

Se podría decir, que el cartel es la más antigua manifestación pública de diseño y nace de la mano de artistas e impresores para comunicar eventos, para muchos es una manifestación de arte y para otros solo un medio funcional y propagandístico. Sin embargo, si tenemos en cuenta lo que dijo Oscar Wilde de que “toda manifestación artística es completamente inútil”, entonces, el cartel sería el arte útil, como diría Guerin “el arte en publicidad no responde a una idea de lo bello en sí mismo, sino a una noción de utilidad.”¹⁸

El objetivo de este capítulo es proporcionar elementos para tener una idea más clara de las funciones del cartel, cómo se clasifica, sus características y sobre todo para ubicar al cartel taurino dentro del amplio mundo de la propaganda y la publicidad.

Para empezar diremos que el Diccionario de la Real Academia española lo define como una “lámina de papel u otra materia en que hay inscripciones o figuras y que se exhibe con fines noticieros, de publicidad, etc.”

Moles, A. lo define como “una imagen generalmente coloreada, portadora de un único tema y acompañada de un texto líder que excede rara vez las 20 palabras, y esgrime un único argumento. Está hecho para ser pegado y expuesto a la vista del transeúnte.”¹⁹

Coulter, M. y Alston, P. (2003) lo definen como “un cartón u hoja de papel impreso relativamente grande exhibido para anunciar o hacer publicidad de algo (...) el objetivo principal de un cartel es comunicar y convencer; promocionar un producto o un acto o, como los carteles de

18 Guerin, R. citado por Tuvau, I. (1976). Dibujando carteles. Barcelona: Ed. Ceac. p. 69 - 72

19 Enel, F. (1971). El cartel, lenguaje, funciones, retórica. Valencia, España: Ed. Fernando Torres. p. 11

guerra, una creencia. Pero, en muchos casos, el objetivo de la belleza queda en segundo término respecto a la identidad y la eficacia”.²⁰

Se coincide entonces en que el cartel es una hoja de papel de gran tamaño con imagen y texto breve, portadora de un único tema para anunciar o hacer publicidad de algo, pegada a la vista del transeúnte.

Sin embargo es mucho más complejo de lo que se creó, como señala Beltrán, F. (1998) “el cartel es uno de los medios mas atractivos, mas difíciles para sus creadores, al no poder controlar las relativas distancias, las perspectivas y las iluminaciones del cartel, así como al público que, a veces indiferente, transita frente a este”.²¹

Entonces vemos que el cartel además de ser funcional también tiene que ser atractivo; según Pol, S. (1999) “el cartel es el espejo del momento presente y el museo de la calle, es un grito que nos sorprende, nos susurra y nos informa”.²²

Tenemos entonces que el cartel es una hoja de papel de gran tamaño que porta un mensaje ya sea para vender o comunicar algo con una imagen poderosa y un texto breve y aunque cada uno va dirigido a cierto público, si de verdad funciona puede llegar a toda la sociedad.

2.1.-Funciones del cartel

Un cartel es un material gráfico que transmite un mensaje y el papel que desempeña dentro de la sociedad es el de comunicar. Para lograr que el mensaje sea eficaz, el

20 Coultre, M. F. y Purvis A. W. (2003). Un siglo de carteles. Barcelona España: Ed. Gustavo Gili. p. 8

21 Pérez, A. (1998). Ñico: Carteles. México: Revista trama visual: Universidad Autónoma de Puebla. p.56

22 Bermúdez, X. (1999). La Bienal Internacional en México. México: FCE, trama visual, UAM. p.52

diseñador debe tener en cuenta una serie de pautas como: qué es lo que se quiere comunicar, de qué manera, cuál es el público receptor y en qué contexto se va a transmitir el mensaje.

El diseñador transmite en el cartel mensajes mediante el uso de imágenes e información necesaria, no necesariamente de acuerdo al estilo preferido por él, sino la adecuada para el mensaje en cuestión, mientras más conozca las preferencias del público, podrá llegar a atraer y retener su atención,

Teniendo en cuenta el propósito del mensaje que se quiere transmitir, el cartel puede tener varias funciones, Enel Francoise los divide en funciones de: Información, persuasión, identificación, orientación, económica, seguridad, educadora, ambiental, estética y creativa.²³ A continuación se explica en que consiste cada uno de ellos por el mismo autor.

En la función de información su objetivo es difundir datos; relaciona un emisor con un receptor dándole conocimiento de algo, modificando su comportamiento y tiene que hacerlo de una manera corta y concisa con el fin de que el receptor obtenga el mensaje directo sin segundos significados.²⁴

En cuanto a la persuasión, lo que propone el cartel, es un repertorio de los significados ideales y emotivos de un producto, que introducen en la persona sentimientos complejos como: deseo de compra, confianza en la marca, originalidad o imagen satisfactoria.

23 Francoise, E. (1971). Op. Cit. p. 27

24 Ibidem, p. 28

La económica se presenta cuando el cartel tiene que vender un producto, el emisor necesita obtener beneficio, necesita ser rentable y esto es creando nuevas necesidades, creando nuevos consumidores.

En la de identificación su principal función es identificar lo que se quiere decir, en algunos casos un producto o una idea. Además va un poco ligado con la función de orientación porque su objetivo principal es guiar a los que tienen acceso al mensaje enviarlos a un determinado lugar.

El de seguridad se encarga de la seguridad pública e industrial o prevención de accidentes, requiere usualmente mensajes breves, de alta potencia visual, y constituye un desafío al talento profesional, ya que la fuerza persuasiva de toda pieza de diseño pierde efecto con el tiempo y hace necesario pensar más en términos de sistemas que en términos de piezas individuales, si es que el diseñador intenta seriamente contribuir a la solución de problemas.

En su función educadora se encarga de educar, no es reducible a informar y si bien incluye elementos persuasivos, no es tampoco reducible a ello. Plantea una forma de comunicación entre un organismo y un público para transmitir una serie de mensajes explicativos y la participación activa del usuario.

También cumple con una función ambiental ya que los carteles ayudan a ambientar porque aportan sus valores expresivos al lugar donde se los ubica. Esto lo hace de una forma estética ya que constituye un medio plástico que puede contener un elevado valor estético; se refiere



16. Cartel comercial cuya intención es anunciar un producto con una idea popular, en este caso la de la familia.

a lo bello y bonito del cartel, busca agradar, al sugerir más de lo que dice y en pocas palabras es el hacer atractivo el medio para que sea funcional.

Asimismo, la creativa se encuentra ligada a la estética, porque no solo es necesario que un cartel sea bello si no comunica de una buena forma y esta función es la que se encarga de ello, pues un cartel creativo, ya sea gracioso, juguetón, triste, conciencializador, importa más el qué me quiere decir antes que se vea bonito.²⁵

Esto nos permite conocer las diferentes funciones que cumple el cartel con la sociedad, en cuanto al cartel taurino se puede ver que desempeña diversas de estas como la creativa y la estética ya que es un medio que resulta bastante atractivo a los receptores y además muy original, asimismo cumple con otras mas como la informativa y orientadora ya que da todo lo referente a la corrida y donde va a ser.

2.2.- Clasificación del cartel

En la actualidad podemos encontrar gran variedad de carteles con temas y fines distintos, como vender, anunciar, comunicar etc. y estos se pueden clasificar en; comerciales, políticos-sociales y culturales,²⁶ entre estos últimos es donde entra el cartel taurino, por promover un evento cultural.

El cartel comercial es el más común pues su principal objetivo es vender. Influye al consumo, creando necesidades y recordando las ventajas del producto y el prestigio de su consumo. Emplea, por lo general, señuelos

25 Ibidem, p. 48

26 Ibidem, p. 27

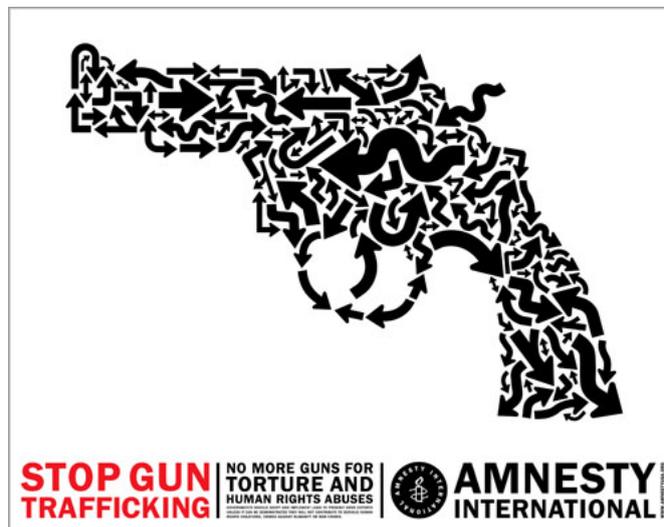
tales como la belleza y el erotismo y los ideales de elevada posición social. Estos carteles siempre tienen un significado: impulsan a hacer cosas.²⁷

Alude al realismo del producto o al de un personaje que lo consume y nos incita a mirarlo, previa movilización de nuestras ideologías prácticas, o sea, de las significaciones inconfesables que atribuimos a los objetos. Como dicen Martin Coultre y Purvis Alston (2003) “los mejores son los que no necesitan el apoyo de texto alguno”²⁸

Enel Françoise dice (1977), “el cartel suscita nuevas necesidades, crea algunas tensiones en el individuo y, simultáneamente, indica el medio de suprimir dichas tensiones al igualar producto dado y satisfacción de la necesidad que el propio cartel ha engendrado”.²⁹

El cartel político/social tiene que ver con algún acontecimiento actual, el cual es expresado con una imagen de aceptación o rechazo, lo cual une a la política y la sociedad. Su receptor está enfocado a todo tipo de sociedad de un país, no solo a unos cuantos. Su función es de tipo formativa ya que son utilizados para precisamente formar hábitos o para cambiar actitudes. Los temas que maneja van encaminados a formar valores y crear conciencia ya sea de tipo ambiental, de pobreza, de justicia, etc.

Una de sus principales características está en que la imagen usualmente es muy fuerte y predomina sobre el texto, ya que ésta lleva consigo una fuerte carga emocional para que la función de este se cumpla. Usualmente el Estado le imprime un sesgo populista al cartel político. Los grupos políticos, mientras tanto hacen lo mismo o se dirigen a minorías de espíritu revolucionario.³⁰



17. Cartel político/social reclamando el alto al tráfico de armas, obra de Pirtle Woody.

27 Coultre, M. F. y Purvis A. W. (2003). Un siglo de carteles. Barcelona España: Ed. Gustavo Gili. p. 140

28 Op. Cit., p. 8

29 ENEL, F. (1971). Op. Cit. p. 140

30 Ibidem, p. 141



18. Cartel cultural cuyo objetivo es anunciar un evento popular y cultural, en este caso la feria de San Marcos en Aguascalientes.

En palabras de Fernando Medina (1999) quién hace alusión al político social nos dice que “es uno de los medios de comunicación más contundentes de nuestra época. Pregona eventos y festivales. Grita justicia. Reclama derechos”.³¹

En lo que respecta al cartel cultural, es el que promueve actividades artísticas y eventos culturales así como comportamientos colectivos y educativos, y esto lo hace de una manera más artística habituando al receptor a la sensibilidad.

Algunas veces puede ser considerado como una obra de arte, pues se compara con pinturas, sin embargo la diferencia está en que además de expresar también comunica e informa y pocas veces persuade. El cartel debe reflejar el idioma popular porque su función es tanto comunicativa como de decoración.³²

Se dirige a un público dotado de una cierta cultura artística, del que hay que esperar que comprenda el mensaje que se le quiere transmitir. Como dice Mario Kunst (1998) “sin fondo no hay figura; debe haber una memoria impresa en algo para que pueda ser recordada. Este fondo es blanco; lo tiñe la cultura”.³³

En este cartel predomina la imagen gráfica con su realismo conceptual, tiene por medio señalar un hecho cultural o la necesidad de un comportamiento colectivo como campañas públicas de ahorro de luz o agua, de salud por ejemplo. Posee una estética propia que es lo hace atractivo y coleccionable, como por ejemplo el cartel taurino, el de lucha libre, el de cine, etc.

31 Bermúdez, X. (1999). La Bienal Internacional en México. México. p.54

32 Barnicoat, J. (1995). Los carteles: su historia y su lenguaje. Barcelona: ed. Gustavo Gili. p. 149- 151

33 PÉREZ, Antonio, Níco: Carteles, Trama visual: Universidad Autónoma de Puebla: Universidad Veracruzana, México, 1998 p. 6

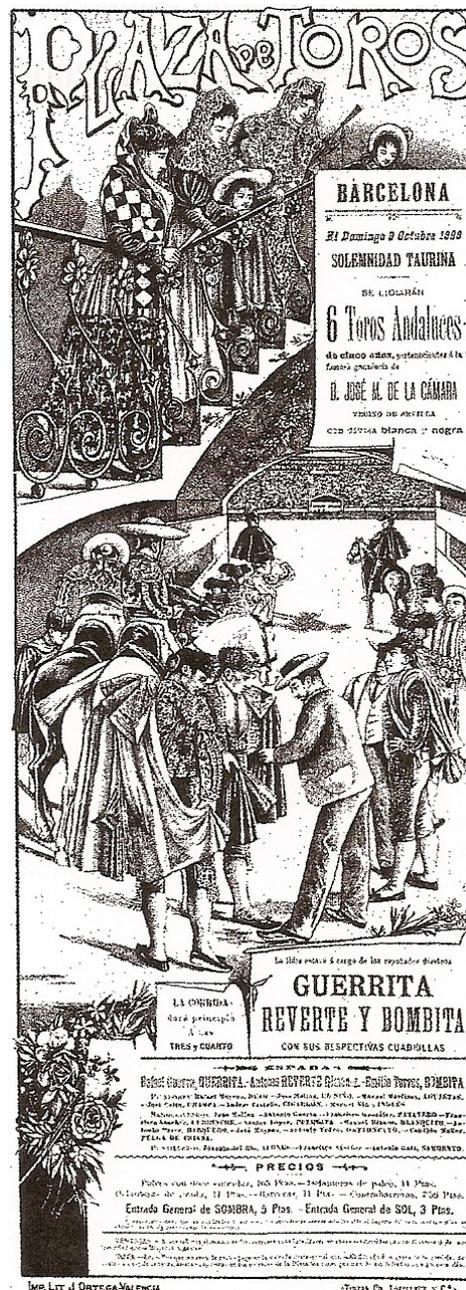
Dado lo anterior, es importante tener en cuenta al cartel cultural como el elemento a considerar para esta investigación pues de ahí se desprende el cartel taurino, ya que este es un medio impreso con el cual se anuncia la celebración de una corrida de toros, su categoría y características de la corrida, además de nombres de los toreros que participarán.

2.2.1.- El cartel taurino del siglo XIX y principios del siglo XX.

El cartel taurino es un anuncio impreso, ilustrado con grabados, pinturas o fotografías, donde se ofrece información del evento, destacando el nombre del torero, la ganadería o la plaza, además tienen una expresión casi artística que lo hace único. De acuerdo a su dimensión se clasificaban en carteles de mural, de salón, de escaparate, de mano y de bolsillo.

En cuanto a los antecedentes de este, no se sabe con exactitud la fecha del primero que apareció, sin embargo se tiene noticia de uno en 1737 para anunciar un festejo en Madrid, informando únicamente actuaciones de toreo a caballo.³⁴ Antes de esto el anuncio de la celebración se hacía por la vía oral de pregoneros, quienes anunciaban el día de la corrida y los nombres de los toreros.

Para 1761 al inicio del cartel lo primero que se ponía era la lista de los dueños de los toros que se iban a jugar –ahora con el nombre de la ganadería– esto indicaba que lo que importaba más era el toro y no quién lo iba a torear. Después venía la frase “Dios los saque en paz, y todo quede en honesta diversión sin la menor desgracia”. Así continuará durante todo el siglo XVIII y principios del XIX.³⁵



19. Cartel fechado en 1898.

34 Begoña, T. G. (1998). El cartel taurino: Quitas entre sol y sombra. España: Revista de la Asociación Profesional de Museólogos de España, N° 3. p. 198

35 Morales J. L. y Marín (1987). Los toros en el arte. España: Espasa Calpe p. 299



20. Anónimo, Cartel de toros circular, Madrid, 1856.

Al igual que cualquier anuncio impreso de la época, los primeros carteles eran completamente tipográficos, en blanco y negro; para 1782 aparecen viñetas alegóricas al toro, torero o a las suertes de la corrida. Siempre el autor del cartel es completamente anónimo.³⁶

En esos primeros carteles ya se veían las características de los que hoy los conocemos, por ejemplo el orden de aparición y nombre de los toreros, los nombres de los propietarios de los toros, y los picadores, además anunciaban varias corridas consecutivas que se llevarían a cabo con el permiso de la autoridad, en Madrid, solía ser el Rey y con la advertencia, “si el tiempo lo permitiere”.

Aparecía también insertado un texto explicativo con la reglamentación del espectáculo, lo que debía hacer y lo que quedaba prohibido para el público asistente a la corrida además de explicaciones extensas informando lo que iba a ocurrir y en qué orden sucedería, este texto dominará sobre la ilustración desde el siglo XVIII hasta el último cuarto del siglo XIX.³⁷

Posteriormente, en el siglo XIX los carteles taurinos crecen de tamaño, el texto se simplifica y se va enriqueciendo con la inclusión de flores, lazos y temas arquitectónicos, teniendo siempre en cuenta que encabezaban un espectáculo.

Hacia 1830 aparecen carteles de estilo neoclásico, en su mayoría tipográficos y con viñetas, algunas veces hechas exclusivamente para el anuncio. Posteriormente fueron agregados retratos de toreros y escenas campiranas con nuevas tipografías.

36 García, M. (1996). Ruano Llopis: imagen de una fiesta = imatge d' ian fiesta. Valencia: ed. Institutio Alfons el Magnanim. p. 12.

37 Begoña, T. G. (1986). Espacio, La tipografía del cartel taurino en el siglo XIX, España: Revista de la Asociación Profesional de Museólogos de España. p. 438.

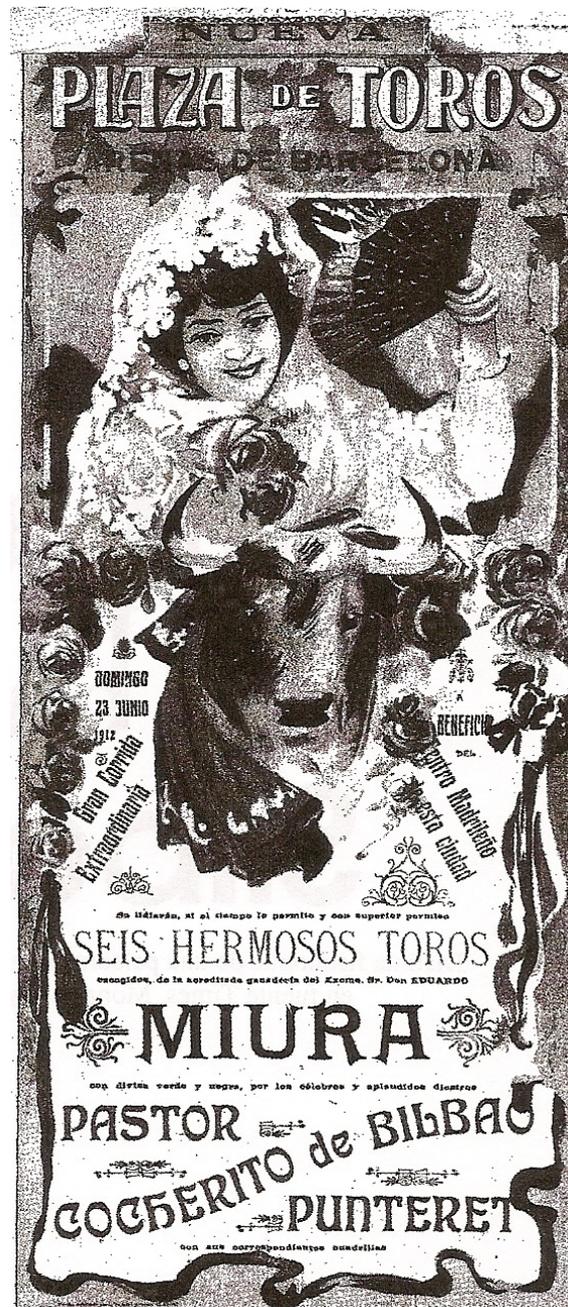
Para 1840 el cartel comienza a tomar verticalidad utilizando un encabezamiento en letras gruesas y en mayúsculas resaltando “Plaza de toros de...” o “Toros a muerte”. El resto del texto, separado por ornamentos, aparece más pequeño y en minúsculas, características que se mantendrían en la mayoría de los impresos del siglo XIX.³⁸

En 1856 aparece uno de los carteles más originales, el cartel en círculo de Madrid, ricamente decorado en oro.³⁹ Innovando completamente el estereotipo de un cartel, ya que para ese entonces no se había visto nada igual. En el aparece la Plaza de Madrid con una vista aérea ocupando todo el ancho y alto del anuncio, lo más impresionante es el detalle gráfico de las personas sentadas para ver el espectáculo.

En 1878 aparece el álbum de viñetas para las corridas de toros con más de 300 grabados de la imprenta valenciana de Ferrer de Ortega.⁴⁰ Esto nos habla de la importancia y diferencia de los carteles taurinos a cualquier otro impreso publicitario de la época.

Es que durante la segunda mitad del siglo XIX crecen las fórmulas para diseñar los carteles. La aparición del huecograbado llega al cartel en 1892 para una corrida en Zaragoza. Es para 1894 cuando aparece por primera vez un cartel hecho al oleo, en Barcelona.⁴¹

El cartel moderno tal y como hoy lo conocemos, comienza a finales del siglo XIX gracias a las novedades de impresión como la litografía, cromolitografía incluyendo ya ilustraciones a color con escenas taurinas y más tarde



21. Cartel diseñado para una corrida en Barcelona en 1912.

38 Begoña, T. G. (1986). Op Cit. p. 438.

39 Barnicoat, J. (1995). Los carteles: su historia y su lenguaje. Barcelona: ed. Gustavo Gili. p. 189

40 Begoña, T. G. (1986). Elementos decorativos en el cartel taurino. España: Revista de la Asociación Profesional de Museólogos de España. p. 221

41 Morales J. L. y Marín (1987). Op. Cit. p. 303



22. Cartel taurino fechado en 1896, Barcelona.

el fotograbado, apareciendo el retrato de sus principales protagonistas, los toreros.⁴² Por estos tiempos los realizadores del cartel toman conciencia y empiezan a firmar sus obras.⁴³ De acuerdo a su dimensión se clasificaban en carteles de mural, de salón, de escaparate, de mano y de bolsillo.

2.3.- El cartel del siglo XIX

En el transcurso del siglo XIX la comunicación gráfica se dividió en dos etapas diferentes, diseño y producción debido a la especialización de fabricas, esto marcó el final del tipógrafo que desarrollaba todas las etapas de su oficio, desde el diseño de los tipos hasta la impresión y encuadernación.

Por este entonces aparecen anuncios tipográficos, pliegos de gran tamaño colocados por grandes cantidades de pegacarteles en las paredes y lugares de paso privilegiado. Sin embargo, todos los que pretendían vender o anunciar algo usaban el mismo método y por consiguiente una gran lucha visual.⁴⁴

Con esta creciente difusión propagandística hubo la necesidad de que las letras dejaran de ser solo símbolos fonéticos y que pasaran a ser formas visuales abstractas de gran tamaño, gruesas, toscas e innovadoras para atraer la atención de las personas. Aparecen entonces las finas, negras, supernegras (según el grueso del palo), y las estrechas o chupadas y anchas (según el ojo de la letra).

42 Garcia, M. (1996). Op. Cit., p. 14

43 Begoña, T. G. (1998). Op. Cit., p. 198

44 Meggs, P. (2000). La historia del diseño gráfico. Mexico. Ed. Mc. Graw Hill. p. 176

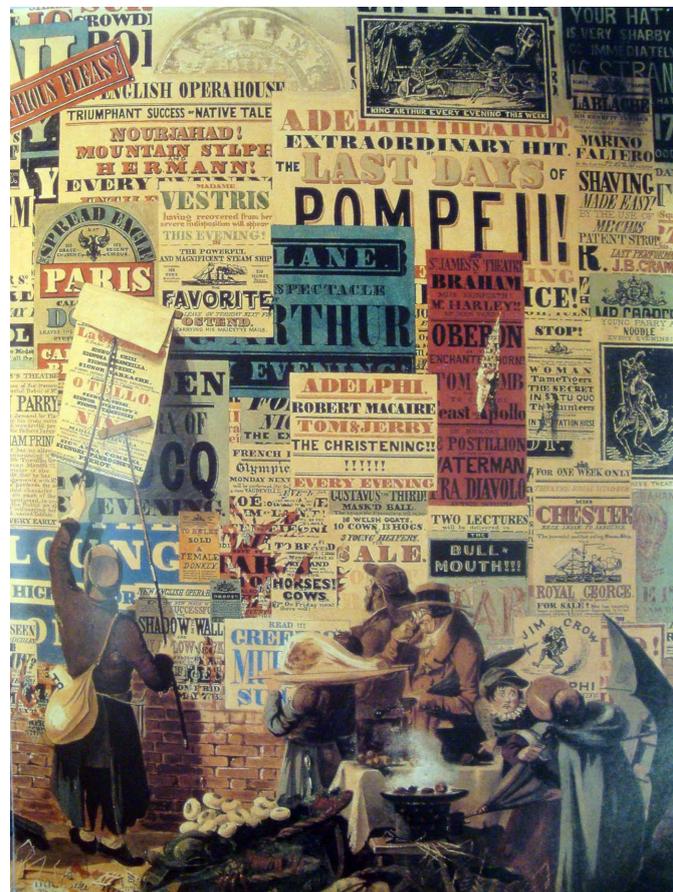
A medida que los tipos se fueron haciendo más grandes, comenzaron a surgir problemas para los impresores y fundidores. Al intentar fundir un tipo de gran tamaño el metal se enfriaba antes y el resultado era un tipo mal formado con una superficie hundida u oblicua. Además eran caros, pesados, de difícil manejo para composición, manejo y más propensos a romperse.

En el año de 1827 un impresor norteamericano llamado Darius Wells (1800-1875), crea tipos de madera, los cuales eran más ligeros, durables y con un costo menor que la mitad de las letras grandes de metal, lo que hizo que poco a poco se fueran adoptando en los talleres tipográficos.⁴⁵

Esto hace que la impresión de carteles fuera, hasta cierto punto, más sencilla ya que tuvieron una repercusión significativa en el diseño, para la impresión de carteles y hojas sueltas. En todo caso, la difusión publicitaria fue tal, que las autoridades debieron de tomar medidas para evitar que los muros de las fincas urbanas acaben llenos de papeles o carteles.

Más adelante aparecen nuevos medios de comunicación como los anuncios móviles, arriba de una carroza sobre ruedas. Surgen también los hombres sándwich, portando tableros que les cubren el pecho y la espalda.

Con el largo reinado de la Reina Victoria I de Inglaterra (1837-1901), los estilos de las artes decorativas durante su mandato toman un estilo diferente también llamado estilo victoriano, término aplicado a toda expresión artística y gráfica y a partir de ella evolucionaron las artes dando paso a varios movimientos relevantes.



23. En esta imagen se puede ver la como se llegaban a saturar las paredes de carteles en el siglo XIX.



24. Imagen de un hombre-anuncio

Es importante hablar de este periodo y sus gráficas porque Inglaterra influía enormemente en los distintos países de Europa, incluyendo a España donde se llegan a imprimir carteles con este estilo y América, Estados Unidos a principios del siglo XX todavía sigue imprimiendo sus anuncios con esta cualidad.

La aparición y experimentación de la tipografía, la litografía y cromolitografía dieron paso a grandes innovaciones en la comunicación; pareciera que los únicos límites para un comunicador, por así llamarlo, era la imaginación.⁴⁶

Éste estilo estaba dotado de un neoclásico y neogótico en el cual se hacía uso de imágenes realistas para anunciar productos, se llega a hacer uso de la figura femenina como elemento simbólico de atracción caracterizado por la decencia de las formas y sus contenidos.



25. Envoltorio de papel de escribir, 1887.

En el siglo XIX, cuando la publicidad se convirtió en un negocio importante, los artistas se adaptaron a las nuevas técnicas de impresión y las influencias principales sobre el diseño provenían de la creación artística. A menudo se les encargaba a los artistas que crearan material publicitario basándose en su propio estilo distintivo.

La producción de carteles tuvo un gran auge durante la primera mitad del siglo XIX, ya que se utilizaban para anunciar una gran gama de productos y servicios, aparecen los primeros carteles teatrales, la mayoría eran imágenes de escenas de las obras, óperas o espectáculos que anunciaban.

46

Meggs, P. (2000). Op. Cit. 204 - 207

Los temas y sentimientos del arte popular quedaban reflejados a menudo en los estilos de diseño de la época. Pero las imágenes eran modificadas para hacerlas compatibles con el proceso de impresión. Tal modificación llevó a estilos que en muchos casos fueron exclusivos del período.

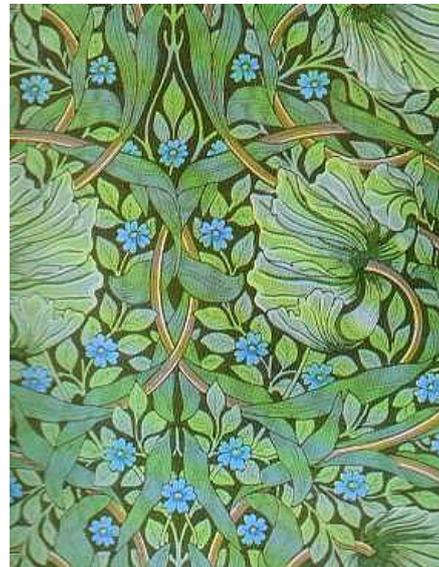
Los impresores vieron la oportunidad de crear imágenes que atrajeran a un público más amplio. Sus diseños estuvieron influidos a su vez tanto por los estilos del pasado como por las modas de su tiempo alcanzando así un estilo romántico.

Para mediados del siglo XIX el arquitecto inglés Augustus Welby Northmore Pugin definió el diseño como un acto moral que lograba la condición de arte a través de los ideales y las actitudes del diseñador. Los diseños de Pugin fueron una excesiva imitación de la arquitectura gótica en los ornamentos y las formas de las letras.⁴⁷

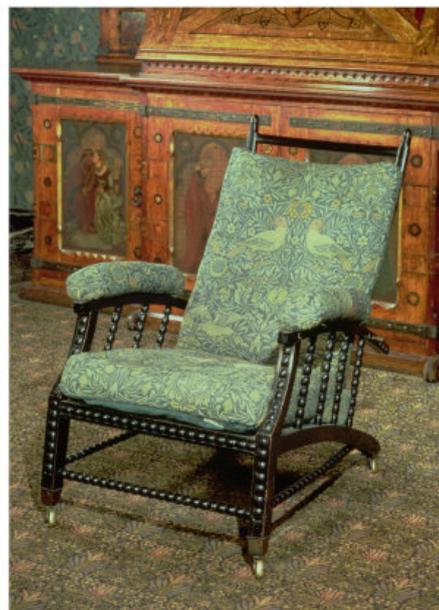
También en esta época el Inglés Owen Jones (1809-1874) hizo un estudio sistemático del diseño islámico e introdujo los ornamentos moriscos al diseño occidental en su libro Planos, elevaciones, secciones y detalles de la Alambra, de los años 1842-45.

El medio de reproducción principal de este género de gráficas populares victorianas fue la cromolitografía, que permitió que se imprimieran miles de copias de imágenes naturalistas llenas de vida y color.

Poco a poco fue apareciendo un nuevo género llamado Art Nouveau o Modernismo el cual es un estilo que se

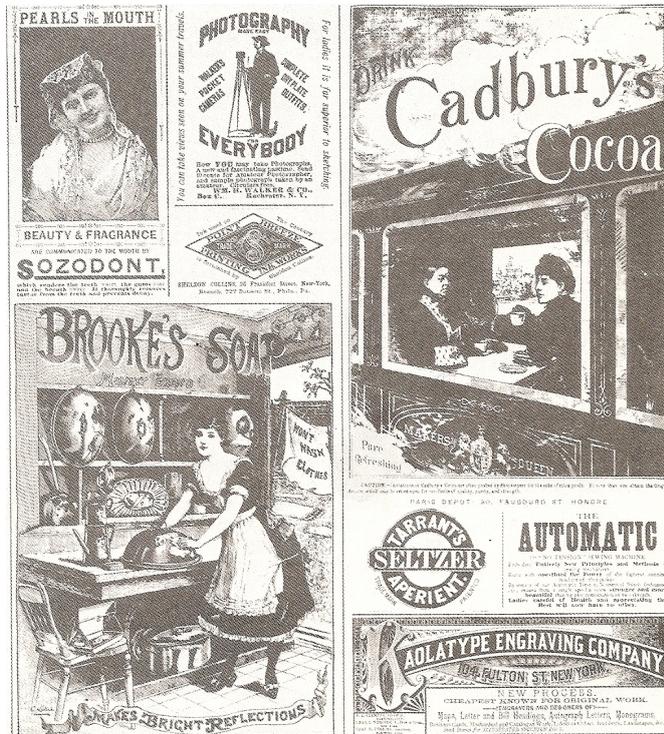


26. Ejemplo de papel tapiz del periodo Victoriano. Obra de William Morris.



27. Silla del periodo Victoriano. Obra de William Morris.

47 Ibídem. p. 209 – 211



28. Anuncios varios de 1880-90. Se muestra la variedad de la propaganda victoriana, desde el anuncio tipográfico pequeño hasta el de una pagina completa donde predomina la imagen.

dio en el arte y el diseño europeos en las últimas décadas del siglo XIX y entrado el siglo XX con la intención de reemplazar el historicismo por la innovación; este nuevo arte se convirtió en la fase inicial del movimiento moderno.⁴⁸

En Francia se le conoció como Art Nouveau, en España se denominó Modernismo, en Alemania: Jugendstil y en Austria Sezessionstil. En Italia se conoció como Stile Liberty, en referencia a la tienda de Arthur Liberty, que había sido decisiva en la difusión del estilo por el continente europeo.

Comenzando a finales la década de los 60 en París, se convirtió en el medio dominante de la comunicación de masa en las ciudades de Europa y América. Las calles de las grandes ciudades de los países más importantes como París, Milán y Berlín fueron transformadas rápidamente en una galería artística.

Jules Chéret (1836-1933) fue el primero en producir desde 1866 carteles litográficos a gran escala a color. Utilizando sus propias prensas y dibujando él mismo directamente, sobre la piedra litográfica, desarrolló el proceso litográfico de tres colores que abrió una brecha que permitió que los artistas alcanzaran la mayoría de los colores con tan sólo tres piedras impresas en un registro cuidadoso.⁴⁹

El estilo de Chéret, se inspira en el de los grandes maestros de la pintura barroca, visitó los museos de París y estudió sus técnicas, incluyó la belleza idealizada por Watteau y Fragonard, la luminosidad de color de Turnes y la agitación de movimiento de Tiepolo.

48 Meggs, P. (2000). Op. Cit., p. 246

49 Ibidem, p. 247

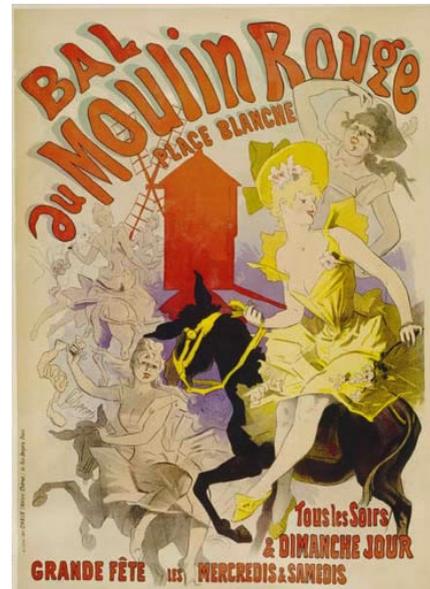
Su composición típica es una figura central o figuras rodeadas de color, principalmente la presencia constante de la mujer y esta fue una de las grandes causas del gran éxito de Chéret en sus carteles publicitarios.

En cuanto al uso de color destacan los colores planos, líneas negras con los colores primarios: rojo, amarillo y azul. Con estos brillantes colores logró una vitalidad gráfica y una sutil con grandes efectos de luz y movimiento. Logrando atraer la atención de todos aquellos transeúntes, quienes atraídos por la magia de sus impresos quedaban impresionados.

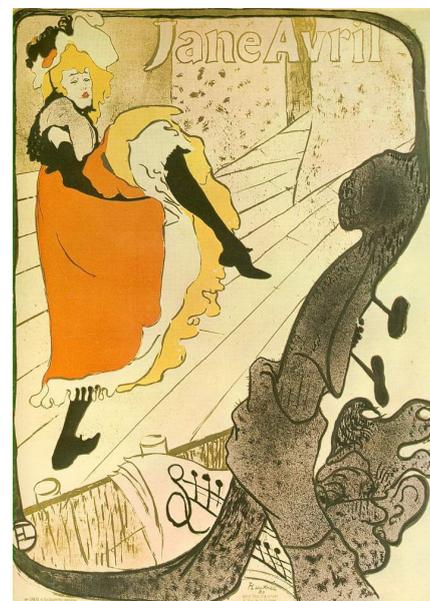
El impacto de estos carteles fue muy grande, y es que Chéret promueve un modelo que será seguido por artistas contemporáneos de finales de siglo hacen incursiones en el nuevo medio expresivo.

También estaba Henri de Toulouse-Lautrec (1864-1901), quien proyectó en sus carteles su propia experiencia personal, por ejemplo en *Divan Japonais* (1893) retrata a su amiga Jane Avril y en el resto de sus carteles (hizo 31 en toda su vida) acentúa el elemento caricaturesco, también usó del color negro formidablemente y dramatizando el trazo y resaltando la composición de las figuras.

Fue admirador del arte japonés, del impresionismo y los contornos y diseños de Degas. Desarrolló un estilo ilustrativo y periodístico, sus dibujos y bocetos dan efecto de la velocidad y la casualidad y representan una minuciosa disciplina y el dominio en su uso extendido de la línea y la reducción a lo esencial.⁵⁰



29. Chéret. Baile en el Moulin Rouge, 1889.



31. Henri de Toulouse Lautrec, Jane Avril, 1893.



32. Alphonse Mucha. Gismonda, 1894.

El francés nacido en Checoslovaquia Alphonse Mucha (1860-1930) es el mejor representante de esta corriente. Sus carteles más célebres muestran a la actriz Sarah Bernhardt con sus largos cabellos flotantes, sus joyas exóticas, y sus vestidos plagados de fauna. La popularidad de Mucha fue enorme y le llovieron tantos encargos que, desde 1897, recurre a una serie de ayudantes especializados.

Entre los artistas de carteles estilo Art Nouveau más representativos se encuentran el inglés Aubrey Beardsley, 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.⁵¹

2.4.- Tendencias artísticas Europeas de finales del siglo XIX y principios del siglo XX.

El arte del siglo XX se caracteriza por configurarse de múltiples corrientes artísticas denominadas ismos surgidas a finales del siglo XIX, las cuales surgieron contra una corriente envejecida y propusieron innovaciones radicales de contenido, lenguaje y actitud vital. El Impresionismo y luego el Postimpresionismo constituyen el punto de partida para estas tendencias artísticas contemporáneamente aparecen también el Fauvismo, Simbolismo y Expresionismo y todas tienen interrelaciones entre ellas.⁵²

51 Ibidem, p. 262 - 264

52 Dempsey, A. (2002). Estilos, escuelas y movimientos, Guía enciclopédica del arte moderno. Barcelona: ed. Blume. P. 14

Es importante hablar de este tema, ya que los carteles taurinos usualmente estaban a la vanguardia europea, principalmente porque España tiene contacto con los países más importantes como Inglaterra, Francia y Alemania donde se dan los más importantes cambios artísticos y recordar asimismo que a México también llegan a influir estas vanguardias en los carteles comerciales a principios del siglo XX.

Iniciaré con el impresionismo porque es un movimiento pictórico desarrollado primeramente en Francia durante el último tercio del siglo XIX, su influencia se extendió por Europa y América, hasta inicios del siglo XX. El motivo por el que surge es por el rechazo a las fórmulas artísticas establecidas por la Academia Francesa de Bellas Artes, que fijaba los modelos a seguir y patrocinaba las exposiciones oficiales en el Salón parisino.

El término impresionista lo dio el crítico francés Louis Leroy para denominar a los artistas de la Sociedad Anónima de Pintores, escultores y grabadores como C. Pissarro, C.Monet, A. Sisley, E. Degas, P.A.Renoir, P. Cézanne, A. Guillaumin, Berthe Morisot, que por aquel entonces exponían en el estudio del fotógrafo Nadar las obras rechazadas en el Salón de ese mismo año 1874. Sería precisamente una obra de Monet, Impresión amanecer, la que facilitaría tal denominación.⁵³

El impresionismo es una tendencia general, en arte, a percibir las impresiones fugitivas, la movilidad de los fenómenos, antes que el aspecto estable y conceptual de las cosas. En fin, el objetivo de los impresionistas era conseguir una representación del mundo espontánea y directa.



33. Ramón Casas. Anís del Mono, 1898.

53 Dempsey, A. (2002). Op. Cit. p. 14



34. Claude Monet. Madame Monet y su hijo.

Entre sus características se encuentra el gusto por el paisaje. La práctica generalizada del paisaje de los impresionistas dio lugar a importantes consecuencias, como la implantación definitiva de la pintura al aire libre, y la fijación del interés en los aspectos más efímeros y fugaces de la naturaleza, el mar, el cielo, las nubes, el sol, etc.⁵⁴

Otra de ellas fue la ejecución de series, en un intento por captar lo fugaz, los destellos de la luz y del color, como auténticos protagonistas del cuadro y además el desprecio por los sistemas académicos de composición, predominando en ellas la asimetría. La proyección hacia los lugares abiertos les permite además, trabajar con la luz natural y con los colores puros, sin mezclar.

Trataban de retratar el realismo, la captación de trozos de vida, pero con una nueva técnica; eliminaron los detalles minuciosos y tan sólo sugirieron las formas, empleando para ello los colores primarios (azul, rojo y amarillo) y los complementarios (naranja, verde y violeta). Consiguieron ofrecer una ilusión de la realidad aplicando directamente sobre el lienzo pinceladas de color cortas y yuxtapuestas.

En lo que respecta al Post impresionismo, este se originó a consecuencia del impresionismo en Francia. En 1910 se organizó en Londres una exposición sobre pintura francesa de finales de siglo XIX que tituló el crítico británico Roger Fry como Manet y los postimpresionistas (de aquí el término posimpresionismo). Los artistas que mejor representados estaban en dicha exposición fueron Cézanne, Gauguin y Van Gogh.⁵⁵

54 Ibidem, p. 17 - 18

55 Ibidem, p. 45

Su técnica es parecida a la del impresionismo como la pincelada suelta, mezcla óptica, contraste de complementarios, etc. y aunque los temas eran similares a los de los impresionistas, sus realidades eran diferentes porque lo que buscaban era ampliar los horizontes expresivos de la pintura, sin resignarse a plasmar pasivamente lo observado en la realidad, al contrario que los impresionistas que su interés era captar efectos fugaces reflejándolos en el lienzo tal y como eran observados en la naturaleza.⁵⁶

Otra tendencia de esa época fue el fauvismo, el cual fue un movimiento pictórico francés de corta duración (entre 1904 y 1908, aproximadamente), sin embargo fue uno de los movimientos artísticos más importantes de finales del siglo XIX, pues revolucionó el concepto del color en el arte contemporáneo, como el uso de colores intensos, principalmente el verde.⁵⁷

Eliminaron los tonos naturalistas de la paleta de colores que era empleada por los impresionistas y empezaron a usar tonos más violentos para darle más fuerza expresiva del color aplicando colores distintos a los que pueden verse en la realidad, por ejemplo, árboles amarillo limón o rostros de color verde esmeralda.

A diferencia de otras manifestaciones artísticas, el fauvismo no presentó ningún manifiesto. Su intención fue la de explorar el color pues creían que los impresionistas dejaron muchas cuestiones abiertas, como la imposibilidad de imitar los efectos de la luz solar y su representación a través del color.



35. Obra postimpresionista de Vincent van Gogh. Noche estrellada, 1889.

56 Ibidem, p. 45 - 47

57 Ibidem, p. 66 - 68



36. Fauvismo. H. Matisse. Habitación roja o Armonía en rojo, 1908.

Existen dos etapas del movimiento fauvista, la primera, entre 1905 y 1906, denominada fauvismo de la técnica mixta, que se caracterizaba por la síntesis entre el divisionismo de Georges Seurat y la arbitrariedad de las áreas cromáticas de Vincent van Gogh. La segunda es el llamado fauvismo del color plano, desarrollada entre los años 1906 y 1907, influida por Gauguin y donde ya se apreciaba una madurez cromática y formal.

Los artistas de este movimiento experimentaron a su modo. Sin embargo, para 1908 todos abandonan cualquier vinculación con este grupo, aunque mantuvieron en su obra los mismos conceptos y la misma expresión de color.

Otra tendencia artística fue el simbolismo, el cual fue un movimiento literario y de las artes plásticas que se originó en Francia a finales del siglo XIX. Sus orígenes se vinculan al manifiesto del simbolismo, publicado en Le Figaro en 1886 por Jean Moréas.⁵⁸

Es esencialmente pictórico, a diferencia de otros movimientos como el impresionismo y sus secuelas. Reprende el sentido profundo de la pintura y se va más por el concepto y la expresión, de hecho ellos fueron los primeros en declarar que el objetivo verdadero del arte era el estado de ánimo y las emociones.

Los cuadros simbolistas remiten a escenarios soñadores, la imagen se basa en la meticulosidad del dibujo, en un color efectista y en la iluminación adecuada para generar una atmósfera inquietante, un antecedente directo del surrealismo.

58

Ibidem, p. 41

Presentaban imágenes opuestas a la realidad visible para demostrar que existe una realidad escondida que es al menos posible de intuir, tuvieron una aceptación positiva relativamente generalizada entre la crítica y el público de su momento.

Sus figuras principales, Gustave Moreau, Arnold Böcklin y Odilon Redon, el que más éxito tuvo fue Pierre Puvis de Chavannes, especialmente desde la presentación, en 1881, de su cuadro *el pobre pescador*, el cual provocó un gran debate entre defensores y detractores de la estética fría y cargada de melancolía, en la cual el color es fundamental.⁵⁹

Finalmente el expresionismo surgió debido a que nuevas tecnologías y cambios en las ciencias humanísticas dadas al inicio del siglo XX obligaron al hombre a pensar de una forma diferente, más abstracta. Los nuevos conocimientos pusieron de manifiesto que detrás de la realidad se esconde mucho más de lo que puede percibirse mediante el sentido de la vista.

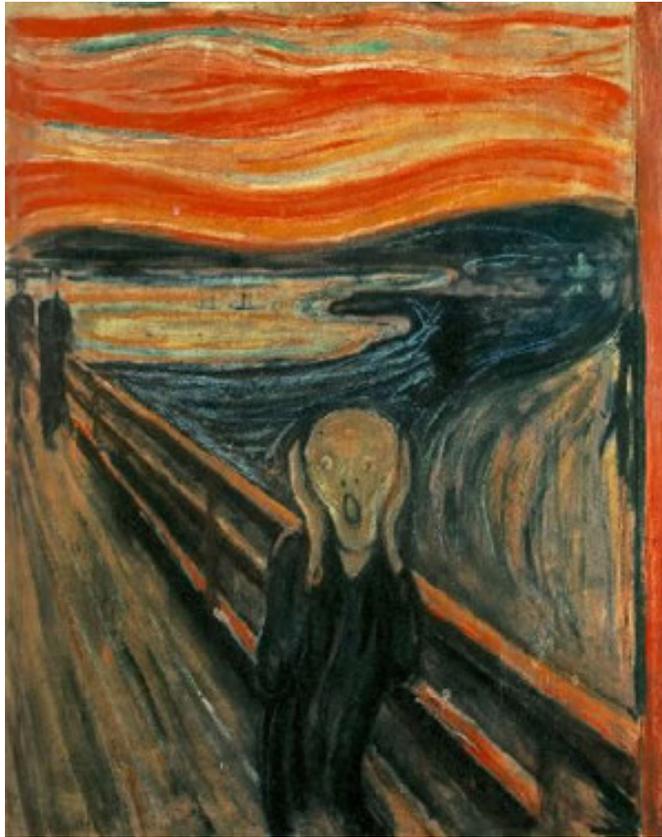
Esta situación se acentuó a causa de los cambios que se produjeron en la propia percepción de los sentidos, puesto que la invención del automóvil, del telégrafo, del avión y de muchas otras cosas, dieron a la rapidez y al tiempo una nueva dimensión que requería de percepciones mucho más aceleradas.

Todos estos cambios empezaron a mostrar la cara oculta de la modernización, como el aislamiento y masificación, sobre todo en las grandes ciudades. Los artistas buscaban un arte nuevo para un mundo nuevo, para representar sus emociones y sentimientos.



37. Pintura simbolista de Gustave Moreau, *Hesíodo y las musas*, óleo sobre lienzo, París.

59 Ibidem, p. 41 - 44



38. Pintura expresionista de Edvard Munch. El Grito, 1893.

Los movimientos expresionistas fueron desarrollados principalmente en Alemania, un país socialmente inquieto en ese entonces. Tiene influencias del impresionismo, postimpresionismo y simbolismo.

Aparece el grupo expresionista El Puente en 1910 y los fundadores del movimiento fueron Ernst Ludwig Kirchner, Erich Heckel, Karl Schmidt-Rottluff y Fritz Bleyl y después se unieron, Max Pechstein, Otto Müller y, durante unos meses, Emil Nolde.

El grupo se caracteriza por emplear un vocabulario estético muy simplificado, con pocas formas que han sido reducidas a lo esencial, cuerpos deformados y espacios disueltos sin perspectiva. Los colores, brillantes y saturados, desprendidos del colorido local y pintados por encima con un pincel grueso, se encuentran incrustados dentro de un fuerte contorno.

Concentrados intensamente en la intensidad del efecto, solían trabajar con contrastes complementarios, mediante los que los colores se reforzaban mutuamente en su luminosidad. Su apasionado colorido se correspondía con el deseo de conceder al color una nueva relevancia emocional y composicional bajo aspectos estéticos únicamente internos, creando obras sólo a base de colores como los fauvistas.

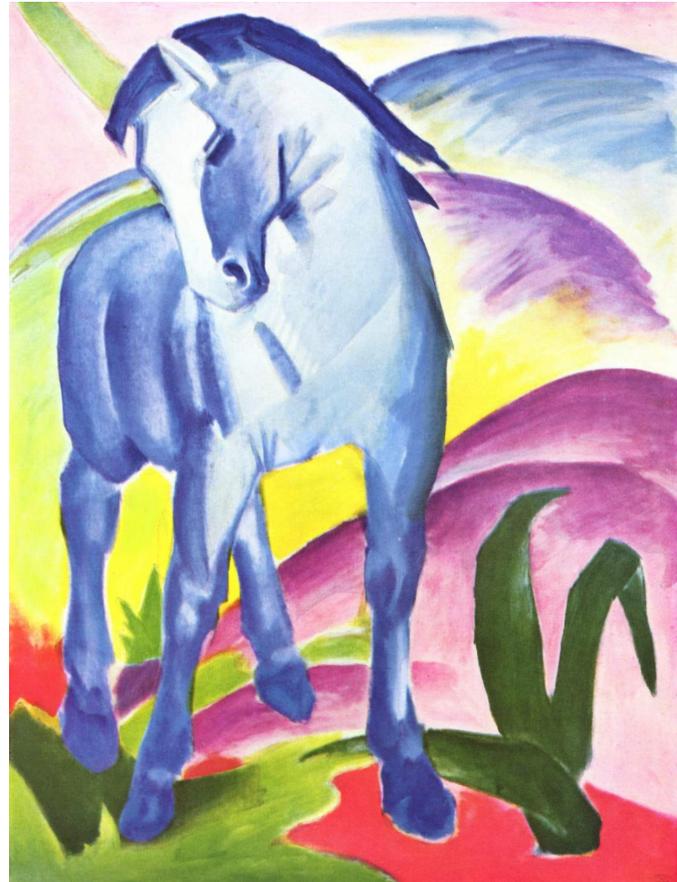
Aparece también el grupo El Jinete Azul fue formado en Múnich en 1911. Pertenecieron a él Franz Marc y Vasily Kandinsky, y otros artistas tales como Paul Klee, Alexei Yavlensky, Marianne Werefkin, August Macke y Gabriele Münter.

2.5.- El cartel popular Mexicano de finales del siglo XIX y principios del siglo XX.

El arte mexicano tiene ya varios cientos de años. Antes del descubrimiento de América y anterior a la colonización en 1519, México tenía ya diferentes civilizaciones como la Teotihuacana, Olmeca, Totonaca, Tolteca, Maya, Chichimeca y Azteca con formas de expresión como los murales, el grabado en piedras finas, cerámica y el oro entre otras cosas. Mostraban con ello la vida social que vivían en esos momentos además de plasmar también pensamientos y creencias de carácter religioso.⁶⁰

En lo que respecta a los siglos XVIII y principios del siglo XIX la producción artística estuvo sujeta a lo que los academistas sugerían al igual que en Europa. El arte mexicano estuvo bajo la influencia del Neoclasicismo Europeo. Es hasta después de la consumación de la Independencia cuando surge un arte con rasgos nacionalistas y creencias y formas de vivir, el arte mexicano en el siglo XIX, compuesta por retablos o exvotos, periódicos, carteles, revistas, panfletos.⁶¹

Para 1826 llega a México la litografía, introducida por el italiano Claudio Linati y aprovechada por los artistas gráficos para plasmar temas como: paisaje, costumbrismo, batallas, retratos y caricaturas, con lo que cautivó al público y artísticamente introdujo la libertad creativa y técnica que acaba con las convenciones académicas. Es hasta 1877 que aparece la cromolitografía, para dar color y vida a las impresiones.⁶²

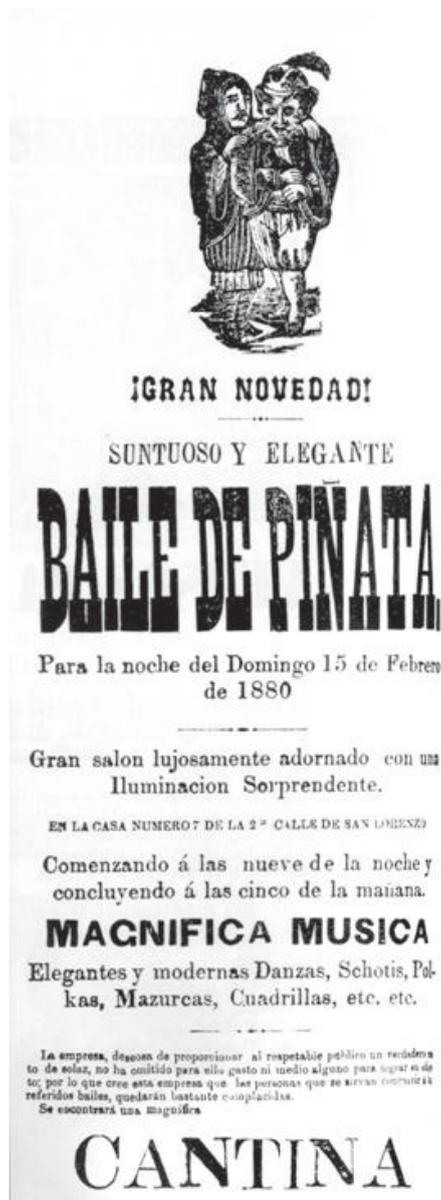


39. Pintura del grupo del jinete azul. Franz Marc, caballo azul

60 Satue, E. (1999). Op. Cit. p. 396

61 Flores, Perla del Rocío (2000). Aporte de los carteles populares al diseño gráfico en la Ciudad de San Luis Potosí desde 1999 al 2000. Tesis de Licenciatura no publicada, Universidad Autónoma de San Luis Potosí. p. 4 - 15

62 Martínez, L. (1990). Treinta siglos de tipos y letras. México: Ed. Tilde., p. 166



40. Cartel popular de 1880, invitando a un baile.

Se encontró en la litografía un medio más barato para comunicarse con el público en general y no solo a la alta sociedad y asimismo empiezan a producir en más cantidad los medios al igual que el número de lugares al cual llegarían. Linati fue quién sentó las bases ideológicas de la litografía mexicana con la realidad social.

Uno de los primeros talleres de litografía del siglo XIX fue el de la Academia de San Carlos (1831 a 1835). Hubo varios talleres litográficos que eran trabajados por mexicanos y entre los más importantes estuvieron; Hipólito Salazar e Ignacio Cumplido, José Mariano Lara, Plácido Blanco, Inclán, Manuel Rivera, José María Villasana, Hesiquio Iriarte, Posada y Hno., Francisco Díaz de León, Herculano Méndez, los del Colegio de Artes y Oficios, del Colegio Militar entre otros.⁶³

Para difundir las canciones existían los corridos o romances que eran hojas sueltas con un texto sin ser un comunicado su uso era más bien popular estaban hechos por artesanos o aficionados. Estaban constituidas por una orla alrededor del impreso, título, grabado en madera o metal, el texto estaba a dos columnas iniciando con una letra capitular y sus primeras líneas con vérsales de cuerpo mayor y los versos del texto en bajas.

Además se hacían para el pueblo cuadernos ilustrados, en forma de cuentos, cancioneros, Himnos nacionales etc. Eran pequeñas colecciones en formato chico y de pocas páginas muchos de los grabadores se dedicaban a ilustrarlos y entre ellos estaban Venegas Arroyo, Manilla y Posada quienes no firmaban sus obras y además llegaron a trabajar juntos.⁶⁴

63 Santana Luna, C. (2007). Una semblanza de cinco siglos de grabado en México. (XVI-XX). San Luis Potosí, México: Editorial Universitaria Potosina. p. 115

64 Santana Luna, C. (2007). Op. Cit., p. 175 – 178

También los había para los toros asemejándose mucho a un cartel, con la imagen de un torero en la plaza lidiando a un toro, sin embargo su contenido es diferente pues este no hace alusión a ninguna corrida, habla de la fiesta brava en general o de algún torero. Con todos estos cuadernillos se mantenía distraída a la gente que no podía tener acceso a otro tipo de literatura por el alto costo de ellas.

A finales del siglo XIX y principios de los XX los grabados se dan a la tarea de ilustrar numerosas publicaciones, y sus mayores representantes fueron Manuel Manilla, Gabriel García “Picheta” y José Guadalupe Posada quienes tocaron la sensibilidad del pueblo conformado por una minoría ilustrada y una inmensa mayoría analfabeta, pero no por ello carente de interés por los sucesos del acontecer de la nación.

Manilla fue un grabador que ilustró pequeños anuncios y sin quererlo eran vistos por toda clase de personas, desde la clase alta, hasta la clase baja y se adaptó a las innovaciones de una época que poco a poco se ponía al corriente con el progreso mundial.

También se dedicaba a imprimir imágenes religiosas y estampas para la devoción, sin embargo trabajaba a la par con requerimientos del gusto popular como hojas volantes, juegos de mesa, carteles para espectáculos, textos escolares, ilustraciones y caricaturas para la prensa. También trabajó con folletería y en impresos de obras de teatro, cuentos, adivinanzas y recetarios de cocina entre otras cosas. Como un artista visual captó dramas callejeros y situaciones chuscas además de incendios, fiestas, velorios y milagros entre otras cosas.



41. Cartel teatro Arbeu, 1880.



42. Cartel popular de circo del siglo XIX, donde la imagen es de gran tamaño, sin embargo predomina la tipografía.

Para 1890 el censo municipal del Edo. de México registró que solo el 55 % de la población sabía leer, de ahí la importancia del uso de imágenes para la comunicación. Sus grabados eran esencialmente elementos representativos con un lenguaje muy propio como; personajes con rostros poco expresivos y cuerpos acartonados. Y para finales del siglo XIX aumenta su calidad y elementos usados dentro de sus impresos.⁶⁵

Otro de los impresores que aportaron al cartel popular fue Guadalupe Posada. Sus obras criticaban con humor negro la desigualdad e injusticia social, cuestionaban su moralidad y su culto por la modernidad. Ilustró corridos, historias de crímenes y pasiones, de aparecidos y milagros. Retrató y caricaturizó a todo tipo de personajes revolucionarios, políticos, fusilados, borrachos, militares, bandoleros, catrines, damas elegantes, charros, toreros y obreros.

En 1888 se muda al Distrito Federal donde produce imágenes religiosas y retratos, litografías de locomotoras también anunciaba fábricas de hilados y tejidos además de cigarros, cerillos y productos alimenticios. Posada se encontraba en un mercado que requería ilustradores que estaba condicionado con una gran demanda de grabados, dibujos, fotografías y fotograbados.

Hizo retratos de personalidades de la cultura nacional para las portadas de la revista México y también representaciones para decorar poemas y romances además de numerosas viñetas, noticias ilustradas, caricaturas políticas, cabezas de sección y de periódico en cuanto a la publicidad ejerció su oficio como copista al representar anuncios de productos estadounidenses que llegaban a México. También ilustró hojas volantes con los

65

Santana Luna, C. (2007). Op. Cit., p. 191 - 220

acontecimientos del momento y trabajó los cancioneros y corridos así como los cuentos clásicos infantiles los cuales dejo de ilustrar alrededor de 1905.⁶⁶

Por esto y muchas otras cosas Carla Santana (2007) dice: “no es por ello osado afirmar que Posada fue el fruto más logrado de esa legión de ilustradores que tuvimos desde el siglo XIX hasta la primera década de este, y que por sus cualidades plásticas ha llegado a ser el grabador más grande y representativo de México. Rodeado de un mundo diverso y contradictorio, de una riqueza incalculable, sabe eliminar para captar y acentuar lo esencial.”⁶⁷

El cartel popular estaba ligado al grabado, ya que los grabadores también atendían a llamados de los pequeños comerciantes y de carácter social, más bien eran pequeños anuncios para comunicar un evento.

Asimismo, a finales del siglo XIX y principios del siglo XX hubo otros artistas que representaban en su arte los mercados, fiestas populares, tradiciones, rituales y danzas religiosas, etc. como: Julio Ruelas, Saturnino Herrán, Joaquín Clusell, Gerardo Murillo, José Agustín Arrieta quienes alcanzaron su mayor auge a principios del siglo XX.⁶⁸

En cierta forma, la gente estaba acostumbrada a vivir con las imágenes, prueba de ello era el consumo de la estampería religiosa y la afición por la caricatura política o el gusto por ser fotografiado ya que existen testimonios de que las pulquerías tenían murales en los interiores y exteriores para atraer mayor clientela.



43. Cartel popular de teatro del siglo XIX, se puede observar un predominio de la imagen y un manejo vertical, horizontal y curvo de la tipografía.

66 Ibidem, p. 276 – 282

67 Ibidem, p. 287

68 Flores, Perla del Rocío (2000). Op. Cit., p. 15 - 20



44, La Catrina. Figura creada por José Guadalupe Posada.

Para finales del siglo XIX comienza la decadencia de la litografía con la aparición de nuevas técnicas como el Offset y el fotograbado además de nuevos métodos para la fundición de tipos, la composición y la impresión, haciendo crecer el uso de la imprenta.

El 20 de noviembre de 1910 estalla la lucha armada que habría de durar once años. Los artistas que no se encontraban en Europa se afilian a ella realizando actividades diversificadas: ilustrando publicaciones revolucionarias, fungiendo como agregados en el frente de algún aguerrido general, como fue el caso de Francisco Goitia y de David Alfaro Siqueiros o sentando las bases pictóricas para una idea actualizada de la nueva conciencia nacional.⁶⁹

Se puede decir entonces que el cartel popular en México se desarrolló en las ciudades y poblaciones más grandes y prolíferas el cual estuvo ligado a los cambios políticos, sociales y económicos los cuales transformaron la naturaleza del país y determinantes en el desarrollo del arte.

Hay que decir que esta forma de plasmar signos era completamente diferente a lo que se hacía en otros países, como dice Enric Satue (1988), “México mantiene, todavía hoy, características pintorescas casi sin sentido para un europeo (...) no es fácil distinguir entre un artista plástico y diseñador gráfico, o entre un artesano y técnico”, y la verdad es que, en este país se tenía venia formando una identidad propia aún cuando llegaban las influencias europeas por las cuales no se dejaban dominar.

69 Ibidem, p. 21 – 23