

# Algunos apuntes de David Alegría sobre su obra

AUTOR DEL CARTEL DE SAN FERMÍN 2012

“ Quería hacer una propuesta con un enfoque publicitario. Esto me hizo recordar el ya clásico recurso de *apuntarte con el dedo*, muy utilizado en la historia del diseño y la publicidad, con carteles super famosos como el del ilustrador americano James Montgomery Flagg. En seguida lo tuve claro, hacer un homenaje con sentido del humor a los grandes cartelistas de comienzos del siglo XX, dando un mensaje entendible por todos: *Pamplona te quiere para la fiesta*”



David Alegría, 2012



Moxie, 1911 (EEUU)



Alfred Leete, 1914 (UK)



J. M. Flagg, 1917 (EEUU)



Dmitry Moor, 1920 (Rusia)



Anónimo, 1935 (Brasil)



José Sanchis, 1936 (España)



C. Artech, 1936 (España)



R.C. Kauffman, 1939 (EEUU)

“ que fuese Caravina el portavoz estuvo claro para mí en seguida. Me encantó el cartel de San Fermín de 1997 y es uno de mis kilikis favoritos”



Joseba y Mitxelo Gurrutxaga, 1997

“ el que no conozca a Caravina probablemente se preguntará ¿quién es este cabezón como para protagonizar el cartel de San Fermín? Me parece una buena manera de fijar la atención sobre otras cosas propias de nuestra cultura además del encierro”

“ kilikis, cabezudos, gigantes..., están poco explotados hoy en día como motivo gráfico y es una pena, porque tienen una fuerza visual increíble. En los años 20, 30, 40... se usaban más”



Javier Ciga, 1920



Muro Urriza, 1932



P. M. Balda y R. Millor, 1951

“ al principio iba a ir vestido con su traje oficial, pero María, mi chica, me insistió tanto en ponerle el pañuelo, que acabé vistiéndolo de San Fermín. Y creo que fue un acierto, así el cartel es más *Sanferminero*”

“ en mi opinión uno de los valores importantes del cartel es que da el protagonismo a las personas. Convoca a todos de una manera muy positiva, como diciendo: *Te quiero aquí conmigo*. Me parece un mensaje muy bonito”



“ Caravina no mira de frente. Es una de las cosas que a mí más me gusta de él, esa mirada lateral tan inquietante. Sin embargo, mi Caravina además de tener los rasgos suavizados está humanizado. Te mira directamente a los ojos haciendo la imagen y el mensaje más contundente”

“ Tuve dudas sobre si mantener la frase en inglés. Nunca se había hecho y era arriesgado. Barajé ponerla en español y euskera; e incluso no poner la frase. Pero llegué a la conclusión de que era parte del juego y había que mantenerla para reforzar la idea. Además, me brindaba la oportunidad de poner en boca de Caravina un idioma que evoca el carácter internacional de nuestra fiesta: *I want you for San Fermín (Te quiero en San Fermín)*”