
Capítulo 9

Cartelería impresa y cibernética según *Onda Giralda TV* *

José Manuel del Castillo **

El cartel, tal como lo define el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española es: *Papel impreso o manuscrito, que se fija en un paraje público para hacer saber o dar a conocer alguna cosa...* Es decir, es obvio que el cartel es un Medio de Comunicación, mucho más antiguo que Internet, bastante anterior a la Radio y Televisión, y prácticamente, en los albores de la Historia.

1. BREVE HISTORIA DEL CARTEL

Los antecedentes más antiguos que conocemos del cartel, se remontan al pueblo sumerio, y ya se sabe que según Samuel Noah Kramer, *La Historia empieza en Sumer...* De idéntica forma, lo utilizaron los egipcios, mediante proclamas y anuncios que publicaban en ellos los escribas y mercaderes.

El pueblo griego, creó las tablas para divulgar y los romanos que siguieron sus antecedentes y cultura, crearon el llamado *álbum* consistente en un muro encajado y dividido en rectángulos para colocar en cada uno de ellos, anuncios y carteles. Claro antecedente éste, de los murales públicos o soportes que configuran el mobiliario urbano para hacer anuncios y publicidad en nuestros días.

* Intervención tenida en el panel *Los Carteles de Cultos y las Páginas en Red vistas desde los Medios Televisivos* celebrado en el *IV Encuentro sobre Información Cofrade*.

** De *Onda Giralda TV*.

En Europa, el cartel, como tal, con identidad propia y bien definida, hace su aparición en el siglo XV, usándose sólo por el Estado y la Iglesia.

Como dato curiosísimo, hemos de indicar que el cartel más antiguo que se conoce, representa precisamente una Virgen, la Virgen de la Misericordia; es de 1454, y se usó para autorizar la petición de limosnas en la iglesia de Saint Fleur en Francia.

Es a partir de 1480 cuando nace el cartel propiamente publicitario, sin proclamas, edictos, o contenidos dispositivos. En sus inicios, fue de tipografía o grabados en madera. La litografía, adoptada en 1793, comienza a impulsar el cartel como Arte.

Es con el siglo XIX, cuando el cartel moderno, comienza a emplear el color y la Cromolitografía, recordándose afamados cartelistas como: Foraine, Toulouse Lautrec, Grasset, Degas, Gustavo Doré, Jules Chéret y tantos otros, que usaron óleos, acuarelas y collages.

Pero el cartel, como impronta de instante y de impacto, necesitaba incorporar al mismo el arte de la fotografía, y esta se personaliza plenamente a partir de 1925. Tenemos en este campo, y por antecedentes a Nadar.

Cuando comienza en España, el uso del cartel, de manera ya formal e institucionalizada, los de las fiestas de Toros, como los de Ruano Llopis, cobran renombre, así como los de Rusiñol, Casas, Riquer, Cidon, Mora, Penagos, e incluso el cartel con carácter irónico, jocoso y humorístico, como los del recordado Xaudaró, con su inevitable perrito en cada uno de ellos.

De igual modo, comienzan a abrirse los campos materiales de ubicación, buscando siempre el impacto, el mensaje, la inmediatez, la gran masa de público.

Surgen así, no sólo los callejeros, sino los de los pasillos y estaciones del Metro de Gran Bretaña, primero, creo que de todo el mundo después, quizás con la excepción del intocable Metro de Moscú, más bien con trazas de palacios zaristas de San Petersburgo.

2. TÉCNICAS DEL MENSAJE

La finalidad perseguida por un cartel es de la máxima capacidad de atracción.

Se dice que un cartel bien concebido, debe ser:

- a) comprendido en 2 segundos, si está en las calles,
- b) en 1/2 segundo si está en el Metro,

c) y que se pueda seguir viendo en el subconsciente, aún cerrando los ojos inmediatamente después de verlo.

Para ello, ha de manejarse:

- La evocación.
- La demostración.
- La sugestión.

Y todo ello envuelto en la repentina incursión en el subconsciente del tema, el contraste, el color y el impacto de un exiguo pero acertado texto.

Todo eso se consigue, mediante las Técnicas Publicitarias y de Comunicación, conjugando a la perfección, realidad psicológica, arte e ingenio.

En España, y desde el siglo XIX, contamos con la presencia colorista de los más bellos carteles.

En principio se editaban conjuntamente los de Semana Santa y Feria, con independencia de los de Toros. Desde 1946, se hacen por separado. Aglutinan en sus técnicas, tanto lo pictórico, como la fotografía: artísticos los primeros, bellísimos los segundos...

Circunscribiéndonos a Sevilla, a sus cofradías y a la Semana Santa, Juan Carrero, en su *Diccionario Cofrade*, define el cartel, como: *Propaganda usual que realiza el Ayuntamiento de la ciudad para difundir las solemnidades de Semana Santa.*

Ya desde 1980, el Consejo General de Hermandades y Cofradías de Sevilla, realiza la confección del mismo, habida cuenta de que el Ayuntamiento de la ciudad acordó volver al cartel único. Las técnicas, tanto pictóricas de Miguel Angel de Pino (1911), García Ramos (1912), Laffita (1914), Santiago Martínez (1920), Juan Miguel Sánchez y Barreiro Polo (1929), Hohenleiter (1941) y recientemente, Maireles y Juan Roldán...; o de fotógrafos como Serrano, Arenas, Martín Cartaya, Bajuelo o Fernando Salazar entre otros..., los hacen dignos de nuestro mejor aplauso.

Todos sabemos que hoy día, proliferan hasta la saciedad los carteles cofrades. Convocatorias de cultos, pregones y Semana Santa, editados y promocionados, unos por las propias hermandades, y otros por entidades generalmente de carácter financiero.

Muchos de ellos, cumplen a la perfección el concepto de cartel y su mensaje repentino, y si todo redunda a mayor realce y conocimiento de las excelencias de ese prodigio de religión y religiosidad que es nuestra Semana Santa, bien venidos sean, por mucho número de ellos que nazcan, para cubrir puertas de iglesias y

templos, paredes y escaparates, tabernas, mesones, y casas de hermandad, que son soportes magníficos de las carteleras cofrades de Sevilla.

Obviamente, los Carteles de Cultos, no pueden cumplir la brevedad del mensaje, ya que en su contenido se describe y despliega todos y cada uno de los cultos, horarios, lugares, predicadores, oficiantes, etc., no obstante la greca, fotografías o pinturas que los protagonizan, tratan de atraer por impacto la atención pública.

3. LA TELEVISIÓN Y LOS CARTELES

Todos sabemos que *Más vale una buena imagen que mil palabras...* Sobre esa premisa, totalmente cierta, los Medios Televisivos, donde primordialmente prevalece y predomina la imagen sobre la palabra, el cartel es fundamental.

Muchas veces, y en el ámbito de la Semana Santa, una buena imagen, una sola y acertada imagen, ocupa en pantalla, la secuencia viva pero quieta, de un auténtico cartel, donde la palabra del comentarista, que ha de ser como en el cartel, debe ser breve, concisa y precisa, sin reticencias, divagaciones, alusiones personales, y atosigamiento, sino escueta y humilde, porque ya todo lo dice la imagen, a la que se puede enriquecer con la palabra, pero no tratar de eclipsarla. Así pues, la Televisión puede hacer, y de hecho lo hace, las veces de un auténtico cartel.

La Radio por el contrario, ha de describir, aunque la pericia de ciertos comentaristas hace que tal descripción sea lo suficientemente rica, como para que a ojos cerrados, veamos el cartel que la realidad impone al otro lado de los micrófonos.

4. LA RED INTERNET Y LOS CARTELES COFRADES

He encontrado, navegando por las páginas web, auténticas curiosidades: páginas de consulta y formación, bases de datos para ser manejadas con prontitud y eficacia, y un gran escrúpulo en confeccionarlas.

De entre ellas, destaco:

- Terminología típica, llamando a cada cosa con su nombre.
- Páginas de curiosidades cofradieras.
- Listado o Programa de Hermandades, según día, con datos de sede canónica, imágenes, túnicas, antigüedad, etc.
- Ofrecimiento de páginas web: (Gran Poder, Estrella, Gitanos, Penas, Resucitado, Trinidad con amplísimo historial, Cristo de la Corona -El Sagrario- con historial..., Resucitado de Ecija y Nazareno de El Viso.

- Guía de la Semana Santa, de Sevilla, Andalucía, España y el mundo.
- Listado de Hermandades en Red.
- Listado de empresas relacionadas con la Semana Santa.
- Música, bandas, inciensos, artesanos, publicaciones y documentos, vídeos y películas y software.

En definitiva, una muy rica puerta de consultas, que aunque sin mucha hondura, indudablemente puede satisfacer la curiosidad, el conocimiento y la formación de los internautas que se adentren por su cartelería electrónica.