



El cartel. Dos siglos de publicidad y propaganda

Antonio Checa Godoy

Advoook, Sevilla, 2015

Nº páginas: 213

Concha Langa Nuño, Universidad de Sevilla

DOS SIGLOS DE BELLEZA EN LAS PAREDES

El libro con el que la editorial Advoook se presenta es todo un alegato de intenciones. Su cuidadísima presentación y su depurado diseño no dejan duda del mimo con el que el libro ha sido realizado. Esto añade, si es posible, aún más interés a una magnífica obra. El libro de Antonio Checa es un recorrido minucioso, magníficamente detallado y completísimo por la historia del cartel comercial. Desde sus antecedentes, ya en la vieja Roma, hasta su futuro, el libro se divide en 11 capítulos por lo que pasan casi dos siglos de carteles de todo el mundo.

El primer capítulo nos remite a los antecedentes del cartel conocidos, desde los encontrados en Pompeya, a su recuperación a finales de la Edad Media, vemos como en el siglo XVIII comenzaron a ser más comunes en especial durante la Revolución francesa, sin olvidar el caso de los carteles taurinos españoles. En segundo capítulo se destina a los comienzos del cartel comercial de la mano de las nuevas tecnologías,

como la cromolitografía, que permitieron su mejor reproducción en un momento en que la publicidad iniciaba su crecimiento. Con su popularización a mitad del siglo XIX también se dio una profesionalización de quienes los producían, desde los autores a los que los que los distribuyen.

El tercer capítulo se destina al estudio del cartel modernista. La expansión de la publicidad coincide con la del gusto modernista, por lo en el final del siglo XIX y principios del siglo XX el cartel publicitario modernista se hizo muy popular en las grandes ciudades europeas especialmente, contando con la colaboración de destacados artistas como el francés Toulouse-Lautrec o el checo Alfons Mucha, sin olvidar los interesantes modernistas catalanes, en especial la obra de Ramón Casas.

Las vanguardias dejaron también su impronta en el cartel. La evolución del mismo en la segunda década del siglo XX es analizada en el capítulo 4 que presta gran atención a las relaciones de los artistas de vanguardia y la publicidad. Ejemplos como Cassandre y sus técnicas cubistas cambiaron la estética recargada de los carteles de la etapa anterior. No menos interesante es el caso de los cartelistas alemanes relacionados con la Bauhaus o de los italianos influidos por el futurismo o de la llegada de la fotografía al cartel en esta época como nos demuestran los extraordinarios fotomontajes propagandísticos antinazis de John Heartfield o del español Josep Masana.

El saber enciclopédico de Antonio Checa le permite centrarse en el capítulo 5 en el cartel americano y asiático desde sus orígenes a comienzos del siglo XX. Además del recorrido por el continente americano, de norte a sur, nos ha parecido de gran interés el estudio de los carteles japoneses y chinos en los inicios de la publicidad en el siglo XIX y comienzos del XX.

El cartel cinematográfico desde sus inicios a principios del siglo XX ocupa el capítulo 6. Los comienzos del cine mudo coinciden con la expansión de la cartelística publicitaria, por lo que el nuevo invento de inmediato utilizó este medio de propaganda como ya hicieron los Lumiere en famosos carteles como el de Marcellin Auzolle. El apogeo del cine sonoro en Hollywood confirmó la creación de un cartel que adquirió personalidad propia en especial con la consolidación del *star system*. La ruptura de esta estética se produjo en los años sesenta con figuras como Saul Bass y sus carteles para obras de Hitchcock o Wilder. Un recorrido por los carteles de los distintos países europeos y americanos completa el capítulo.

El capítulo siguiente se centra en el cartel turístico, otro que ha desarrollado una personalidad propia. Desde los primeros carteles ingleses (país que inventó el turismo) de mitad del XIX, el cartel turístico ha ido evolucionando lo mismo que el turismo. Desde el turismo de balnearios y ferroviario de final del siglo XIX y principios del XX, al turismo promovido por los distintos estados, estos carteles se adaptaron al turismo

aéreo y han llegado a nuestros días en que siguen atraer mostrando los encantos locales.

No menos interesante es la historia del cartel político al que se destina el capítulo 8. Los complejos acontecimientos políticos de la edad contemporánea encontraron en el cartel su manifestación que según Checa, siguió un curso paralelo pero independiente del cartel comercial (p. 123). Las revoluciones políticas primero y las campañas electorales desde que el sufragio masculino se hace universal en el último tercio del siglo XIX en algunos países, motivaron su prolijo uso aunque aún casi compuestos de texto. Mas, fue la Primera Guerra Mundial la que creó un tipo de cartel propagandístico de gran impacto perfeccionado en las revoluciones rusa y mexicana. Los años treinta, son la edad de oro de la propaganda, y uno de sus ejemplos más reconocidos es la cartelística republicana creada en la guerra civil española que tuvo su continuación con la de los países enfrentados en la Segunda Guerra Mundial, como la nazi. Con la llegada de la Guerra Fría, el cartel mantiene su carácter adoctrinador especialmente en los países del bloque soviético. Más fueron las revoluciones china y cubana la que nos ofrecen los ejemplos de mayor atractivo en la segunda parte del siglo XX, junto los pacifistas norteamericanos anti-guerra de Vietnam. Checa nos ofrece como último ejemplo de la cartelística propagandística carteles del 15-M que recupera el interés del cartel político en crisis desde los años setenta por el auge de la TV y otros formatos de propaganda, según afirma (p. 144).

Los capítulos 9 y 10 analizan la historia del cartel publicitario desde la posguerra mundial hasta nuestros días. El capítulo 9 está destinado al cartel en la era de la televisión, analizando los cambios que vivió éste al entrar en competencia con nuevos soportes publicitarios audiovisuales desde los años cincuenta. El uso de la fotografía y la nueva estética más sencilla (como ejemplifican los cartelistas franceses o suizos) son los caminos que se completan con la influencia de la cultura pop en los años sesenta. El cartel posmoderno, explicado detalladamente en el capítulo 10, cierra el libro. La renovación del diseño que se inició en los años ochenta del siglo pasado llegó a todos los carteles, desde los comerciales a los cinematográficos que encontraron en la provocación un modo de atraer al público.

Para Antonio Checa, el cartel sigue estando vivo a comienzos del siglo XXI:

En una sociedad cada día más urbana, con ciudadanos que están muchas horas cada día fuera del hogar, circulan o caminan por sus calles y plazas, compran o almuerzan, el cartel tiene su sitio. Toda la cultura y todos los eventos de la urbe recurren hoy al cartel. También la publicidad comercial. Puede parecer que se torna desde luego más sofisticado, pero ocurre que coexisten fórmulas muy heterogéneas. Un muro puede llenarse de una larga fila de humildes carteles a la intemperie anunciando un concierto o un nuevo disco, o un acontecimiento deportivo, o convocando a una manifestación de protesta como hace un siglo,

pero en el mismo paisaje urbano podemos tener carteles protegido e iluminados, pantallas coloristas que van alternando sus mensajes, ante nuestros ojos cruzará un autobús cargado de mensajes en carteles y en alguna plaza o lugar despejado se alzarán ante nosotros el monosposte con su cartelera entraremos en algún edificio público y veremos el vestíbulo lleno de carteles institucionales que desarrollan campañas

El cartel sigue dominando la ciudad. (p. 185)

No debe extrañarnos por tanto que esta rotunda afirmación se complete con un último capítulo, el 11, consagrado al futuro del cartel según la opinión de algunos relevantes cartelistas actuales hispanoamericanos.

Este completísimo libro incluye un cuadernillo central con una selección de los carteles más significativos de cada etapa. Lo cierto es que también incluye, al citar a muchos autores, direcciones de páginas webs. Y es muy recomendable leerlo con un soporte informático al lado para poder disfrutar de la espectacular cantidad de ejemplos citados. También ayuda la lista de webs especializadas que incluye al final del libro.