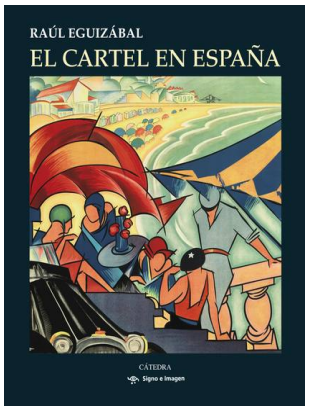
No todo es digital. El arte del cartel

POR **KAREN ARRIAZA IBARRA**



El cartel en España

Raúl Eguizábal

Madrid: Cátedra, 2014, 348 p.

ISBN: 978-84-376-3257-5

En un mundo donde prevalecen los valores estéticos de trascendencia efímera, es de agradecer una bocanada de aire fresco de deliciosa belleza intemporal. Porque el libro que nos ocupa, si algo tiene además de su utilidad, es que se trata de un libro estético, incluso diría hermoso.

En los últimos años hemos hecho varias concesiones al mundo digital; por ejemplo, muchos nos hemos rendido a la lectura de la prensa en formato digital, naturalmente, más que por convencimiento por puro pragmatismo. Sin embargo, hay quienes nos mantenemos firmes en lo concerniente a la lectura de los libros en papel; y está bien que así sea, porque nada es comparable al placer de tener un libro entre las manos y así sentir sus texturas y apreciar sus colores. *El Cartel en España* es capaz de despertar un cúmulo de sensaciones, por el contenido que estudia, pero también porque a través de sus ilustraciones el lector no solo se

Fundación Telefónica
Telefónica

informa, sino que además ‘se nutre’ del color que transmiten los carteles que ahí se muestran. Por ello, este libro hay que leerlo en papel.

El cartel, una obra de arte

El cartel por derecho propio ha llegado a ser considerado una obra de arte. Su colorido, su preciosismo y su calidad de dibujo nada tienen que envidiar a las tradicionales obras de arte en óleo y lienzo, aunque por ahora las Bellas Artes aún tengan una deuda de reconocimiento con este género. Aproximarse al legado de artistas como Jules Chéret, Charles Gesmar, Alfons Mucha (su famoso cartel que dibuja la figura de la actriz Sarah Bernhardt para la ópera *Gismonda* es un verdadero deleite para la vista) o los extraordinarios carteles de Toulouse-Lautrec (por ejemplo, su *Aristide Bruant dans son cabaret* o la colección de los realizados por encargo para el *Moulin Rouge*, con diferencia los más bellos) entre muchos otros, es una oportunidad para viajar en el tiempo y así conocer de primera mano lo que acontecía en las vidas cotidianas de la gente de la época. Porque a diferencia de la pintura tradicional, más avocada a mostrar gestas heroicas o personajes aristocráticos o excepcionales, el cartel es un reflejo de lo común y cotidiano y eso mismo lo convierte en un arte más cercano y más íntimo que nos muestra escenas sobre el ocio (y en algún caso las pasiones y las ideologías) de la gente corriente, como nosotros, solo que de un tiempo pasado.

En los tiempos analógicos de la era dorada del cartelismo (a caballo entre finales del siglo XIX y las primeras dos décadas del XX), entonces lejos de la fugacidad de la era digital de nuestros días, la calidad del cartel publicitario hizo perdurar el talento y la creatividad de artistas en varios países. Una segunda época dorada tuvo lugar desde finales de la década de 1920 hasta el fin de la Segunda Guerra Mundial, donde los motivos publicitarios fueron sustituidos por propaganda belicista que insuflase orgullo a los propios y acaso temor al enemigo. Y hubo una tercera época, aunque sin duda menos interesante, a lo largo de las décadas de 1950 y 1960, y cuyas principales motivaciones fueron abrumadoramente publicitarias. Francia, Italia o la extinta Unión Soviética contaron con reputados artistas entre sus filas. Y ya fuera para motivos publicitarios, de promoción de espectáculos artísticos y taurinos o incluso con fines bélicos, el cartel solía cumplir con el objetivo propuesto: ser una herramienta de expresión estética pero con el firme objetivo de resaltar el mensaje. Por lo cual, no es de extrañar que algunos carteles originales en la actualidad sean artículos muy deseados por coleccionistas y amantes del arte en general.

Rescatar el género

España también ha tenido grandísimos cartelistas, como Francisco Ortego Vereda, Ramón Casas, Santiago Rusiñol, Antoni Clavé, Josep Renau, Salvador Bartolozzi, Federico Ribas o Helios Gómez, entre muchos otros, aunque lamentablemente el reconocimiento del que gozan está muy lejos del atribuido (justamente) a los pintores. En efecto, el cartel, y en general las artes gráficas españolas en el pasado han sido poco estudiadas. Por esta razón hacía falta una obra como *El Cartel en España*, que se interesara por explicar los aspectos históricos y primarios, tan desconocidos sobre esta manifestación artística, vigente hasta principios de los años sesenta en este país.

Fundación Telefónica
Telefónica

Para subsanar esta carencia, el profesor Raúl Eguizábal ha publicado una obra de obligada presencia en las bibliotecas de académicos, artistas e historiadores de diversas disciplinas vinculadas a las artes gráficas y en general a las Ciencias de la Información.

El Cartel en España se conforma de nueve capítulos. Empieza con unos indispensables Preliminares, donde se hace un recorrido histórico por el rol del cartel en la sociedad industrial, la tipología y sus modalidades, y el segundo capítulo está dedicado a las transformaciones que experimentó el cartel con la llegada de innovaciones tecnológicas. A partir del tercer capítulo se entra en la materia que nos promete el título, *El Cartel en España*: los toros y el circo en el cartelismo del siglo XIX (también se recomienda la lectura de *El Gran Salto*[1], un libro anterior del propio profesor Eguizábal sobre lo que en sus propias palabras es el circo, «El mayor espectáculo del mundo»); el importante papel del cartel en el modernismo y la industria (capítulo cuatro); el arte al servicio de la técnica (capítulo quinto); el cartel en la época de las dictaduras, titulado acertadamente A sangre y tinta, donde se destaca el papel del cartel en los años previos al estallido de la Guerra Civil y los años posteriores (capítulo sexto); el papel del cartel en la construcción del nuevo orden mundial al término de la Segunda Guerra Mundial y las décadas posteriores de consolidación del *American Way of Life*, dominados primero por el cine y más adelante por la televisión y la publicidad, y que en el caso español significó el eclipse del cartel, con la creación de la Red de Publicidad Exterior en España, en 1962 (capítulos séptimo y octavo); y finalmente el capítulo noveno, dedicado a la evolución que ha experimentado el cartel en las últimas décadas y el rescate de las últimas obras de este género. En la parte final del libro se incluye una muy útil Guía de Ilustradores y Artistas del Cartel, un compendio completo de aquellos artistas españoles que engrandecieron con su talento *El Cartel en España*.

Por todo lo anteriormente comentado, a quien se dé la oportunidad de leerlo, estoy segura de que este libro no le decepcionará.

Notas

[1] Eguizábal, R. (2012). *El gran salto*. Barcelona: Península.

Fundación Telefónica
Telefónica