana. Y es con la dimisión de Manuel Azaña como presidente de la República, cuando el coronel Segismundo Casado formaliza finalmente la rebelión constituyendo el Consejo Nacional de Defensa.

A partir de estos acontecimientos, el número de carteles a fines al bando sublevado aumenta considerablemente, habiendo tenido los años anteriores casi una inexistencia.

Ha llegado España [Fig. 62], engloba el anuncio de la llegada de las tropas vencedoras. Con una bandera española roja y gualda establecida por la Junta de Defensa Nacional (con la influencia de la Falange) y firmada por el General Franco⁴³.

La nueva bandera mantiene una simbología monárquica y religiosa, llamando la atención la presencia del águila en el escudo (símbolo tomado de las armas de los Reyes Católicos) y de la aparición de la representación del emblema que toma la Falange: el yugo y el haz de flechas; siempre determinado con el color negro en referencia a la pólvora y el rojo a la sangre.

⁴³ Fuente: SANZ, Jesús de Andrés. *Carteles de la guerra...*, p. 229.

Esta simbología de propaganda se visualiza en todos los ámbitos públicos y privados, viéndose en las banderas; escudos; monumentos; sellos; medallas; insignias; y uniformes.

El cartel es realizado por el pintor catalán Josep Morell (1899-1949). Un destacado artista, conocido por participar en las Exposiciones Nacionales de Barcelona (1933) y Málaga (1936), donde le otorgan dos medallas de oro.

Este cartelista republicano comienza a trabajar bajo los encargos de la Delegación Nacional de Prensa y Propaganda (DNPP), siendo el único editor frente a la pluralidad del bando contrario.

La imagen presenta un estilo marcado por el trazo simple y colores vivos, sin reparar en el volumen o el realismo con la figura del león del primer término.

El mensaje que manda el bando franquista a través de su cartelería muestra la importancia hacia la disciplina, haciendo alusión tanto al comportamiento de los soldados como el de la población civil. En este segundo aspecto, se encontraba relacionado con uno de los problemas principales a los que tendrá que enfrentarse el nuevo Estado franquista una vez gane la Guerra Civil, que será la destrucción del país y la enorme ruina de la economía⁴⁴.

Este tipo de propaganda trataba de concienciar a la población sobre la crisis, incluso haciendo participar a los más pequeños. Con el cartel [Fig. 63] *La riqueza nacional depende de tu economía*, un niño y una niña vestidos con el uniforme de las Organizaciones Juveniles de la Falange, ofrecen sus pequeños ahorros al escudo español (nuevamente representado el águila junto al escudo).

Las Organizaciones Juveniles de la Falange Española Tradicionalista (FET), se desarrollaron en España a partir de la década de 1930, coexistiendo con las Juntas Ofensivas Nacional-Sindicalistas (JONS) como sección infantil de los hijos de los miembros militantes⁴⁵.

El cartel es realizado por el pintor Pere Clapera (1906-1984), conocido por su trayectoria en la ilustración de novelas, y la difusión de carteles publicitarios del ballet clásico y ópera, en el Gran Teatro del Liceo de Barcelona, antes de que se iniciase la Guerra Civil.

⁴⁴ Ibidem. p. 229.

⁴⁵ Las Organizaciones Juveniles de la Falange española. Departamento de Historia. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Tucumán, 2007 [Disponible en: <http://www.cdsa.aacademica.org>].

El Movimiento Nacional (unión a partir de la FET y la JONS) continua con las publicaciones de varias series de propagandas editadas por parte de la Organización Juvenil, las cuales algunas de ellas hacían uso de la campaña de festividades como la de los Reyes Magos.

A través de la O.J. el regalo de los reyes magos [Fig. 64], muestra a tres niñas uniformadas del azul propio del organismo falangista, conocidas como las “margaritas” (denominación del grupo de niñas comprendidas en la sección infantil).

Tras ellas, se divisa a partir de la prolongación de sus propias sombras, las figuras de los tres reyes magos junto a sus camellos. Una solución que se sale fuera de lo común.

Con el rostro de las pequeñas bien definidos, se hace énfasis en comunicar la alegría, algo que también ocurría con los carteles republicanos.

El cartel presenta el sello del símbolo de la Falange y bajo el eslogan, se encuentra un pequeño rótulo del lugar de la edición: Gráficas Ultra Barcelona.

Junto a la disciplina, se desarrolló un aspecto social en las regiones españolas, con una moral católica que impregnaba todos los aspectos de la vida cotidiana. Por lo que comenzaron a surgir numerosas campañas contra la blasfemia⁴⁶.

Unos de los panfletos que condenaba tal hecho, presentado con el título *Habla Bien*, disponía de una escena narrativa de lo ocurrido y una leyenda donde manifiesta el delito. Siendo editado por la Liga del Santísimo Nombre de Jesús.

En la imagen, *Habla bien. La ley castiga la blasfemia. Art. 235- C.P* [Fig. 65], menciona el número del artículo que recoge el Código Penal; y el hecho se desarrolla con la expulsión de un hombre por parte de una muchedumbre a las puertas de un pueblo, dibujado de un color rojo, destacándolo de los presentes y haciendo alusión al simbolismo del bando contrario.

No deja lugar a duda el motivo de la expulsión, ya que se encuentra presente un cartel junto a los lugareños que pone: “en este pueblo queda prohibida la blasfemia”.

En otros de los panfletos, hace mención al pecado del vicio [Fig. 66] en una escena de taberna donde no falta las bebidas alcohólicas y el juego. De nuevo uno de los personajes mantiene el color rojo, esta vez en su vestimenta, mientras sujeta una carta y mira a sus compañeros de juego de una forma poco amigable.

Los carteles del bando nacional van a promulgar la imagen de la mujer como una figura sumisa, con la única ocupación del cuidado de la casa y los hijos, alejado de las

⁴⁶ SANZ, Jesús de Andrés. *Op. Cit.*, p. 253.

imágenes propagandísticas de las mujeres republicanas⁴⁷. Por ello, el número de apariciones de ellas es menor, dejando a los hombres como los protagonistas.

Pero en ocasiones la figura del padre junto a su mujer e hijos, refleja una unión familiar que enfatiza los valores promulgados nacionalistas. Ejemplo de ello, se muestra en: *En nuestra justicia está nuestra fuerza* [Fig. 67] obra realizada por Carlos Sáenz de Tejada (1897-1958); y donde aparece la felicidad en el rostro de la madre y la ternura por parte de la figura paternal.

Toda una estampa idílica compartida con el símbolo de la Falange como propaganda y un sello circular que muestra como una mano ejecutora intenta hincar una flecha a un monstruo. Esta iconografía es muy recurrente en la propaganda nacionalista para representar al enemigo.

Se puede apreciar también en el cartel de Avelino de Aróztegui (1907-1986), *Amor de madre y calor social* [Fig. 68]. Sirviéndose como una imagen de fondo tras la tierna escena de la madre que extiende los brazos para elevar a su bebé.

Si la República se dirigía a las mujeres con fines de liberación y su visualización. Haciendo que participasen en las primeras semanas de la revolución en las filas de las Milicias y el Ejército Popular.

Posteriormente, la zona sublevada movilizó sus movimientos con eficacia hacia las mujeres, ya que al finalizar la guerra, la Sección Femenina de la FET había reclutado a casi 600.000 mujeres, más que todas las organizaciones femeninas del bando republicano juntas⁴⁸.

Los dos bandos hacen uso de grandes eslóganes durante toda la Guerra Civil, en el caso del lado sublevado, uno cobrará gran importancia como representación de los carteles nacionalistas: *¡Arriba España!* [Fig. 69]. Y su extensión por toda la península es equiparable con el republicano de *¡No pasarán!*

Bajo una gran tipografía de paloseco⁴⁹ la cual deja una estela amarilla tras ella, se encuentran una muchedumbre con la representación de la figura del campesino; el obrero; y la mujer con su niño. Haciendo algunos de los que encabezan la marcha, un saludo fascista con el alzamiento de brazo.

⁴⁷ NASH, Mary. *Rojas: las mujeres republicanas en la guerra civil*. Madrid: Taurus, 1999, p.31.

⁴⁸ PAYNE, Stanley G. *La Guerra Civil española*. Madrid: Rialp, 2014, p. 160.

⁴⁹ Paloseco es una familia tipográfica de Sans Serif, donde todas las letras son mayúsculas para una lectura perfecta en cualquier tamaño. [Disponible en: <https://www.dafont.com/es/paloseco.font>].

Pero no será el único eslogan de los sublevados, *España, una grande, libre* [Fig. 70] se manifiesta también en la propaganda. Una figura fuerte y sin rostro, sostiene una bandera, en situación de orgullo, tras haber acabado con la vida de un monstruo que representa varias de las organizaciones libertarias (CNT, UHP, FAI) y agarra en su mano una hoz y un martillo como simbología comunista.

El papel de la Iglesia también participó en la propaganda nacional. Con un control cada vez más creciente (debido a su debilitamiento con la República) se encargó en instaurarse en la educación. Y el Servicio Nacional de Propaganda fue el encomendado de editar estas imágenes⁵⁰.

1ª Cruzada. España orientadora espiritual del Mundo [Fig. 71], muestra un juego visual de la forma de una cruz de gran tamaño junto a la tipografía insertada en los brazos de la misma (donde se lee *1º cruzada*), haciendo que se proyecte su sombra sobre el mapa de España en el globo terráqueo.

El que se haya escogido la representación del globo terráqueo no es casualidad, se trata de una forma de potenciar España ya como una gran vencedora del franquismo; por lo que no tendría sentido esta imagen en mitad del conflicto.

La elección de la cruz por su parte, es una metáfora de la lucha contra el infiel, en el que el partido franquista habría desempeñado un papel fundamental con la participación de la Iglesia.

IV. Difusión de la Guerra Civil española.

La revista *Blanco y Negro* (fundada en 1891 en Madrid) se encarga de publicar una versión republicana quincenal un año antes del final de la guerra. Siendo el primer número el 14 de abril de 1938 con una producción de veintiuno⁵¹.

La publicación número 11 (15 de septiembre de 1938) es dedicada sobre el tema del sembrador con una cubierta realizada por A. Boué, pero en una de las secciones interiores se hace mención a la defensa de la República [Fig. 72].

Leyéndose junto a dos fotografías: *El pueblo en armas defendió la República contra los traidores. El Ejército Popular, fuerte y disciplinado defiende la patria contra el invasor. Que la retaguardia ayude a los frentes.* Tratándose de todo un llamamiento.

⁵⁰ LEFEBRE-PEÑA, Michel. *Guerra Gráfica. Fotografos...*, p. 300.

⁵¹ *Ibidem.* p. 241.

La corriente anarquista también es editada en algunas publicaciones, como es el caso de la revista *Estudios*, publicada mensualmente desde 1928 hasta 1937. Tratándose de uno de los mejores ejemplos de difusión de las ideas libertarias en España.

En ella trabajan como dibujantes para sus portadas Josep Renau y Manuel Monleón (1904- 1976) [Fig. 73 y 74]. Y a diferencia de los fotomontajes de John Heartfield, mezclan tanto la fotografía como el dibujo con un uso del color.

Los trenes por su parte, sirvieron como difusión de alguna de la cartelería del bando popular. El equipo encargado en pintar la propaganda formaba parte del Sindicato de Dibujantes Profesionales (SDP) de Barcelona. A menudo se inspiraban en carteles ya realizados para reproducirlos en los vagones [Fig. 75 y 76].

Durante la guerra, la propaganda franquista evitaba difundir imágenes en la que aparecieran la presencia de los soldados nazis en España y especialmente la cruz gamada.

Así, se hacía creer que se había conquistado la victoria sólo con las fuerzas españolas y no con la aviación y los tanques de los aliados⁵².

En cambio, en Alemania se seguía el conflicto, y aparecieron numerosos libros que constituyeron testimonios sobre el papel de la Legión Cóndor.

Uno de los números de la revista *Der Adler* publicado el 13 de junio de 1939, muestra junto al titular *Nuevas informaciones sobre nuestros combatientes en España* [Fig. 77], a tres militares con sus respectivas banderas fascistas, mostrando la gran unión de las tres naciones.

En España, la prensa se hace eco de la victoria franquista y el semanario *Fotos* dirigido por Manuel Fernández Cuesta, publica una portada especial el 1 de abril de 1939.

La fotografía [Fig. 76] presenta el momento en el que Franco saluda a los asistentes en la Puerta del Sol de Madrid diciendo: “En el día de hoy, cautivo y desarmado el Ejército Rojo, han alcanzado las tropas nacionales sus últimos objetivos militares. La guerra ha terminado”⁵³.

⁵² *Ibid.*, p. 304.

⁵³ PAYNE, Stanley G. *La Guerra Civil...*, p. 327.

V. Conclusiones.

En primer lugar y en relación con el marco histórico, destaca la gran importancia de la propaganda en general desde principios del siglo XX. Siendo los canales de comunicación el Gobierno, los Sindicatos y las Organizaciones Políticas.

Cabe resaltar la diferencia del número de editores de la propaganda republicana con respecto de la nacionalista. Así, mientras que las Milicias de Cultura; El Comité de Propaganda; y la Junta Delegada de Defensa de Madrid; trabajaban en la divulgación de las imágenes republicanas; solamente la Delegación Nacional de Prensa es la encargada de tal cometido.

La Revolución Proletaria es la causante de dar pie a la movilización artística de los carteles, realizados bajo la finalidad de respuesta a los hechos ocurridos desde el Golpe de Estado. Es por ello, que los pioneros en esto, fueron los integrantes del bando republicano, uniéndose en la batalla visual a partir de 1938 el bando franquista.

Motivo posiblemente debido a la llegada de la victoria cada vez más cercana, por lo que se concentraron en la exaltación de sus valores nacionalistas, a diferencia de las imágenes de reclutamiento de las Milicias y el Ejército Popular.

El número de producción de carteles no fue la única diferencia de los dos bandos, ya que existía una gran calidad imaginativa de la mano de artistas que mayoritariamente trabajaban en medios publicitarios anteriormente.

En cambio, el uso del eslogan sirvió como un grito de guerra nacionalista y republicano. *¡Arriba España!* y *¡No pasarán!* Se manifestaron por toda la península española.

La cartelería sirve como una verdadera cruzada de odio al enemigo, simbolizado con la visión de un villano al que hay que exterminar para obtener la victoria esperada.

Pero son los mensajes de reclutamiento los más visualizados en la vida efímera de los carteles, dirigidos directamente al pueblo.

En el caso del uso de los emblemas como principal tipo de simbología hace que se pueda identificar al partido que publicita la imagen. Por ello, siempre se encontraban presentes bajo la ideología comunista la hoz; el martillo; y la estrella de cinco puntas; frente al escudo español con el águila y el sello de la Falange.

En cuanto a la temática de las mujeres, existe total diferencia en la forma de dirigirse a ellas, en ocasiones a través de sus editoras principales: *Mujeres Libres* y la *Sección Femenina de la FET*.

La figura de la mujer combatiente en las Milicias y el Ejército Popular, contrarresta a la figura sumisa que se ocupa en la labor del cuidado de los hijos. Haciendo hincapié en los respectivos deberes de cada una en su bando.

Esta diferencia no ocurría con la figura del hombre, visto como combatiente fuerte dispuesto a la lucha, pudiéndose utilizar la figura humana del soldado en cualquiera de los dos bandos políticos.

Por último, con respecto a la difusión de lo ocurrido en el conflicto civil, mantiene una repercusión dentro y fuera del país. Las revistas españolas comienzan a cambiar la temática de sus publicaciones convirtiéndose en las divulgadoras de los acontecimientos.

Nada que ver con la información que proporciona revistas partidarias del nazismo, jactándose de su participación en la guerra.

Como conclusión, y tras el análisis del trabajo, es indudable que el fenómeno de la propaganda va unido a la historia de la guerra. Las imágenes que adornaban los muros de las ciudades aportaban un mensaje directo a la población civil y a los propios soldados.

Sirviéndonos en la actualidad de un estudio historiográfico, con una gran carga artística, en la que podemos hacernos a la idea de qué tipo de información y emociones se mandaban a sus destinatarios.

VI. Bibliografía.

B. MEGGS, Philip, y W. PURVIS, Alston. *Historia del diseño gráfico*. Barcelona: RM, 2009.

BARNICOAT, Jhon. *Los carteles, su historia y su lenguaje*. Barcelona: Gustavo Gill, 1972.

CABAÑAS BRAVO, Miguel. *Grandes genios de la Comunitat Valenciana. Josep Renau*. Valencia: Aneto, 2011.

GALLEGO GALLEGO, Antonio. *Historia del grabado en España*. Madrid: Cátedra, 1990.

GAMONAL TORRES, Miguel Ángel. “Arte de urgencia: aportaciones al debate crítico sobre el arte de propaganda en la guerra civil española”. *Cuadernos de Arte*. Universidad de Granada, Vol. 45, 2014, pp. 169-190.

G. DÍEZ, Laura, T. BENGEOA, María, y M. de Luna, Ángel Bartolomé. “La imagen de la revolución rusa a través de los carteles de la Rosta”. *ASRI*. Universidad de San Pablo-CEU, nº. 16, 2019, pp. 37-50.

G. PAYNE, Stanley. *El régimen de Franco*. Madrid: Alianza Editorial, 1987.

HASLAM, Andrew. *Creación, diseño y producción de libros*. Barcelona: Blume, 2007.

LEFEBRE-PEÑA, Michel. *Guerra Gráfica. Fotógrafos, artistas y escritores en guerra*. Madrid: Clunwerg, 2013.

MARTÍN MONTESINOS, José Luis y MAS HURTUNA, Montse. *Manual de tipografía del plano a la era digital*. Valencia: Campgráfic, 2012.

NASH, Mary. *Rojas: las mujeres republicanas en la guerra civil*. Madrid: Taurus, 1999.

MALYSHAVA, Anzhela. *La producción gráfica en las imprentas de Alzira. Años 1881-2000*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia, 2013.

MARTÍN MONTESINOS, José Luis, y MAS HURTUNA, Montse. *Manual de tipografía del plomo a la era digital*. Madrid: Campgráfico, 2001.

PAYNE, Stanley G. *La Guerra Civil española*. Madrid: Rialp, 2014.

TOMÁS FERRÉ, Facundo. “Guerra Civil española y carteles de propaganda: el arte y las masas”. *Olivar: revista de literatura y cultura españolas*, nº. 8, 2006, pp. 63-85.

REQUENA GALLEGO, Manuel. “Las Brigadas Internacionales: una aproximación historiográfica”. *ISSN*. Universidad de Castilla la Mancha, nº. 56, 2004, pp. 11-36.

SANZ, Jesús de Andrés. *Carteles de la guerra civil española*. Madrid: Susaeta, 2005.

VV.AA. (Coord: BELLIDO GANT, M^a Luisa). *Historia del siglo XX 1900-1942*. Barcelona: Oceano, 2002.

VV.AA. (Coord: GÓMEZ CEDILLO, Adolfo). *El mundo contemporáneo*. Madrid: Alianza, 2003.

VV.AA. (Coord: CLOTAS, Salvador). *Carteles de la guerra*. Madrid: Fundación Pablo Iglesias, 2008.

VV.AA. (Coord: CLOTAS, Salvador). *Carteles socialistas de la guerra civil*. Madrid: Fundación Pablo Iglesias, 2007.

VV.AA. (Coord: FONTÁN DEL JUNCO, Manuel). *La Vanguardia aplicada 1890-1950*. Madrid: Fundación Juan March, 2012.

VV.AA. (Coord: UBIETO, Antonio). *Introducción a la historia de España*. Barcelona: Editorial Teide, 1987.

Recursos Web.

El Guernica. [Disponible en: <https://www.museoreinasofia.es>]

Hemeroteca Digital. [Disponible en: <https://hemerotecadigital.es>].

Imágenes de carteles. [Disponible en: <https://www.diseñocarteles.com>].

José Antonio Primo de Rivera. [Disponible en: <https://www.biografiasyvidas.com>].

La Bauhaus. [Disponible en: *Bauhaus, la escuela que cambió el arte (y el mundo), cumple 100 años*, <https://www.elpais.com>].

Las Brigadas Internacionales. [Disponible en: <https://brigadasinternacionales.org>].

Las Organizaciones Juveniles de la Falange española. Departamento de Historia. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Tucumán, 2007.
[Disponible en: <http://ww.cdsa.aacademica.org>].

Los interrogantes de la Guerra Civil. [Disponible en: <https://www.lavanguardia.com>].

Paloseco. Disponible en: <https://www.dafont.com/es/paloseco.font>].

Portal de Archivos Españoles. [Disponible en: <https://www.pares.mcu.es>].

Segunda República española. [Disponible en: <https://www.historiaespana.es>].

VII. Anexo Gráfico.



Fig. 1. Puerta del Sol en Madrid, 14 de abril de 1931. Alborozo popular ante el anuncio de la victoria de la República. Fotografía de Alfonso Sánchez Portela

[Fuente: LEFEBRE-PEÑA, Michel. *Guerra Gráfica. Fotógrafos, artistas y escritores en guerra*. Madrid: Clunwerg, 2013].



Fig. 2 Fragmento de la portada del periódico *La Voz*, miércoles 22 de julio de 1936.

[Fuente: <https://hemerotecadigital.es>].



Fig. 3. (Izquierda): El general Franco se dirige a las tropas en el Alcázar de Toledo tras el asedio de 1936.

Fig. 4. (Derecha): Metro de Madrid empleado como refugio antiaéreo durante los bombardeos de la aviación nacional.

[Fuente: VV.AA. (Coord: BELLIDO GANT, M^a Luisa). *Historia del siglo XX 1900-1942*. Barcelona: Oceano, 2002].



Fig. 5. Fotografía de la ciudad de Guernica tras el bombardeo del 26 de abril de 1937.

[Fuente: LEFEBRE-PEÑA, Michel. *Guerra Gráfica. Fotógrafos, artistas y escritores en guerra*. Madrid: Clunwerg, 2013].



Fig. 6. Fotografía de las tropas republicanas cruzando el Ebro el 25 de julio.

[Fuente: VV.AA. (Coord: BELLIDO GANT, M^a Luisa). *Historia del siglo XX 1900-1942*.

Barcelona: Oceano, 2002].

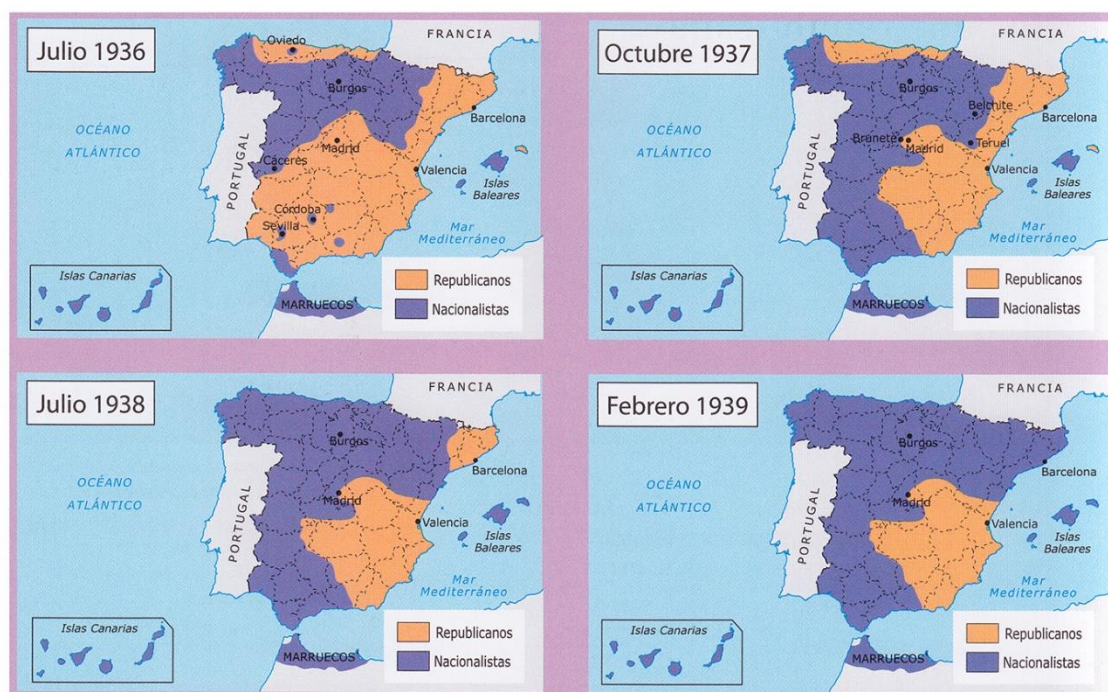


Fig. 7. Mapa histórico de la guerra civil española (1936-1939).

[Fuente: VV.AA. (Coord: UBIETO, Antonio). *Introducción a la historia de España*. Barcelona:

Editorial Teide, 1967].



Fig. 8 y 9. Fotografías tomadas en la calle principal de Le Perthus, puesto fronterizo al que afluyen los refugiados, que desarmados y cacheados han pasado el control.

[Fuente: LEFEBRE-PEÑA, Michel. *Guerra Gráfica. Fotógrafos, artistas y escritores en guerra*. Madrid: Clunwerg, 2013].



Fig. 10. Fotografía de exhumación de cadáveres en Paracuellos Madrid, tras acabar la guerra.

[Fuente: <https://hemerotecadigital.es>].

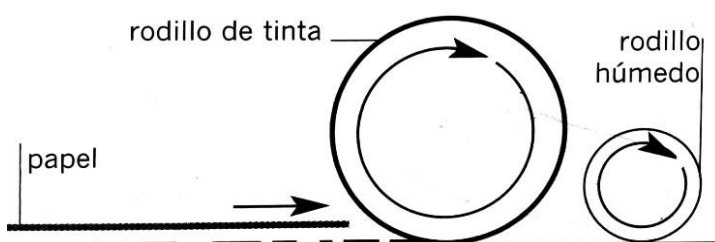


Fig. 11. Esquema de impresión litográfica.

[Fuente: HASLAM, Andrew. *Creación, diseño y producción de libros*. Barcelona: Blume, 2007].

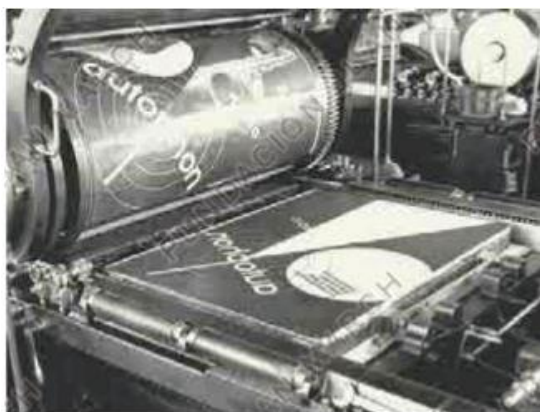


Fig. 12. Prensa litográfica imprimiendo el segundo color en un cartel. Las impresiones primera y segunda se pueden apreciar en el cartel que envuelve el cilindro.

[Fuente: HASLAM, Andrew. *Creación, diseño y producción de libros*. Barcelona: Blume, 2007].



Fig. 13. Obtención de una imagen por el proceso de fotograbado.

[Fuente: HASLAM, Andrew. *Creación, diseño y producción de libros*. Barcelona: Blume, 2007].

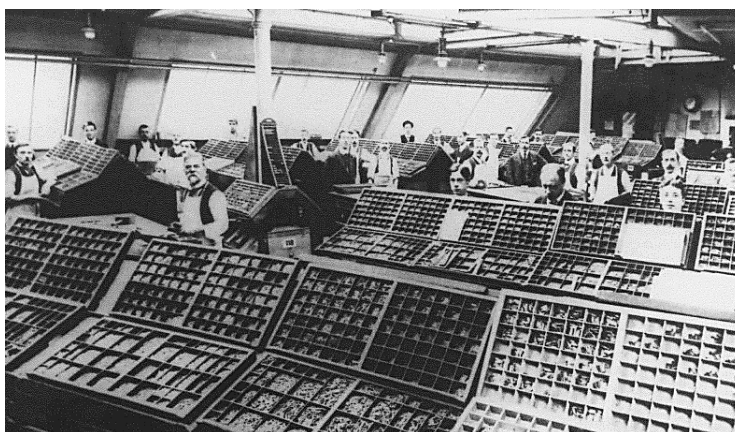


Fig. 14 y 15. Tipos fijados con material de espaciado y una sala de composición tipográfica en 1910, en la que se ve a los cajistas junto a las cajas con los caracteres.

[Fuente: HOLLIS, Richard. "La Vanguardia y el diseño gráfico". [En]. (Coord: FONTÁN DEL JUNCO, Manuel). *La Vanguardia aplicada 1890-1950*. Madrid: Fundación Juan March, 2012].



Fig. 14 y 15. Tipos fijados con material de espaciado y una sala de composición tipográfica en 1910, en la que se ve a los cajistas junto a las cajas con los caracteres.

[Fuente: HOLLIS, Richard. “La Vanguardia y el diseño gráfico”. [En]. (Coord: FONTÁN DEL JUNCO, Manuel). *La Vanguardia aplicada 1890-1950*. Madrid: Fundación Juan March, 2012].



Fig. 18. (Izquierda): Jules Chéret.
Benzp-Moteur, 1901.

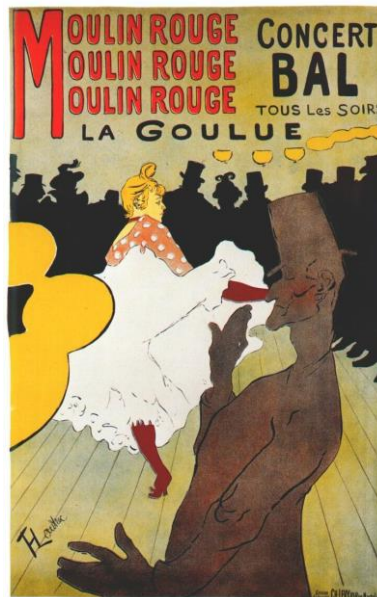


Fig. 19. (Derecha): Toulouse Lautrec.
La Goulue au Moulin Rouge, 1891.

[Fuente:

<https://www.diseñocarteles.com>].

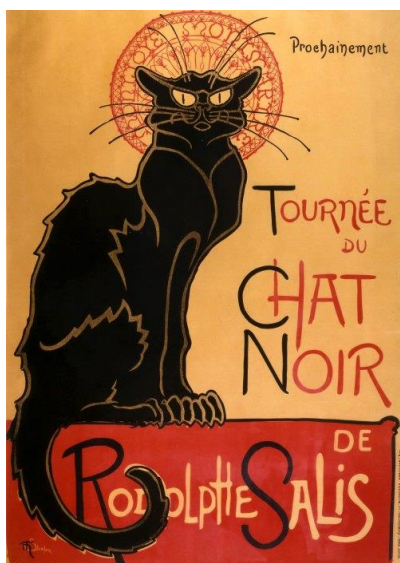


Fig. 20. Théophile Alexandre Steinlen. Cartel *Tournée du chat noir*, Rodolphe Salis, 1896.

[Fuente: B. MEGGS, Philip, y W. PURVIS, Alston. *Historia del diseño gráfico*. Barcelona: RM, 2009].



Fig. 21. Théophile Alexandre Steinlen. Cartel para la imprenta de Charles Verneau, 1896.
[Fuente: B. MEGGS, Philip, y W. PURVIS, Alston. *Historia del diseño gráfico*. Barcelona: RM, 2009].

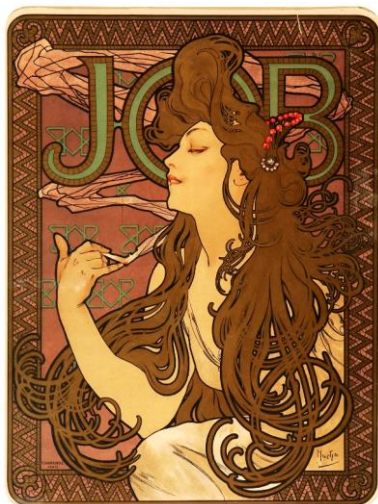


Fig. 22. Alphonse Mucha. Cartel para los papeles de fumar Job, 1898.
[Fuente: B. MEGGS, Philip, y W. PURVIS, Alston. *Historia del diseño gráfico*. Barcelona: RM, 2009].

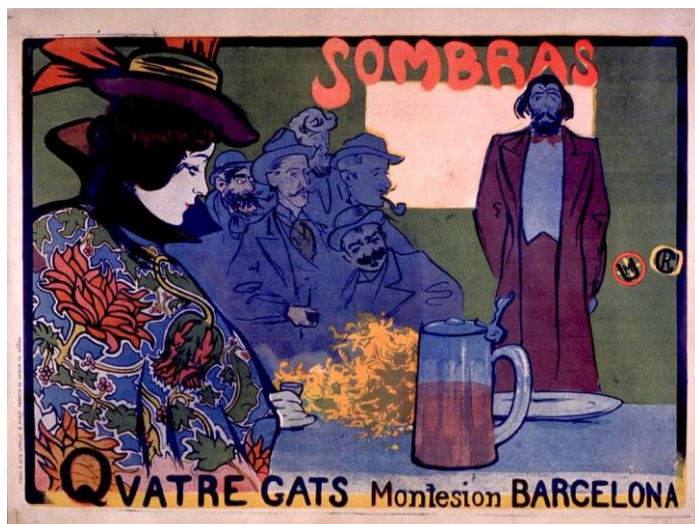


Fig. 23. Sombras Quatre Gats, Montesión Barcelona, 1897.
[Fuente :<https://www.diseñocarteles.com>].



Fig. 24. Joost Schmidt. Cartel de exposición de la Bauhaus, 1923.

[Fuente: <https://www.diseñocarteles.com>].



Fig. 25. (Izquierda): Alfred Leete, *Your Country Needs You* (1916).

Fig. 26. (Derecha): Abel Faivre. *¡On les aura!* (1916).

[Fuente: BARNICOAT, Jhon. *Los carteles, su historia y su lenguaje*. Barcelona: Gustavo Gill, 1972].



Fig. 27 y 28. Jhon Heartfield.

(Izquierda): *Adolfo, el superhombre: traga oro y habla lata*, 1935.

(Derecha): *Der Sinn des Hitlergrusses* (significado del saludo hitleriano), 1927.

[Fuente: B. MEGGS, Philip, y W. PURVIS, Alston. *Historia del diseño gráfico*. Barcelona: RM, 2009].



Fig. 29. (Izquierda): George Grosz. Portada de *Der Blutige Ernst*, (una pareja delante de un collage de anuncios de cabarés), 1919.

Fig. 30. (Derecha): Lucian Bernhard. *Este es el cambio hacia la paz, ¡así lo quiere el enemigo! ¡Por eso, suscríbese al empréstito de guerra!*, 1915.

[Fuente: B. MEGGS, Philip, y W. PURVIS, Alston. *Historia del diseño gráfico*. Barcelona: RM, 2009].

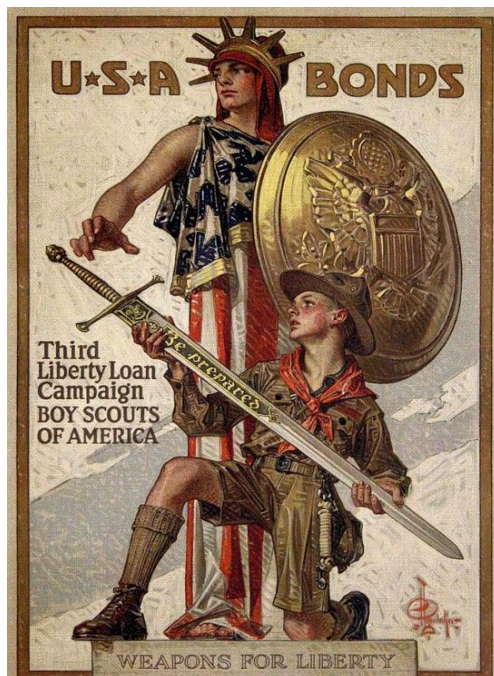


Fig. 31. (Izquierda): Joseph C. Leyendecker. Cartel homenaje a una buena campaña de abonos, 1917.

Fig. 32. (Derecha): James Montgomery Flagg. Cartel de reclutamiento militar, 1917.

[Fuente: B. MEGGS, Philip, y W. PURVIS, Alston. *Historia del diseño gráfico*. Barcelona: RM, 2009].



Fig. 33. (Izquierda): Ludwig Holhwein. Cartel para recaudar fondos, 1914.

Fig. 34. (Derecha): Ludwig Holhwein. Cartel de la *Deutsche Lufthansa*, 1936.

[Fuente: B. MEGGS, Philip, y W. PURVIS, Alston. *Historia del diseño gráfico*. Barcelona: RM, 2009].

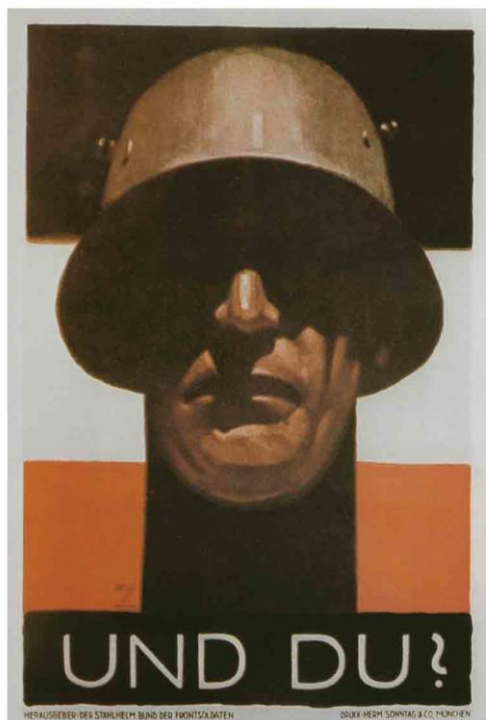


Fig. 35. Ludwig Holhwein. Cartel de reclutamiento, 1940.

Un soldado severo y sombrío aparece sobre una pregunta sencilla: ¿Y tú?

[Fuente: B. MEGGS, Philip, y W. PURVIS, Alston. *Historia del diseño gráfico*. Barcelona: RM, 2009].



Fig. 36 y 37.

(Izquierda): Carteles de propaganda electoral, 1936.

(Derecha): Gran lienzo con una representación de la historia ejemplarizante del marinero Antonio Coll, que abatió cuatro tanques Fiat Ansaldo en el frente Sur de Madrid, 1938.

[Fuente: VV.AA. (Coord: CLOTAS, Salvador). *Carteles de la guerra*. Madrid: Fundación Pablo Iglesias, 2008].



Fig. 38. Cartel de gran formato situado en un céntrico edificio de la capital, producido por la Junta de Defensa de Madrid.

[Fuente: VV.AA. (Coord: CLOTAS, Salvador). *Carteles socialistas de la guerra civil*. Madrid: Fundación Pablo Iglesias, 2007].



Fig. 39. Improvisado taller de propaganda del III Cuerpo del Ejército en el patio de un edificio madrileño.

[Fuente: VV.AA. (Coord: CLOTAS, Salvador). *Carteles socialistas de la guerra civil*. Madrid: Fundación Pablo Iglesias, 2007].



Fig. 40. Anónimo. *¡No pasarán!*, 1936.

[Fuente: SANZ, Jesús de Andrés. *Carteles de la guerra civil española*. Madrid: Susaeta, 2005].



Fig. 41. (Izquierda): “Como si tuviera un juguete en las manos, esta miliciana sonríe y parece contenta de formar parte de los voluntarios que van a combatir a los sublevados contra el gobierno”, 6 de agosto de 1936.



Fig. 42. (Derecha): “Una joven miliciana española enrolada en un batallón creado por el gobierno”, 1936. [Fuente: LEFEBRE-PEÑA, Michel. *Guerra Gráfica. Fotógrafos, artistas y escritores en guerra*. Madrid: Clunwerg, 2013].



Fig. 43. Anónimo. “*¡Mujeres! Trabajad en la Retaguardia*”, 1937.

[Fuente: SANZ, Jesús de Andrés. *Carteles de la guerra civil española*. Madrid: Susaeta, 2005].

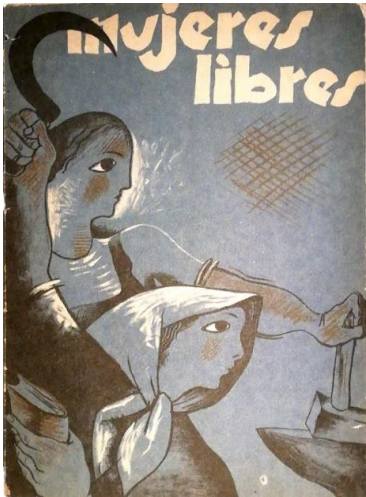


Fig. 44. Revista *Mujeres Libres*. 1936 -1938, Barcelona.

[Fuente: LEFEBRE-PEÑA, Michel. *Guerra Gráfica. Fotógrafos, artistas y escritores en guerra*. Madrid: Clunwerg, 2013].



Fig. 45. Vicente Ballester Marco. “Cada bala un objetivo. Adelante, ingresad en la Columna España Libre”, 1936.

[Fuente: SANZ, Jesús de Andrés. *Carteles de la guerra civil española*. Madrid: Susaeta, 2005].



Fig. 46. Germán Horacio Robles Sánchez. *Aprieta fuerte compañero!!*, 1936.

[Fuente: <http://ceres.mcu.es>].

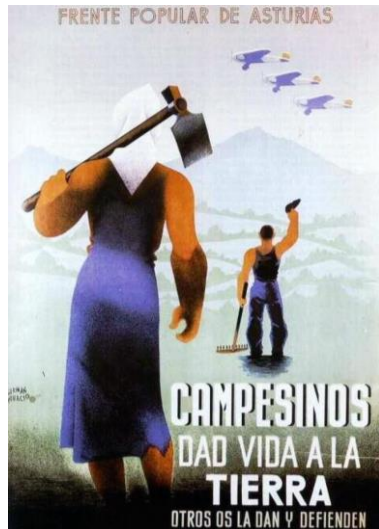


Fig. 47. (Izquierda): Germán Horacio Robles Sánchez. *Campesinos dad vida a la tierra. Otros os la dan y defienden*. 1936

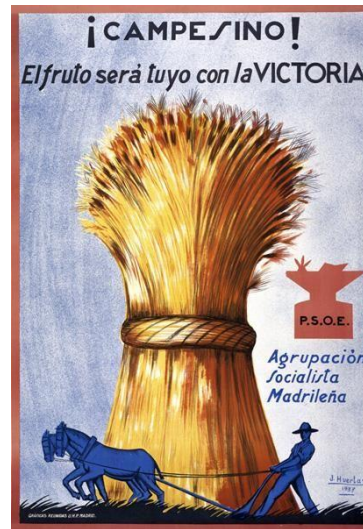


Fig. 48. (Derecha): J. Huertas. *PSOE. Agrupación socialista madrileña*, 1937.

[Fuente: VV.AA. (Coord: CLOTAS, Salvador). *Carteles socialistas de la guerra civil*. Madrid: Fundación Pablo Iglesias, 2007].

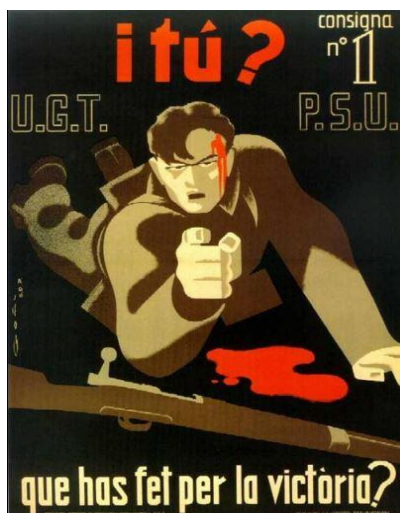


Fig. 49. Lorenzo Goñi. *Consigna nº 1. ¿Y tú? ¿Qué has hecho por la victoria?* (PSUC-UGT).

[Fuente: VV.AA. (Coord: CLOTAS, Salvador). *Carteles socialistas de la guerra civil*. Madrid: Fundación Pablo Iglesias, 2007].



Fig. 50. José Bardasano. *18 julio 1936-1937*.

[Fuente: LEFEBRE-PEÑA, Michel. *Guerra Gráfica. Fotógrafos, artistas y escritores en guerra*. Madrid: Clunwerg, 2013].

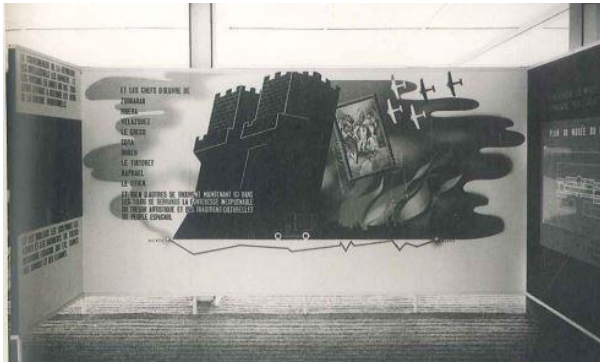


Fig. 51. Josep Renau.

Mural sobre la salvaguarda del Tesoro Artístico Nacional y su evacuación de Madrid a Valencia. Pabellón español en la Exposición Internacional de París de 1937.

[Fuente: CABAÑAS BRAVO, Miguel. *Grandes genios de la Comunitat Valenciana. Josep Renau*. Valencia: Aneto, 2011].

testigos negros de nuestros tiempos
UN GRAN FILM DOCUMENTAL



a cargo del PAPA NOEL de los niños españoles

Fig. 52. Josep Renau.

Fotomontaje: *Testigos negros de nuestros tiempos: Un gran film documental a cargo del Papá Noel de los niños españoles*. Revista Nueva Cultura, 1937.

[Fuente: CABAÑAS BRAVO, Miguel. *Grandes genios de la Comunitat Valenciana. Josep Renau*. Valencia: Aneto, 2011].



Fig. 53. Josep Renau.

Fotomontaje: *El comisario*, 1936.

[Fuente: CABAÑAS BRAVO, Miguel. *Grandes genios de la Comunitat Valenciana. Josep Renau*. Valencia: Aneto, 2011].



Fig. 54. Josep Renau. *Obreros, campesinos, soldados, intelectuales: reforzad las filas del Partido Comunista*. Valencia, 1937.

[Fuente: CABAÑAS BRAVO, Miguel. *Grandes genios de la Comunitat Valenciana. Josep Renau*. Valencia: Aneto, 2011].



Fig. 55. Josep Renau. *Victoria: hoy más que nunca*. Barcelona 1938.

[Fuente: CABAÑAS BRAVO, Miguel. *Grandes genios de la Comunitat Valenciana. Josep Renau*. Valencia: Aneto, 2011].

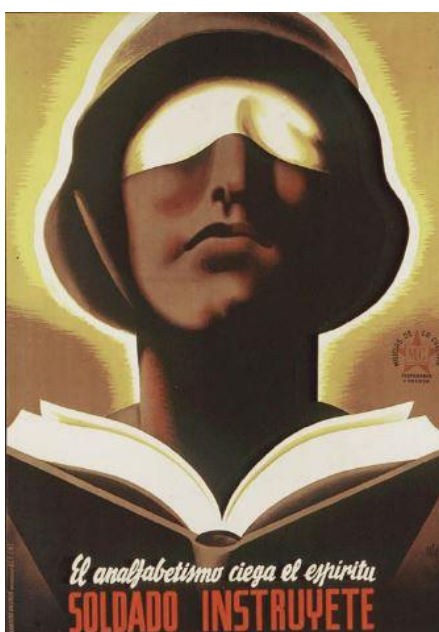


Fig. 56. Wila. *El analfabetismo ciega el espíritu. Soldado, instrúyete*, 1937.

[Fuente: VV.AA. (Coord: CLOTAS, Salvador). *Carteles de la guerra*. Madrid: Fundación Pablo Iglesias, 2008].



Fig. 57. Dos niños pegan en un muro un cartel de J. Huertas animando al alistamiento.

[Fuente: VV.AA. (Coord: CLOTAS, Salvador). *Carteles socialistas de la guerra civil*. Madrid: Fundación Pablo Iglesias, 2007].

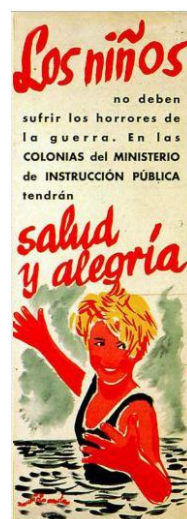
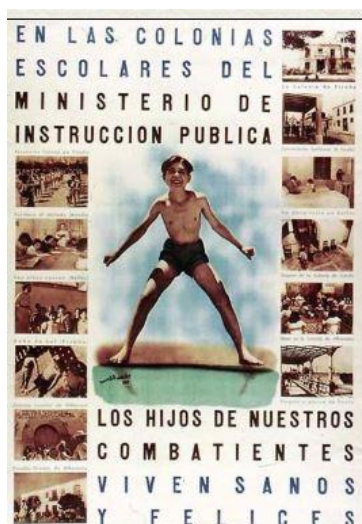


Fig. 58. (Izquierda): Mauricio Amster. *Panfleto: En las colonias escolares del Ministerio de Instrucción Pública los hijos de nuestros combatientes viven sanos y felices*, 1937.

Fig. 59. (Derecha): Mauricio Amster. *Los niños no deben sufrir los horrores de la guerra. En las colonias del Ministerio de Instrucción Pública tendrán salud y alegría*, 1937.

[Fuente: VV.AA. (Coord: CLOTAS, Salvador). *Carteles de la guerra*. Madrid: Fundación Pablo Iglesias, 2008].



Fig. 60. (Izquierda): Carmen Parrilla. *La unidad del ejército, del pueblo, será el arma de la victoria*, 1937.
[Fuente: VV.AA. (Coord: CLOTAS, Salvador). *Carteles de la guerra*. Madrid: Fundación Pablo Iglesias, 2008].

Fig. 61. (Derecha): Carmen Parrilla. *El ejército popular es el ejército de la República*, 1937.
[Fuente: SANZ, Jesús de Andrés. *Carteles de la guerra civil española*. Madrid: Susaeta, 2005].



Fig. 62. Josep Morell. *Ha llegado España*, 1939.

[Fuente: SANZ, Jesús de Andrés. *Carteles de la guerra civil española*. Madrid: Susaeta, 2005].



Fig. 63. Pere Clapera Argelaguer. *Camarada, ¡ahorra! La riqueza nacional depende de tu economía*, 1939.

[Fuente: SANZ, Jesús de Andrés. *Carteles de la guerra civil española*. Madrid: Susaeta, 2005].



Fig. 64. Gráficas Ultra Barcelona. *A través de la O.J. el regalo de los reyes magos*, 1939.

[Fuente: SANZ, Jesús de Andrés. *Carteles de la guerra civil española*. Madrid: Susaeta, 2005].

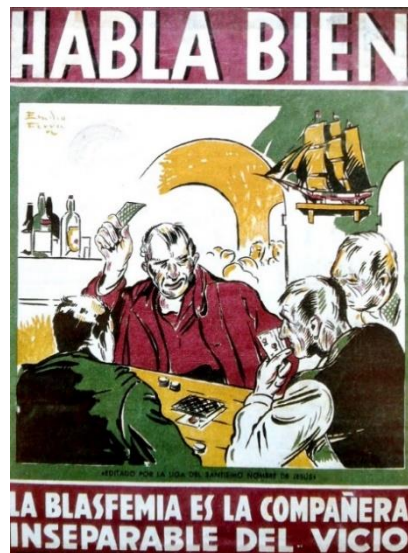
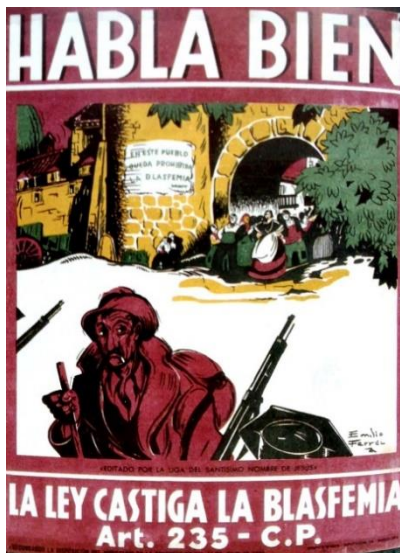


Fig. 65. Liga del Santísimo Nombre de Jesús. *Habla bien. La ley castiga la blasfemia*, 1939.

Fig. 66. Liga del Santísimo Nombre de Jesús. *Habla bien. La blasfemia es la compañera inseparable del vicio*, 1939.

[Fuente: SANZ, Jesús de Andrés. *Carteles de la guerra civil española*. Madrid: Susaeta, 2005].



Fig. 67. Carlos Sáenz de Tejada. *En nuestra justicia está nuestra fuerza*, 1939.

[Fuente: NASH, Mary. *Rojas: las mujeres republicanas en la guerra civil*. Madrid: Taurus, 1999].



Fi. 68. Avelino de Aróztegui. *Amor de madre y calor social*, 1937.

[Fuente: NASH, Mary. *Rojas: las mujeres republicanas en la guerra civil*. Madrid: Taurus, 1999].

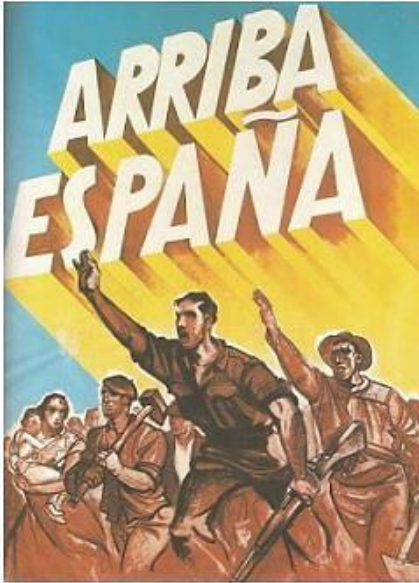


Fig. 69. Anónimo. *Arriba España* (1936-1939).

[Fuente: SANZ, Jesús de Andrés. *Carteles de la guerra civil española*. Madrid: Susaeta, 2005].



Fig. 70. Jefatura Nacional de Prensa y Propaganda. *España, una grande, libre* (1937-1938).

[Fuente: SANZ, Jesús de Andrés. *Carteles de la guerra civil española*. Madrid: Susaeta, 2005].



Fig. 71. Servicio Nacional de Propaganda. *1ª Cruzada. España orientadora espiritual del Mundo*, 1939.

[Fuente: SANZ, Jesús de Andrés. *Carteles de la guerra civil española*. Madrid: Susaeta, 2005].



Fig. 72. Revista *Blanco y Negro*, nº 11 de septiembre de 1938. Cubierta de A.Boué sobre el tema del sembrador.

[Fuente: LEFEBRE-PEÑA, Michel. *Guerra Gráfica. Fotógrafos, artistas y escritores en guerra*. Madrid: Clunwerg, 2013].



Fig. 73 y 74. Dos portadas de la revista *Estudios*, la de la izquierda de Manuel Monleón y la de la derecha de Josep Renau.

[Fuente: LEFEBRE-PEÑA, Michel. *Guerra Gráfica. Fotógrafos, artistas y escritores en guerra*. Madrid: Clunwerg, 2013].



Fig. 75 y 76. Fotografías de los trenes con propaganda pintada por el Sindicato de Dibujantes Profesionales de Barcelona, 1936.

[Fuente: LEFEBRE-PEÑA, Michel. *Guerra Gráfica. Fotógrafos, artistas y escritores en guerra*. Madrid: Clunwerg, 2013].



Fig. 77. Revista *Der Adler*. Nuevas informaciones sobre nuestros combatientes en España, 13 de junio de 1939.

[Fuente: LEFEBRE-PEÑA, Michel. *Guerra Gráfica. Fotógrafos, artistas y escritores en guerra*. Madrid: Clunwerg, 2013].