

# GRAFISMO MUSICAL DE LOS AÑOS 60

TRABAJO DE FIN DE GRADO

Alumna: Laura Mesa Bermejo  
Tutor: Juan Carlos Rodríguez Centeno

Grado en Publicidad y RRPP  
Facultad de Comunicación

2018- 2019



## ÍNDICE

1. Introducción.....	2
2. Objetivos y metodología.....	3
3. Marco teórico.....	5
4.1 Los años 60.....	5
4.2 Movimiento hippie.....	6
4.3 Carteles musicales de los años 60.....	6
4.4 The Big Five.....	8
▪ Wes Wilson.....	8
▪ Alton Kelley y Stanley Mouse.....	14
▪ Rick Griffin.....	19
▪ Víctor Moscoso.....	24
4. Conclusiones .....	28
5. Bibliografía.....	29

## 1. INTRODUCCIÓN

A mediados del siglo XIX surge lo que se conoce hoy en día como cartel moderno debido a factores económicos, urbanísticos y estéticos. En este momento el cartel resulta el medio más económico y rápido para llegar a las personas debido a las nuevas necesidades publicitarias.

El primero de tipo publicitario se edita en Inglaterra por William Caxton en 1477. Mientras que en 1482 Jean du Pré realiza el primer cartel ilustrado en Francia.

A partir de este momento la producción de carteles evoluciona hasta llegar a nuestros días. Se crea para ser reproducido de forma masiva, en copias idénticas que consiguen llamar la atención de los receptores y transmiten un mensaje que puede verse de forma clara o que va “escondido” en los múltiples diseños realizados por los artistas.

Este trabajo de fin de grado tiene como objetivo el análisis del arte creado para el ámbito musical durante la década de los 60, más conocida por ser la impulsora del movimiento hippie y psicodélico. Para ello se ha llevado a cabo un análisis de los principales artistas que representaron a dicho movimiento y de los carteles más famosos de la época.

Mediante la búsqueda de información en distintos libros, blogs, páginas web, trabajos, etc. dedicados exclusivamente a los carteles del siglo veinte y a la música de este periodo, se ha podido establecer cuáles han sido las técnicas, motivos, estilos, materiales usados... en la elaboración de la cartelería estudiada. Además de conocer la historia de la aparición de las propias obras y la trayectoria de los artistas encargados de elaborarlas.



## 2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

El trabajo se va a elaborar con la intención de conocer la historia del grafismo de los años sesenta y así relacionar los carteles, más importantes y/o conocidos de esta década en el ámbito musical, con la situación social, política... vivida en dicha época.

Se seguirá un método de estudio inductivo, analizando distintos carteles y artistas de forma individual para llegar a unas conclusiones de carácter general. Observando y comentando las obras se consigue establecer cuáles son las generalidades de hechos que se repiten en cada una de estas creaciones.

Para ello se establecen unos ítems a partir de los cuales se analizan dichas obras.

En primer lugar, se realiza la identificación de los carteles:

- Autor
- Fecha y lugar de realización
- Fotógrafo (en el caso de que hubiese)
- Modo de impresión
- Dimensiones

Seguido de un análisis de contenido, donde se tendrá en cuenta:

- La disposición organizativa del contenido.
- Orientación de la lectura, cual es el recorrido que realiza la vista al observar el cartel (si va de derecha a izquierda, de arriba abajo...).
- Tipo de diseño: gráfico (dibujo o dibujo + texto), fotografía o fotomontaje (una mezcla de ambos). En el caso de la fotografía se intenta incluir la técnica usada y tipo de plano.
- Si se hace uso de texto; la tipografía, el color y la localización en el cartel.
- Si aparecen seres vivos (describiendo actitudes y/o acciones que presentan); u objetos, (identificándolos y detallando su posición).
- Uso del color, dónde y cómo se usa (como fondo, en el texto, etc)
- Si aparece el nombre del anunciante, en este caso del artista musical, datos que se incluyen en el mismo...

Posteriormente el análisis connotativo, para decir, desde un punto de vista subjetivo, cual se cree que es el mensaje que se intenta transmitir con el cartel. Por lo que se interpreta el conjunto de elementos que forman los distintos diseños con la finalidad de captar el mensaje persuasivo de estos.

Por último, se realiza una conclusión para terminar el análisis llevado a cabo de forma clara y concisa. Un resumen general de todo lo tratado anteriormente en los apartados.

La investigación realizada será de naturaleza cualitativa, aportando nuestra opinión a la hora de analizar los carteles y portadas musicales. Entre las técnicas usadas se encuentran la observación y el estudio de casos.

Es además sincrónica, teniendo en cuenta el tiempo en que se efectúa, ya que los casos estudiados se dan en un periodo corto y concreto de la historia. Los carteles analizados, así como la gran producción de grafismo musical de estilo psicodélico de los años 60 comienza en torno al año 1966 y termina cuatro años más tarde.

La dimensión cronológica de la misma es histórica, ya que describe y analiza hechos que ocurrieron en el pasado, concretamente la década de los sesenta, usando para ello fuentes históricas y documentos.

Las fuentes que se utilizarán serán bibliográficas y videográficas. A partir de distintos libros, documentales... se conseguirá informar y recopilar información sobre el tema expuesto; la organización, valoración y estudio de los datos obtenidos permitirá llevar a cabo una investigación satisfactoria para la realización de dicho trabajo.

### 3. MARCO TEÓRICO

El grafismo es la actividad que tiene como objeto el diseño gráfico en revistas, libros, películas, etc. La disposición estética de las imágenes y las letras que componen un diseño. Todo lo que aparece en el cartel de un concierto o portada de un disco tiene un significado, un por qué. Los colores, las formas usadas, la tipografía, los dibujos, etc, todo está totalmente pensado para transmitir una idea que pocas veces nos paramos a analizar.

#### 3.1 Los años 60

Los años 60, años de la contracultura<sup>1</sup> y los movimientos de estudiantes, de la guerra de Vietnam, la lucha por los derechos civiles encabezada por Martin Luther King. Años de cuestionamientos. Tiempos para soñar y dejarse llevar.

En Europa, la Segunda Guerra Mundial deja un continente arrasado y en crisis. En Estados Unidos se consolida el capitalismo y el libre mercado, sin embargo, aparecen movimientos que empiezan a exigir nuevos valores, cambios en la sociedad y el mundo. El hipismo, los universitarios, el feminismo...

La corriente hippie aparece con mayor fuerza en San Francisco, en el conocido como “Verano del Amor de 1967” y promulga un mantra, el de la no violencia. Los hippies se suman a la lucha liderada por Luther King y además van en contra de la intervención de EE. UU en Vietnam.

La contracultura de los años 60 es apoyada por otros colectivos; en las universidades, los movimientos juveniles apuestan por el pacifismo y rechazan el consumismo.

Todos estos grupos que salen a las calles a pedir cambios para conseguir un mundo mejor crean símbolos, actos y lemas que perduran en el tiempo. Uno de ellos, Woodstock, en 1969, un festival celebrado en una granja del estado de Nueva York donde se reunieron medio millón de personas que, al ritmo de la música de artistas como Janis Joplin, Hendrix... pedían la paz, el amor y libertad mundial.

Aunque San Francisco fue un punto de encuentro importante para todos estos movimientos, en Europa, concretamente en París, los jóvenes salen a la calle en Mayo del 68 para manifestarse. Se cuestionan las jerarquías. En América del Sur, los movimientos revolucionarios también son importantes, siguen a un líder, el Che. Todos estos luchan para conseguir cambios y mejoras, buscan un mundo justo y pacífico y usan distintos medios para expresarse, entre ellos, la música.

---

<sup>1</sup> contracultura: aquellos valores, tendencias y comportamientos que chocan con los establecidos dentro de una sociedad. Un término que fue acuñado por Theodore Roszak, historiador norteamericano, en su libro “El nacimiento de una contracultura” publicado en 1968. Se utiliza para referirse a un movimiento organizado seguido por muchas personas, duradero en el tiempo, que suele comenzar como un grupo social marginal y que aspira y sueña con lograr unos objetivos cuando menos controvertidos). (El trastero de Palacio, 2014: párr: 1)<sup>1</sup>

### 3.2 Movimiento hippie

Los hippies aparecen sobre el año 1966- 1967. Jóvenes cansados del mundo consumista en el que viven y que pretenden cambiar de forma cabal e íntegra la sociedad conservadora de la época, que los critica por su actitud, a través de una forma de actitud contestataria.

Se reúnen en comunas, donde no existen jerarquías, sino que son organizaciones libres totalmente opuestas a la estructura social de estos años (la burguesa). Celebran fiestas y reuniones al aire libre, practican el amor libre como forma de rechazo a la institución del matrimonio impuesto por la Iglesia.

Usan ropas coloridas brillantes, desteñidas, camisas largas, pantalones anchos de “campana”, sandalias y un exceso de complementos de bisutería, flores, algunos se hacen su propia ropa como señal contra el consumismo. El pelo largo, tanto en hombre como en mujeres, y la barba mucho más larga de lo “normal” en los hombres eran también sus señas de identidad.

En cuanto al arte, su estilo es el psicodélico, uno de los puntos más importantes de esta nueva contracultura, pues ofrece una vía de escape para los límites impuestos por la conciencia a través de drogas alucinógenas. Otra seña de identidad, el uso de la marihuana, el LSD, el achís, con las que pretenden desconectar del mundo en el que viven para alcanzar estados alterados de la conciencia. Todo esto es otra forma de rebelarse contra el sistema establecido. Este estilo se usa en casi todos los ámbitos, pero sobre todo en la pintura y la música.

El movimiento hippie encuentra en el rock & roll una forma para expresar sus ideas de paz y amor. Los estudiantes, hippies, miembros de comunas, consumidores de drogas alucinógenas... llevan a cabo una reunión denominada “reunión de todas las tribus” que da lugar a la creación de una de las leyendas de la cultura musical y rockera.

*“En conclusión, **movimiento hippie**, contracultural, libertario y pacifista, tiene su base principal en la ciudad de **San Francisco (California)**, en su distrito o barrio de Haight-Ashbury. Protestan por la paz en el mundo, se rebelan contra la sociedad de consumo, el modo de vida americano y el sistema político. (...) Experimentan nuevas formas de relaciones interpersonales viviendo en comunidades. Tienen como mantra la famosa frase **“Paz y amor”**, estereotipo recortado de **“Paz, amor, sexo, drogas y, si quieres, también rock and roll”**, en contraposición a la violencia y a la guerra. También son contrarios a la hipocresía dominante, a la familia burguesa y la represión sexual. Defensores de **“libertad, anarquía y vuelta a la naturaleza”** y en contra de la política agresiva y la industria, del trabajo asalariado y la sociedad consumista. Sus años de esplendor transcurren entre 1966 y 1969, momento en que se convierten en un objeto más de consumo para los medios de comunicación”.* (El trastero de Palacio, 2014: párr 8 y16)

### 3.3 Carteles musicales de los 60

Corre la primavera psicodélica, entre 1965 y principios de 1966. El ácido Owsley (LSD), que no es ilegal aún, sale a las calles. El pop art, las corrientes psicodélicas, los movimientos pacifista y hippie y la guerra de Vietnam dejan una profunda huella en el mundo del cartel (no solo los musicales, sino también en los políticos, sociales, etc). -Se convierten en vehículos de comunicación rápidos y accesibles-.

Las calles de San Francisco se llenan de estos carteles que atraen a la juventud más inconformista.

La nueva música, el rock especialmente, tiene un papel fundamental en la cartelería de estos años. Los primeros posters de rock aparecen en los años cincuenta. Son simples, imitando a los clásicos carteles de boxeo, y donde aparece la información mínima, es decir, el nombre de la banda y la fecha y lugar donde se realiza el concierto. Sin embargo, es en los sesenta cuando se produce un cambio. Se aúnan vanguardia artística y cartel publicitario.

Aunque el movimiento hippie aparece décadas antes su apogeo tiene lugar durante los años sesenta en la ciudad de San Francisco, Estados Unidos. Este lugar, además, es la cuna de movimientos musicales que se ven influidos por la oleada hippie. San Francisco da lugar a grandes grupos musicales como The Eagles, Janis Joplin, Santana, Stills, Frank Zappa, The Who, Jimi Hendrix, Steve Miller y The Mamas and The Papas entre otros muchos. Es aquí, en esta década cuando los posters de los cincuenta sufren un cambio y comienzan a producirse otros mucho más elaborados, usando colores y diseños creados por verdaderos artistas, para atraer así la atención del público. Obras de arte que representan con un estilo único a los artistas de la época.

Es necesario que hablemos primero de **Bill Graham**, destaca en todo el ámbito musical de la década sesentera ya que es el responsable de abrir el Auditorio Fillmore de San Francisco, que se convierte en el lugar más importante para la música y en el centro de toda la movida. Con los conciertos aquí organizados por él consigue que su nombre se haga un hueco especial en el mundo musical, pero también en el del diseño. Es gracias a su financiación que muchos artistas locales realizan, con total libertad, grandes carteles para los espectáculos celebrados en su auditorio, y revolucionan el mundo del diseño.

Y de **Chet Helms**, un promotor musical liberal que, en 1966, en San Francisco, decide reunir a un grupo de hippies con los que comienza a organizar algunos de los eventos de rock más importantes de los años sesenta; llama a esta compañía, o comuna, "The Dog Family".

Esta familia permite a los artistas locales de la etapa psicodélica conseguir salas para tocar su música. Es el primer productor psicodélico que realiza conciertos en salas como la "Avalon Ballroom" y la "Fillmore".

*"Fue aquí, en lugares como el Auditorio Fillmore y el Salón Avalon, donde las filosofías e ideales de una revolución contracultural encontraron su voz."* (Family Dog,-: párr 2)



Para dar a conocer sus eventos, “The Family Dog” encarga a distintos artistas la elaboración de carteles, sin embargo, de todos ellos, destaca el grupo llamado “The Big Five”, del que se habla en el siguiente punto.

Los posters elaborados para dicha compañía, esas obras que piden explícitamente para promover sus conciertos reflejan la libertad, la experimentación, el amor y las revoluciones que se están viviendo en ese momento en la que es considerada la cuna del arte psicodélico y el movimiento hippie...

### 3.4 The Big Five

Entre los artistas de San Francisco encontramos al grupo llamado "The Big Five" formado por Wes Wilson, [Alton Kelley](#), [Victor Moscoso](#), [Rick Griffin](#) y [Stanley Mouse](#), creadores de la agencia “Berkeley Bonaparte Distribution”.



(The Big Five, 1967. De izquierda a derecha, Alton Kelley, Victor Moscoso, Rick Griffin, Wes Wilson, Stanley Mouse. Foto: [Bob Seidemann](#)).

Estos grandes artistas se convierten en los principales representantes de las vanguardias y sus carteles consiguen llegar a todos los rincones del planeta.

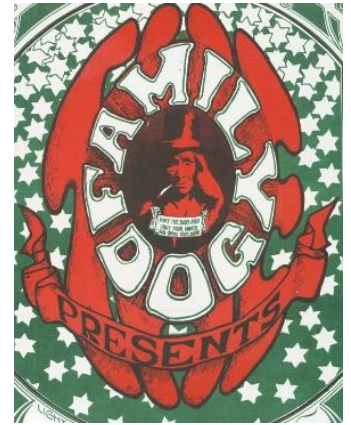
- **Wes Wilson**

Considerado el introductor de la psicodelia en los carteles de conciertos. Fusiona Art Nouveau y Simbolismo.

*“Es la figura más representativa de la tendencia psicodélica. Comienza a realizar carteles a mediados de los sesenta y rápidamente destaca por sus carteles sobre conciertos de rock- que reúne años después en su libro “El arte del rock”. Trabaja en San Francisco, ciudad donde la cultura alternativa tiene destacado predicamento en esos años y se orienta hacia la psicodelia”.* (CHECA GODOY, A., 2014: 169)



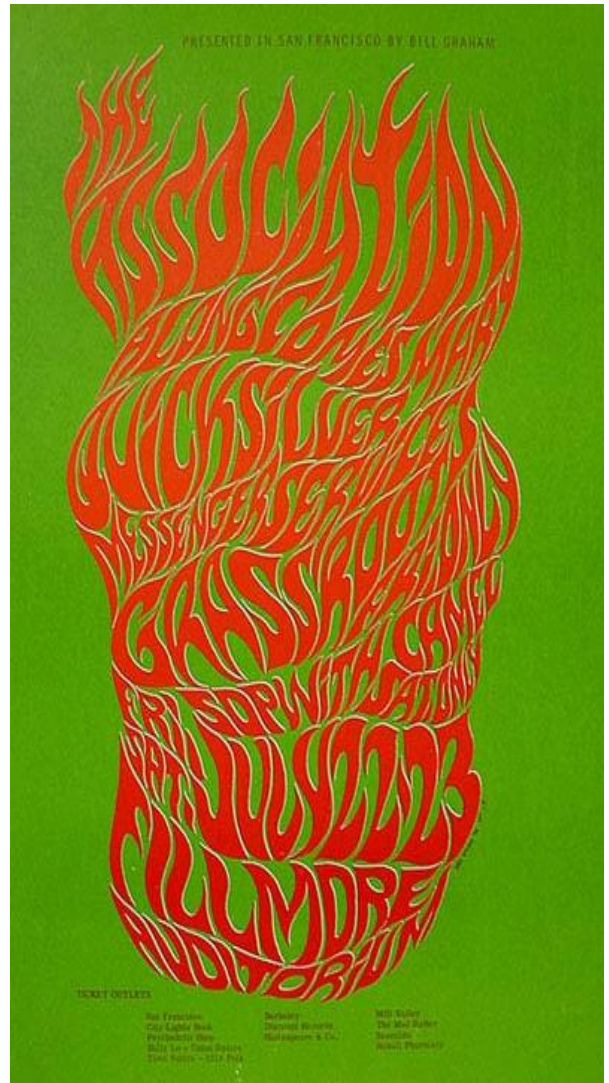
Es el encargado de realizar el logotipo para la compañía “The Dog Family” por petición del propio creador de la misma, Helm. Para ello usa la imagen de un comerciante de piel nativo americano del “Libro del Patrimonio Americano de los Indios”. El uso de la misma hace que los hippies asocien muchas de las ideas que defienden y comparten, como la convivencia en armonía con las distintas etnias nativo-americanas o la cercanía a la naturaleza.



Dicho logo aparece en todos los carteles creados por encargo de la compañía desde el momento de su creación hasta nuestros días.

Wilson se ve atraído por las creaciones de uno de los representantes del Art Nouveau, Alphonse Mucha, pero su principal fuente de inspiración es Alfred Roller.

*“Después de que un amigo le mostrara una copia de un póster de 1908 hecho por el artista secesionista vienés, Alfred Roller, que contenía un alfabeto y un estilo de letras similares a lo que Wilson había estado haciendo, Wilson absorbió el estilo Roller, alterarlo en una explosión de creatividad de letras que cambió la escena del cartel permanentemente. Su estilo de llenar todo el espacio disponible con letras, de crear formas fluidas hechas de letras, y el uso de letras fluidas para crear formas se convirtió en el estándar que la mayoría de los artistas siguió con el fin de poner “psicodélico” en el arte. El primer ejemplo claro de este—y una pieza clave en la historia de Wilson—fue el cartel BG-18, hecho para un espectáculo con la Asociación en el auditorio Fillmore. Establecido en un fondo de verde es una llamaforma remolino de letras rojas. Con este cartel llegó un nuevo concepto en el arte de ese tiempo—quizás el primer cartel verdaderamente psicodélico.”* (History Graphic Design,-: párr 4)



Esta forma de letra es uno de los principales distintivos de sus carteles. Con ella crea figuras abstractas, redondeadas, consiguiendo mantener la atención de los receptores en sus diseños. Son figuras con movimientos ascendentes y en ocasiones en espiral, que hacen que no se pueda apartar la vista de las mismas.



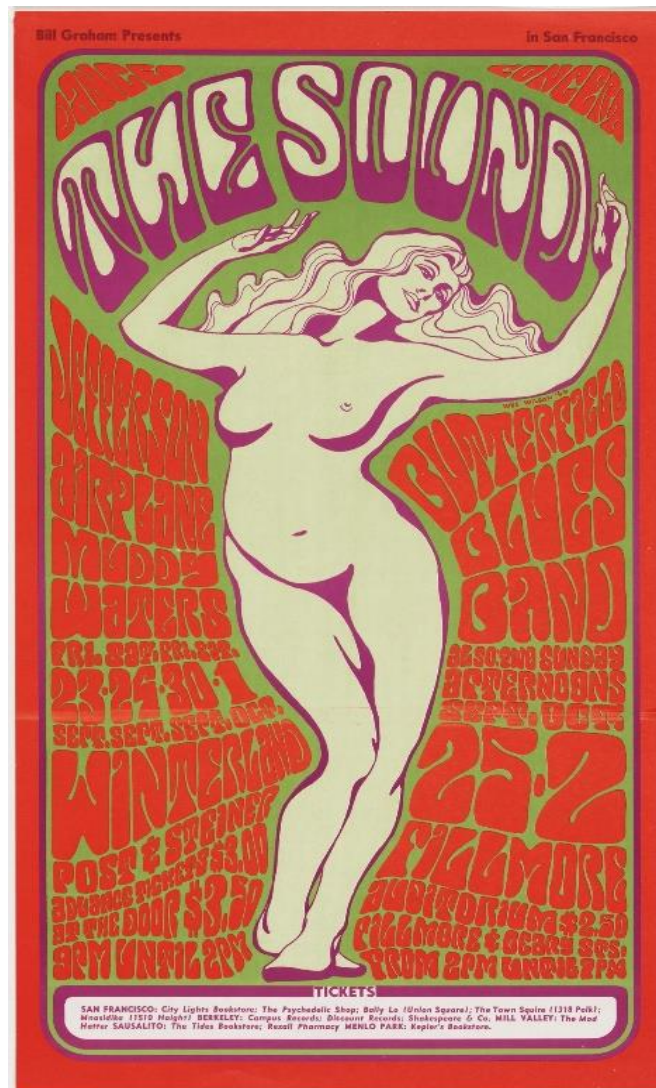
El estilo Art Nouveau de Alphonse Mucha influye también mucho en sus diseños.

La figura de la mujer predomina en sus carteles posteriores, pues en la cultura hippie la sensualidad es un punto clave, así como la libertad sexual. Atribuye a la figura de la mujer un significado y un uso más profundo, dotándola de sabiduría, belleza y poder. Todo desde una visión bastante filosófica y espiritual.

A finales de 1966, Wilson crea un cartel titulado “El sonido” para Winterland de Bill Graham. El cartel nombrado es una combinación de las muchas habilidades de Wilson; en él se aprecia su capacidad para llenar el espacio disponible con letras fluidas y el respeto y admiración que tiene por la figura femenina, totalmente inspirado en las mujeres de los carteles de Mucha, mostrando la desnudez de forma elegante y artística. Es uno de los carteles más representativos del periodo, además, el trato de Wilson a las mujeres y su forma de representarlas es una de las grandes contribuciones al arte cartelista de los sesenta.

Wilson plasma en sus carteles su yo interior, su perspectiva de la vida y sus pensamientos más profundos. Además, marca un patrón a seguir debido a las formas y colores que usa.

Se ha dicho que el cartel psicodélico fue definido por Wes Wilson en algún momento en el verano de 1966.





## IDENTIFICACIÓN

Autor: Wes Wilson

Título:-

Fecha y lugar de realización: 1966, San Francisco, California.

Modo de impresión: litografía offset en papel

Dimensiones: 22,5/16 x 13,7/16 in. (56,6 x 34,2 cm)

El cartel es un diseño del artista Wes Wilson para anunciar el concierto celebrado durante los días 25, 26 y 27 de noviembre en el Fillmore Auditorium en San Francisco. En el cual participan Jefferson Airplane, la James Cotton Chicago Blues Band y Moby Grape.

### ANÁLISIS DE CONTENIDO

La imagen principal es de dos cuerpos, un hombre y una mujer, con tocados egipcios. El hombre abraza por la espalda a la mujer que se encuentra al frente con los brazos en movimiento y los pechos desnudos. La figura de la misma es voluptuosa y está compuesta por letras redondeadas que le cubren el resto del tronco a modo de vestido.

En la parte superior izquierda aparece “Bill Graham Presents” el nombre del organizador del evento. En la derecha “in San Francisco” el lugar donde se lleva a cabo. El resto del texto es el que se sitúa en el interior de la figura femenina, donde se lee el nombre de los artistas que tocan en el concierto junto con los días, horario y el recinto en el que tiene lugar el mismo: “JEFFERSON AIRPLANE, JAMES COTTON CHICAGO BLUES BAND, MOBY GRAPE. NOVEMBER 25, 26, 27. FRI & SAT: 9PM-2AM. SUN: 2-7PM. KIDDIES FREE. FILLMORE AUDITORIUM”.

Justo al acabar la figura de la mujer, en la parte inferior, se encuentra el año de realización del cartel junto con el nombre de Wes Wilson. Y en la zona de abajo del todo la información donde conseguir los tickets para el concierto.

Es un diseño gráfico que combina dibujo y texto, integrándose este último en el dibujo de forma perfecta.

Wes Wilson hace uso de una tipografía de características psicodélicas que le otorga dinamismo al cartel con sus formas redondeadas y ascendentes. A diferencia de otros carteles, el tipo de letra usado aquí es bastante legible al estar escrito en mayúscula y tener cierta separación entre las mismas. Los colores del texto destacan debido a que se usa el propio color del fondo del cartel para rellenar estas letras.

Los colores que dominan son azul, verde, amarillo, magenta, púrpura y naranja. El artista crea para el fondo del cartel un degradado que va pasando del azul hasta llegar a los tonos rosados. La silueta de las personas está delineada con un color rojo, que se usa para los destacar también los rasgos faciales de éstos. Por último, las zonas del cuerpo de los mismos que no se encuentran cubiertas por letras, y que por lo tanto son piel desnuda, poseen un color rosa claro simulando el color de la piel aportando a la composición un poco de realismo.

### ANÁLISIS CONNOTATIVO

Wilson muestra una vez más cuáles son sus marcas a la hora de realizar carteles. En este predomina la imagen sensual de la mujer, es la protagonista, pero la trata como algo más que una simple modelo. El hecho de dibujarla con una corona egipcia y de colocarla al frente de la composición indica que para él tiene un significado y valor mucho más profundo.

También el uso que hace de los colores nos traslada a un momento concreto de la historia, el movimiento hippie y psicodélico, con esas combinaciones de colores vivos



que dan la sensación de estar en trance; es un reflejo de lo que la música y las drogas provocan en las personas, sensaciones más allá de la realidad.

Hace una exaltación clara de la libertad sexual y la armonía al presentar a la mujer con los pechos al descubierto. El cartel es bastante simple en lo que se refiere a elementos que lo forman, pues solo aparecen las dos figuras desnudas y el texto que los rellenan, sin embargo, Wes consigue transmitir de forma clara y sencilla el ambiente y las experiencias que se viven durante esa época.

Transmite buenas vibraciones, un estado de paz y relajación que usa para promover el concierto en el que actúan grandes artistas de los sesenta y así consigue que las personas que ven el cartel también asocien esas sensaciones con el evento y acudan al mismo.

### CONCLUSIÓN

Como gran padre del arte psicodélico, Wes Wilson demuestra que, ya sea con diseños sencillos o grandes elaboraciones gráficas, se puede transmitir multitud de emociones y sensaciones.

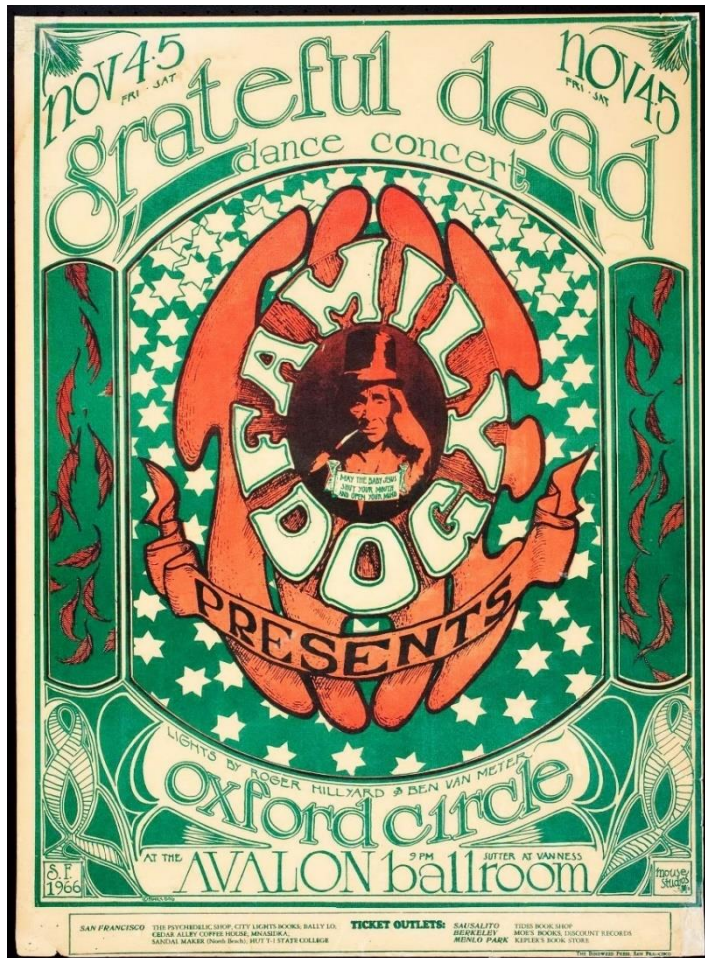
Su gran interés y dedicación por las tipografías psicodélicas inspiradas en los trabajos de Alfred Roller y su admiración y buen trato a la figura de la mujer convierten sus diseños en verdaderas obras de arte, fácilmente reconocibles en todo el mundo y que sirven como inspiración para artistas posteriores que ven en él y en sus trabajos las bases de lo que se convierte en uno de los movimientos artísticos con más repercusión en el mundo como es el movimiento de las artes psicodélicas.

- **Alton Kelley y Stanley Mouse**

Alton Kelley llega a San Francisco en 1964 donde se gana la vida realizando carteles para conciertos y portadas de discos de rock.

Stanley Mouse está muy influenciado por el arte de Rick Griffin, con el que colabora años más tarde en la creación de caratulas de discos y posters. Viaja a San Francisco en 1965 y conoce a Kelley, el cual se convierte en su socio y colaborador a la hora de diseñar carteles y portadas de discos. Destacan, sobre todo, por reelaborar en 1967 un grabado del S XIX para la creación del conocido diseño “Skull and Roses” de la banda Grateful Dead. Cartel que marca un hito tanto para la banda, que lo usa como portada de su disco en 1971, como para la historia iconográfica del rock and roll.

Así, transforman el arte publicitario para siempre. Sus carteles son el vivo ejemplo de lo que se convierte en uno de los movimientos artísticos más importantes de la última parte del siglo XX. Desde este momento, sus diseños alcanzan gran popularidad, rivalizando con los mejores diseñadores de todos los tiempos.



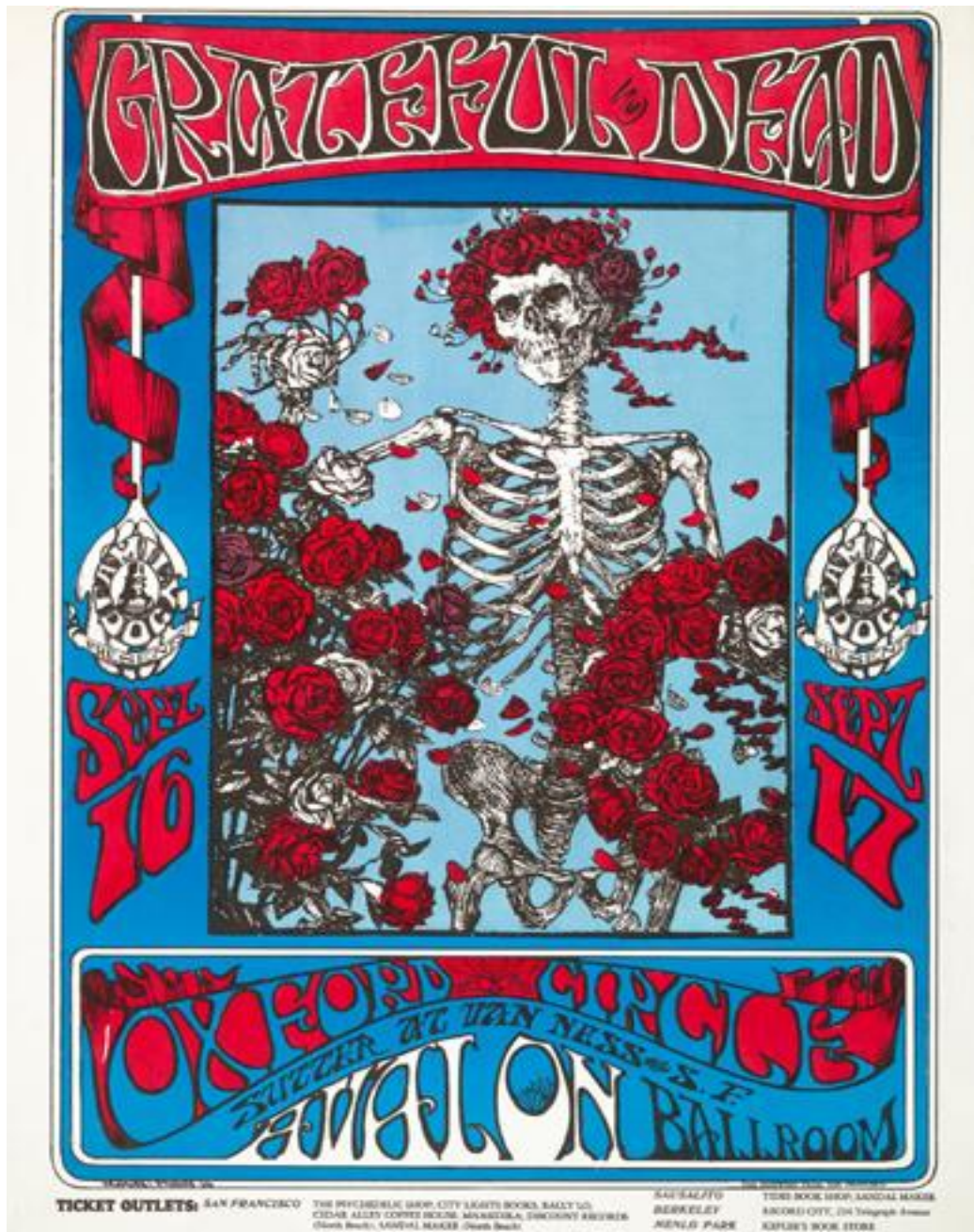
*“A través de su creatividad y mentalidad Kelley y Mouse dan a la música rock nuevos colores, formas y temas que expresan el optimismo y el entusiasmo de los jóvenes de todo el mundo. Sus gráficos definen la cultura juvenil tanto como la propia música—en efecto su arte es una gran colaboración con músicos y bandas como los Grateful Dead, Jerry García, Janis Joplin, y Jimi Hendrix. Como dijo Joel Selvin, crítico de rock del San Francisco Chronicle, “Kelley y Mouse dibujaron la primera cara de la música rock”.” (Family Dog, - : párr 5)*

Los carteles psicodélicos producidos por Mouse y Kelley están influenciados por los trabajos de Alphonse Mucha y Edmund Joseph Sullivan, representantes del Art Nouveau.

Se basan en el poder comunicativo de las imágenes para la creación de sus obras. Cada uno tiene una especialidad; mientras que Kelley usa bastante la técnica del collage, Mouse tiene gran dominio del aerógrafo debido a sus trabajos para comics.

De esta forma, el primero se encarga de la elección de las fotos que usa en los collages y del diseño global, mientras que el segundo se ocupa de los rótulos y los gráficos.

Son irónicos, buscan llamar la atención de las personas, por eso en sus primeros trabajos usan logotipos de marcas o fotografías famosas, para conseguir traer un recuerdo a la memoria de los espectadores. Así, combinando de forma adecuada estos recursos, son capaces de lanzar un mensaje a través de todos sus diseños, obteniendo los resultados que desean.



## IDENTIFICACIÓN

Autor: Stanley Mouse, Alton Kelley

Título: "Skull and roses"

Fecha y lugar de realización: 1966, San Francisco, California.

Modo de impresión: litografía offset en papel

Dimensiones: 20 x 14 in. (50.8 x 35.6 cm.)



El cartel es un diseño de Stanley Mouse y Alton Kelley. Anuncia el show de la banda de rock de los sesenta “Grateful Dead” en la Avalon Ballroom con Oxford Circle, otro grupo de rock, durante los días 16 y 17 de septiembre de 1966 en San Francisco, California. Este es el primer paso para que se empiece a relacionar el esqueleto y la calavera, a la que llaman Bertha, junto con las rosas como logotipo oficial de la banda.

### ANÁLISIS DE CONTENIDO

El esqueleto que aparece en el centro del cartel no es un dibujo elaborado por ninguno de los dos artistas, sino que se trata de una ilustración realizada por Edmund Joseph Sullivan en 1913 para el libro “*Rubaiyat of Omar Khayyam*” de Edward Fitzgerald en el que aparecía en blanco y negro. Estos simplemente le han dado color y han añadido el resto de los ornamentos y textos que hacen de esta composición una gran obra.



Edmund J. Sullivan's illustration to Verse 26 of Fitzgerald's *Rubaiyat of Omar Khayyam* (1913).

En la zona superior aparece el nombre de la banda, “GRATEFUL DEAD” en color negro con reborde blanco sobre una cinta de color rojo que desciende en los laterales con formas ondulantes; en la inferior el lugar y fecha donde se lanzó el disco “SEP 16” “SEP 17” “OXFORD CIRCLE. AVALON BALLROOM” haciendo uso del color azul, rojo y blanco en cada palabra. En los bordes, en la parte central se observa el sello de la productora “The Family Dog” que colabora con la realización del disco en blanco, característico por el nativo americano con sombrero de copa, justo al final de los bordes de la cinta con efecto tridimensional realizada por los artistas.

Es un diseño gráfico, para la elaboración del mismo solo se ha usado el dibujo, nada de fotografías. Kelley corta con un cuchillo de pluma el diseño original en blanco y negro mientras que Mouse se encarga de colorearlo y de la creación de los rótulos y los gráficos, realizando los adornos de los laterales, así como los de la zona superior e inferior. Predomina el uso de motivos decorativos característicos del Art Nouveau

El texto aparece escrito con una tipografía inspirada en la usada por los artistas durante la etapa del Art Nouveau, como la llamada Bistro. La legibilidad de la misma no es muy alta, sin embargo, se diferencia bien una vez que se presta atención a la portada. Predominan las líneas orgánicas y onduladas, buscando la asimetría visual de la composición artística.

En definitiva, es una tipografía dibujada inspirada en los carteles ilustrados del estilo del Art Nouveau. Tiene una función de anclaje con la forma del esqueleto y los demás



componentes del diseño ya que es tratada como imagen ofreciendo así un recorrido visual armónico cuando se la integra.

Predominan los tonos azules, usados como fondo de la portada. El color rojo juega también un papel importante, aportando color a las rosas y a la “tela” situada en la zona superior, en la que aparece el nombre de la banda en color negro y blanco. El negro y blanco son igualmente importantes ya que se encargan de complementar a Bertha, el esqueleto que se sitúa en el centro de la portada y que acapara la atención de la misma.

El juego entre el azul y rojo, y en general, la combinación de estos colores crea una sensación agradable a la vista que consigue acaparar las miradas del público. Además, el uso de tonos vivos contribuye a esto.

### ANÁLISIS CONNOTATIVO

Stanley y Mouse hacen una representación bastante buena de lo que significa el nombre de la banda “Grateful Dead” con este diseño. El elemento principal, el protagonista del mismo muestra esa “muerte digna”, ese esqueleto rodeado de rosas deshojándose y con su propia corona hecha de estas flores no es más que el sinónimo de la elegancia y la sutileza llevado al mundo del rock.

Además, el poema de Fitzgerald que acompaña a la ilustración original de Sullivan es dulce y tiene que ver con el vino, las mujeres y la canción. Una combinación perfecta de lo que representa Grateful Dead, tanto con sus canciones como con su forma de ser.

“Oh, come with old Khayyam, and leave the Wise To Talk;  
one thing is certain, that Life flies;  
One thing is certain, and the Rest is Lies;  
The Flower that once was blown forever dies.”

"Oh, ven con el viejo Khayyam, y deja al Sabio Para Hablar;  
una cosa es cierta, que la Vida vuela;  
Una cosa es cierta, y el resto es mentira;  
La Flor que una vez fue soplada para siempre muere."

### CONCLUSIÓN

El cartel consigue ser una creación agradable a la vista por la combinación de colores y las figuras y elementos presentes en el mismo. Representa de forma totalmente acertada la esencia de la banda y consigue crear una imagen de la misma que es reconocida por todos en el mundo de la música y el diseño gráfico. El propio batería de la banda declara su admiración por el talento que posee Kelley al ser capaz de transformar la música que escucha en imágenes.

La creación de este diseño, si bien no es un trabajo totalmente propio de los artistas, es el trampolín que los ayuda a labrarse un nombre dentro del cartelismo musical de los sesenta.

- **Rick Griffin**

Es el más cercano al hipismo, la generación “flower power” y el cómic.

En esta última disciplina destaca por su colaboración con el movimiento underground del comix (subgénero del comic). Al igual que otros muchos artistas de la época, realiza grandes trabajos para la banda Grateful Dead, siendo el más importante la portada del disco Aoxomoxoa, la cual es uno de los iconos del grafismo musical de los 60.



Decide centrarse completamente en su arte tras el éxito en 1966 de uno de sus carteles. Como otros muchos artistas, el consumo del ácido (LSD) y el peyote, drogas de consumo común de los 60, está presente y se refleja en la creación de sus carteles.

En 1967 realiza un póster para el festival “Human Be- In” que se celebra el 14 de enero en el Golden Gate Park, y con el que consigue que muchos jóvenes acudan al evento con el que comienza el conocido verano del amor.

Este es el primer festival de rock de la historia y se lleva a cabo debido a la oposición contra una nueva ley que impide el consumo de drogas psicodélicas y el poster en cuestión es en blanco y negro y muestra a un jefe indio montando a caballo sosteniendo una guitarra eléctrica.

Sus carteles pasan a la historia y son grandes obras de coleccionista tanto para los amantes del rock como para los del grafismo. Estos se caracterizan por los dibujos lisérgicos<sup>2</sup>, las calaveras, ojos voladores, tipografías ilegibles, los colores fuertes y llamativos, etc.

Además de su trabajo como artista, en 1967, funda, junto con otros artistas, la empresa Berkeley Bonaparte, dedicada a comercializar carteles psicodélicos.



Entre algunos de sus trabajos se encuentra el logo de la revista Rolling Stone.

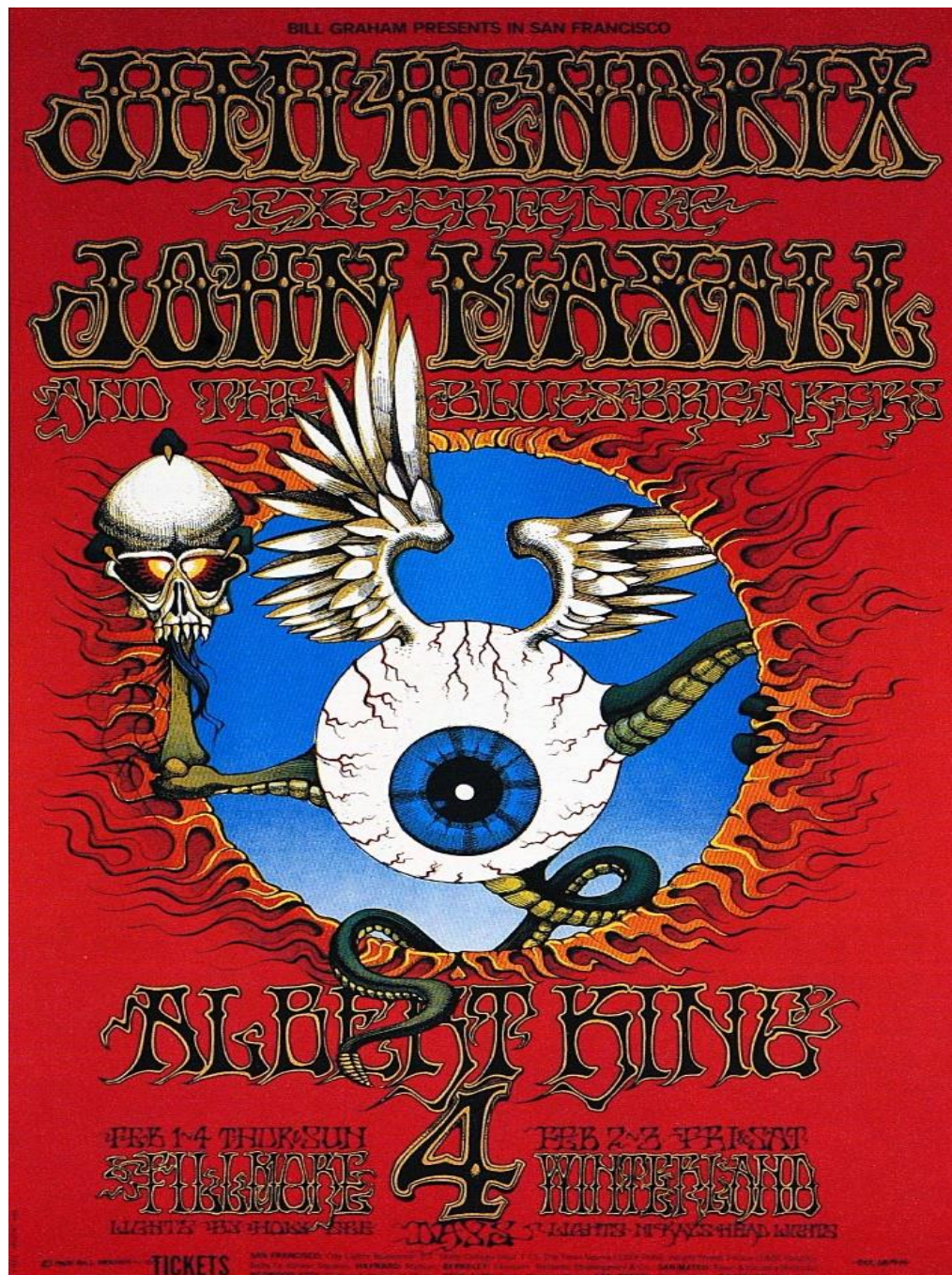


Su personalidad y su forma de vivir la vida siempre al límite se refleja en todos sus carteles, a través de los que consigue contactar con las personas gracias a sus dibujos e historias.

---

<sup>2</sup> (lisérgico: adj. Relativo al consumo de alucinógenos).





### IDENTIFICACIÓN

Autor: Rick Griffin

Título: "The Flying Eyeball"

Fecha y lugar de realización: febrero de 1968, San Francisco, California.

Modo de impresión: litografía offset en papel

Dimensiones: 14 x 21 ½ in. (35,56 x 54,61 cm)

El cartel pertenece a Rick Griffin, artista psicodélico de los años sesenta. Realizado para el concierto “The Jimi Hendrix Experience, John Mayall and The Bluesbreakers and Albert King” en el Fillmore Auditorium y Winterland durante los días del 1 al 4 de febrero de 1968 en San Francisco, California. Organizado por el productor Bill Graham. Es una de las obras más importantes del artista, conocida como “The Flying Eyeball”, una fuente de inspiración para otros diseñadores y un mito en el mundo del grafismo musical de los sesenta.

### ANÁLISIS DE CONTENIDO

Lo más llamativo del diseño es el ojo alado situado justo en la parte central del cartel rodeado de llamas y sosteniendo una calavera. En la zona superior aparece el nombre de “THE JIMI HENDRIX EXPERIENCE, JOHN MAYALL and THE BLUESBREAKERS” y en la inferior “ALBERT KING” seguido de las fechas del evento en cada una de las salas en las que tiene lugar: “FEB 1-4 THUR&SUN FILLMORE” “FEB 2-3 FRI-SAT WINTERLAND”.

El símbolo del ojo alado tiene su origen en las antiguas civilizaciones egipcias. Sin embargo, Griffin se inspira en el ojo alado del artista Von Dutch para la creación de este cartel. El diseño de Von Dutch, de los años cincuenta, se usó como uno de los tatuajes de la tradición norteamericana, así como diseño decorativo en la cultura del motor e incluso en la aérea (se pintaba en la parte frontal de los aviones de guerra de EE.UU.)

Es un diseño gráfico que combina dibujo y texto donde se refleja una de las grandes marcas de Rick Griffin, el estilo que posee de sus trabajos en el mundo del comic.

El texto usa una tipografía que a simple vista no es fácil de leer. El estilo recuerda al usado por Cheret y Alphonse Mucha durante el Art Nouveau, pero con un toque más rockero, con líneas muy definidas. El color que usa para todos los textos es el negro junto con un borde amarillo que permite a las letras distinguirse mejor. Destaca el hecho de que los textos con los nombres de los artistas tienen un grosor mayor que el resto, destacándolos por encima de la demás información que aparece en el cartel.

La firma del artista se encuentra en la parte inferior derecha, en negro, mientras que en la zona de la izquierda está el nombre del organizador, Bill Graham; que también aparece en la parte superior del cartel con otra tipografía fácilmente legible.

Predomina el color rojo, usado como fondo de todo el cartel, el negro y blanco, los tonos anaranjados y amarillos para algunos detalles del dibujo y el azul, presente en el cielo que aparece detrás del ojo y en el iris del mismo. Son colores muy fuertes y llamativos que consiguen llamar la atención con solo un vistazo.

### ANÁLISIS CONNOTATIVO

El autor usa este diseño como una forma de expresión más que como un cartel para vender tickets del evento. “The Flying Eyeball” es la creación que mejor representa la época del “Acid rock”, el consumo de estupefacientes, las fiestas, las alucinaciones...

Rick realiza el diseño del ojo y lo compara con el “ojo de Dios” que todo lo ve y que arde a través de las nubes. Al añadirle las alas evoca el efecto que el LSD tiene en él mismo y en las personas que consumen dicha droga durante esta época. La cola de serpiente y la



calavera le otorgan al diseño un toque punk y demoníaco que resalta y se opone a esa imagen de Dios y de lo celestial a la que hace referencia en un principio.

Refleja claramente cómo es el artista, la influencia que tienen las drogas en sus diseños; pero también trata de transmitir la esencia y el flow de la “experiencia” Hendrix. Es un diseño que pretende mostrar una realidad que va más allá de la propia existencia, dejando a un lado la monotonía y la normalidad. Esta es la idea que Griffin plasma en el cartel y esta es la experiencia intensa que pretenden dar los artistas que en él se anuncian a los espectadores que acudan a verlos.

### CONCLUSIÓN

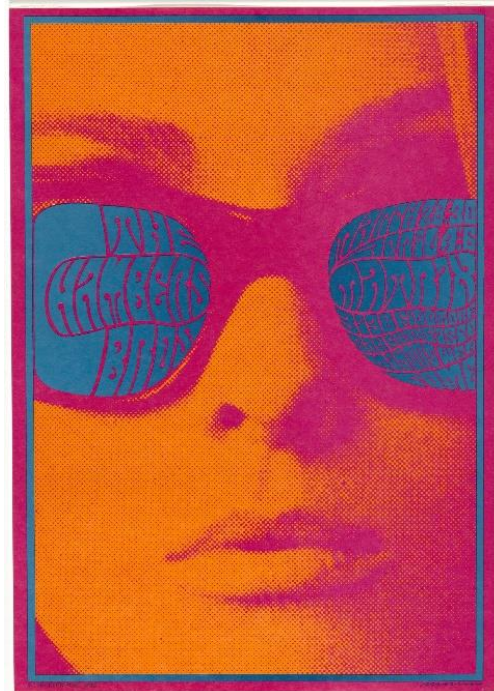
Rick Griffin usa este cartel como una plataforma de expresión mediante el uso de dibujos con grandes significados. El conjunto de elementos que lo forman se fusionan creando una pieza que consigue llamar la atención de todos por sus colores y figuras.

Representa de forma gráfica la experiencia que tanto Hendrix como los demás artistas que se anuncian pretenden dar a aquellas personas que vayan al concierto.

- **Víctor Moscoso**

Es el artista español del grupo “The Big Fives”, combina surrealismo y modernismo para conseguir obras llamativas y con gran significado. Además del consumo de ácido, lo que se ve en los más de 60 carteles que elabora en el año 1967.

Vive y se forma en Nueva York, cuando su familia se ve obligada a dejar Galicia escapando de la Guerra Civil Española. Debido a su naturaleza inquieta y a la influencia de su padre comienza a introducirse en el mundo de la pintura, y acaba estudiando en Yale y el centro “The Union Cooper”. Como otros muchos artistas se traslada a San Francisco en los años 60 donde se une a la corriente psicodélica que puebla la ciudad californiana y comienza a dar clases en un instituto de arte.



Sus carteles destacan por el uso de colores vibrantes, densas letras dibujadas de forma ilegible de manera intencionada para mantener la atención y la falta de armonía. Aunque sus primeros carteles tienen influencia de otros artistas como Stanley Mouse o Kelley, pronto encuentra su estilo en el uso de efectos ópticos de colores y formas. La letra que usa permite que sus carteles gocen de dinamismo, creando una sensación de movimiento al aparecer muy juntas y acompañadas de colores muy saturados.

Su obra, por tanto, es una de las más destacadas en la cartelería rock de los 60, ya que refleja la energía que caracteriza al ámbito musical de dicha época debido a la intensidad, la imaginación y los dibujos que elabora para sus carteles.





## IDENTIFICACIÓN

Autor: Victor Moscoso

Título: Mist Dance

Fecha y lugar de realización: 1967, San Francisco (California)

Fotógrafo: Paul Kagan

Modo de impresión: impresión a color en lénox

Dimensiones: 27,007 x 37,99 in. (68.6 cm x 96.5 cm)



Este cartel se elabora con el fin de promover un evento llevado a cabo por la productora Family Dog durante varios días en septiembre de 1967 en San Francisco, y así conseguir captar la atención del público con el fin de que asista a dicho concierto.

### ANALISIS DE CONTENIDO

En el cartel aparecen principalmente las figuras de un hombre y una mujer bailando desnudos justo en la parte central del mismo. Dentro de las siluetas hay letras que se amoldan a las formas de los personajes y forman flores.

En la zona superior de la obra se encuentra el nombre del grupo Youngbloods, en la inferior el lugar donde se lleva a cabo el concierto: Avalon Ballroom. En la esquina superior derecha está el sello de la productora encargada de organizar el evento, la Family Dog.

Es un fotomontaje ya que combina diseño gráfico y fotografía. Moscoso se encarga de realizar sobre la fotografía de Kagan un elaborado dibujo a base de letras y símbolos que llenan las siluetas de los protagonistas.

El texto que aparece emplea una tipografía personalizada por Moscoso, distorsionada y de difícil legibilidad, aportando ese toque psicodélico. Dentro de las siluetas, rellenas por flores formadas por tipografías de color azul se lee:

- En la primera flor: THE OTHER HALF (grupo musical), SEP 15.16.17
- En la segunda flor: MAD RIVER (grupo musical), SEP 16.17

En la parte superior, en color rojo y mayúscula se encuentra el nombre de la banda de folk rock YOUNGBLOOD. Mientras que, en la zona inferior, con mayúsculas igualmente, pero de color azul dice AVALON BALLROOM, el lugar donde se realiza el evento.

La firma de Moscoso aparece en blanco por la parte inferior, al igual que el crédito de la foto a Paul Kagan.

En el cartel predominan los colores rosa, azul y verde en tonos fuertes que consiguen atraer la vista de los receptores al mismo. Resalta el color rojo anaranjado utilizado en el texto de la parte superior que se extiende hasta el final del cartel. Lo mismo que ocurre con el texto inferior en tono azul. Para el fondo se usa un tono rosado imitando a un cielo con nubes, mientras que en la parte que se encuentra fuera del marco donde están los protagonistas se hace una combinación de todos los demás colores citados anteriormente consiguiendo un cartel lleno de vida.

### ANALISIS CONNOTATIVO

El mensaje que transmite es bastante claro, invitar a las personas al concierto creando una imagen de libertad. Está dirigido a los jóvenes de la época que forman parte del movimiento hippie o rockero.

El cartel crea una imagen de libertad, paz y armonía; la pareja bailando desnuda, ambos con el pelo largo y dejándose llevar entre tanto color hace una referencia al estado de trance al que se llega mediante el consumo de drogas, además de una clara representación de la libertad sexual.

## CONCLUSIÓN

Moscoso consigue representar en este cartel los principales valores del movimiento hippie: paz, amor, libertad y armonía. Su objetivo es captar la atención de los jóvenes que forman parte de este movimiento para juntarlos a todos en el evento que se anuncia en dicho cartel.

Esta obra plasma a la perfección la visión de lo considerado fuera de lo cotidiano. La tipografía exagerada y poco legible, los colores y la composición general del cartel crea una sensación de movimiento y fluidez. Es la representación gráfica perfecta de una alucinación, de una visión provocada por alguna sustancia o simplemente un sueño de lo más fantástico.

#### 4. CONCLUSIÓN

Tras realizar el análisis de algunos carteles y conocer en profundidad la situación política, social, etc de los años sesenta se puede concluir este trabajo diciendo que el cartel psicodélico es una respuesta visual, una forma de expresión del espíritu hippie que aparece durante los años sesenta.

Todo el grafismo creado durante esta etapa plasma el deseo de libertad y las revoluciones sociales que se llevan a cabo y que consiguen dejar huella en la cultura contemporánea. Es aquí cuando, sobre todo el grupo The Big Five, asientan las bases del diseño del cartel rock, de todo el contenido gráfico relacionado con el ámbito musical; aportando expresión visual al mundo de la música.

Cada obra realizada durante los años 60 transmite un mensaje, es la representación de los intereses sociales que persiguen los jóvenes, las formas de vida, los movimientos y revoluciones.

Los carteles hippies son más que un simple medio de comunicación, son una forma de decoración capaz de estimular. Es una manifestación de arte que más allá de anunciar a los artistas los representan a través de líneas, degradados, dibujos y efectos ópticos con los que se consigue plasmar no solo su persona física, sino su música, estilo y pensamientos.

Se ve claramente como los diseñadores de este tipo de carteles recurren a movimientos artísticos del pasado como el Art Nouveau, que destaca en esta época por servir de inspiración a la gran mayoría de los artistas. Se caracterizan además por la búsqueda de cualidades espirituales, más allá de la realidad, elementos fantásticos y situaciones fuera de lo común.

También el uso de los colores brillantes, las exageraciones de los diseños y los efectos que consiguen con ellos, las tipografías difíciles de entender... suponen un bombardeo constante para los sentidos de los receptores y tratan, la mayoría, de plasmar gráficamente: las sensaciones provocadas por el efecto de las drogas, las cuales juegan un papel muy importante durante toda esta década, así como mandar un mensaje claro de disfrutar del momento, dejarse llevar, vivir y dejar que el efecto de todo lo que nos rodea pase a través de nosotros.

En definitiva, los carteles elaborados en los años 60 para el ámbito musical envían un mensaje claro más allá de la simple publicidad de los artistas y eventos que se anuncian en ellos. Propugnan el amor y la paz, la libertad, la separación de la sociedad consumista de la época... Son una forma de expresión que los artistas usan para mostrar sus ideas y pensamientos de forma gráfica, consiguiendo la atención de las personas que los miran debido a los laboriosos diseños que en ellos plasman.



## 5. BIBLIOGRAFÍA

- ALCACER GARMENDIA, J.A., (1991) *El mundo del cartel*. Madrid: Granada.
- AZ JONES (2010). Rick Griffin artwork. Recuperado el 20 de mayo de 2019 de <http://azjonesspirit.blogspot.com/2010/11/rick-griffin-artwork.html>
- BARNICOAT, J., (1972) *Los carteles: su historia y su lenguaje*. Barcelona: Gustavo Gili.
- BERMEJO, J.C., (2018). *El arte del cartel. El nacimiento del cartel publicitario*. Recuperado el 27 de mayo de 2019 de <http://www.actuallynotes.com/historia-nacimiento-cartel-publicitario/>
- Bonhams (-). *Rick Griffin: The Flying Eyeball*. Recuperado el 20 de mayo de 2019 de <https://www.bonhams.com/auctions/16257/lot/87/>
- Brooklyn Museum (2009). *[Untitled] (Jefferson Airplane/James Cotton/Chicago Blues Band/Moby Grape)*. Recuperado el 25 de mayo de 2019 de <https://www.brooklynmuseum.org/opencollection/objects/99500>
- California Historical Society (2016). *Stanley Mouse and the Making of an Icon*. Recuperado el 25 de mayo de 2019 de <https://californiahistoricalsociety.blogspot.com/2016/09/stanley-mouse-and-making-of-icon.html>
- Carteles psicodélicos. (2016). Recuperado el 23 de febrero de 2019 de <http://www.historiadelartedospuntocero.com/2017/01/carteles-psicodelicos.html>
- CHECA GODOY, A. (2014) *El cartel: dos siglos de publicidad y propaganda*. Sevilla: Advook.
- Chethelmsfilm (2013). *The Psychedelic Scene*. Recuperado el 25 de mayo de 2019 de <http://www.chethelmsfilm.com/>
- Classic Posters (-). *Filmore Autiroium 2/1 & 4/68 Winterland 2/2-3/68*. Recuperado el 20 de mayo de 2019 de [https://www.classicposters.com/Jimi\\_Hendrix\\_Experience/poster/Bill\\_Graham/105](https://www.classicposters.com/Jimi_Hendrix_Experience/poster/Bill_Graham/105)
- Claudio (2014). *El Movimiento Hippie La contracultura en la década de los 60 Cambios*. Recuperado el 30 de abril de 2019 de [https://historiaybiografias.com/el\\_mundo07c/](https://historiaybiografias.com/el_mundo07c/)
- Cuatro.com. (2013). *San Francisco, cuna del movimiento hippie en los años 60*. Recuperado el 23 de febrero de 2019 de [https://www.cuatro.com/callejeros-viajeros/temporadas/temporada-05/t05xp12-san-francisco-mas-libre/Callejeros\\_viajeros-San\\_Francisco-la\\_mas\\_libre-hippie-Generacion\\_Beat-Silicon\\_Valley-Gay-Harvey\\_Milk\\_2\\_1594455079.html](https://www.cuatro.com/callejeros-viajeros/temporadas/temporada-05/t05xp12-san-francisco-mas-libre/Callejeros_viajeros-San_Francisco-la_mas_libre-hippie-Generacion_Beat-Silicon_Valley-Gay-Harvey_Milk_2_1594455079.html)

Denver Art Museum (2012). *Skull and Roses/ Grateful Dead, Oxford Circle, Avalon Ballroom, San Francisco 1966*. Recuperado el 25 de mayo de 2019 de <https://denverartmuseum.org/edu/object/skull-and-rosesgrateful-dead-oxford-circle-avalon-ballroom-san-francisco>

Diseño carteles. (2014). *Gary Grimshaw. Imágenes: carteles, pósters y afiches*. Recuperado el 23 de febrero de 2019 de <https://xn--diseocarteles-lkb.com/imagenes-poster/disenadores/gary-grimshaw/>

El mega top. (2018). *20 carteles vintage de festivales y conciertos de rock de los años 60*. Recuperado el 10 de marzo de 2019 de <https://www.elmegatop.com/carteles-vintage-de-festivales-y-conciertos-de-rock-de-los-anos-60/>

El trastero de Palacio (2014). *El movimiento hippie y la contracultura*. Recuperado el 30 de abril de 2019 de <https://eltrasterodepalacio.wordpress.com/2014/10/01/el-movimiento-hippie-y-la-contracultura/>

ENEL, F., (1974) *El cartel: lenguaje, funciones y retórica*. Valencia: Fernando Torres.

Family Dog (-). *Alton Kelley. Family Dog*. Recuperado el 27 de mayo de 2019 de <http://www.familydog.com/artist/alton-kelly.html>

Family Dog (-). *History of Family Dog*. Recuperado el 27 de mayo de 2019 de <http://www.familydog.com/history.html>

GREENFIELD, R. (2011) *Owsley Stanley: The King of LSD*. Recuperado el 11 de abril de 2019 de <https://www.rollingstone.com/music/music-news/owsley-stanley-the-king-of-lsd-82181/>

HAYES, C., (2009) *Gig posters. Vol 1. Rock show art of the 21<sup>st</sup> century*. Philadelphia, PA: Quirk Books

HERRERIANO, P. (2015). *Días de vinilo. Una historia del diseño gráfico musical*. Recuperado el 26 de abril de 2019 de <https://issuu.com/patio-herreriano/docs/dias-de-vinilo-una-historia-del-dis>

Historia del arte 2.0 (2017). *Carteles psicodélicos*. Recuperado el 14 de mayo de 2019 de <http://www.historiadelartedospuntocero.com/2017/01/carteles-psicodelicos.html>

History Graphic Design (-). *Robert Wesley “Wes” Wilson*. Recuperado el 25 de mayo de 2019 de <http://www.historygraphicdesign.com/http://www.historygraphicdesign.com/the-age-of-information/the-conceptual-image/505-robert-wesley-wes-wilson>

LE COULTURE, M.F, PURVIS, A.W. (2003) *Un siglo de carteles*. Barcelona: Gustavo Gili.

Los movimientos y su tipografía (-). *La tipografía en los movimientos artísticos (1850-1950) y su posible rescate*. Recuperado el 25 de mayo de 2019 de <https://losmovimientosysutipografia.wordpress.com/art-nouveau/>

MARKS, B. (2011). *Psychedelic Poster Pioneer Wes Wilson on The Beatles, Doors, and Bill Graham*. Recuperado el 5 de abril de 2019 de <https://www.collectorsweekly.com/articles/psychedelic-poster-pioneer-wes-wilson/>

Ministerio de Educación y Ciencia. Gobierno de España (-). *T7: El cartel publicitario*. Recuperado el 27 de mayo de 2019 de [http://tv\\_mav.cnice.mec.es/Ciencias%20sociales/Alumnos/unidad7.html](http://tv_mav.cnice.mec.es/Ciencias%20sociales/Alumnos/unidad7.html)

Momentos de la historia. (2014). *Clásicos pósters de conciertos de Rock de los años 60*. Recuperado el 23 de marzo de 2019 de <https://momentosdelpasado.blogspot.com/2018/09/clasicos-posters-de-conciertos-de-rock.html>

MOREU, D. (2018). *Rick Griffin. El arte de la psicodelia*. Recuperado el 20 de mayo de 2019 de <http://visual.gi/rick-griffin-el-arte-de-la-psicodelia/>

MURILLO, E. (2015). *Análisis semiótico de un cartel*. Recuperado el 14 de mayo de 2019 de <http://trabajospoescrito.blogspot.com/2015/07/analisis-semiotico-de-un-cartel.html>

OWSEICHIK, A. (2018) *Art of the Fillmore. The New Fillmore*. Recuperado el 11 de abril de 2019 de <http://newfillmore.com/fillmore-classics/art-of-the-fillmore/>

Pepetomate. (2011). *Ud 9 el cartel (Contrapublicidad Cercedilla)*. Recuperado el 4 de abril de 2019 de <https://es.slideshare.net/PEPETOMATE/ud-9-el-cartel-contrapublicidad-cercedilla>

Postercentral (2011). *Grateful Dead Concert Poster 1966 Skeleton & Roses FD-26* (video). Recuperado el 20 de mayo de 2019 de <https://www.youtube.com/watch?v=zJD6eUO0cCs>

Postercentral (2011). *Poster Gallery*. Recuperado el 20 de mayo de 2019 de <https://blog.postercentral.com/>

REYNOLDS, S., SCHANTON, P., LIVOV,G., ORELLANA,P., (2011) *Después del rock: psicodelia, post punk y otras revoluciones inconclusas*. Buenos Aires: Caja Negra.

RR AUCTION (2019). *Stanley Mouse Grateful Dead Painting 'Bertha' aka 'Skull and Roses*. Recuperado del 20 de mayo de 2019 de <https://www.rrauction.com/Stanley-Mouse-Grateful-Dead-Painting.html>



SHACKLEFORD, T. (2019). *Grateful Dead "Skeleton and Roses" Concert Poster From 1966*. Recuperado el 25 de mayo de 2019 de <https://liveforlivemusic.com/news/gratedul-dead-poster-1966/>

[Smithsonian American Art Museum](https://americanart.si.edu/artist/wes-wilson-27389) (-) *Wes Wilson*. Recuperado el 25 de mayo de 2019 de <https://americanart.si.edu/artist/wes-wilson-27389>

Solamenteyya (2011). *Arte Psicodélica- Víctor Moscoso*. Recuperado el 25 de mayo de 2019 de [https://www.taringa.net/+arte/arte-psicodelica-victor-moscoso\\_12pivo](https://www.taringa.net/+arte/arte-psicodelica-victor-moscoso_12pivo)

Universidad de La Rioja (2016). *Arte psicodélico*. Recuperado el 25 de mayo de 2019 de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4189345>

UNTERBERGER, R., (2002) *Turn! Turn! Turn!: The 60's folk- rock revolution*. San Francisco: Backbeat Books.

UNTERBERGER, R., (2015) *Eight miles high: folk-rock's flight from Haight-Ashbury to Woodstock*. San Francisco, California: Richie Unterberger.

VILLALBA, J., (2015). *El origen de los carteles psicodélicos de los 60*. Recuperado el 24 de febrero de 2019 de <https://www.yorokobu.es/el-origen-de-los-carteles-psicodelicos-de-los-60/>