



**LOS CARTELES. SU HISTORIA
Y SU LENGUAJE**

JOHN BARNICOAT

Barcelona, Gustavo Gili, 1995.

Pilar Lara Ruiz-Granados

La trascendencia del cartel como medio de expresión ha sido poco estudiada. Importante vía de comunicación e información, aún menos se ha tenido en cuenta como elemento de decisiva importancia en la vida social de las grandes ciudades. Este libro es sin duda uno de los más completos estu-

dios de este género. El libro de John Barnicoat es ya todo un clásico en el estudio del cartel publicitario. El intento de esta reseña es señalar la nueva edición, en una encuadernación manejable y de una excelente calidad, de este libro que durante años ha sido difícil de conseguir.

John Barnicoat realiza en *Los carteles. Su historia y su lenguaje*, un excelente estudio sobre la evolución de este medio publicitario. El perfeccionamiento de las técnicas de impresión, el contacto directo con el público, así como la explosión de color que supuso la aparición del cartel, modificó profundamente la comunicación, la idea del dibujo y la relación del gran público con estos dos fenómenos.

Barnicoat analiza diversos factores comerciales y políticos que han influido en esta evolución. El autor hace un recorrido a través de la revolución industrial, el desarrollo de las economías capitalistas y su ruptura con el bloque socialista. Se centra, sobre todo, en las relaciones entre el arte y la publicidad, a través de este recorrido histórico desde los orígenes del cartel publicitario hasta la sociedad de consumo actual. Presenta así una amplia visión de este medio de comunicación que supuso una revolución tanto publicitaria, como estética y arquitectónica.

El libro, de lectura fácil y amena, es quizás un poco desordenado en su

exposición. El planteamiento central de la obra, la unión del arte y la publicidad a través del cartel comercial, se ve a veces ocultado por informaciones complementarias. El libro, que no sigue una línea cronológica en la exposición de los datos, nos hace saltar del art nouveau a los hippies y de ellos a los movimientos artísticos de los años cuarenta.

Pero este libro, a lo largo de cuatro capítulos, consigue enfrentar directamente al cartel con el arte, lo profesional, la realidad y la sociedad en la que se inserta, estando siempre presente el componente estético, que para el autor parece ser la base fundamental del diseño gráfico.

El cartel ha demostrado a lo largo de más de un siglo de existencia ser una forma de expresión viva, que en algunos momentos ha conseguido alcanzar la categoría de arte. Barnicoat, en este recorrido histórico, analiza diferentes movimientos artísticos que han supuesto una fuerte influencia en la evolución del cartel. Art Nouveau, simbolismo, futurismo, constructivismo, suprematismo, cubismo, expresionismo, realismo y surrealismo son estudiados en este libro.

Pero el cartel no se limitó a ser un simple imitador de estas tendencias. Quizás una de las perspectivas más interesantes expuestas en la obra sea la referente a la influencia que el cartel con su profusión de formas, su simpli-

cidad, colorido y su contacto directo con el público, llegó a ejercer en los artistas de las diferentes tendencias. Artistas con una extensa y conocida relación con el cartel como Toulouse-Lautrec o Cassandre, pero también otros menos conocidos en este ámbito publicitario como Picasso, aparecen citados en este libro, se analizan sus aportaciones al mundo publicitario, y de la misma manera, la influencia que el diseño gráfico pudo tener en su obra artística.

También se analizan los movimientos políticos y sociales que en el siglo XX han influido sin duda en la evolución del cartel. Las dos guerras mundiales, la revolución tecnológica, el comunismo o el fenómeno hippie crearon un tipo de lenguaje que llega directamente a su público. El cartel se convierte en algunos momentos en un símbolo, en una señal de identidad que define a un grupo.

Por otra parte, los adelantos comerciales y la consagración de la sociedad de consumo dieron lugar a la figura del diseñador como un profesional de la publicidad. El cartel desde sus comienzos, gracias a su lenguaje popular, permitió a los expertos en diseño expresar ideas de una forma sencilla y directa que llegaran rápidamente a un amplio público.

Jules Chéret, Alfrose Mucha, el binomio Nizzoli- Olivetti, y Alan

Aldridge entre otros, se dan cita en este libro que cuenta con más doscientas reproducciones.

Aunque apareció en 1972 bajo el título *A concise history of posters*, ha sido recientemente reeditado en espa-

ñol. Quedan por tanto excluidas del análisis las últimas décadas del diseño gráfico, pero supone un importante documento, tanto histórico como ilustrativo, de los orígenes y la historia del cartel publicitario. ■