Marta Seijas - Master Thesis

Practical State of the Art

Museum Exhibition

INDEX

Exhibition Identity

- Branding
- Advertisement
- Museum Pieces · Gift Shop

Exhibition Space Design

- Museum Exhibition Layout & Guides for the exhibit

Briefing & Summary

As a result of the research, the practical part will consist of cataloging these posters and organizing them, defining their characteristics, and creating an exhibition to display them. This exhibition will display, in chronological order, how women have been represented in political posters in Spain. With all the information gathered throughout the project, we will see how they were depicted in the Republic, throughout the Spanish Civil War, Franco's Dictatorship, the Transition, and finally in democracy. It will be a window into the history of Spain, a demonstration of how representations have adapted to each historical moment. And at the center of it all is the image of the woman as the protagonist that allows us to understand both her history and that of the country.

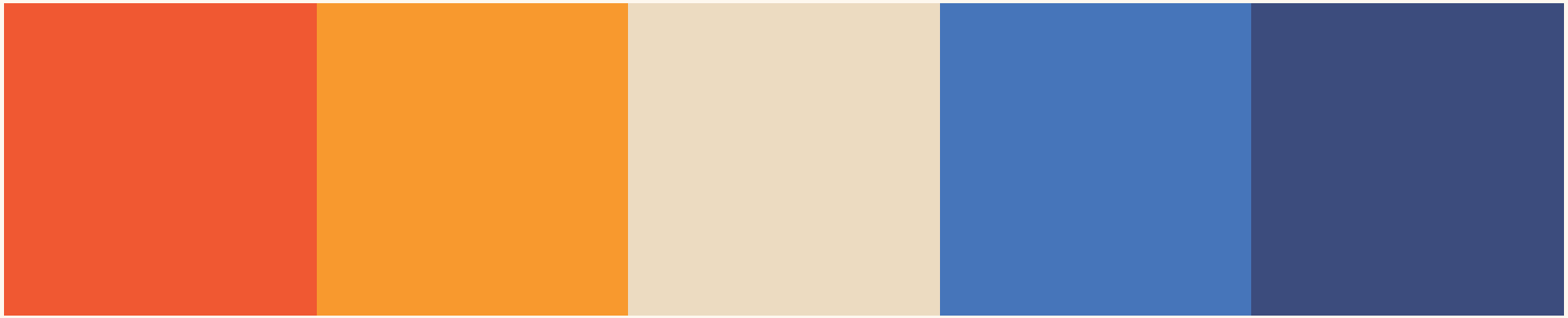
The exhibition will allow us to understand how socio-political design has changed over the years in Spain. And it will take place in La Casa Encendida, a cultural and social center located in the city of Madrid. A social center where everyone can go and learn something new. All the images will be accompanied by information about their history and context in design, using everything researched and learned during this project.

The graphic project itself contains branding, advertising, and merchandising using all of these previously mentioned elements. And the design of the space deals with the how of the exhibition design, the route that visitors will take, and all the information that will be available in the room. As well as an application that will serve as a guide to the room to get explanations about the pieces.

Exhibition Identity

Branding

Branding



#E94D27 #F5991D #F1E2CA #4A73B7 #3E4679

Aa Aa Aa

Body Grotesque Large - Bold / Fit / Slim

Aa Aa

GTF Ekstra - Regular / Medium




La
Mujer
Española
Representación
en la cartelería
política
Salas D y E
Del 30 de Mayo
al 7 de Julio
LA CASA ENCENDIDA
de fundación montemadrid



La Mujer Española

Representación en la cartelería política



Salas D y E
Del 30 de Mayo
al 7 de Julio


La Mujer Española
Representación en la cartelería política
Salas D y E
Del 30 de Mayo al 7 de Julio
LA CASA ENCENDIDA


La
Mujer
Española
Representación
en la cartelería
política
Salas D y E
Del 30 de Mayo
al 7 de Julio
LA CASA ENCENDIDA
de fundación montemadrid


La
Mujer
Española
Representación
en la cartelería
política
Salas D y E
Del 30 de Mayo
al 7 de Julio


La
Mujer
Española
Representación
en la cartelería
política
Salas D y E
Del 30 de Mayo
al 7 de Julio
LA CASA ENCENDIDA
de fundación montemadrid
La
Mujer
Española
Representación
en la cartelería
política
Salas D y E
Del 30 de Mayo
al 7 de Julio
LA CASA ENCENDIDA
de fundación montemadrid

Exhibition Identity

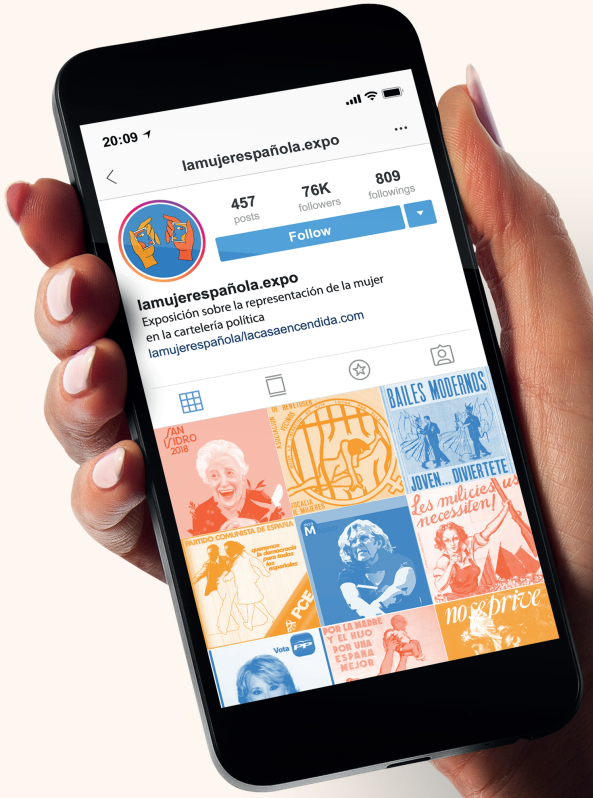
Advertisement

Print Media Campaing

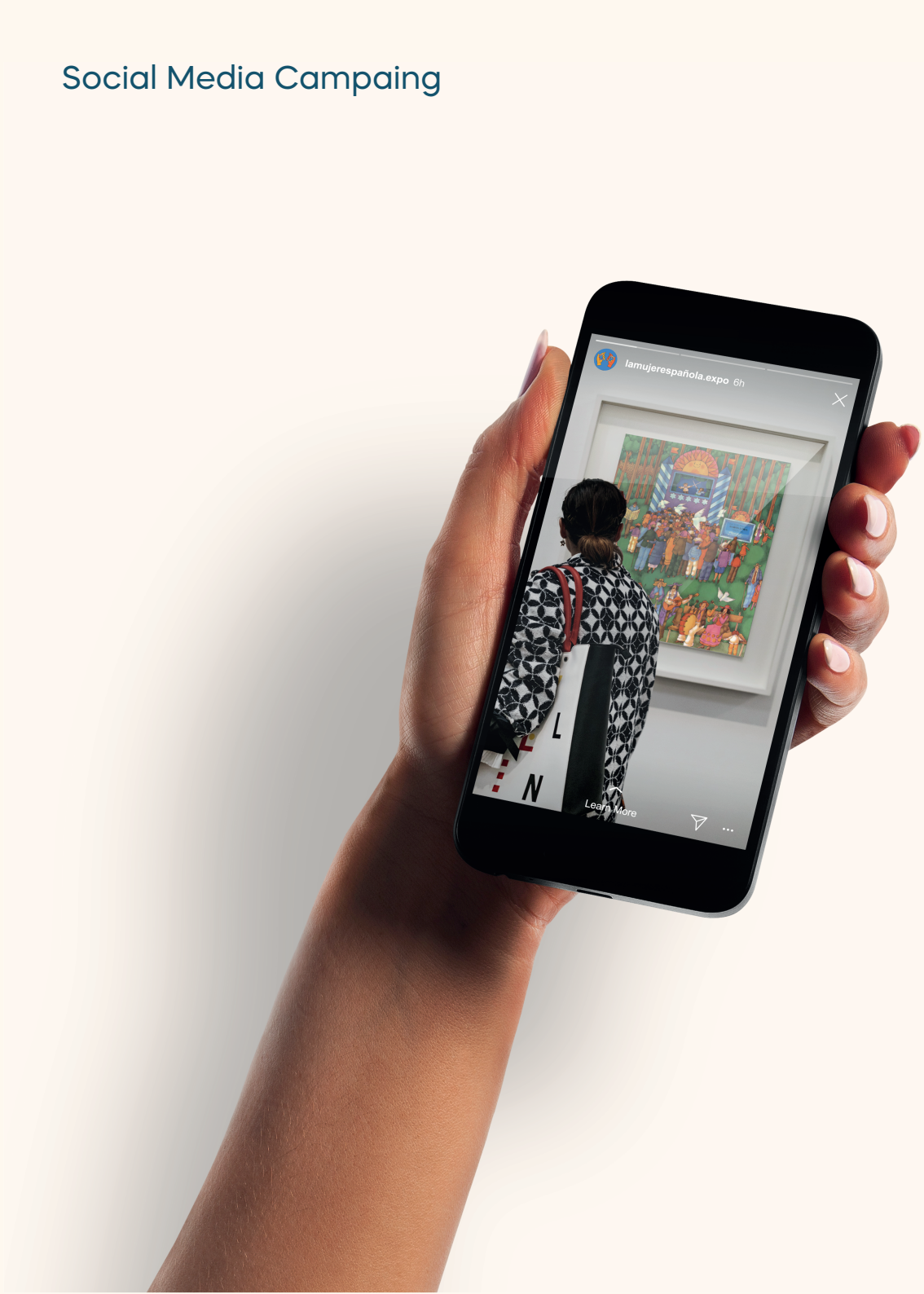


Social Media Campaing





Social Media Campaing





Exhibition Identity

Museum Pieces · Gift Shop

Exhibit Tickets



Merchandising



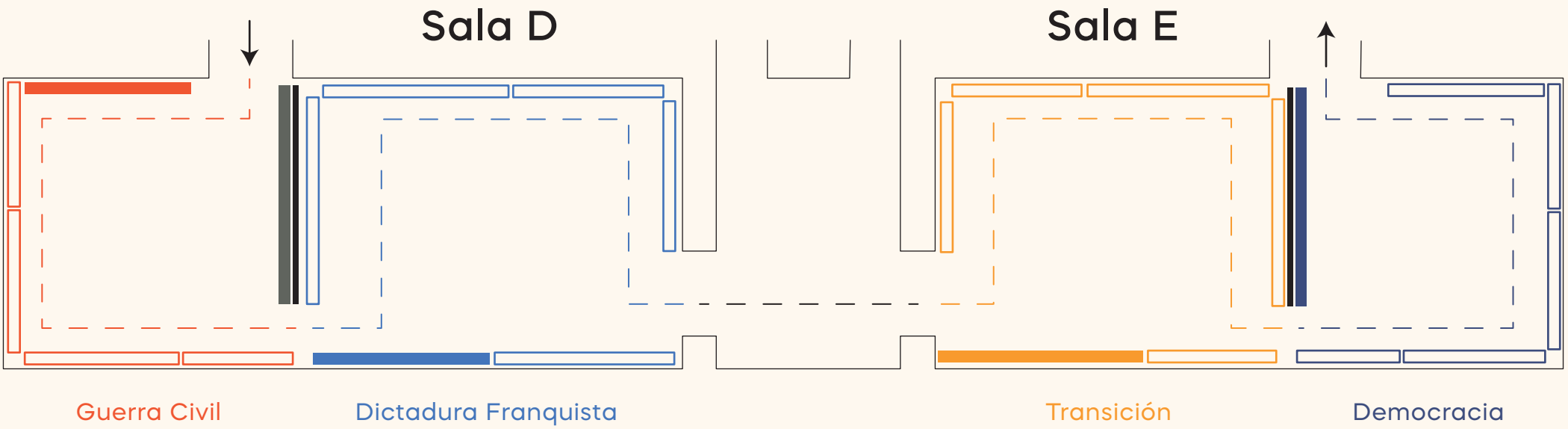
Gift Shop Pieces



Exhibition Space Design

Museum Exhibition

Map of the Space



Order of the Posters / Path to follow

Civil War
1 - 26

Franco's Dictatorship
27-54

Transition
55-89

Democracy
90-135

Map Key

Poster Section

Information Section: Description about each time period

Exhibit Brochure



Exhibit Brochure



Exhibit Brochure



Exhibit Descriptions

LA MUJER ESPAÑOLA

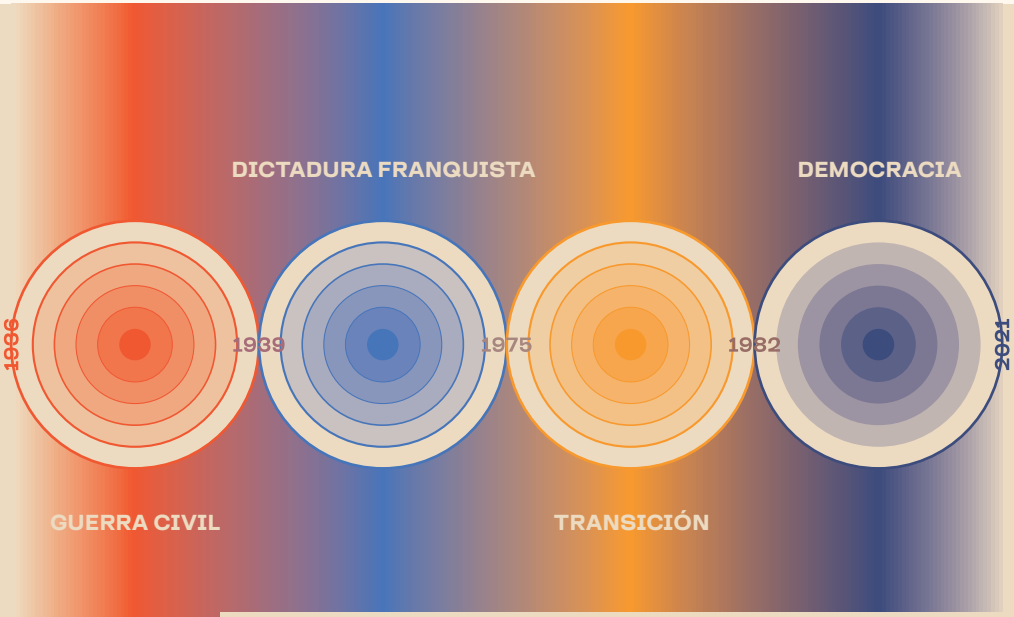
La identidad de las mujeres en los dos últimos siglos parece haberse transformado radicalmente gracias al efecto de múltiples factores de carácter social, político y económico: el surgimiento de diversos movimientos feministas o movimientos relacionados con la lucha por la igualdad de las minorías, la llegada generalizada de la mujer a la vida pública, especialmente en el ámbito laboral y político, la democratización y difusión masiva de los medios de comunicación.

Todos estos elementos han configurado un proceso en el que lo simbólico, lo individual y lo social se han transfigurado profundamente en lo que a la representación de lo femenino se refiere.

Los medios de comunicación, especialmente las modalidades más accesibles y cotidianas, como el cartel, han sido los responsables de la creación de una imagen universal de la mujer.

Las mujeres han recibido y siguen recibiendo esta información, y han basado sus ideas y conocimientos sobre su imagen, su cuerpo, sus roles en la sociedad, en la información externa que reciben.

En esta exposición veremos la progresión de la imagen de la mujer en España desde 1936 cuando comienza la Guerra Civil, pasando por la Dictadura Franquista que duró hasta 1975, finalizando en las representaciones más recientes de la democracia ahora en 2021.



Initial Timeline & Individual Period Displays

LA GUERRA CIVIL

El levantamiento de julio de 1936 y la Guerra Civil que siguió catapultó a las mujeres de la España republicana a nuevas actividades en el mundo político y social.

Si bien las reformas emprendidas tras la proclamación de la República eliminaron algunos de los obstáculos que las mujeres debían superar para obtener la igualdad de derechos, fue la Guerra Civil la que les dio un nuevo rol en la sociedad, actuando como catalizador de la movilización femenina.

La Guerra Civil determinó dos formas de entender la situación social de la mujer y su rol en España. Y la victoria de una forma de pensar sobre la otra determinó un cambio radical en los avances vividos durante los siglos XIX y XX.



LA MUJER ESPAÑOLA

La identidad de las mujeres en los dos últimos siglos parece haberse transformado radicalmente gracias al efecto de múltiples factores de carácter social, político y económico: el surgimiento de diversos movimientos feministas o movimientos relacionados con la lucha por la igualdad de las minorías, la llegada generalizada de la mujer a la vida pública, especialmente en el ámbito laboral y político, la democratización y difusión masiva de los medios de comunicación.

Todos estos elementos han configurado un proceso en el que lo simbólico, lo individual y lo social se han transfigurado profundamente en lo que a la representación de lo femenino se refiere.

Los medios de comunicación, especialmente las modalidades más accesibles y cotidianas, como el cartel, han sido los responsables de la creación de una imagen universal de la mujer.

Las mujer han recibido y siguen recibiend información, y han basado sus ide conocimientos sobre su imag rpo, sus roles en la soci formación externa que reci

En es n veremos la progresión de la i mujer en España desde 1936 nienza la Guerra Civil, pasar ctadura Franquista que duró 5, finalizando en las repres más recientes de la democra aho n 2021.



LA GUERRA CIVIL

El levantamiento de julio de 1936 y la Guerra Civil que siguió catapultó a las mujeres de la España republicana a nuevas actividades en el mundo político y social.

Si bien las reformas emprendidas tras la proclamación de la República eliminaron algunos de los obstáculos que las mujeres debían superar para obtener la igualdad de derechos, fue la Guerra Civil la que les dio un nuevo rol en la sociedad, actuando como catalizador de la movilización femenina.

La Guerra Civil determinó dos formas de entender la situación social de la mujer y su rol en España. Y la victoria de una forma de pensar sobre la otra determinó un cambio radical en los avances vividos durante los siglos XIX y XX.



Posters Individual Information Plaques

20.

Juana Francisca Rubio

Cartel Mujeres Trabajadoras 1937

A medida que se desarrolló la guerra, la imagen de la milicia desapareció de los carteles y las mujeres comenzaron a aparecer en roles más tradicionales, dedicados a las tareas típicas de la asistencia social. A partir de ese momento, las mujeres fueron las heroínas de la retaguardia, modelos a imitar por todas. Esta imagen se convirtió en un factor importante en las estrategias para movilizar a las mujeres hacia las causas antifascistas y revolucionarias del bando republicano.

Juana Francisca Rubio

Working Woman Poster 1937

As the war developed the image of the militia woman disappeared from the posters and women began to appear in more traditional roles, dedicated to the typical tasks of social assistance. From that moment on, women were the heroines of the rearguard, role models to be imitated by all of them. This image became an important factor in the strategies to mobilize women towards the anti-fascist and revolutionary causes by the republican side.

Descubre más información en nuestra app

40.

Aerolínea Iberia

Carteles Turisticos 1950

Durante la década de los 50, la aerolínea española Iberia ofrece una imagen basada en las pautas que marcaron la producción de carteles y propaganda del régimen. En esta ocasión, los artistas utilizaron la figura femenina vestida con trajes regionales de cada localidad como atractivo turístico.

Esta pintoresca vestimenta identifica a la mujer española que representa el carácter y espíritu español frente a otras modas o costumbres de países extranjeros. Es una forma de reivindicar el orgullo de su país.

Iberia Airline

Tourist Posters 1950

During the 1950s, the Spanish airline Iberia offered an image based on the guidelines that marked the production of posters and propaganda for the regime. On this occasion, the artists used the female figure dressed in regional costumes from each town as a tourist attraction.

This picturesque clothing identifies the Spanish woman who represents the Spanish character and spirit compared to other fashions or customs of foreign countries. It is a way of claiming the pride of your country.

Descubre más información en nuestra app

63.

José Ramon Sánchez

Cartel elecciones generales 1977

El diseño de los anuncios del PSOE correspondió al dibujante José Ramón Sánchez. Los famosos ocho carteles socialistas, obra del autor, tienen la peculiaridad de que se podían utilizar tanto en conjunto, para vallas publicitarias como de forma individual para muros. La idea de su diseño tiene como origen, el concepto de ciudad del arquitecto, dibujante y humorista José María Pérez González "Peridis" que colaboró inicialmente en el proyecto.

José Ramon Sánchez

General elections poster 1977

The design of the PSOE advertisements corresponded to the cartoonist José Ramón Sánchez. The famous eight socialist posters, the author's work, have the peculiarity that they could be used both together, for billboards and individually for walls. The idea of its design has as its origin, the concept of the city of the architect, draftsman and humorist José María Pérez González "Peridis" who initially collaborated on the project.

Descubre más infromación
en nuestra app

99.

Mercedes de Bellard

Cartel Fiestas San Isidro 2018

Mercedes de Bellard, quiso abogar por unas fiestas feministas y libres de maltrato animal. Acompañada de la tipografía ideada por la diseñadora Silvia Ferpal.

De Bellard optó por inspirarse en todas las mujeres de Madrid y, al mismo tiempo, en ninguna en concreto. Los mantones de Manila que lucen sus personajes son el guiño más evidente a la identidad madrileña. Las flores usadas son típicas de la zona: las violetas, los claveles, los nardos y los madroños.

Mercedes de Bellard

San Isidro Festival Poster 2018

Mercedes de Bellard, wanted to advocate for feminist parties and free of animal abuse. Accompanied by the typography devised by the designer Silvia Ferpal.

De Bellard chose to be inspired by all the women in Madrid and, at the same time, by none in particular. The Manila shawls that his characters wear are the most obvious nod to Madrid's identity. The flowers used are typical of the area: violets, carnations, tuberose and strawberry trees..

Descubre más infromación
en nuestra app



63.

José Ramon Sánchez

Cartel elecciones generales 1977

El diseño de los anuncios del PSOE correspondió al dibujante José Ramón Sánchez. Los famosos ocho carteles socialistas, obra del autor, tienen la peculiaridad de que se podían utilizar tanto en conjunto, para vallas publicitarias como de forma individual para muros. La idea de su diseño tiene como origen, el concepto de ciudad del arquitecto, dibujante y humorista José María Pérez González "Peridis" que colaboró inicialmente en el proyecto.

José Ramon Sánchez

General elections poster 1977

The design of the PSOE advertisements corresponded to the cartoonist José Ramón Sánchez. The famous eight socialist posters, the author's work, have the peculiarity that they could be used both together, for billboards and individually for walls. The idea of its design has as its origin, the concept of the city of the architect, draftsman and humorist José María Pérez González "Peridis" who initially collaborated on the project.

Audio Guide App



Juana Francisca · Union de Muchachas
1937

Porfavor inicie el audio para aprender sobre la obra

06

2:58 3:15



Jose Morell · VISIT SPAIN
1941

Porfavor inicie el audio para aprender sobre la obra

36

2:58 3:15



Mercedes de Bellard · Cartel Fiestas San Isidro
2018

Porfavor inicie el audio para aprender sobre la obra

99

2:58 3:15



ent Comunista Catalunya · No al divorcio

r inicie el audio para
er sobre la obra

76

3:15



Morell · VISIT SPAIN



Juana Francisca · Union de Muchachas
1937

Porfavor inicie el audio para
aprender sobre la obra

06

2:58

3:15



Mercedes de Bellard · Cartel Fiestas San Isidro
2018

Exhibition Layout




GARCIA LORCA
Hamlet
PLEADOS DE OFICINAS
Sin regatear esfuerzos que la retaguardia produzca lo que el frente necesita
TARJETA POSTAL DE CAMPAÑA
OBRERAS DEL HOGAR
ayudemosla


SAN ISIDRO 2018
SAN ISIDRO 2018
SAN ISIDRO 2018
SAN ISIDRO 2018
LAS MUJERES HACEMOS MADRID
¡YA!
8 MARZO
ES LA HORA DE LA IGUALDAD REAL
LAS MUJERES HACEMOS MADRID
¡YA!
8 MARZO
ES LA HORA DE LA IGUALDAD REAL
¡YA!
8 MARZO
ES LA HORA DE LA IGUA REAL
YA!
MARZO
ES LA HORA DE LA IGUALDAD REAL
¡YA!
¡YA!
¡YA!
¡YA!