

EL CARTEL. SU HISTORIA

1

INTRODUCCIÓN

Cartel o Póster, pliego de papel, de gran formato, impreso con anuncios o avisos, producido de forma masiva para su exhibición en público. Por lo general, se componen de una imagen a color y un breve texto o una marca identificativa. Normalmente, tienen fines comerciales anunciar productos o publicar acontecimientos, pero también pueden ser recomendaciones de educación pública, instrumentos de propaganda o meras obras de arte sin un mensaje particular.

Los carteles nacieron en el siglo XV con la invención de la imprenta. Los primeros, que generalmente no iban ilustrados, daban aviso de proclamaciones reales, decretos municipales, ferias y mercados y, en algunos casos, anunciaban libros. En los siglos siguientes a veces estaban ilustrados con pequeños grabados a fibra, pero su producción no era fácil por lo que no eran muy comunes. Los pósteres no empezaron a tener su aspecto actual hasta el siglo XIX.

2

COMIENZOS DEL PERIODO MODERNO

Hacia 1800 se produjeron dos acontecimientos que dieron lugar a la era moderna del cartel. Uno de ellos fue el inicio de la industrialización a gran escala, que generó la necesidad de una publicidad extensiva. El otro fue el invento, en 1798, de un nuevo método de impresión, la litografía, que hacía mucho más fácil la ilustración de carteles en color. El auge de la producción de pósteres tuvo lugar durante la primera mitad del siglo XIX, pues se utilizaron para anunciar una amplia gama de productos y de servicios. También por esa época aparecieron los primeros carteles teatrales, generalmente con ilustraciones realistas de escenas de las obras, óperas o espectáculos que anunciaban.

Casi todos estos pósteres eran prosaicos y sencillos. En 1867, el francés Jules Chéret realizó un cartel anunciador de una representación teatral a cargo de Sarah Bernhardt y a partir de ese momento el arte del cartel empezó a hacer gala de todas sus posibilidades. Chéret fue el primer artista moderno de carteles y revolucionó su apariencia dando el papel preponderante a la ilustración, que hasta entonces estaba subordinada al texto, y dejando para éste una función explicativa, relativamente menos importante. También partía de ilustrar directamente el texto. En lugar de escenas realistas dibujaba figuras idealizadas, realzando su belleza, vitalidad y movimiento. Se especializó en carteles de teatro, de los que hizo alrededor de 1.000; uno de los más característicos es una muchacha, llena de frunces y de volantes, bailando el cancan sobre un fondo diáfano color pastel. El texto era mínimo, unas pocas palabras anunciando el nombre del teatro y la representación.

Los métodos de Chéret se extendieron rápidamente a Europa y a América y, aplicados tanto a los carteles teatrales como a los de publicidad de productos comerciales, dieron lugar a un arte del cartel, visualmente encantador, que apelaba directamente a los sentidos y resultaba comprensible también para los analfabetos.

Esta nueva vitalidad en el arte del cartel atrajo hacia el género a numerosos artistas conocidos, alcanzando su punto culminante en la década de 1890, con las innovaciones introducidas por algunos representantes del Art Nouveau y por los pintores franceses Henri de Toulouse-Lautrec y Pierre Bonnard.

3

LA DÉCADA DE 1890

Toulouse-Lautrec, uno de los cartelistas más destacados del siglo XIX, introdujo importantes cambios en su contenido y en su estilo artístico. Abandonó el impresionismo lírico de los estilos precedentes para utilizar

grandes zonas de colores lisos, técnica tomada de los grabados japoneses. Las figuras femeninas idealizadas de las épocas anteriores fueron sustituidas por personas reales, aunque sutilmente estilizadas, formando viñetas, como una mujer bebiendo en un bar, o un caballero y una dama sentados a una mesa besándose. El artista redujo la importancia del texto, obligando al espectador a concentrar su atención en el aspecto pictórico del cartel. Una de las últimas obras de Toulouse-Lautrec es su cartel *Jane Avril* (1899) en el que, con excepción del nombre de la artista, el texto ha sido completamente eliminado, y constituye el prototipo de todos los carteles modernos, puramente pictóricos.

Los representantes del Art Nouveau introdujeron un estilo pictórico alternativo al de Toulouse-Lautrec, creando carteles de imágenes exóticas y estilizadas por medio de líneas fluidas y de elegantes formas alargadas. Entre los artistas de carteles estilo Art Nouveau más representativos se encuentran el inglés Aubrey Beardsley, el francés nacido en Checoslovaquia Alphonse Mucha, el belga Henri van de Velde, las hermanas escocesas Frances y Margaret MacDonald, el estadounidense Will Bradley, el austriaco Gustav Klimt y el holandés Jan Toorop. Van de Velde, con su cartel *Tropon* (1899), marcó un hito y un estilo totalmente nuevo en esta parcela del arte, al eliminar totalmente las figuras humanas y sustituirlas por un dibujo abstracto. Dentro de esta corriente modernista destacan en España Ramón Casas, autor del célebre cartel de *Anís del mono* y Santiago Rusiñol.

Sin ser un artista muy prolífico, Bonnard introdujo una importante innovación en esta modalidad artística. En un cartel anunciador del periódico *La Revue Blanche*, realizado en 1894, utilizó el texto como parte integral de la ilustración, entrelazando las letras con el dibujo y empleando como fondo palabras en caracteres muy pequeños. Este nuevo estilo ejerció un efecto vigorizante sobre el posterior diseño de carteles que duró hasta bien entrado el siglo XX.

4

EL SIGLO XX

Con el estallido de la I Guerra Mundial en 1914, el arte del cartel experimentó un cambio radical. Los pósteres pasaron a ser instrumentos de propaganda y se utilizaron también para llamar a filas y para vender bonos de guerra. Comparándolos con los estilos anteriores, resultaban artísticamente toscos, pero con un mensaje contundente.

Durante las décadas de 1920 y 1930, los carteles reflejaron numerosísimas influencias: cubismo, surrealismo, dadaísmo y Art Déco, entre otras. Entre los artistas del género se encontraban los franceses Cassandre (nombre profesional de Adolphe Mouron, 1901–1968) y Jean Carlu, y el estadounidense E. McKnight Kauffer. Las obras más conocidas se deben al primero de ellos, quien, en sus anuncios de los ferrocarriles franceses, en estilo Art Déco, como el del *Nord Express* (1927), representa los trenes y las vías con un elegante estilo geométrico, semiabstracto. Durante esos años se generalizaron dos nuevos tipos de cartel, el de cine y el de viajes. El éxito alcanzado por el cine mudo y, después de 1929, por el cine sonoro, acarrió un enorme aumento en la producción de carteles cinematográficos.

En los años veinte y treinta alcanzaron también gran importancia los carteles no comerciales realizados por artistas, sobre todo en Alemania y en Rusia. Los dadaístas John Heartfield, George Grosz y El Lissitzky, experimentaron con carteles fotográficos (en lugar de pintados), haciendo complejos fotomontajes con fragmentos de diferentes fotografías. La escuela alemana de la Bauhaus, en Weimar, Dessau y Berlín, fue la pionera en crear nuevas formas de arte gráfico, integrando el texto del póster en el dibujo y utilizando, en algunos casos, las palabras o las letras para componer todo el dibujo. La obra del artista estadounidense, austriaco de nacimiento, Herbert Bayer situó el dibujo gráfico de carteles en un nivel de refinamiento no igualado hasta la década de 1960.

Durante la II Guerra Mundial volvieron a aparecer contundentes carteles de propaganda, a menudo realizados por artistas tan importantes como Ben Shahn.

En los carteles de la posguerra se adaptaron y refinaron las tendencias anteriores. Pintores como los españoles Pablo Picasso y Salvador Dalí, el francés Henri Matisse, el suizo Max Bill y el estadounidense Roy Lichtenstein, realizaron carteles, de la misma forma que los artistas gráficos de Estados Unidos Peter Max, Milton Glaser y Tomi Ungerer. En Latinoamérica destaca la escuela cubana, que desarrolló un estilo propio, encabezado por el diseñador gráfico Félix Beltrán.

Actualmente, los anuncios a través de televisión, radio y de imágenes fotográficas en multitud de periódicos y revistas, ponen en tela de juicio la efectividad del cartel y el papel que desempeñaba el artista en su diseño. Sin embargo, las agencias publicitarias han reaccionado produciendo carteles fotográficos muy llamativos visualmente y de gran calidad.