



Universitat
Oberta
de Catalunya

*“Cartells turístics
Montecarlo-Montferrant”*

Del llegat artístic dels anys 20 fins a l'era digital

Joan Martí Gargallo

**Treball Final del Grau /
Disseny i Creació Digital**

12.06.2023

ABSTRACT	3
1. INTRODUCCIÓ	
1.1 Context històric	4
1.2 Descripció del projecte	6
1.3 <i>DAFO</i>	7
1.4 Planificació	8
2. DESENVOLUPAMENT	
2.1 Investigació	9
2.2 <i>Benchmarking</i>	10
2.3 Anàlisi de la informació	11
2.4 Exploració visual	
Ambientació	12
Textos curatorials	13
Disposició de les obres	14
Cartell viatges 1920-1932	15
Elements visuals	16
Tipografia	19
<i>Blanes</i>	20
<i>Montecarlo</i>	21
Catàlegs d'exposicions	22
2.5 Definició conceptual i gràfica	23
2.6 Disseny final	
Exposició	
Sala escollida	26
Contingut	27
Distribució	31
Cartells digitals	36
Catàleg	
Dades tècniques	37
Planning	37
Coberta	38
Tripa	38
3. CONCLUSIONS FINALS	39
4. BIBLIOGRAFIA	40

ABSTRACT

“Montecarlo-Monferrant Tourist Posters: From the Artistic Legacy of the 1920s to the Digital Era” is a curatorial project that falls within the area of design and content publication of the TFG (*Bachelor’s Degree Final Project*). This exhibition focuses on the advertising posters produced during the 1920s about different regions of the *French Mediterranean Coast*. The main objective is to showcase the poster as a powerful tool of information and popular expression on the streets.

To carry out this exhibition, a research of the historical context has been conducted, as well as a thorough analysis of the various works by artists from that era. To channel all this information, three types of visual artifacts have been designed. On one hand, the interior space of a real exhibition hall in Blanes has been visually depicted. On the other hand, two posters of this *Catalan* town have been created, taking inspiration from the same graphic style as the French posters. And lastly, a catalog with exclusive finishes has been produced, encompassing all the content of the exhibition in two languages, *Catalan* and *French*.

The final result of this multi-project forms a cohesive, professional, and well-argued graphic ensemble that invites visitors to reflect on the longevity of the poster as a graphic and communicative piece, and perhaps even plan a getaway to the *Côte d’Azur*.

Keywords: Exhibition, Advertising Posters, Tourism

1. INTRODUCCIÓ

La idea de desenvolupar un **projecte curatorial basat en el cartellisme publicitari de fa gairebé un segle** ja descriu, per si mateix, la longevitat d'aquest tipus d'artefacte comunicatiu. Al llarg de la meua trajectòria acadèmica i professional he anat estudiant i treballant el concepte del "cartell modern" a diferents nivells, agafant consciència de la potencialitat d'aquest mitjà com a vehicle d'expressió popular, i el que representa per l'hemeroteca del disseny gràfic. Per aquesta raó, em resulta força motivador ser comissari d'una exposició temporal d'obres produïdes entre els anys 1920 i 1932, època popularment coneguda com a "període d'entreguerres", "bojos anys 20" o "dècada feliç".

Com bé descriu el títol del projecte, la **temàtica de l'exposició** fa referència als **cartells publicitaris** produïts per diferents artistes al llarg dels anys 20 sobre diferents regions de la **Costa Francesa del Mediterrani**, des de la *Côte Vermeille* fins a la *Côte d'Azur*. En aquesta exposició també s'inclouen **dos cartells d'una regió de la Costa Brava catalana en format digital**. Es dissenyen especialment per l'ocasió, i segueixen la mateixa línia gràfica que els cartells francesos.

1.1 CONTEXT HISTÒRIC

L'elecció de cartells francesos no és anecdòtica, ja que aquest país va ser pioner en la història de la publicitat. Per situar-nos en context, a l'Europa de finals del s. XIX, i principis del s. XX, s'hi produeix una voràgine de moviments artístics i tècnics, com ara el *Postimpressionisme*, l'*Art Nouveau* i el *Simbolisme*. Autors com el litògraf *Chéret* o el pintor i cartellista *Toulouse-Lautrec* són les principals referències a França. Els seus treballs serviran d'inspiració per als futurs artistes de l'*Escola de París*, o la *Bauhaus*, a l'hora de desenvolupar nous moviments artístics com el *Cubisme*, el *Constructivisme*, o *De Stijl*. En aquella època, apareixen els primers cartells de viatges en les estacions de ferrocarril, per tal d'atreure els turistes de classe mitjana. Tanmateix, aquest tipus d'obres són de baixa qualitat i no gaudeixen de gaire popularitat. No és fins ben entrada la dècada de 1920, amb la consolidació industrial, quan el cartell deixa de ser una obra de culte, per convertir-se en una eina publicitària impresa en sèrie.



Henri Toulouse-Lautrec,
Reine de Joie, 1892.



Alfred Roller, Cartell Art
Nouveau XIV Exposició de la
Secession de Viena, 1902.

Les companyies de transport ferroviari, aeri i marítim comencen a apostar fort pel cartell com a mitjà publicitari, i per aquest motiu, contracten a tota una generació d'artistes de l'època: *Cassandre, Roger Broders, Baumberger, Cardinaux, David Dellepiane, Hugo d'Alesi, Charles Alo, Constant Duval, Julien Lacaze, Roger Soubie, Géo Dorival, Pierre Commarmond, Paul Edouard Champseix, Tom Purvis, Frank Newbould* i altres, adopten amb força enginy el llenguatge dels moviments artístics formals, i els apliquen al cartell publicitari. El resultat és una gran quantitat d'obres que, amb el pas del temps, es convertiran en peces gràfiques atemporals.

El títol de l'exposició **"Cartells turístics Montecarlo-Montferrat. Del llegat artístic dels anys 20 fins a l'era digital"** també juga amb certs paral·lelismes entre els "bojos anys 20" i l'època actual. A principis d'aquella dècada, la societat tenia moltes ganes de viure, consumir, passar-ho bé i oblidar com més aviat millor les desgràcies d'un passat recent, com van ser la *Gran Guerra* i la pandèmia de la *Grip espanyola de 1918*. S'expandien les fàbriques en plena revolució industrial. Comprar un electrodomèstic per la llar o adquirir un cotxe i pagar per quotes ja no era una excentricitat. En l'àmbit femení hi va haver importants reivindicacions. Els moviments artístics vivien una voràgine creativa i expansiva. En els *EUA* es consolidava el sistema econòmic i s'idealitzava l'anomenat "*American way of life*", tot i que a finals de la dècada s'enfonsaria la borsa (1929) i començaria la *Gran Depressió*. En l'*Europa post-Primera Guerra Mundial* continuava la inestabilitat política en forma de populismes com el partit polític de *Hitler*, o la marxa sobre *Roma de Mussolini*.

En aquest sentit, la dècada actual també començava marcada per una pandèmia global, i la posterior recuperació econòmica i sanitària. En general, l'anhel de la societat actual és sortir, consumir i viatjar. Els hàbits de consum han canviat i s'adapten a la tecnologia. El feminisme està més reivindicatiu que mai. S'expandeix la intel·ligència artificial a tots els àmbits, i el *Vell Continent* viu una nova etapa d'incertesa política i econòmica des del febrer de 2022, a conseqüència de la invasió russa en *Ucraïna*.



Otto Baumberger,
Lugano, Südschweizerisches
Sonnenland - SBB, 1924.



Roger Broders,
Le Tour Du Mt. Blanc, 1927.



Cassandre,
Étoile du Nord, 1927.

1.2 DESCRIPCIÓ DEL PROJECTE

El projecte consisteix en una **exposició temporal de 20 cartells publicitaris sobre diferents destinacions turístiques de la Costa Francesa del Mediterrani i la Costa Brava Catalana**. L'eix vertebral dels cartells exposats són el disseny i l'estil gràfic de les diferents tècniques avantguardistes utilitzades durant els anys 1920-1932. L'exposició presenta dos blocs temàtics:

18 cartells impresos de diferents regions de la Costa Francesa mediterrània. El mateix estudiant actua de comissari de l'exposició i, per tant, és l'encarregat d'escollir les peces.

2 cartells digitals del municipi de Blanes (Girona), en el qual se celebraria l'exposició. Aquests cartells es creen i dissenyen pel mateix comissari de l'exposició. L'elecció d'aquesta població catalana no és anecdòtica, ja que es tracta de la **porta d'entrada a la Costa Brava gironina**, i serveix com a punt d'inici de la ruta costanera que ha de conduir (metafòricament) al visitant fins a *Montecarlo (Mònaco)*. Com a complement de l'exposició, el visitant disposarà d'un **catàleg** on, d'entre altres, es mostraran imatges de les obres amb la seva informació corresponent. El **text curatorial** es basarà en l'estudi formal del disseny a escala general i específica de cada obra: Descripció dels elements presents, el sistema de composició emprat, la geometria o la paleta de colors que ajuda a reflectir una atmosfera del dia concreta. Aquest text també farà referència a la rellevància i context històric en què es van produir aquesta sèrie d'obres.

L'objectiu principal d'aquest projecte és **fer valdre el cartell com a canalitzador d'informació cultural i publicitària** a peu de carrer. I és que la seva efectivitat i contemporaneïtat com artefacte gràfic queda demostrada amb la longevitat dels cartells francesos. Amb la introducció dels cartells de *Blanes* es pretén **fomentar sinergies entre les diferents regions costaneres gironines i franceses**, ja que comparteixen molts factors: *Mar Mediterrani*, turisme, bones comunicacions, pobles i platges bucòliques, camins de ronda, o l'excel·lent gastronomia.

Esquema de la temàtica de cartells de l'exposició.



Vista de Blanes des del castell de Sant Joan.

Tanmateix, aquestes regions també comparteixen **connotacions negatives per part del visitant local**, com ara el turisme massificat o l'ambient d'exclusivitat que es promou en segons quina regió. Per aquest motiu aquesta exposició també vol posicionar-se com una eina de revalorització del públic local. Respecte a **l'objectiu acadèmic**, aquest projecte és una oportunitat d'aplicar els coneixements adquirits al llarg del *Grau en Disseny i Creació digital*.

Aquesta exposició **va dirigida a un públic adult**, generalment públic local i turistes europeus. Aficionats o professionals del disseny gràfic, la il·lustració, la tipografia o les Belles Arts. Persones que tinguin una certa vinculació amb les poblacions publicitades en els cartells, així com professionals de la indústria turística. Per tant, el **target objectiu** d'aquesta exposició aniria entre els 18 i 99 anys aproximadament, indiferentment del sexe, i que valoren tenir al seu abast una exposició de cartells d'una temàtica concreta. El públic general tindria un nivell adquisitiu mitjà-alt, residents en ciutats i amb inquietuds sobre la cultura i la història.

Com bé s'ha comentat anteriorment, l'exposició es realitzarà dins del territori català, concretament al municipi de **Blanes (Girona)**. Si l'exposició tingués un èxit considerable, es podria extrapolar el model a escala europea, i concretament a les diferents regions de la costa francesa que es mostren en l'exposició. La mostra té un caràcter temporal, amb una **durada de quatre mesos**. El període de l'any més òptim per l'exhibició seria **de juny a setembre**, coincidint amb les vacances d'estiu que es quan hi ha més afluència turística.

Es descarta aplicar un preu per l'entrada a l'exposició. Volem que l'àrea de promoció econòmica i turística de *Blanes*, o l'autoritat competent, assumeixi els costos d'instal·lació i manteniment, ja que considerem aquesta exposició com un important acte cultural pel municipi. Per aquest motiu, es planteja l'accés públic a l'exposició.

Aquest projecte es tracta d'una proposta personal emmarcada dins d'un Treball Final del *Grau en Disseny i Creació digital*. Però perfectament podria passar de ser un projecte acadèmic a una proposta real si es planteja a qualsevol dels ajuntaments de les poblacions europees representades en l'exposició. Pel reduït volum de material mostrat, aquesta exposició es podria encabir perfectament en una sala d'exposicions, el vestíbul d'un hotel, o en qualsevol espai municipal habilitat per exposicions, com ara una oficina de turisme.

1.3 DAFO

Al tractar-se del projecte acadèmic amb més projecció professional del grau, es considera fer una anàlisi *DAFO* des de la perspectiva de l'estudiant que finalitza el grau, com del projecte en qüestió: Les **debilitats** són:

- Manca d'experiència en exposicions.
- Manca de referències en aquest tipus de temàtica concreta del cartellisme publicitari.
- Dificultat per aconseguir mostres originals de cartells de la dècada 1920-1932.

Les **amenaces** són:

- Consulta digital. Que la temàtica de les obres no sigui prou cridanera pel públic en general.
- Poca sensibilitat cultural en la societat, la qual associa la figura del cartell a un artefacte caduc.

Les **fortaleses** són:

- Proposta cultural de qualitat i original.
- Producte càlid i tangible (catàleg, cartells).
- Representació històrica de la cultura europea del s. XX.

Les **oportunitats** són:

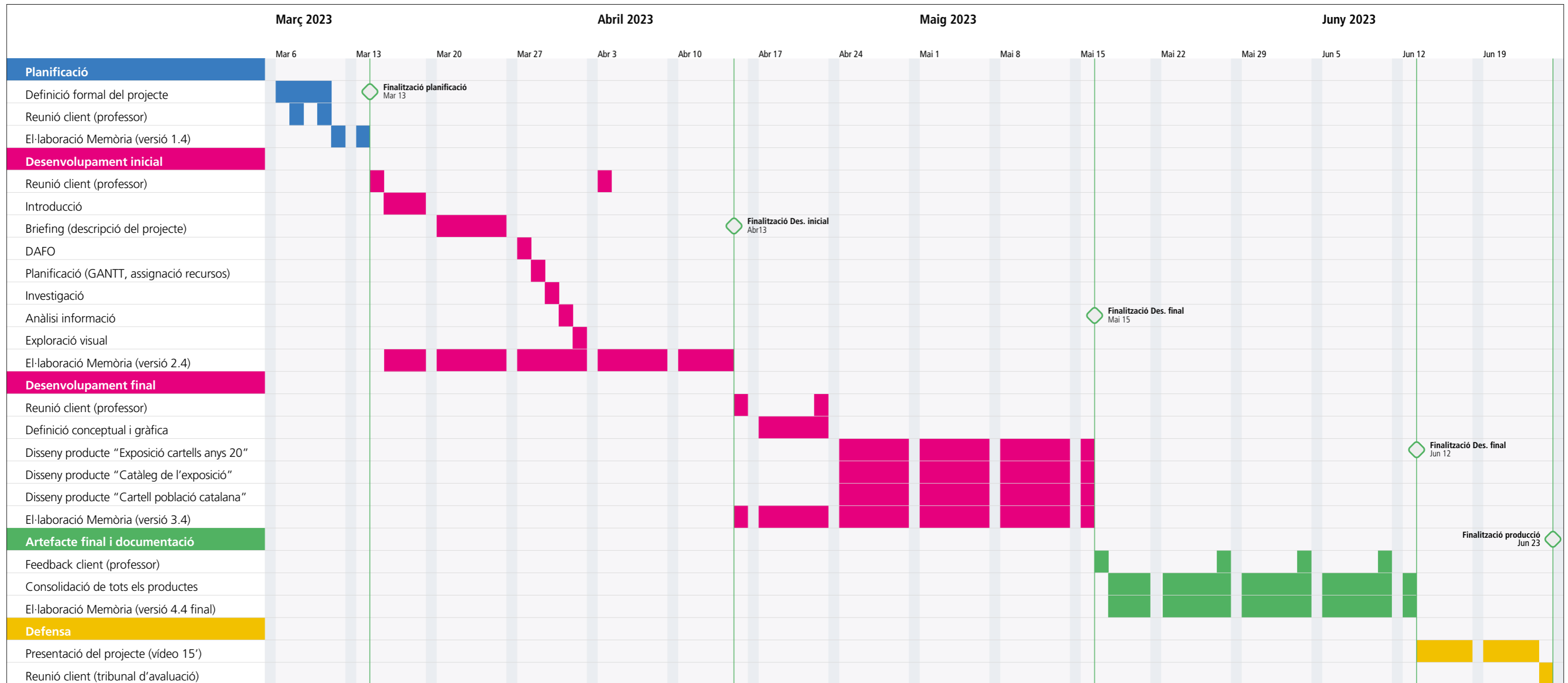
- Crear sinergies entre les poblacions representades en els cartells de l'exposició.
- Connexió emocional amb el públic local, per tal de descobrir nous punts de vista.
- Fer valdre el cartell com artefacte cultural, visual i promocional, enfront de la massificació fotogràfica edulcorada de les xarxes socials.

1.4 PLANIFICACIÓ

Tècnicament, volem aconseguir una experiència notable per part del visitant, el qual pugui gaudir d'una **exposició de cartells dels anys 20** perfectament catalogada. Junt amb l'exposició estaria disponible un **catàleg de l'exposició** en qüestió. El punt fort seria el disseny dels **cartells de la població costanera catalana** amfitriona de l'exposició, i finalment una **memòria** del projecte, així com la **defensa** del projecte davant d'un tribunal (client). Per portar a terme totes aquestes etapes, hem dissenyat un **Diagrama de Gantt** on s'enumeren totes les fases necessàries.

Per desenvolupar els diferents productes de l'exposició utilitzarem el **programari d'Adobe Creative Cloud**. Concretament l'*Adobe Indesign* per la maquetació del catàleg i la memòria del projecte, així com els diferents textos i accessoris presents en l'exposició. *Adobe Illustrator* i *Photoshop* per la realització dels cartells de la població catalana, i *Adobe Premiere* per la realització dels vídeos de l'exposició (introducció i cartells).

Respecte als **recursos** per l'exposició, caldran elements de subjecció pels cartells impresos, i diversos monitors per mostrar el material digital.



2. DESENVOLUPAMENT

2.1 INVESTIGACIÓ

La recerca d'informació s'ha iniciat sota els termes *"exposicions de cartells antics de viatges"*. En **l'àmbit internacional**, un dels resultats més destacables ha sigut l'exposició *"Broders, le voyage"* que es va celebrar a la ciutat de *Toulouse* l'any 2017. Es tractava de la primera exposició monogràfica d'aquest cartellista francès, molt prolífic durant els anys 1920-1932. Aquesta exposició disposava d'un catàleg a la venda (10 euros) de 142 pàgines 20x28 cm. Es va celebrar en el museu *"Le MATOU, musée de l'affiche de Toulouse"*. Un altre esdeveniment interessant, que combinava exposició i subhasta era *"The art of travel"*, la qual es va celebrar al vestíbul del luxós hotel *JW Marriott Cannes*, al maig de l'any 2014, coincidint amb el *Festival Internacional de Cinema*.

En **l'àmbit espanyol** s'ha seguit una línia d'investigació diferent, ja que la recerca de *"cartells antics de viatges"* no ha produït resultats gaire fructífers per als nostres interessos. Per aquest motiu ens hem limitat a utilitzar els termes *"cartells antics"*. També hem concretat el període de celebració, limitant-se a les exposicions celebrades l'any 2022. Una de les troballes més interessants és l'exposició *"L'art del cartell a Barcelona"* la qual ofereix una perspectiva gràfica i històrica de la ciutat des de diferents àmbits, amb el cartell com a eix vertebrador.

Les **aspiracions dels visitants** de la nostra exposició són créixer i enriquir-se intel·lectualment. Persones a qui els hi agrada viatjar i interactuar amb altres cultures. Que els hi agrada l'art com a eina vehicular i evocadora d'una època daurada del turisme europeu de *glamor* i encant. Persones amb inquietuds històriques, per tal de recordar, a través dels cartells, una època de canvi social i de consum com la que va representar la dècada de 1920-1932. Visitar aquesta exposició també és una forma d'establir nous contactes en el món de l'art, com ara dissenyadors, pintors, licitadors de subhastes, directors d'art, comissaris, etc.



Exposició "Broders, le voyage" a Le MATOU, Toulouse (2017).



Exposició "L'art del cartell a Barcelona", 2022.

El **mercat** al qual pertany el nostre projecte és tota aquella exposició o esdeveniment que divulga el cartellisme com a acte comunicatiu i publicitari, i més concretament el que fa ús de l'art i les tècniques avantguardistes del període d'entreguerres.

La **competència** del nostre projecte és internacional, ja que les exposicions se solen celebrar a les capitals i grans ciutats europees que disposen de museus específics de cartells, com ara al *MATOU* de *Toulouse*. També s'exposen cartells a galeries d'art, vestíbuls d'hotel o ajuntaments.

Les **paraules clau** més apropiades són: *provençe-alpes-côte d'azur; paris-lyon-méditerranée; landscape; france; sea; sailing ship; riviera (french); advertising; port; europe; train; artistic genre; geography; holidays; vintage; travel posters; art; exhibitions; tourism; glamour; Art Deco.*

2.2 BENCHMARKING

Elaborem una anàlisi comparativa per fer-nos una idea del "què i com" han ofert els nostres competidors. Cal aclarir que la majoria de les exposicions esmentades no mostraven cartells de viatges, però el seu propòsit era semblant al nostre pel que fa a divulgació i disseny de la proposta.

EXPOSICIONS	Temporal	Monogràfica	Catàleg exclusiu	Ambientació Objectes complementaris	Entrada gratuïta
"El cartel europeo 1888-1938" (2012)	✓	✗	✓	✗	✗
"The art of travel" (2014)	✓	✗	✗	✓	✓
"Broders, le voyage" (2017)	✓	✓	✓	✓	✗
Madrid, capital cultural (2022)	✓	✗	✓	✓	✓
"Cartells de la vida moderna" (2022)	✓	✗	✗	✓	✓
"L'art del cartell a Barcelona" (2022)	✓	✗	✗	✓	✓

2.3 ANÀLISI DE LA INFORMACIÓ

A partir del *benchmarking* realitzat, podem extreure les conclusions següents:

La majoria d'exposicions analitzades de cartells antics són **temporals**, és a dir, no disposen d'un espai fix en un museu o una galeria d'art. Solen tenir una duració de 2-3 mesos. L'exposició analitzada més curta és *"The art of Travel"* que just va durar 12 dies. Cal dir que aquesta exposició tenia un caràcter força comercial, ja que s'exposava en el vestíbul d'un hotel amb col·laboració amb la casa de subhastes *Christie's*, i a més coincidia en dies amb el *Festival de Cinema Internacional de Cannes*. Per aquest motiu podem considerar que aquesta exposició tenia una intencionalitat més promocional que divulgativa.

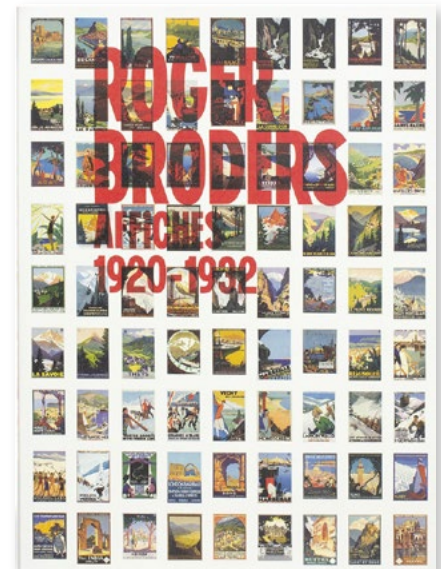
La majoria d'exposicions són de **caràcter temàtic**, és a dir, que tracten un tema a partir de les obres de diversos autors. Només l'exposició *"Broders, le voyage"* té un caràcter monogràfic.

Algunes exposicions disposen d'exclusius **catàlegs** realitzats per l'ocasió. Cal destacar que encara que hagin passat uns anys, aquests catàlegs encara es poden comprar en els portals comercials dels museus respectius. És el cas de *"Broders, le voyage"* (2017) a la venda per 10 euros, o *"El cartel europeo, 1888-1938"* (2012) disponible per 40 euros. Altres exposicions com ara *"Madrid, capital cultural"* tenen disponible el catàleg en format *pdf* en línia. La resta d'exposicions analitzades disposen d'altres artefactes comunicatius, com ara notes de premsa, postals o fulletons. Per tant, podem afirmar que la majoria d'exposicions ofereixen un suport tangible, informatiu i divulgatiu, amb l'objectiu d'acompanyar al visitant al llarg del recorregut. Respecte a l'**ambientació de l'exposició**, la majoria de propostes analitzades mostren objectes que ajuden a contextualitzar la mostra de cartells. En aquest sentit, destaca l'exposició *"Broders, le voyage"* amb objectes tan variats com maletes i raquetes dels anys 1920-1932. Finalment, i a mode merament informatiu, la majoria de les entrades per les exposicions analitzades són gratuïtes i, per tant, **obertes al públic**.

Comunicat de premsa, "The art of Travel", 2014



Catàleg de l'exposició "Broders, le voyage", 2017



Catàleg de l'exposició "Madrid, capital cultural", 2022



2.4 EXPLORACIÓ VISUAL

A continuació es mostra un *moodboard* amb l'objectiu d'explorar visualment les idees i conceptes dels productes que formen part del nostre projecte, com ara l'exposició, el cartell digital de "Blanes" inspirat en dissenys dels anys 1920-1932, i el catàleg.

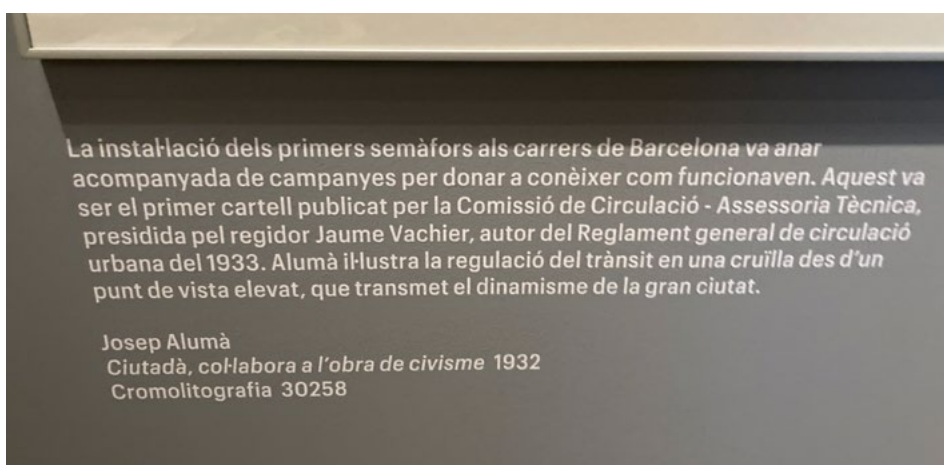
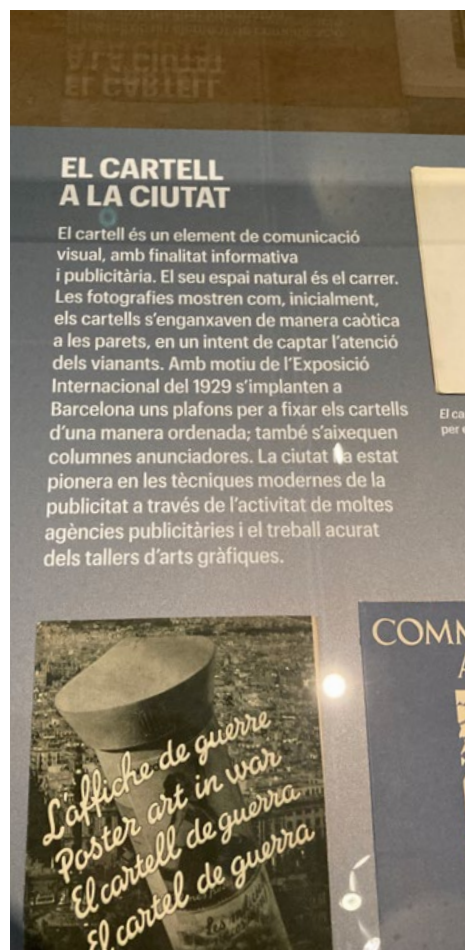
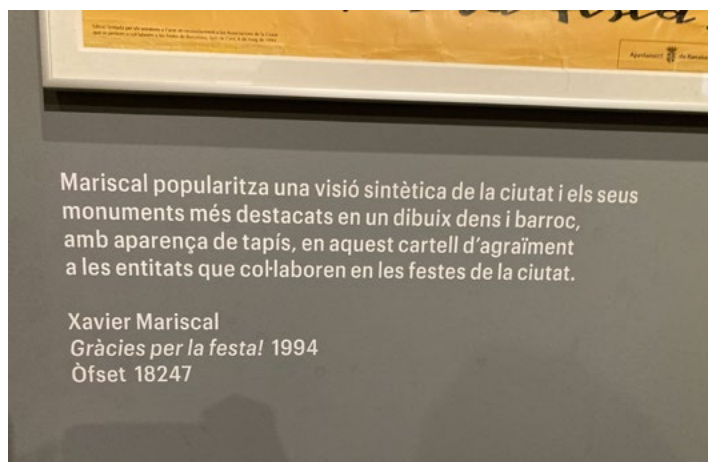
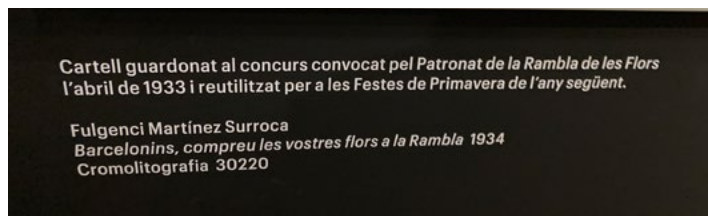
Ambientació

Aspectes de disseny a tenir en compte, i que actuen de complement dins el recorregut de l'exposició.



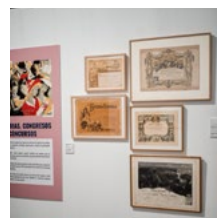
Textos curatorials

Els textos explicatius que acompanyen els diferents cartells o obres complementàries mostrades en l'exposició. Aquests textos inclouen la descripció de l'obra, així com l'autor, any, i forma de reproducció.



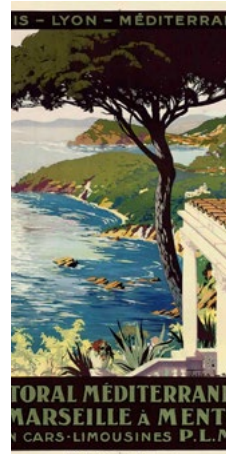
Disposició de les obres

S'han de tenir en compte aspectes com l'espai de les diferents sales disponibles, o la distribució de les obres segons el tipus de temàtica establerta en el guió expositiu dissenyat pel comissari de l'exposició.



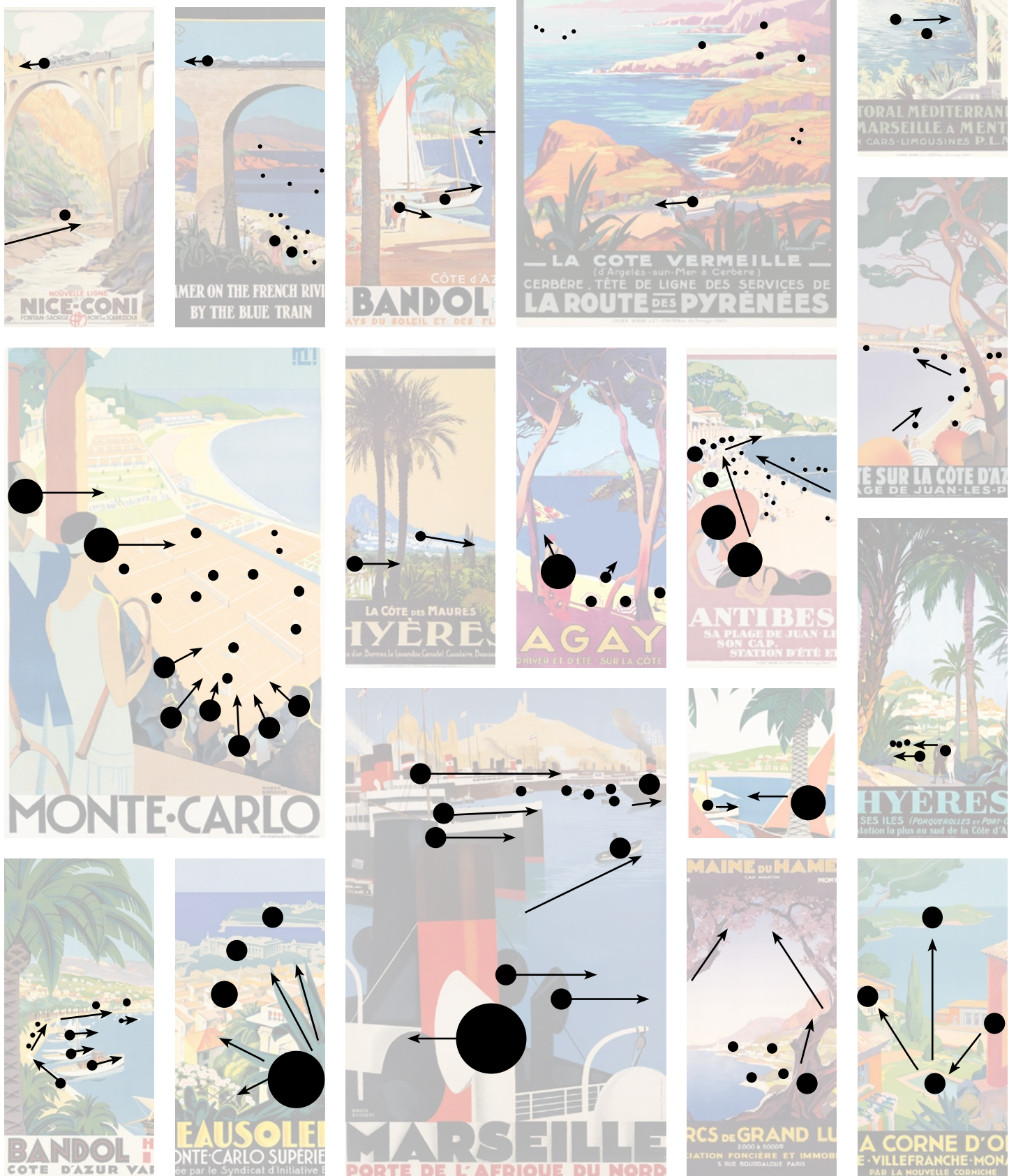
Cartell viatges 1920-1932

La selecció de cartells que formen part de la nostra exposició tenen característiques en comú: Mateixa línia gràfica, regions de la costa catalana i francesa del mediterrani, encàrrecs de companyies de transport, litogràfies, etc.



Elements visuals / Punt i moviment

El punt és la unitat visual més simple. Serveix per estructurar la imatge, compensar el pes visual, crear moviment i definir mida i escala. Tots aquests elements estan representats en els cartells.



Elements visuals / Color

Mitjançant eines en línia com *Colormind* extraiem la paleta de colors principals de cada cartell. En tractar-se de cartells que mostren paisatges, predominen colors de la natura com el blau i el verd.



Elements visuals / Composició, to i escala

Tot i tractar-se d'obres d'autors diferents, en la majoria de cartells analitzats existeix un **sistema comú de composició racional** basat en tres superfícies: Primer pla (*foreground*), centre i fons (*background*).



En el **primer pla** es solen incorporar personatges vestits de forma elegant, ubicats a la part inferior esquerra / dreta del cartell. En aquesta zona també s'hi ubica el text, així com arbres o vegetació per incrementar l'efecte de perspectiva. El to fosc i l'escala d'aquests elements ajuden a distingir la informació visual de l'entorn, i reforcen la perspectiva d'un gràfic bidimensional.

En el **centre** s'aplica una tonalitat de colors més clara. En aquesta zona s'hi ubiquen els elements més representatius de la regió anunciada.

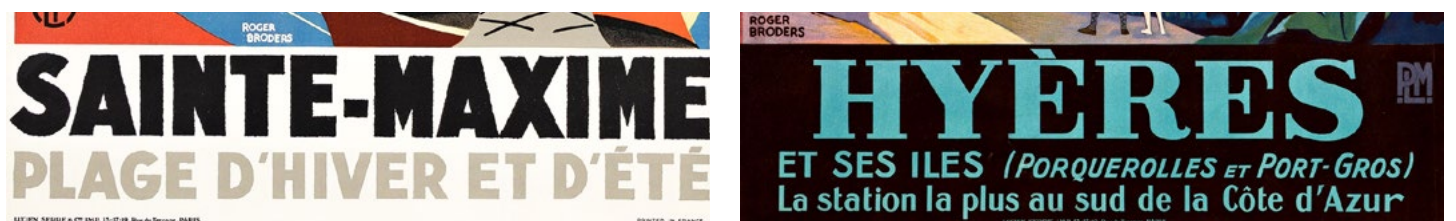
En el **fons** acaba la imatge, i si solen ubicar elements com muntanyes o el cel. Tenen un to i escala diferent de la resta, i solen atraure la mirada de l'espectador cap amunt.



Exemple d'un cartell diseccionat en les tres superfícies analitzades.

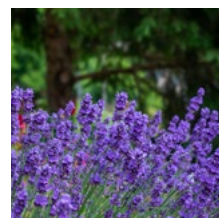
Tipografia

Predominen les tipografies d'estil pal sec. Normalment, se situen en primer pla, en la part inferior del cartell. Es busca sempre el contrast, aplicant color negre sobre fons blanc o color clar sobre fons fosc.



Blanes

Municipi costaner que pertany a la província de *Girona*. Es tracta del primer poble de la *Costa Brava*. A més de les platges, disposa de diversos llocs d'interès turístic, com ara el *Jardí Botànic Marimurtra* o el *Castell de Sant Joan*.



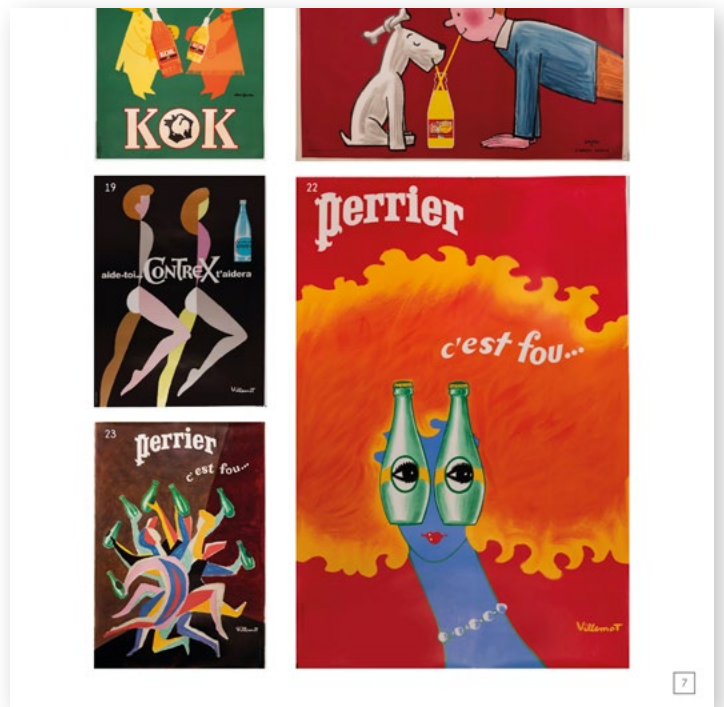
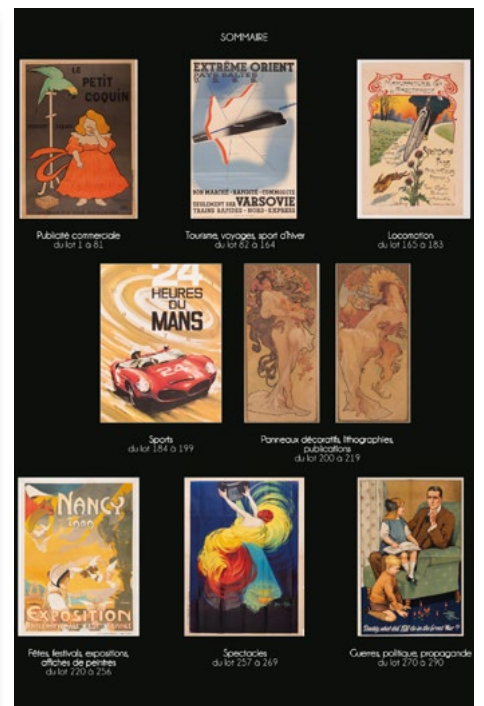
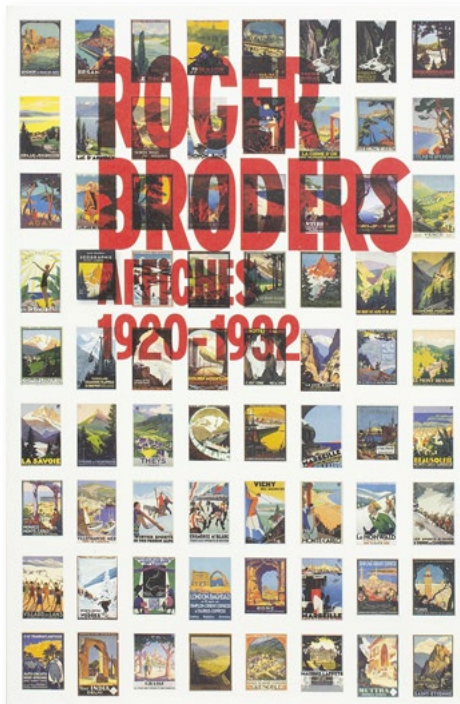
Montecarlo

Un dels districtes més turístics del principat de Mònaco. Famós pel Casino o l'Opera, però també per acollir esdeveniments esportius com el Ral·li o part del recorregut del Gran Premi de Mònaco de la Fórmula 1.



Catàlegs d'exposicions

La majoria de catàlegs d'exposicions de cartells presenten un format prolongat, ja que és la mida més proporcional per maquetar els cartells. Contenen un disseny net, i amb textos descriptius clars de les obres presentades.



2.5 DEFINICIÓ CONCEPTUAL I GRÀFICA

Respecte a l'**exposició**, tenim diferents propostes per l'entrada. La primera opció és ubicar en format collage tot una sèrie de fotografies antigues dels complexos turístics publicitats en els cartells.



Un altre opció es ubicar en la pared de l'entrada un mapa de la *Costa Mediterrània*, concretament el tram comprès entre *Blanes i Montecarlo*, i que dona nom a l'exposició.

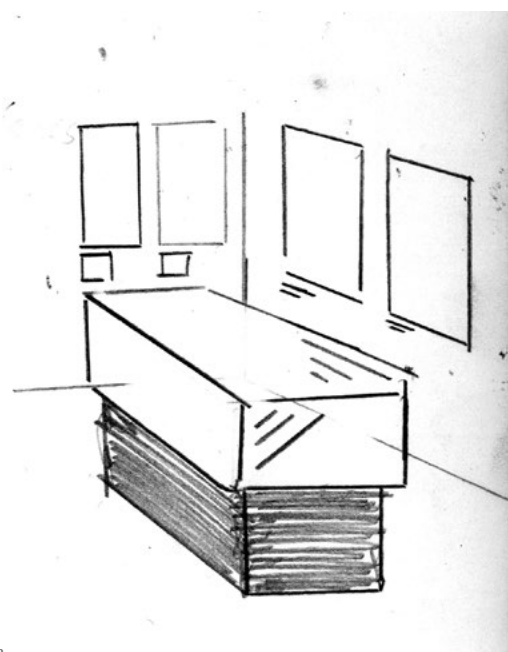


Respecte a la **distribució de les obres** en el plànol, encara no s'ha concretat en quin espai s'ubicarà. Tanmateix, es tracta d'una mostra de cartells relativament petita (20 cartells) i per tant, no ha d'haver-hi problema en trobar una sala. A *Blanes*, que serà la població amfitriona, existeixen diferents espais culturals, com ara la *Sala Municipal García-Tornel*, la *Casa Saladrigas*, o la *galeria d'art Arcada*. Sigui quin sigui l'espai definitiu, la distribució ha de ser clara i senzilla pel visitant.

Com bé s'ha pogut comprovar en casos anteriors, es considera una bona idea afegir en l'exposició una sèrie d'objectes que actuen **d'elements complementaris** i ajuden a contextualitzar l'etapa històrica que mostren els cartells.

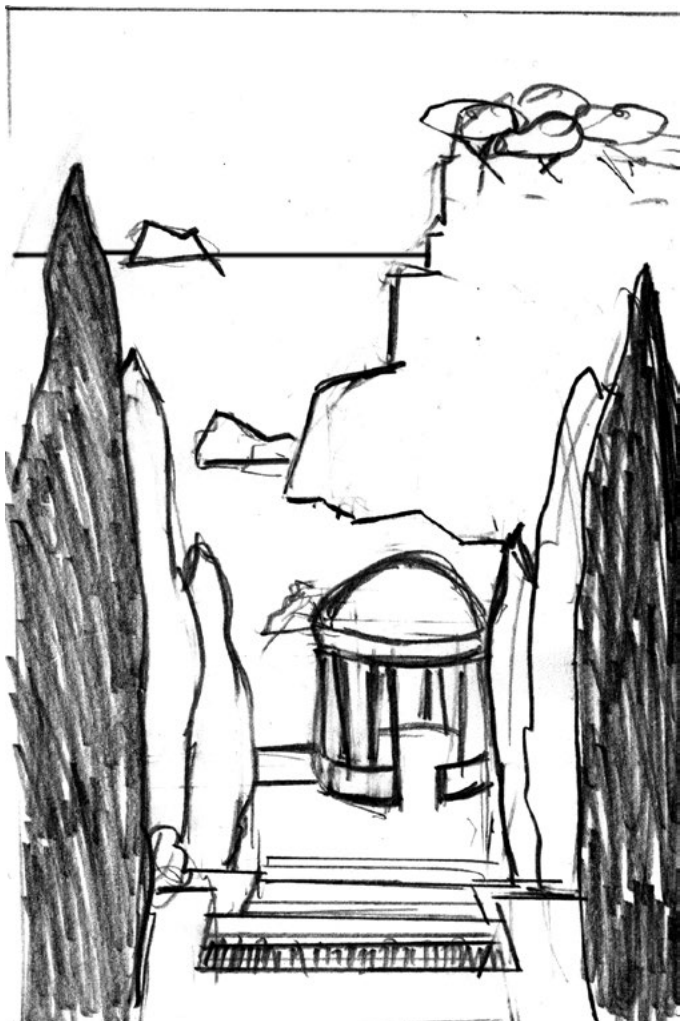


Un altre element complementari sobre la taula són les vitrines. En el seu interior s'hi poden ubicar objectes relacionats amb els artistes dels cartells, o objectes que reforcen el missatge de l'exposició. En qualsevol cas, serien uns elements expositius que s'ubicarien en ubicacions claus de la sala per tal de no molestar excessivament el pas dels visitants. El fet de ser vitrines amb vidres transparents a cada costat poden ajudar a que la seva consulta sigui més còmode.



Esbòs vitrina

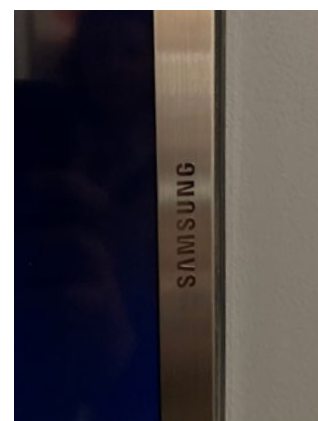
Respecte als **cartells de "Blanes"**, també tenim diferents opcions. Una d'elles és el *Templet de Linné* del *Jardí botànic Marimurtra*.



Un altre opció a consultar és afegir un altre tipus d'imatge, com el Castell de Sant Joan, els focs d'artifici o el mercat setmanal.

El que sí tenim clar és que **l'estil de la font emprada serà de pal sec**, seguint d'aquesta forma la mateixa línia tipogràfica dels cartells originals.

Els cartells francesos de l'exposició es podrien reproduir mitjançant impressió digital, sobre panells de cartó blanc d'entre 3-5 mm de gruix aproximadament. Tal i com s'ha esmentat anteriorment, els cartells de "Blanes" es presentaran en format digital, i es mostraran en un monitor montat en la pared de l'exposició, semblant a un cartell de l'exposició "L'Art del cartell a Barcelona".

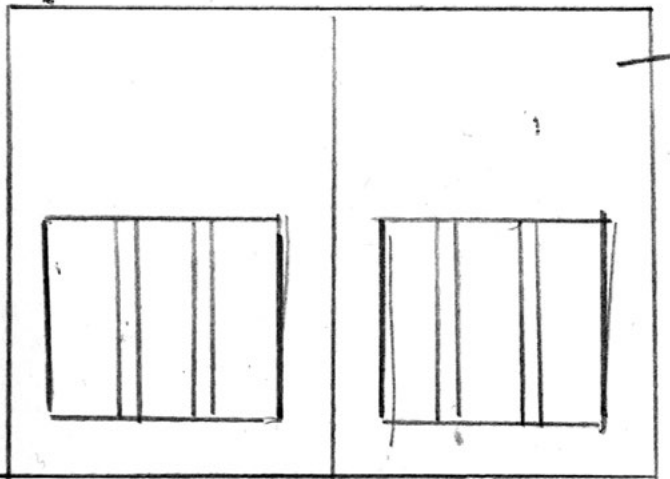


És pot plantejar, al ser un format digital, que el cartell contingui algun tipus d'animació vectorial, com ara el moviment dels arbres o les onades del mar. També es podria plantejar una animació continua, basada en les diferents tonalitats de llum que es presenten al llarg del dia, i fins la nit. Es tracta d'una opció força interessant perquè els artistes francesos jugaven molt amb aquests matissos. En qualsevol cas l'animació digital es realitzaria amb el *software Adobe After Effects*, i prèvia consulta amb el client.

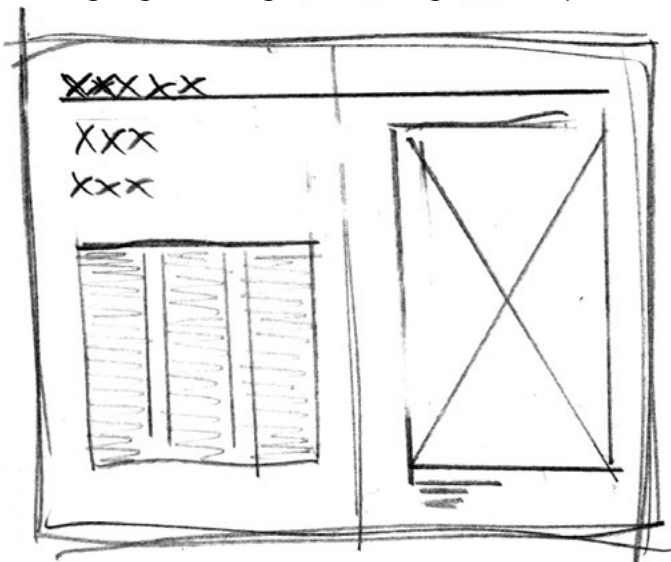


Respecte al **catàleg** si que tenim les idees més clares. Els cartells de l'exposició tenen una orientació vertical. Per tant, aquest detall ens marca força l'orientació del nostre catàleg, ja que els cartells que s'hi reproduiran tindran la mateixa orientació.

La **introducció** es treballarà a tres columnes per pàgina i s'utilitzarà un **text curatorial** que descriurà, entre d'altres, la rellevància i context històric en què es van produir les obres exposades.



Respecte a la **descripció de les obres**, el text consistirà en un estudi formal del disseny a escala general i específica de cada obra: Descripció dels elements presents, els sistemes de composició racionals, les tipografies, la geometria o la paleta de colors que ajuda a reflectir un ambient o una llum del dia concreta. També es maquetarà a tres columnes i amb una jerarquització del text perquè el contingut general sigui el més llegible i clar possible.



2.6 DISSENY FINAL

Exposició / Sala escollida

Després de fer un estudi de camp dels diferents espais expositius culturals ubicats a *Blanes (Girona)*, ens hem decidit finalment per la **Sala Municipal García-Tornel**, situada al *Carrer Ample, 11*.

A part de la seva cèntrica ubicació, s'ha valorat el fet que la sala té un sol nivell arran de carrer, i a més, no presenta barreres arquitectòniques. Però el factor cabdal és la superfície útil, ja que és força adequada per encabir la totalitat de material expositiu. La sala està distribuïda en una entrada i tres sales contigües. Disposa de dues entrades, encara que la del carrer *Tapioles* normalment està tancada al públic. Disposa d'un petit magatzem i un armari amb extintor.



Vista de la sala García Tornel des del carrer.



DATOS DESCRIPTIVOS DEL INMUEBLE	
Referencia catastral	2738504DGB123N0001AU
Localización	CL AMPLE 11 17300 BLANES (GIRONA)
Clase	Urbano
Uso principal	Residencial
Superficie construida	1.062 m ²
Año construcción	1936

PARCELA CATASTRAL	
Parcela construida sin división horizontal	
Localización	CL AMPLE 11 BLANES (GIRONA)
Superficie gráfica	264 m ²



Exposició / Contingut

El gruix de l'exposició el formen els **18 cartells francesos impresos** dels anys 1920-1932. Per tal de garantir una digna i òptima reproducció, s'imprimiran en panells de cartó blanc *Dispa®* de 3,8 mm de gruix. Aquest suport presenta un nucli de dues ones i superfícies blanques llises. És un material força lleuger i resistent, òptim per la cartelleria en interiors.

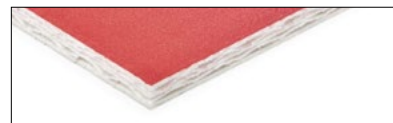
Mitjançant unes guies en el sostre de la paret, es penjen els cartells mitjançant unes petites pinces-anella de color blanc. D'aquesta forma s'emfatitza el cartell, i el sistema de subjecció és el més discret possible.

El **llistat d'obres franceses** es mostra en ordre alfabètic del cognom de l'autor, l'any de publicació i la mida:

- Broders, Roger*..... Mònaco Montecarlo (1920)..... 78 x 107 cm
- Broders, Roger*..... Marseille (1922)..... 76 x 108 cm
- Broders, Roger*..... Agay (1928)..... 77 x 105 cm
- Broders, Roger*..... Antibes (1928)..... 76 x 107 cm
- Broders, Roger*..... Beausoleil (1928)..... 62 x 100 cm
- Broders, Roger*..... Villefranche sur Mer (1928)..... 62 x 100 cm
- Broders, Roger*..... Marseille (1929)..... 63 x 100 cm
- Broders, Roger*..... Sainte Maxime (1929)..... 61 x 99 cm
- Broders, Roger*..... Antibes (1930)..... 61 x 99 cm
- Broders, Roger*..... La Corne d'Or (1930)..... 62 x 100 cm
- Broders, Roger*..... Montecarlo (1930)..... 63 x 100 cm
- Broders, Roger*..... Hyères (1931)..... 62 x 99 cm
- Broders, Roger*..... Bandol (1932)..... 62 x 99 cm
- Commarmond, Pierre*..... La Côte Vermeille (1920)..... 74 x 104 cm
- Cossard, Adolphe*..... Nice-Coni (1929)..... 62 x 99 cm
- Champseix, E. Paul*..... Bandol (1930)..... 62 x 99 cm
- Lacaze, Julien*..... Marseille a Menton (1924)..... 76 x 104 cm
- Lacaze, Julien*..... Hyères (1925)..... 67 x 107 cm

Cal esmentar que es presenten 13 obres del dissenyador **Roger Broders**. Es tracta d'un dels il·lustradors més prolífics que va treballar per la companyia ferroviària *Paris-Lyon-Mediterrani (PLM)* durant els anys 1920-1932. El seu estil gràfic es caracteritza per l'aplicació d'una tipografia personalitzada en cadascuna de les seves obres, així com l'atenció al detall, la riquesa cromàtica i el domini de les ombres i les llums.

Suport pels cartells impresos.



Pinça-anella blanca de 12mm per subjectar els cartells.



Els **2 cartells digitals** (*digital signage*) de BLANES, es mostren en una pantalla LED. S'han descartat les pantalles LCD perquè no mostren una uniformitat lumínica en tota la superfície de la pantalla. També s'han descartat les *Touch Screens* pel seu elevat cost i perquè no és necessari que el visitant interactuï amb les pantalles.

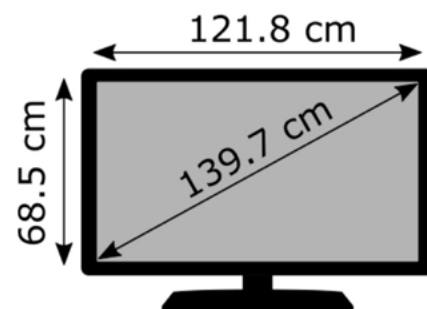
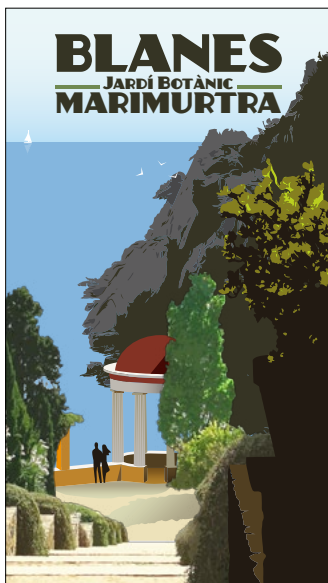
Els monitors utilitzats per mostrar els diferents cartells són el *Sony Bravia X750F LED de 55"*. Es tracta d'un monitor modern, amb una excel·lent visió, inclús des de la distància. Disposa d'un alt rang dinàmic (*HDR*), amb una pantalla d'ultra alta definició. Presenta una construcció fina. Té un consum energètic excel·lent i a més, funciona amb un sistema operatiu Android, el qual facilita la seva configuració. Amb una longitud de diagonal de pantalla de 139,7 cm (55") i una relació d'aspecte 16:9, presenta una mida i proporció idònia per la presentació de cartells digitals.

Segons el fabricant, el pes d'aquest televisor (sense la base) és de 16,2 kg. Disposa d'un marc negre. Les dimensions exteriors són 124,2 cm d'ample per 72,1 cm d'alçada. El gruix és de 8 cm. Tots aquests aspectes tècnics s'han de tenir en compte per la subjecció així com per la seva distribució.

A continuació es mostra el **llistat de cartells** que representen els diferents punts d'interès de **Blanes**, així com l'autor, la mida i l'orientació:

Martí, Joan ...Jardí botànic Marimurtra (2023) ... 68,5x121,8 cm (vertical)

Martí, Joan Castell de Sant Joan (2023).... 68,5x121,8 cm (vertical)



Mida de pantalla d'un monitor de 55"



Model de televisor escollit per l'exposició

Respecte als **elements complementaris**, es descarta la instal·lació de **vitriues** en l'exposició perquè incrementava força el pressupost, i els objectes que s'hi anaven a mostrar en l'interior tampoc eren determinants. A més, condicionarien negativament el flux de visitants, ja que tenen una mida considerable.

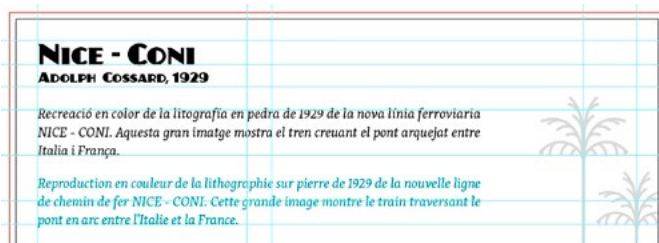
En canvi, sí que es decideix apostar per la presentació d'una sèrie **d'objectes** que apareixen en els cartells. Aquests objectes s'ubiquen de forma subtil en algunes zones concretes de la sala, i la seva finalitat és ambientar i contextualitzar el conjunt de l'exposició amb els anys 1920-1932. Els objectes en qüestió són: Bossa amb diversos pals de golf en el seu interior, raqueta de tennis, para-sol i gandula de platja, diferents maletes de viatge i un rem d'embarcació.



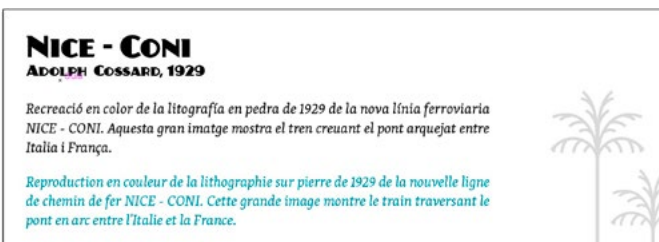
Un altre complement vital de l'exposició són els **textos descriptius dels cartells**. Aquests s'imprimeixen sobre el mateix suport que els cartells impresos, i s'ubiquen a una distància coherent que facilita la seva consulta i lectura. Aquest text conté:

- Títol
- Autor, any obra
- Text descriptiu en català i francès

Per arribar al disseny final, s'han realitzat diversos tests de llegibilitat. Hem tingut en compte l'esforç del visitant a l'hora de realitzar la consulta, fet que condicionava molt l'elecció del cos i interlineat. Després l'esgotament visual que comportava llegir en una columna de text curta o llarga. I finalment, com combinar els dos idiomes en una sola peça gràfica.

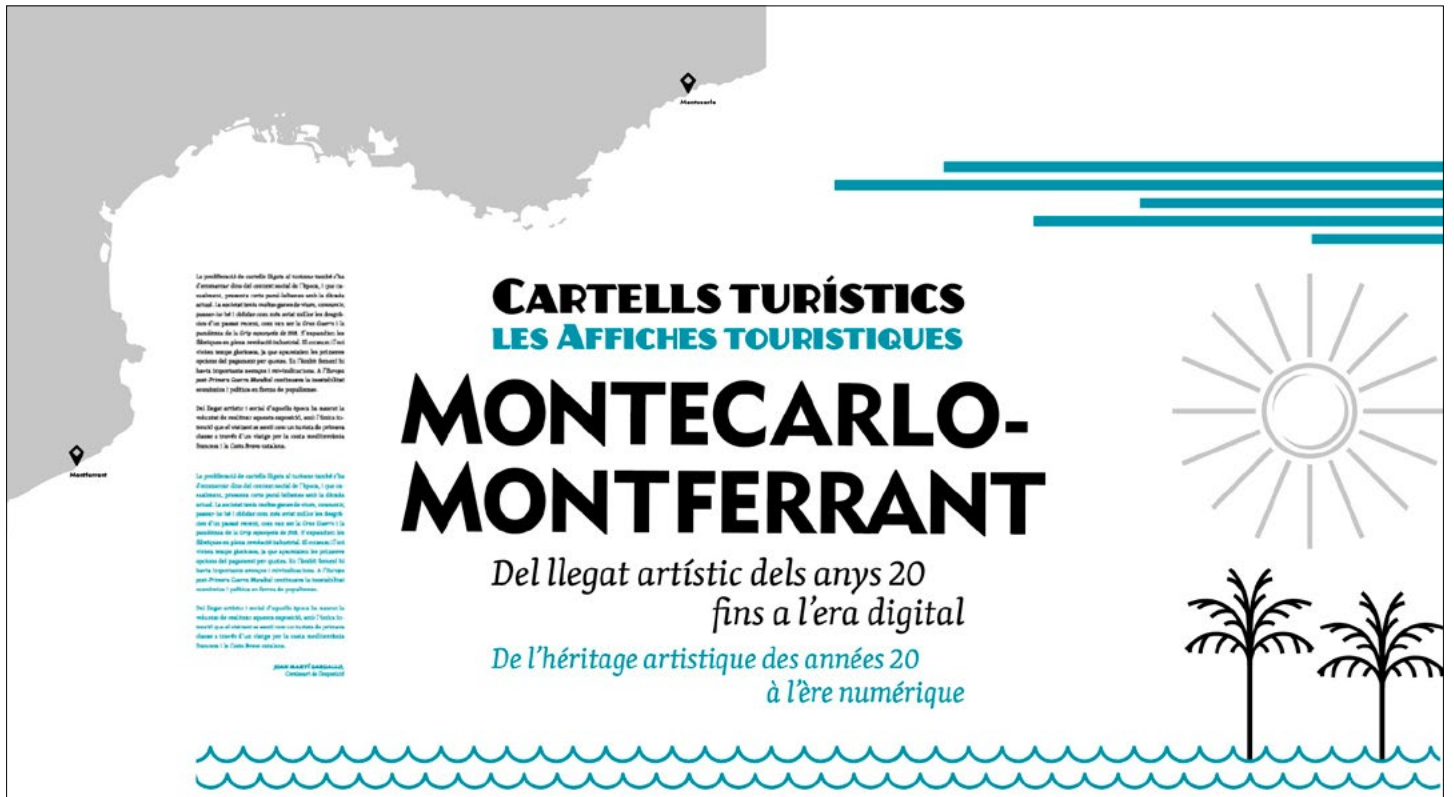


Finalment, m'he decidit per una columna llarga que facilita la lectura, i per tal de diferenciar el text català del francès, he aplicat en aquest el color turquesa que també s'aplica al catàleg. D'aquesta forma el disseny final queda molt harmoniós. Per l'elecció dels diferents cossos, s'ha aplicat una seqüència proporcional de *Fibonacci* i per les alçades, s'ha aplicat la descomposició per mòduls de *Paul Renner*.



Cal dir que aquests panells tenen una funcionalitat merament informativa i en qualsevol cas no competeixen en termes de disseny ni jerarquia visual amb els cartells.

L'últim contingut de l'exposició a tenir en compte és el **disseny de l'entrada**. Finalment, s'ha descartat ubicar fotografies antigues perquè distorsionava l'ADN de l'exposició, que són els cartells.



En qualsevol cas es decideix ubicar en la paret de l'entrada un mapa del litoral mediterrani entre *Montferrant (Blanes)* i *Montecarlo*. Aquest mapa transmet al visitant el caràcter viatger i mediterrani de l'exposició. Seguidament, s'ubica el text de l'exposició en els dos idiomes. Al text francès s'hi aplica el color blau turquesa per diferenciar-lo del català. En els textos comuns com "*Montecarlo-Montferrant*" no es tradueix al ser noms comuns. El títol ocupa la part central de la paret. D'aquesta forma es destaca per sobre de la resta. A la part dreta s'ubiquen els mateixos grafismes de sol i palmeres que s'utilitzen en la portada del catàleg de l'exposició. Finalment, es tanca tota la taca gràfica amb unes ones del mar. Per compensar la força gràfica del conjunt, en la part superior dreta s'hi ubiquen una sèrie de línies en blau turquesa que simulen el cel. Es tracta d'un toc subtil, però necessari perquè tot el pes visual no recaigui a la part inferior de la paret. A més, aquestes línies també s'utilitzen a la portada del catàleg, i són d'estil *Art Deco*. Tot aquest grafisme s'imprimeix en vinil i s'enganxa a la paret sense gaire dificultat.

Exposició / Distribució

Abans de res, cal tenir en compte que l'entrada / sortida pel carrer *Tapioles* queda tancada, per facilitar el flux i control de visitants. Tanmateix, el bloqueig d'aquesta entrada és una pràctica habitual.

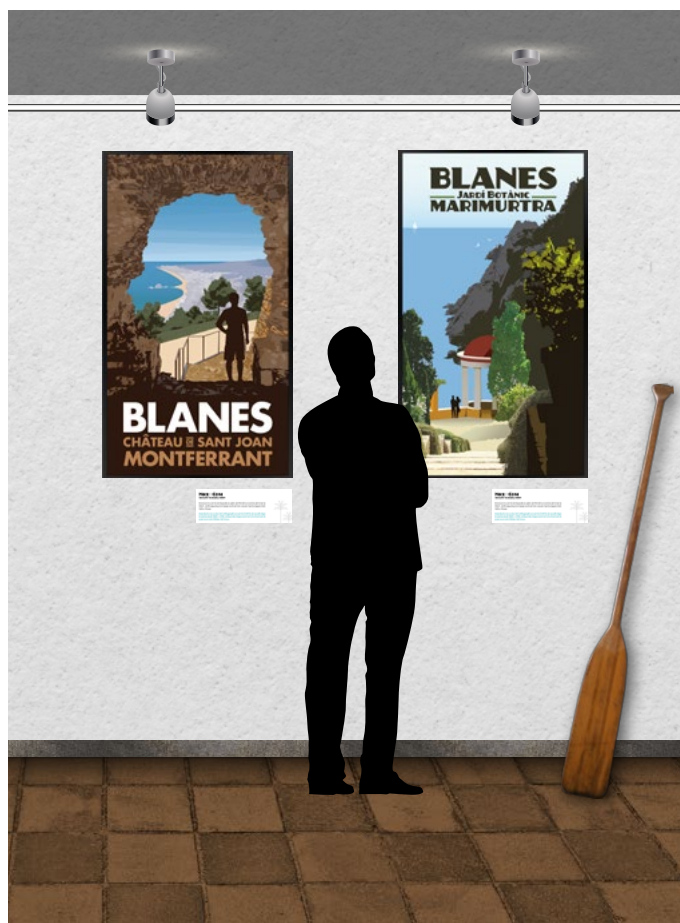
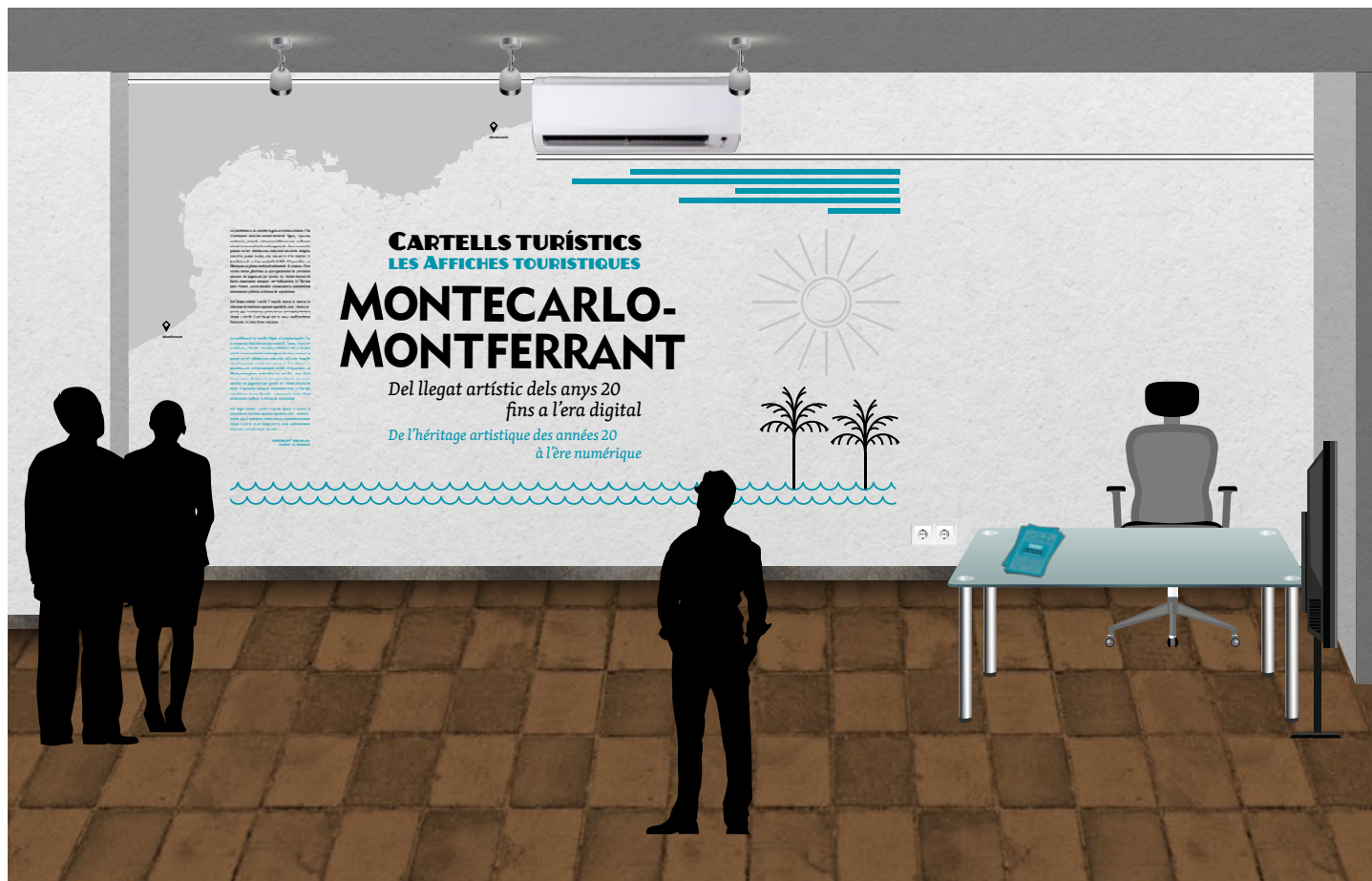
Tot el contingut anteriorment esmentat es distribueix de la següent forma en el plànol de la sala:



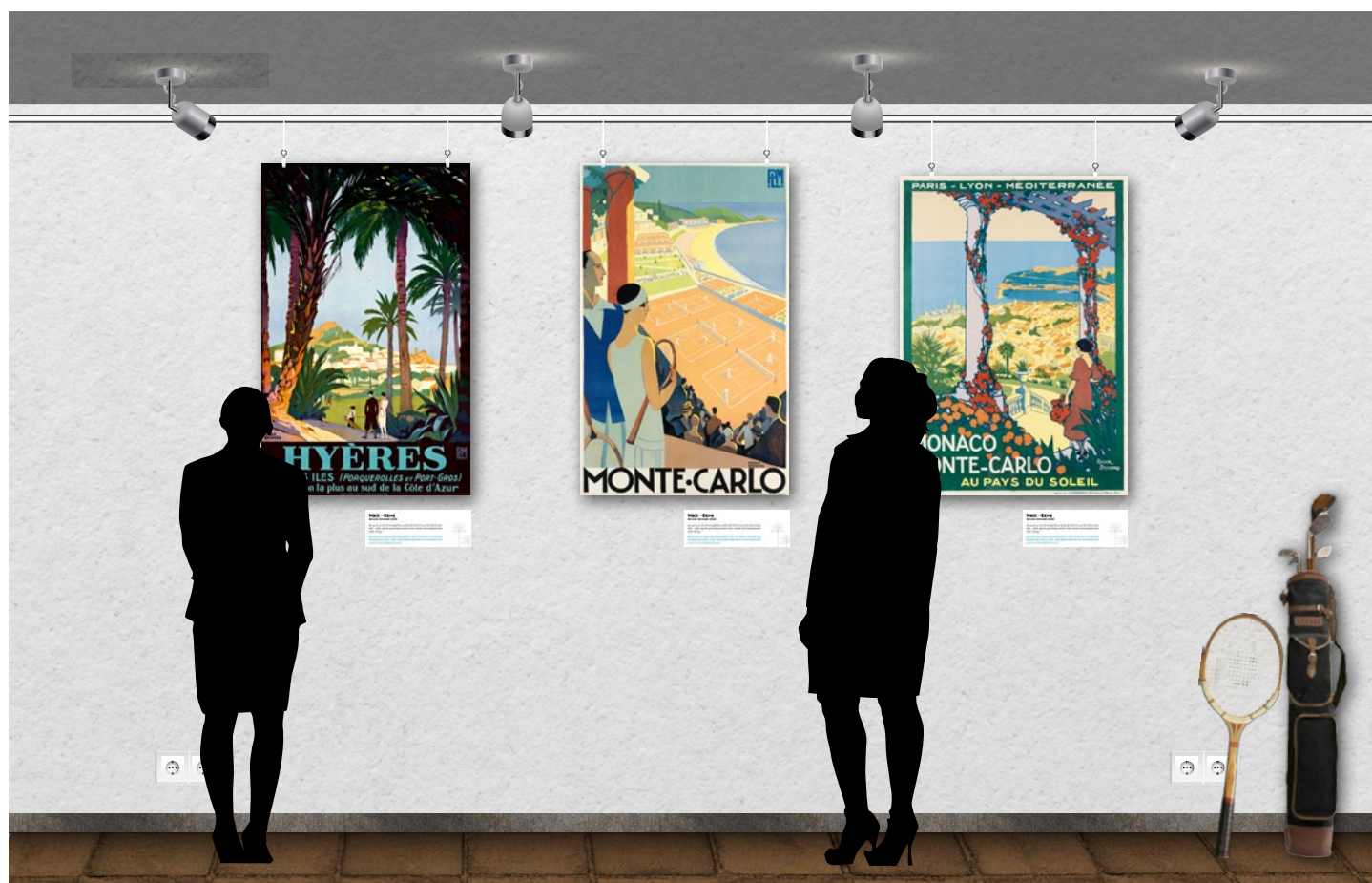
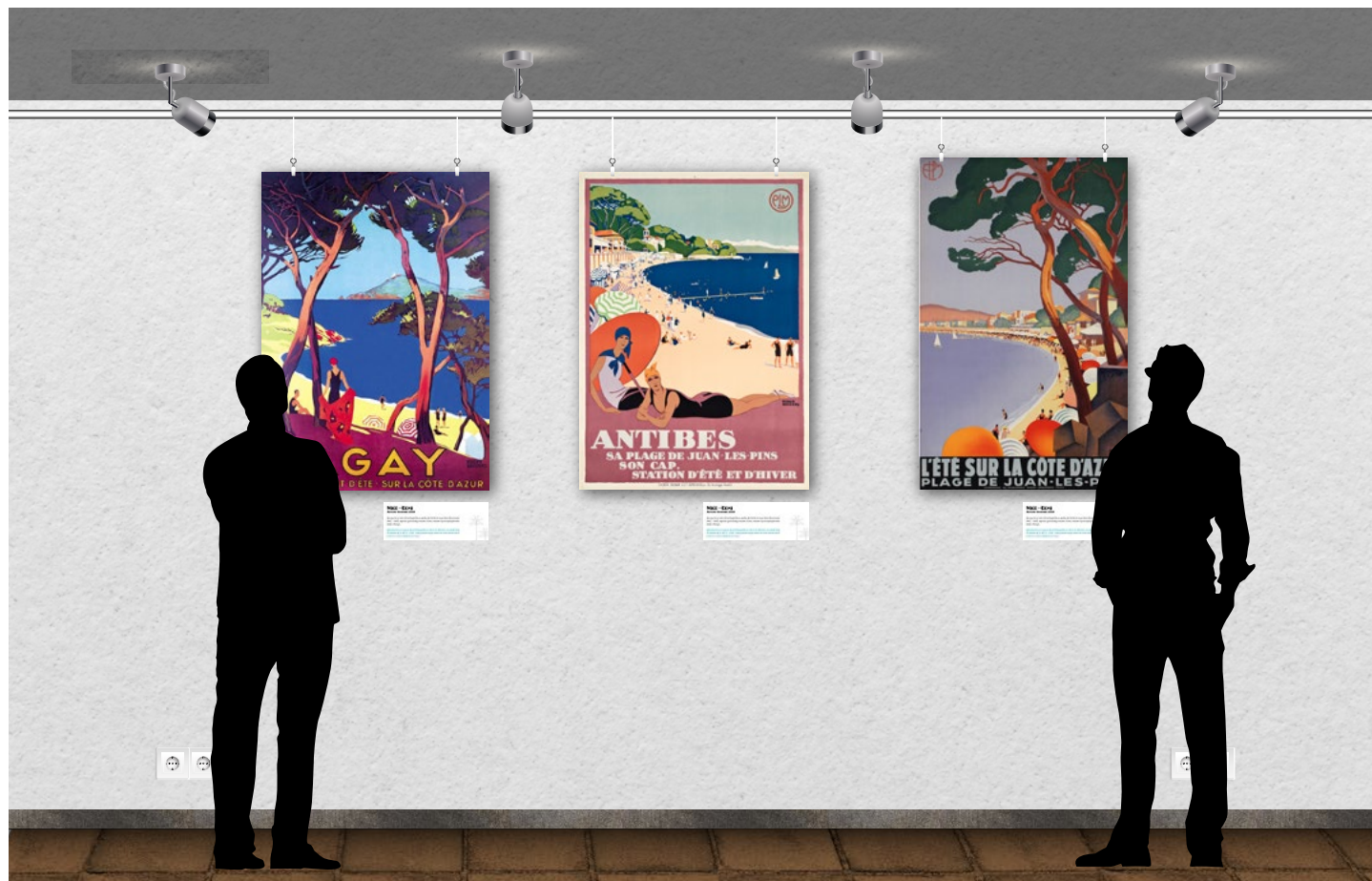
La ubicació dels cartells impresos de Roger Broders ocupa les sales 1 i 2, que són contigües. D'aquesta forma les tretze obres d'aquest autor es visualitzen de forma conjunta. En la **sala 1** s'ubiquen sis cartells amb persones en primer pla: Una dona amb un ram de flors en un mirador (1r cartell de l'autor) i dos cartells amb persones practicant esports (tenis i golf). En l'altra paret de la sala 1, s'ubiquen els cartells d'Agay i dos d'Antibes. La raó d'aquesta elecció és perquè surten uns banyistes. En termes gràfics i de disseny, són cartells força visuals i atractius, i ubicar-los a la primera sala de l'exposició comporta un bon reclam. En aquesta sala també s'ubiquen dos objectes, com ara una raqueta i una bossa amb pals de golf. En la paret més llarga de la **sala 2** s'ubiquen els cinc cartells de Roger Broders que fan referència a ports marítims. En l'altra paret de la sala 2 s'ubiquen dos cartells amb certes similituds compositives com són "Beausoleil" i "La Corne d'Or".

En la **sala 3** s'ubica la resta de cartells impresos de diferents autors francesos. En una de les parets s'ubica el cartell de "Bandol" de E. Paul Champseix. En la paret llarga s'ubiquen quatre cartells. Per una banda, "Hyerès" i "De Marseille a Menton" de Julien Lacaze, i per l'altra "La Côte Vermeille" de Pierre Commarmond i "Nice-Coni" d'Adolphe Cossard. Entremig d'aquests cartells s'ubiquen unes maletes, aprofitant un espai interior que té la sala. En l'altra cantonada de la sala s'ubiquen una gandula i un para-sol de platja. En la paret esquerra de l'**entrada** de la sala s'ubiquen els dos cartells digitals. En l'altra paret s'ubiquen uns vinils amb el grafisme de la presentació i un breu text curatorial en els dos idiomes oficials de l'exposició. En la porta de l'entrada s'ubica un monitor on es projecta un vídeo de presentació de l'exposició. La idea és cridar l'atenció als vianants que passen pel Carrer Ample, aprofitant la cèntrica ubicació de la sala.

Exposició / Distribució / Entrada



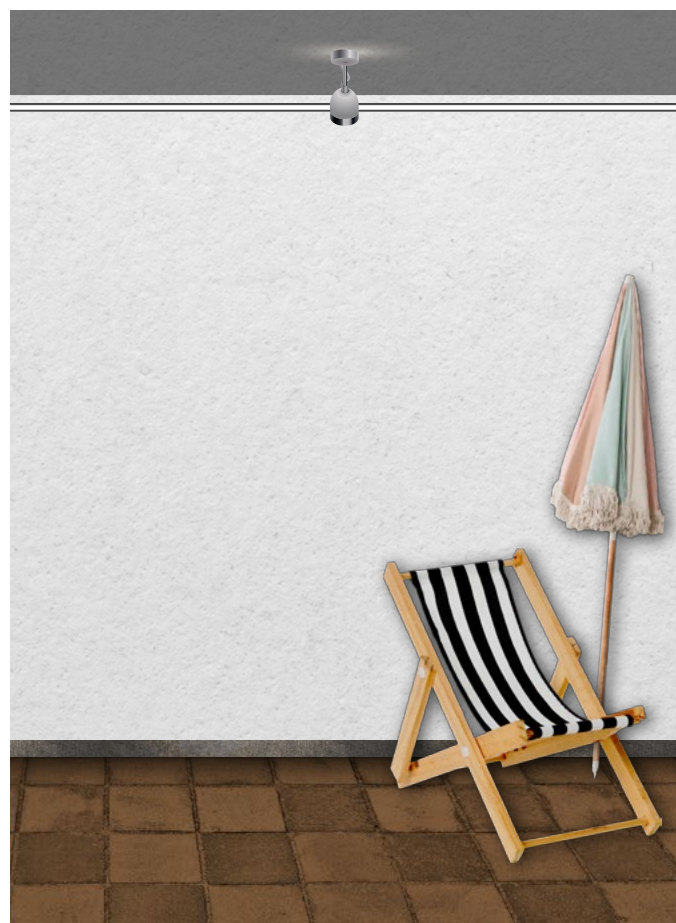
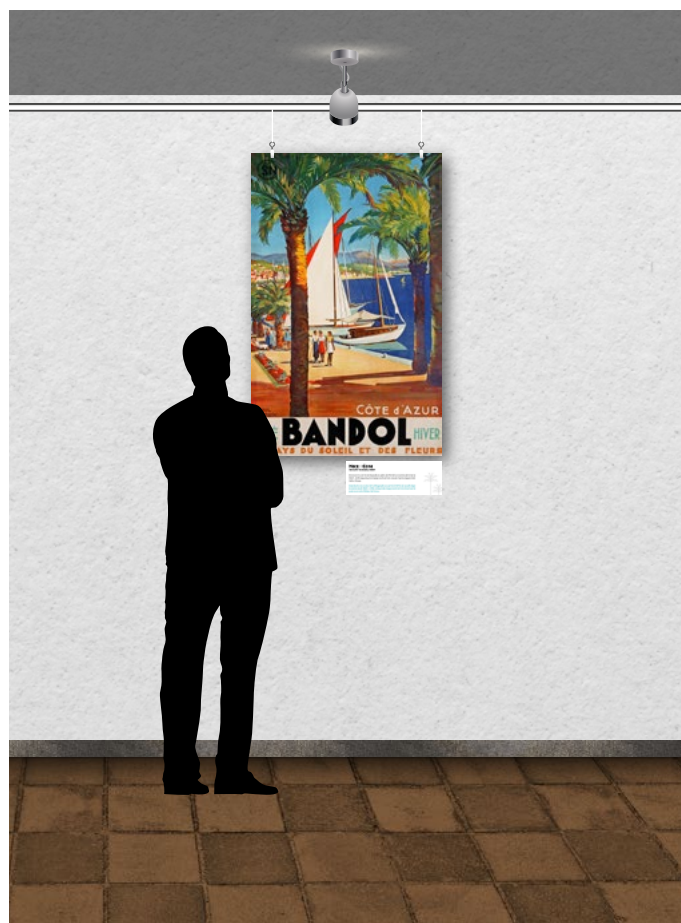
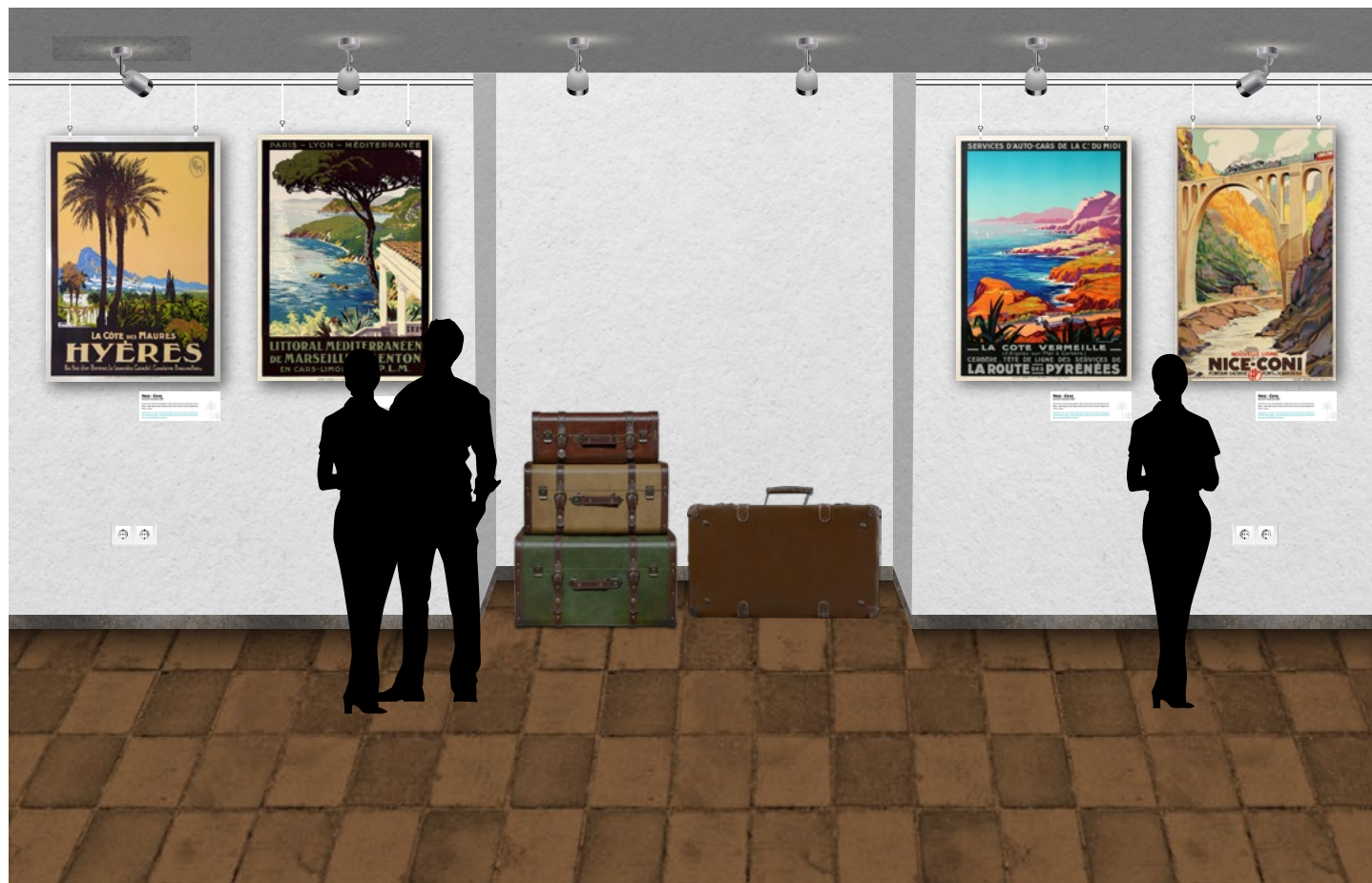
Exposició / Distribució / Sala 1



Exposició / Distribució / Sala 2



Exposició / Distribució / Sala 3



Cartells digitals

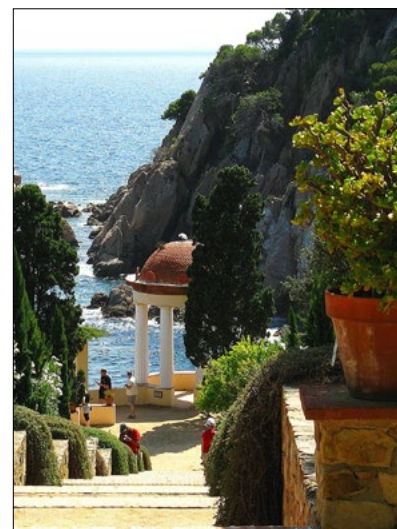
Els dos cartells digitals s'han concebut sota el mateix estil, estructura i regles de composició racional que utilitzaven els artistes francesos representats en l'exposició. Per la realització dels cartells s'ha utilitzat el programari *Adobe Illustrator* i *Photoshop*.

El procés parteix en la **recerca d'una fotografia** que tècnicament estigui ben exposada i enquadrada, i sobretot, que contingui una bona perspectiva composta per tres plans: Primer pla, pla central i fons. Una vegada escollida la fotografia, es **"dissecciona"** en *Adobe Photoshop* separant els tres plans un de l'altre en capes independents. Seguidament, **s'eliminen els elements confosos** que poden interferir en la nostra composició, com ara persones, vehicles o altres elements presents en la fotografia. Una vegada es té la imatge neta, **s'ajusta la lluminositat** de cada capa. En el primer pla enfosquim la imatge mitjançant els nivells i escalant els mitjos tons cap a les ombres. En el pla central no modifiquem l'exposició, ja que és la part del cartell més visible i representativa. Finalment, s'aclareix el fons mitjançant la dessaturació o els nivells.

Sense deixar encara l'*Adobe Photoshop*, **apliquem diversos filtres amb la seqüència següent:** Post-rització, desenfocament de la superfície, pintura a l'oli i esberlar (cuarteado en castellà). Mitjançant els ajustos pertinents en cadascun d'aquests efectes, s'obtenen unes imatges correctament perfilades i amb un cromatisme simplificat.

En la següent fase treballem amb el programa de dibuix vectorial *Adobe Illustrator*. Importem per separat cadascuna de les capes de la fotografia disseccionada i realitzem un **"calcat de la imatge"** en 3, 6 o 16 colors segons ens convingui. Per exemple, pel primer pla no ens convé un gran ventall de tonalitats, ja que segons la regla racional compositiva dels autors francesos, el primer pla és fosc i pobre en detalls. En canvi, pel pla central sí que ens convé una bona gamma de colors. El fet de convertir les imatges de mapa de bits en format vectorial és que és més fàcil i còmode el posterior tractament cromàtic, mitjançant l'ordre *Edición / Editar colores*. Una vegada es finalitza la fase colorimètrica i de maquetació, s'aplica la **tipografia** amb els seus paràmetres de composició corresponents.

Fotografia original de Anna Rozwadowska (Unsplash)



Versió diürna del cartell en català que fa referència al "Jardí Botànic Marimurtra"

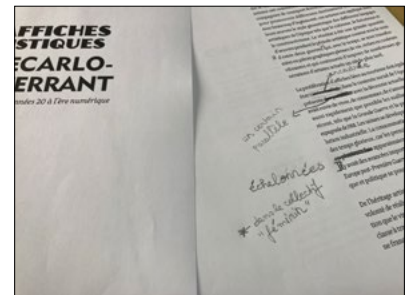


Catàleg / Dades tècniques

Abans de començar la composició i el disseny, es defineixen les dades tècniques. El catàleg de l'exposició consta de **64 pàgines 20x28 cm** amb una orientació vertical. L'enquadernació és cosida amb dos punts metàl·lics. El catàleg presenta **dos idiomes**, català i francès, igual que en l'exposició. El catàleg és **reversible** per tal de combinar els dos idiomes, és a dir, per una banda, el català té 32 pàgines seqüencials, i al donar la volta al catàleg, es mostren les 32 pàgines en francès també de forma seqüencial. En un primer moment es va plantejar la possibilitat de realitzar un catàleg de 32 pàgines amb els dos idiomes combinats, però la maquetació resultant quedava força saturada de contingut. També es va plantejar la idea d'imprimir cada idioma en un catàleg independent, però els costos eren més elevats. A més, el fet d'incorporar dos idiomes en un mateix producte editorial ajuda a compactar i donar volum al catàleg, a més de reforçar l'esperit de germanor amb la comunitat francesa. Cal no oblidar que l'exposició es basa en els cartells impresos francesos dels anys 1920-1932 i que, per tant, l'exposició té una forta influència francesa. Per la versió en francès s'han adquirit els serveis d'una intèrpret per la traducció i correcció dels textos.

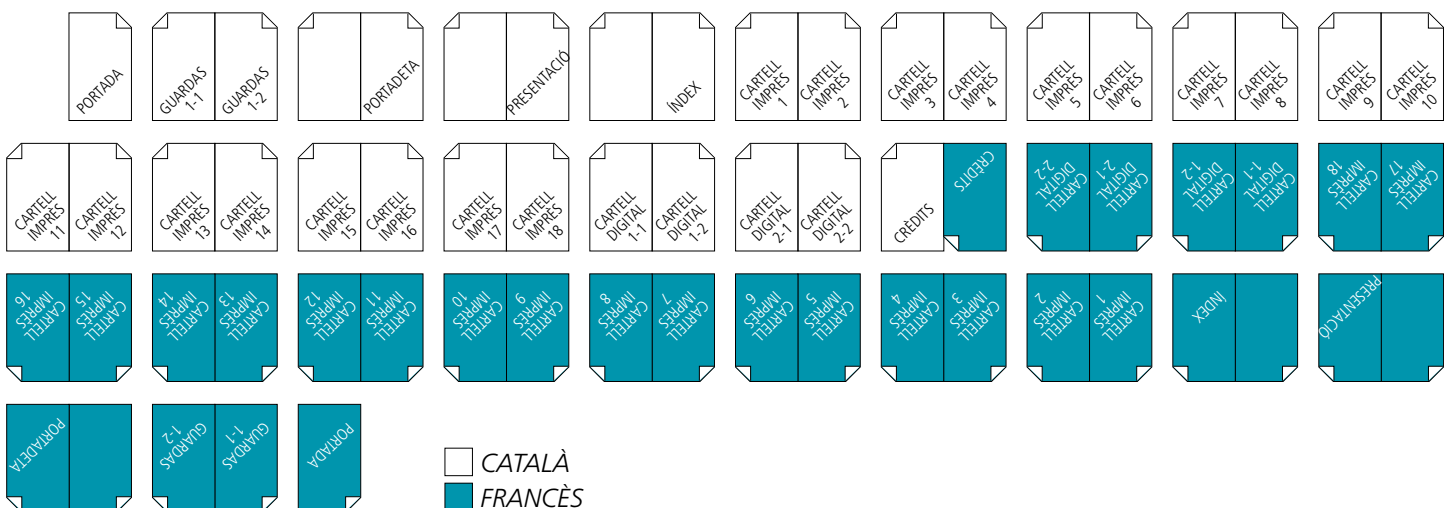
Respecte als **materials**, la coberta s'imprimeix en cartolina blanca estucada mate (*Classic Demimatt*) de 300 gr/m², amb plastificat mate i laminatge sectoritzat de color plata en una cara. La tripa s'imprimeix en paper blanc estucat mate (*Classic Demimatt*) de 100 gr/m² a 4+4 tintes.

Correccions en la versió de text francès



Catàleg / Planning

La planificació completa de pàgines és la següent:

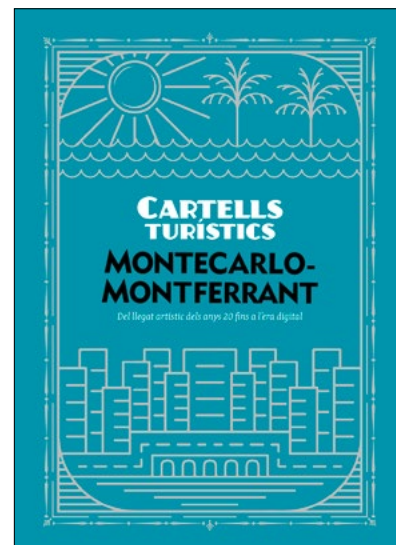


Catàleg / Coberta

La coberta presenta un grafisme basat en traços gruixuts que connoten, intencionadament, l'estil Art Deco dels anys 1920-1930. S'apliquen formes que representen el sol, les palmeres, les ones del mar i la silueta dels grans edificis de Mònaco amb el seu traçat urbà. En aquests grafismes s'aplica un marc que ajuda a tancar de forma visual el conjunt. A aquest grafisme s'hi aplica un laminatge platejat que junt amb el fons en blau turquesa ressalta i crea un contrast atractiu i suggerent. L'elecció d'aquests tons cromàtics i acabats respon a la voluntat de connotar el mar mediterrani. El text "Cartells turístics" està compost amb la tipografia *Juanita ITC*. Els textos "Montecarlo-Montferrant" estan compostos amb la tipografia *Metroblack* d'estil pal sec. El subtítol "Del llegat artístic dels anys 20 fins a l'era digital" està compost amb la tipografia *Skolar* d'estil romà antic, i amb la sèrie cursiva.

Disseny de la coberta en català, a dos tintes i amb laminatge platejat.

Laminatge platejat que s'aplica en la coberta.



Catàleg / Tripa

Els cartells impresos ocupen una pàgina, mentre que les obres digitals ocupen dues pàgines. La seqüència d'obres respon a un criteri geogràfic, des de *Montecarlo (Mònaco)* fins a *Montferrant (Blanes)*:

<i>Mònaco Montecarlo</i>	Broders, Roger
<i>Montecarlo (Mònaco)</i>	Broders, Roger
<i>Beausoleil (Mònaco)</i>	Broders, Roger
<i>La Corne d'Or</i>	Broders, Roger
<i>Villefranche sur Mer</i>	Broders, Roger
<i>Nice-Coni</i>	Cossard, Adolphe
<i>Antibes (1928)</i>	Broders, Roger
<i>Antibes (1930)</i>	Broders, Roger
<i>Agay</i>	Broders, Roger
<i>Sainte Maxime</i>	Broders, Roger
<i>Hyères (1925)</i>	Lacaze, Julien
<i>Hyères (1931)</i>	Broders, Roger
<i>Bandol (1930)</i>	Champseix, E. Paul
<i>Bandol (1932)</i>	Broders, Roger
<i>Marseille (1922)</i>	Broders, Roger
<i>Marseille (1929)</i>	Broders, Roger
<i>Marseille a Menton</i>	Lacaze, Julien
<i>La Côte Vermeille (Argelès-sur-Mer a Cerbère)</i>	Commarmont, Pierre
<i>Jardí botànic Marimurtra, Blanes</i>	Martí, Joan
<i>Castell de Sant Joan, Blanes</i>	Martí, Joan

El text descriptiu de cada obra, està compost amb la font *Skolar* 9 / 13,3 pt. La considerable alçada de x que presenta aquesta tipografia la fa idònia per la lectura. Aquesta mateixa font s'utilitza en el text de dades tècniques, amb un cos 10 / 13,3 pt.

Els titulars es componen amb la tipografia *Juanita ITC*, amb cos 28 / 28 pt. Aquesta relació de cossos, basada en la seqüència de *Fibonacci*, ajuden a jerarquitzar i harmonitzar tota la informació present en la pàgina.

A part de les pàgines de les obres, l'interior (tripa) del catàleg també incorpora altres tipus de pàgines:

Guardes: S'afegeix una fotografia antiga de *Blanes* a doble pàgina en la versió catalana, i una fotografia de *Montecarlo* en la versió francesa. Les guardes tenen una funció merament decorativa, però vesteixen molt bé en un tipus de producte editorial com és aquest catàleg de l'exposició.

Portadeta: Bàsicament, és una pàgina de cortesia, que ajuda a introduir la temàtica en l'interior del catàleg.

Presentació: Un breu text curatori que actua a manera d'introducció. Aquest mateix text s'utilitza en l'exposició.

Índex: Pàgina que ajuda a guiar al lector del catàleg.

Crèdits: Pàgina que recull informació tècnica, així com agraïments i altres dades oficials.

3. CONCLUSIONS FINALS

Considero que aquest projecte curatorial neix de l'autoexigència, on l'atenció al detall ha sigut cabdal per tal de lligar gràficament el triangle d'elements que en formen part: **Exposició, cartells digitals i catàleg**. Cohesionar la comunicació del conjunt, però també potenciar les virtuts que ofereix cada element de forma individual, ha sigut una constant enriquidora al llarg d'aquest projecte acadèmic. Considero que el resultat final és sòlid, atractiu i tècnicament viable, gràcies a l'aplicació dels coneixements adquirits durant el grau, des de tipografia fins a composició, ètica o gestió.

Estic satisfet de **l'evolució del projecte**, i el seu resultat final. De la idea inicial "*Costa Blava Brava 1923-2023. Cartells atemporals per un paisatge infinit*" s'ha acabat refinant en "*Cartells turístics Montecarlo-Montferrant. Del llegat artístic dels anys 20 fins a l'era digital*". Un títol concís, directe i complet per a un projecte tan extens. No es tracta d'un simple joc semàntic, sinó que té un rerefons argumentat que li atorga tot el sentit. Amb l'especificació "*Cartells turístics*" s'ha redefinit d'entrada de quina temàtica cartellista tracta l'exposició. També es canvia la població "*Blanes*" pel barri "*Montferrant*", ja que *Montecarlo* també és un barri, en aquest cas del principat de *Mònaco*. D'aquesta forma el títol és més coherent perquè no es compara una població amb un barri (*Blanes-Montecarlo*) sinó que s'estableix una vinculació entre barris (*Montferrant-Montecarlo*). En aquest procés d'afinament també s'intercanvia l'ordre, situant *Montecarlo* primer perquè l'exposició tracta de la influència dels cartells francesos de 1920 per realitzar els cartells de *Blanes* de 2023.

Totes i cadascuna de les decisions que s'han pres en aquest projecte de disseny gràfic han tingut una raó sòlida i reflexionada. Per aquest motiu, voldria fer valdre **la importància d'argumentar**, i més en el context de maduresa acadèmica que ha de demostrar un estudiant en un *Treball de Final de Grau*. L'argumentació és la millor eina per demostrar l'adquisició d'una base sòlida de coneixements. Si no es procedeix així, es cau en la valoració superficial del "**m'agrada perquè sí**" que aporta poc valor i que, per desgràcia, és molt freqüent en l'àmbit del disseny gràfic.

En aquesta memòria he argumentat des del **tipus de suport** amb el qual s'imprimirien els cartells francesos, fins al tipus de **mecanisme de subjecció** que disposa la sala d'exposicions. Argumentar les decisions acaba estalviant temps i diners, a més de condicionar el resultat final i, en conseqüència, el seu valor afegit. Per exemple, amb l'elecció del tipus de revestiment en els panells evitem reflexos indesitjats a causa del tipus d'il·luminació interior de la sala, o amb el gruix adequat del panell, s'encaixen els cartells amb els mecanismes de subjecció sense majors problemes.

A part de les moltes qüestions tècniques que s'han tractat, durant el projecte també hi ha hagut espai per noves idees que han aportat valor afegit i solucions comunicatives. Una d'aquestes aportacions que m'agradaria destacar és **l'introducció d'un segon idioma oficial a l'exposició**. Ha sigut una decisió atrevida, ja que forçava el disseny i afegia complexitat al projecte. Però valorant objectivament el resultat final, considero que el risc valia la pena, i que la solució gràfica, tant en el disseny dels panells informatius, com el catàleg reversible o l'entrada en la sala de l'exposició s'ha adequat correctament. M'agradaria destacar l'aposta de produir un **catàleg reversible**, per tal de mantenir l'esperit conjunt, però alhora autònom, entre els dos idiomes oficials de l'exposició en una mateixa peça editorial. El camí fàcil hauria sigut imprimir un catàleg per a cada idioma, però d'aquesta forma s'establien sinergies entre regions i llengües. Decisions d'aquest tipus reforcen l'ADN de l'exposició, i reten homenatge a una sèrie d'artistes francesos que van dissenyar cartells atemporals en un país pioner del cartell publicitari. No aportar una solució lingüística al futurible visitant francès de l'exposició a *Blanes*, hauria sigut un greu error.

Ja per finalitzar, considero que les conclusions esmentades són una síntesi del que entenc que ha d'oferir un dissenyador professional: Assessorament i aportació de solucions comunicatives al client, però també extralimitar-se en les especificacions del *briefing*, per tal de sorprendre el client amb quelcom més atractiu. Considero que aquesta empremta personal és el que aporta valor afegit i diferenciació en un mercat tan competitiu i saturat.

4. BIBLIOGRAFIA

ADAGP (*Société des Auteurs dans les Arts Graphiques et Plastiques*). Home page.

<https://www.adagp.fr/en>

L’Affiche Française. *Vintage posters*.

<https://affiches-francaises.com/en/>

Alonso León Maristany, E. [Enrique]. *Proyecto Curatorial para el Proyecto de Investigación* [Entrada en blog]. *Filosofía del Arte en las Artes Plásticas*.

https://esteticamar.blogspot.com/p/blog-page_29.html

Allychachoo (2017, 6 de juliol). *L’exposition Broders le voyage au MATOU* [Article en línia]. *Culturedeconfiture*.

<https://www.culturedeconfiture.fr/lexposition-broders-voyage-matou/>

ART HUNTER PARIS. *1920’S – FRANCE – PROVENCE – TUNNEL – TRAIN - NICE TO ITALY ROMA* [Vídeo en línia]. YOUTUBE.

<https://www.youtube.com/watch?v=gNjpHxSYfXU>

Artvee. *Discover Classical Art*.

<https://artvee.com/>

Barnicoat, J. [John]. (1972). *Los carteles, su historia y su lenguaje*. Editorial Gustavo Gili, S.A.

Benito Ruiz, J. [José]. *Reflexiones sobre composición. El Punto* [Entrada en blog]. *José B. Ruiz*.

<https://josebruiz.com/blog/reflexiones-sobre-composicion-los-elementos/>

Calleja García, C. [Carla]; Sierra Taulé, N. [Núria]. (2019). *Treball final de grau* [Recurs d’aprenentatge textual]. Universitat Oberta de Catalunya (UOC).

<http://disseny.recursos.uoc.edu/materials/tfg/>

CHRISTIE’S. (2014, 15 d’abril). *VINTAGE VOYAGES* [Nota de premsa en línia].

https://www.christies.com/presscenter/pdf/2014/RELEASE_The_Art_of_Travel_18_June_2014.pdf

Delgado, M. [Manuel]. *Imatges de la Costa Brava al 1926* [Vídeo en línia]. YOUTUBE.

<https://www.youtube.com/watch?v=TiMATcb8pYU>

Europeana. (1921, 26 de gener). *Cannes Golf Club* [Imatge en línia].

<https://www.europeana.eu/es/item/2024904/https://www.topfoto.co.uk/asset/3008823>

Europeana. *Golfzak, leder, 1920-1930 ‘British and best, a Bryant product’* [Imatge en línia].

https://www.europeana.eu/es/item/2023009/23096B51_prief_13915

Europeana. *Steiner Szilárd üvegnegatívjai*. [Imatge en línia].

<https://www.europeana.eu/es/item/2048128/236191>

Europeana. *Blanes.- Parnoramic view of the beaches*. [Imatge en línia].

https://www.europeana.eu/es/item/2024914/photography_ProvidedCHO_Ajuntament_de_Girona_338968

Europeana. *Blanes des de Pinya de Rosa*. [Imatge en línia].

https://www.europeana.eu/es/item/902/https://www.inspai.cat/Inspai_serveix_imatge_imatge_fixa_756331_3600_0_blanes_blanesdesdepinyaderos

Favre, T. [Thierry]. (2010). *Eisenbahn-Plakate*. Hirmer.

Galerie 1 2 3. *Lugano, Südschweizerisches Sonnenland - SBB*.

<https://www.galerie123.com/en/original-vintage-poster/40759/lugano-s%C3%BCdschweizerisches-sonnenland-sbb/>

Glamourdaze. *A Day at the Beach 1928 - Biarritz France 1920s* [Vídeo en línia]. YOUTUBE.

<https://www.youtube.com/watch?v=WJNjKvCP8UY>

Heller, E. [Eva]. (2012). *Psicología del color*. Editorial Gustavo Gili, SL.

Huntington Digital Library. *The Golden Arrow : all Pullman train* [Imatge en línia].

<https://hdl.huntington.org/digital/collection/p9539coll1/id/12311/rec1>

Izzgallery. *Diseño de logotipo de retrato vintage creativo ilustración de plantilla de logotipo de paisaje de ciudad en estilo de arte lineal* [Vectors en línia]. FREEPIK.

https://www.freepik.es/vector-premium/diseno-logotipo-retrato-vintage-creativo-ilustracion-plantilla-logotipo-paisaje-ciudad-estilo-arte-lineal_23785054.htm#page=15&query=art%20deco%20sea&position=27&from_view=search&track=robertav1_2_sidr

Kitele. *Sony KD-55X750F (55", 4K, HDR): Precio, características y donde comprar*.

<https://www.kitele.com/es/televisor-sony-kd-55x750f>

Learn at Loop. (2022, 17 d’agost). *The 5 Best TV Screens For Digital Signage Displays* [Article en blog].

<https://www.loop.tv/learn/5-best-tv-screens-for-digital-signage-displays>

Marcel Travel Posters. (2020). *La France vue par... Marcel*. Éditions Larousse.

Masterposters. *Spécialiste en affiches anciennes originales de collection*.

<https://www.masterposters.fr/>

Matamoros, I. [Itziar]. (2020, 13 d'octubre). *Crisis, pandemia y desengaño: si vamos a repetir los locos años 20 de hace un siglo, ¿aún podemos enmendar sus errores?* [Blog ICON]. EL PAÍS.

<https://elpais.com/icon/2020-10-13/crisis-pandemia-y-desengano-si-vamos-a-repetir-los-locos-anos-20-de-hace-un-siglo-aun-podemos-enmendar-sus-errores.html>

MATOU. (2017). *Roger Broders, affiches 1920-1932*.

Medidas de Pantallas. (2023). *Medidas TV de 55 pulgadas ¿Cuántos centímetros son?* [Article en blog].

<https://www.medidaspantalla.com/55-pulgadas/>

Montesinos, T. [Toni]. (2022, 10 de setembre). *Costa Brava: Blanes, un idilio de paisajes costeros y bravos* [Entrada en blog El Viajero]. EL PAÍS

<https://elpais.com/elviajero/2022-09-10/blanes-un-idilio-de-paisajes-costeros-y-bravos.html>

NASS. *1920s - A Trip Around The World in Color [60fps, Remastered] w/sound design added* [Vídeo en línia]. YOUTUBE.

<https://www.youtube.com/watch?v=GUZ0jTU1o5s>

Poster Paul. (2023). *Imprimerie Lucien SERRE Archives*.

<https://www.poster-paul.com/en/imprimeur/imprimerie-lucien-serre-en/>

Poster Passion. *Nice - Coni, Adolph Cossard (1870-1952)*. [Article en línia].

<https://www.posterpassion.com/poster-detail?inv=TVP0439>

Rozwadowska, A. [Anna]. (2020, 12 de març). *Jardins Marimurtra, Blanes* [Fotografia en línia]. UNSPLASH.

<https://unsplash.com/es/fotos/ublyy4MjsYs>

Servei Estació. *Anilla Pinza Blanco 12Mm (6 Uni)*.

https://serveiestacio.com/es/anilla-pinza-blanco-12mm-6-uni.html?gclid=CjwKCAjwuqiiBhBtEiwATgvixC55xAKJgVJKt77IWq4MgBqGsVJfTtvzmBEoAu46-3MASuo4H4O00hoC5XsQAvD_BwE

Steve. *InkNPrintz, Impresiones de viajes y aventuras, ubicaciones famosas en todo el mundo*. Etsy España.

https://www.etsy.com/es/shop/InkNPrintz?ref=profile_header

Swann Auction Galleries. *New York City's Oldest Specialty Auction House*.

<https://www.swanngalleries.com/>

Turisme Blanes. *Jardín Botánico Marimurtra*.

<https://www.blanescostabrava.cat/es/oci/jardin-botanico-marimurtra/>

Universitat Oberta de Catalunya (UOC). *Estilo APA* [Recurs de la Biblioteca].

<https://biblioteca.uoc.edu:8080/es/pagina/Estilo-APA/>

Uribarri, F. [Fátima]. (2021). *¿En qué se parecen 'los locos años veinte' a los años veinte del siglo XXI?* [Article en línia]. XL Semanal.

<https://www.xlsemanal.com/conocer/artel/20210501/historia-anos-veinte-charleston-derechos-mujeres-ciencia-arte-flappers.html>

Vintage Posters. *La Belle Epoque*.

<https://vintageposters.us/>

Warchol, A. [Adam]. (2019, 6 de juliol). *Castell de Sant Joan, Blanes* [Fotografia en línia]. UNSPLASH.

https://unsplash.com/es/fotos/EtJf_j5g5qY

Weill, A. [Alain]; Perry, I. [Israel]. (2002). *Roger Broders, Travel Posters / Affiches de voyage*. Queen Art Publishers Inc., New York.

Wikipedia. *Blanes* [Base de dades en línia].

<https://es.wikipedia.org/wiki/Blanes>

Wikipedia. *Castillo de San Juan (Blanes)*. [Base de dades en línia].

[https://es.wikipedia.org/wiki/Castillo_de_San_Juan_\(Blanes\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Castillo_de_San_Juan_(Blanes))

Wikipedia. *Jardín botánico Marimurtra*. [Base de dades en línia].

https://es.wikipedia.org/wiki/Jard%C3%ADn_bot%C3%A1nico_Marimurtra

Wikipedia. *Le Train Bleu* [Base de dades en línia].

https://en.wikipedia.org/wiki/Le_Train_Bleu

Wikipedia. *Montecarlo* [Base de dades en línia].

<https://es.wikipedia.org/wiki/Montecarlo>