

que los gigantes de Internet comprenden las enormes posibilidades de expansión de esta idea a escala global. Este es solo el primer paso. Crear convergencias entre las distintas formas de comunicación a través de Internet, usando Videófonos y Televisión de Alta definición Interactiva implicará el desarrollo de nuevas modalidades para transmitir la educación de generación en generación y para optimizar el intercambio de ideas en el campo laboral, potenciando la capacidad inventiva del hombre.

En la historia del desarrollo humano la revolución más profunda es la revolución del pensamiento. Esto implica hacer foco en los aspectos esenciales de la comunicación como herramienta para la creación y la innovación permanente, reflexionando acerca de cómo vivimos hoy y hacia adonde queremos ir, trabajando en función prospectiva en el campo tecnológico.

Debemos avanzar en la “virtualización del conocimiento”, llegando con medios como FON a grupos hoy excluidos del sistema, actuando con sentido comunitario, por la propia necesidad del ser humano de ser solidario, independientemente de la visión del sistema político que represente a los ciudadanos en cada país.

## Grandes diseñadores del siglo XIX (1875)

Los afichistas europeos.

Blanca Santos\*

El talentoso dibujante y afichista francés Raymond Savignac merecedor, entre otros, del Premio “Gran Prix”, en 1955, al preguntársele ¿qué es un cartel? respondió: “Es uno de los más formidables medios de comunicación existente, puesto que involucra a la imagen, al saber, a la filosofía y, a veces a la poesía. El afiche apunta a establecer un diálogo humano y fraterno con el público”.<sup>1</sup> Y agregó: “El afiche de antaño no difiere mayormente del actual, salvo que refleja las nuevas tendencias modernas “made in U.S.A.” que se venden como novedad.” (...) “El cartel es indispensable ya que otorga color y movimiento al entorno urbano. Es un himno a la actividad humana. Con Leonetto Cappiello el cartel adquirirá acentos de ópera, en otros casos procede como una canción, en otros se asemeja a una copla. Cada uno de ellos deja oír una melodía, si bien no suena igual en todos los casos.”<sup>2</sup>

Un afiche nos puede maravillar con sus colores y su diseño. Un afiche nos puede sorprender e intrigar...

La aparición del cartel en la forma que conocemos en la actualidad se remonta a 1869, entonces el perfeccionamiento de la técnica litográfica posibilitó su producción en colores, en serie, a un costo relativamente bajo.

Al decir de Marshall McLuhan: “La técnica de la invención fue el descubrimiento del siglo XIX”.<sup>3</sup> Con la realización de la primera “Gran Exposición Universal” en Londres, en 1851, se despertó la necesidad publicitaria de la industria. Hasta el fin del siglo XIX, Londres disputará con París la hegemonía en este ámbito, alternando una y otra capital las sucesivas exposiciones de

los años 1851, 1862, 1871, 1874 (Londres) y 1855, 1867, 1878, 1889 y 1900 (París).

A partir de 1880, en París, Montmartre se convierte en el gran refugio de un sin número de pintores, artistas y poetas. Empieza a poblarse de cabarets, clubes, music-halls y lugares con espectáculos circenses.

“En el Salón del “Moulin Rouge” alumbrado con lámparas amarillas bailan la Goulue y Valentín -le- Desossé rodeado por las negras siluetas de los espectadores; los dos son la atracción de este cabaret, los dos están en el punto máximo de su carrera”.<sup>4</sup>

Los dos han quedado inmortalizados en el afiche “Moulin Rouge: La Goulue” de Toulouse Lautrec. Este cartel de gran formato, 191 por 117 centímetros, fijado en las paredes y columnas de espectáculos de París, en octubre de 1891, hizo famoso a su creador. A este siguieron unos treinta afiches más que hicieron famosa la vida nocturna de París. En la mañana del Año Nuevo de 1895, mucha gente se agrupaba en las calles de París para contemplar y comentar un cartel que anunciaba la representación de “Gismonda”, obra teatral de Victorien Sardou con la actuación de Sarah Bernhardt. Amarillo, dos tonos de azul, rojo y oro fueron los colores que junto con reminiscencias bizantinas y un delicado diseño gráfico utilizó Alfons María Mucha para éste, su primer cartel fijado en los muros parisinos. Fue tal el éxito de esa temporada teatral que la actriz le ofreció a Mucha un contrato de exclusividad por 6 años. Los años que van de 1895 a 1898, en París, son los años del apogeo de la obra de Mucha, nacido en Moravia en 1860. En 1900, “Art Nouveau” y Estilo Mucha” se habían convertido en sinónimos. Mucha fue el diseñador predilecto del París elegante y el maestro por excelencia del cartel modernista. Su fama se extendió por el mundo entero. Entre 1880 y 1910, Gran Bretaña y fundamentalmente Londres contaba con un número considerable de diseñadores talentosos y arquitectos que empezaban a diseñar viviendas y objetos de formas depuradas. En las artes gráficas triunfaban William Morris y Vincent Aubrey Beardsley con sus personalísimos diseños. Creadores como Jules Chéret, Henri de Toulouse-Lautrec, Pierre Bonnard, Alfons María Mucha, Vincent Aubrey Beardsley, Leonetto Cappiello, Arpad Bash, Henri Van de Velde, Ramón Casas, Eugène Grasset y otros muchos afichistas europeos del siglo XIX han hecho un aporte invaluable al diseño gráfico, al arte y a la cultura de entonces y de los siglos XX y XXI.

### Notas

1. Savignac, Raymond. En “La Supervivencia del Cartel”. Nota de Beltrán, Félix. Revista “Tipográfica”. Año VII. Número 21. Buenos Aires. 1993. Páginas 30 y 31.
2. Idem anterior.
3. McLuhan, Marshall; Quntin, Fiore. “El Medio es el Masaje”. Ediciones Paidós Ibérica S.A. Barcelona. Editorial Paidós S.A. Buenos Aires. Primera Reimpresión en España. 1987. Libro sin paginar.
4. Arnold, Matthias. “Henri De Toulouse-Lautrec. (1864 - 1901) El Teatro de la Vida.” Benedikt Taschen Verlag G m b H y Co. Colonia 1990. Página 29.

\* Publicitaria.