

El cartel de cine

Por Joan Costa

Una antigualla con historia y mucho arraigo cultural.

El cartel de cine es ya una antigualla. Pero es una parte de nuestra cultura popular. Y el paradigma de una época en que el cine era el eje de la narrativa visual de una nueva sociedad.

Ya he manifestado repetidamente mi visión del Cartel como la «matriz del diseño gráfico». Pero el cartel de cine ha sido una deriva del diseño, supeditado a dos técnicas que son ajenas a su espíritu gráfico manual: la fotografía y el cine. Y, en consecuencia, sometido a la economía, el negocio del cine.

Estas reflexiones han surgido a propósito del reciente Curso Público sobre el Cartel de Cine, dictado por el amigo Esteban Celi dentro del Congreso CIAGUEC, en la Universidad Israel, de Quito, Ecuador.

El cine y el cartel

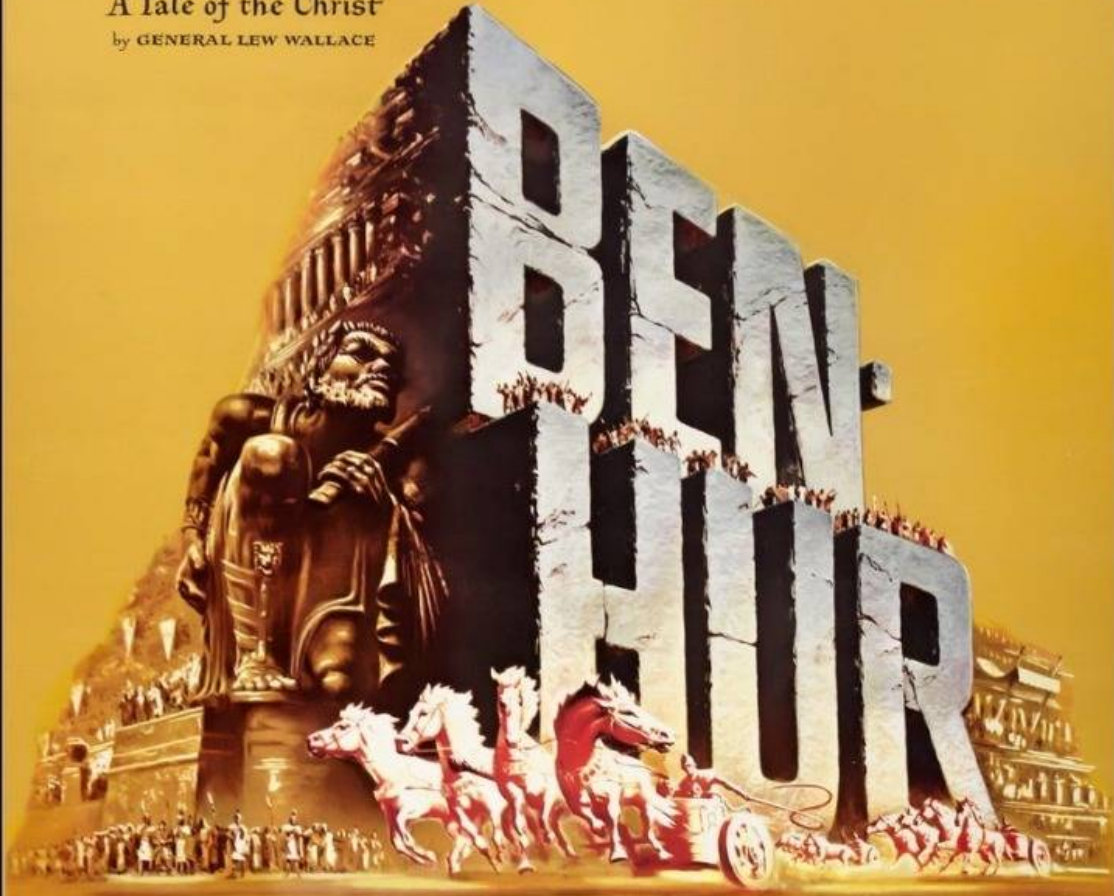
El triunfo del cartel de cine fue el triunfo del cine. La época dorada del cine fue también la época dorada del cartelismo engendrado por él. El cartel es el espejo de la pantalla. Y, por eso mismo, la vida del cartel está ligada a la vida del cine.

El vínculo formal del cartel con el cine se hace evidente por la «fotografía», la técnica que dio nacimiento al cinematógrafo. Impresa y fijada en el cartel, la foto exhibe fielmente el rostro de las grandes estrellas y la escena clave del film. En la época previa en que la fotografía no predominaba todavía en el cartelismo, ésta era sustituida por la «ilustración» —que daba más carácter al cartel, más vigor pictórico que la fotografía—.

THE ENTERTAINMENT EXPERIENCE OF A LIFETIME!

METRO-GOLDWYN-MAYER
presents

A Tale of the Christ
by GENERAL LEW WALLACE



Directed by

WILLIAM WYLER

Starring

CHARLTON HESTON · JACK HAWKINS

HAYA HARAREET · STEPHEN BOYD

HUGH GRIFFITH · MARTHA SCOTT with **CATHY O'DONNELL · SAM JAFFE**

Screen Play by

Produced by

KARL TUNBERG · SAM ZIMBALIST

TECHNICOLOR®

FILMED IN
CAMERA 65

Simulated Frame - Frame Not Included

Cartel de *Ben Hur*

In new screen splendor...
The most magnificent picture ever!

DAVID O. SELZNICK'S PRODUCTION OF MARGARET MITCHELL'S

"GONE WITH THE WIND"



Winner
of Ten
Academy
Awards

STARRING

CLARK GABLE
VIVIEN LEIGH

LESLIE HOWARD OLIVIA de HAVILLAND

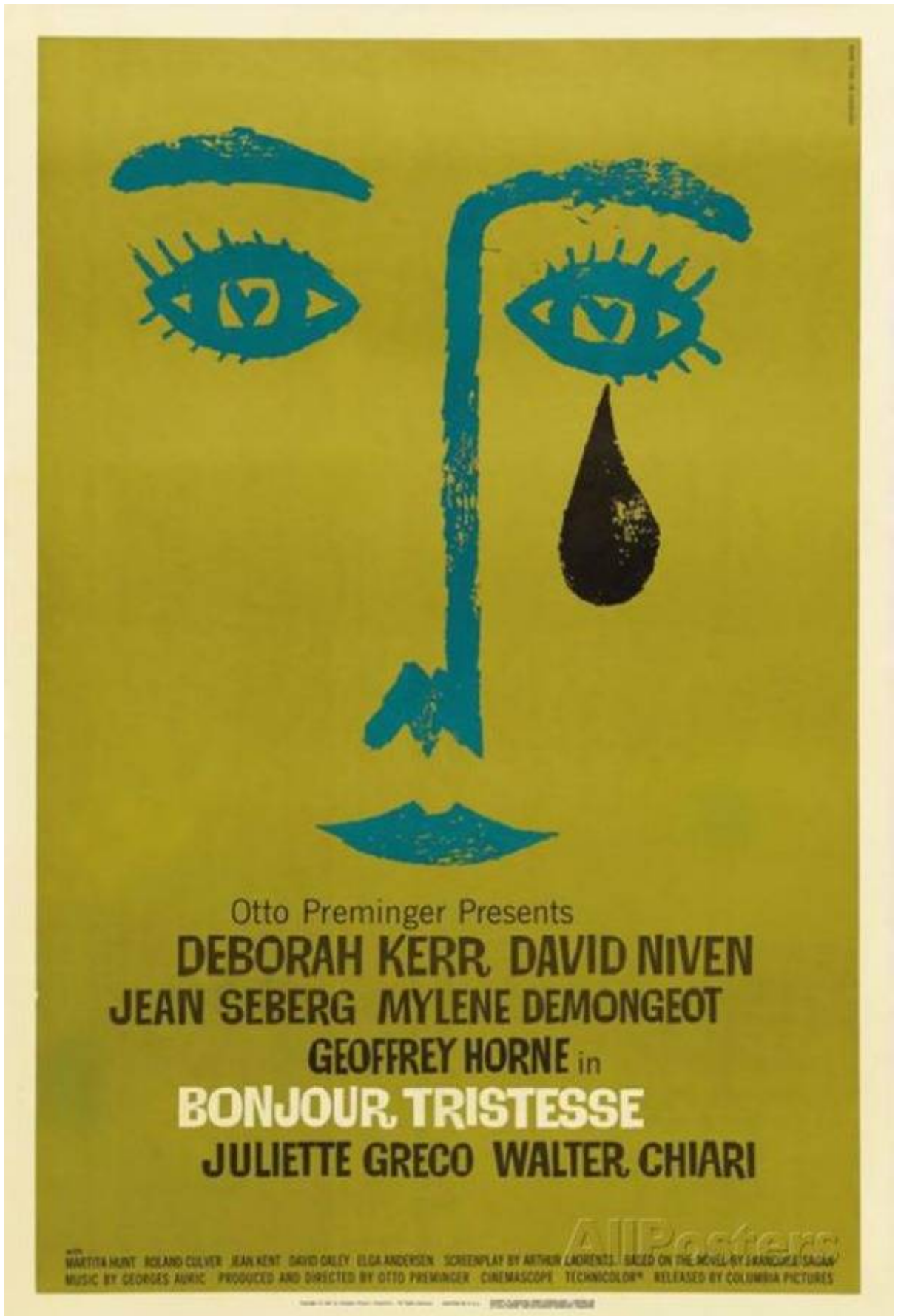
A SELZNICK INTERNATIONAL PICTURE • DIRECTED BY VICTOR FLEMING • SCREEN PLAY BY SIDNEY HOWARD • METRO-GOLDWYN-MAYER INC. • RE-RELEASED BY
Music by MAX STEINER

STEREOPHONIC SOUND • METROCOLOR • MGM

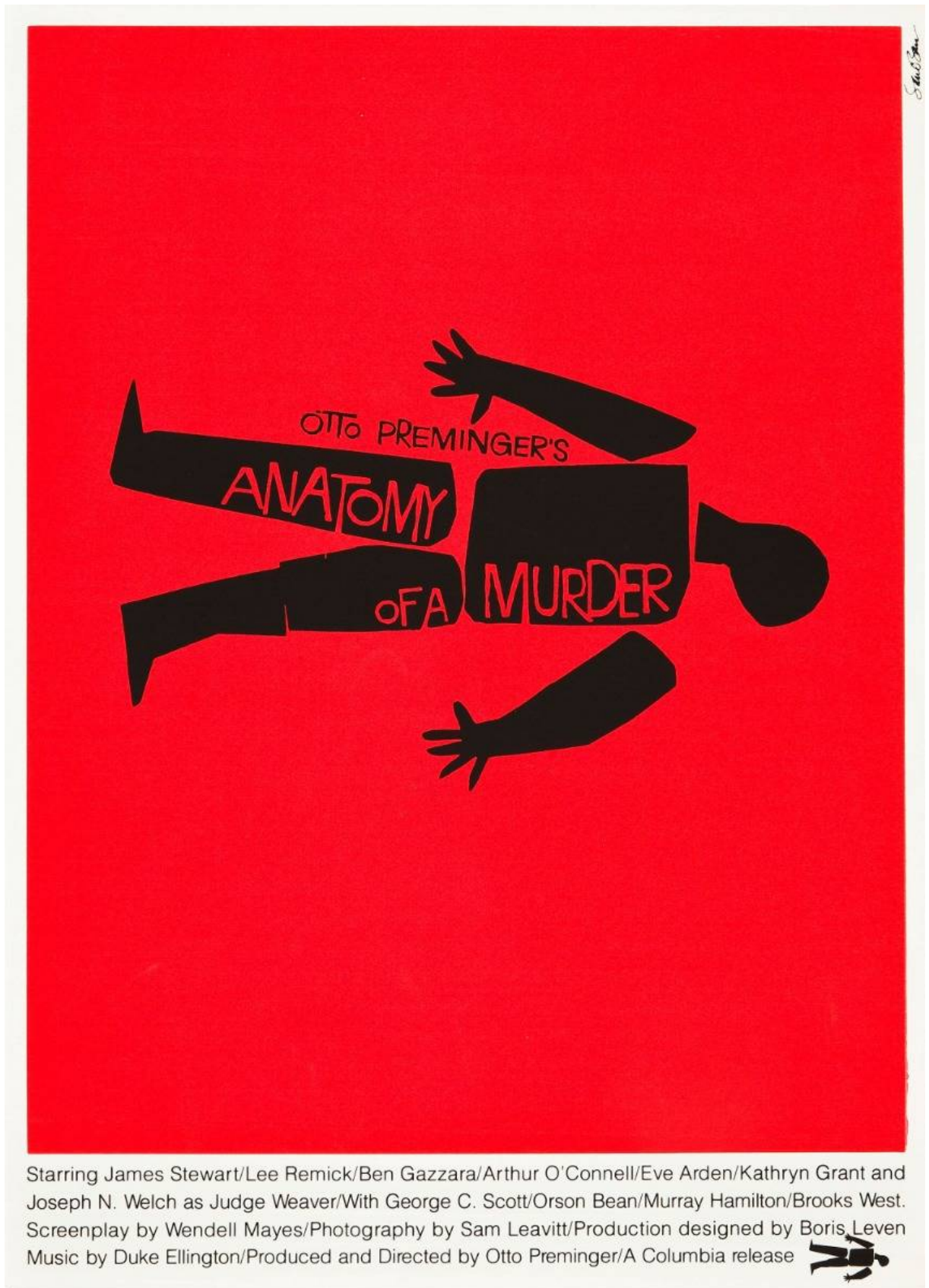
Cartel de *Lo que el viento se llevó*

Por eso, el cartel de la época dorada del cine (Greta Garbo, Gary Cooper, Charles Chaplin,

etc.) era más ilustración que diseño. Haría falta que el cine alcanzara una mayor madurez para que el diseño hiciera su aparición en el cartel hasta llegar a la abstracción: la «lagrime» de *Bonjour tristesse*, por ejemplo. Fue, sobre todo, por la influencia de Saul Bass y sus «créditos», que el diseño gráfico asaltó el cartel de cine con su visión sintética impactante. Pero duro poco.



Cartel de *Bonjour Tristesse*



Starring James Stewart/Lee Remick/Ben Gazzara/Arthur O'Connell/Eve Arden/Kathryn Grant and Joseph N. Welch as Judge Weaver/With George C. Scott/Orson Bean/Murray Hamilton/Brooks West. Screenplay by Wendell Mayes/Photography by Sam Leavitt/Production designed by Boris Leven Music by Duke Ellington/Produced and Directed by Otto Preminger/A Columbia release

Cartel de *Anatomía de un asesinato*

Por otra parte, las corrientes artísticas, como el Futurismo, emergen en Rusia y Alemania y, con ellos los carteles correspondientes, como el caso de la germana *Metropolis*, de Fritz

Lang. Pero es la excepción.

El cartel en su entorno

En rigor, el cartel de cine no se deja analizar cabalmente sin tener en cuenta dos aspectos fundamentales, ajenos al cartel mismo. El primero es el aspecto del «progreso tecnológico». El segundo, el de la «evolución sociocultural». Y hay que añadir un tercer elemento: la incidencia del «marketing» en ambos.

La cuestión tecnológica empieza por la presencia de la fotografía en el cartel de cine. Si el cine mismo es fotografía en movimiento, el cartel debe fijar esa cualidad fotográfica sobre su superficie. Esta lógica llegaría a imponerse en la vertiente económica y comercial del cine: 1) una foto es más barata que una ilustración, 2) la imagen del cartel está ya en los fotogramas del film. Estaba cantado. El cartel pasaría a manos del marketing que tenía la potestad de elegir el momento culminante de una escena (romántica, cómica o de terror, dependiendo de la emoción del film). Ahí está el cartel ya resuelto: el tiro en el rostro de la *star* en primer plano o la imagen más icónica del film. El diseño se reduce así a la puesta en forma del texto.

La incidencia de la televisión, así como el conjunto de los medios masivos en esta lógica económica, ofrece a la agencia de publicidad la campaña servida. El plan de medios explotará sistemáticamente la imagen más culminante del film: en el cartel, el folleto, la prensa, la fachada del cine y el *press book*. Criterio que dará nacimiento al *trailer*, pieza clave para la comercialización del film.

El aspecto sociocultural del cine (y de la TV) y su reflejo en el cartel, incide tanto por el gran peso de la popularidad de las estrellas: el *star system* como el relato fílmico —o novelesco— del argumento. Las grandes obras literarias van al cine: *El retrato de Dorian Gray*, *Ana Karenina*, *Lo que el viento se llevó*.

La gente quiere «ver» historias y el cine se vuelve literatura visual.

Sociedad del espectáculo

El aspecto sociocultural antes citado abarca toda la sociedad del espectáculo, y el cine pertenece a ella. Todos los carteles que anuncian espectáculos populares, ya sean musicales, deportivos, taurinos, de circo o de fiestas y ferias, son imágenes del propio espectáculo. El carácter visual, que es la clave de todo espectáculo, no renuncia (no puede) a la representación «espectacular» de sí mismo en el cartel que lo anticipa (ningún grabado de «toros» de Picasso motivaría al público a las corridas). ¿Cómo sustituir, pues, en un cartel el momento cumbre de cualquier espectáculo de masas por una síntesis gráfica elaborada del mismo?

¿Podemos imaginar para el musical *Cantando bajo la lluvia* un cartel que no muestre a Gene Kelly subido al farol con su gesto inmortal blandiendo el paraguas?

Esta exigencia publicitaria del cartel ligado al espectáculo visual de masas es la anti□tesis del genuino Cartel: el arte de la síntesis.

Lo que queda del cartel de cine es su valor cultural. Su momento en su e□poca. Su significado disolviéndose en la nostalgia de la sala oscura y la emocion□ colectiva. Tiempos pasados.

Publicado el 25/03/2022



ISSN 1851-5606
<https://foroalfa.org/articulos/el-cartel-de-cine>

