



1 de Agosto de 2013 | Vol. 14 | Núm. 8 | ISSN 1607 - 6079

# ARTÍCULO

## **EL CARTEL EXPOSITIVO POLACO, 1918–1939**

*Alicia Senón–Llopis Golec*

## EL CARTEL EXPOSITIVO POLACO, 1918-1939

### Resumen

Es un **tema poco conocido** tanto en Polonia como en el extranjero. A pesar de que los carteles polacos gozan de prestigio a nivel mundial por su alto valor artístico, los carteles de este país pertenecientes al período de entreguerras son casi desconocidos. Por eso la necesidad de buscar datos sobre el tema y analizarlos, al final resultaron ser **de gran interés**.

Se estudiaron colecciones de carteles pertenecientes a los fondos de 6 museos: del Museo del Cartel de Wilanów que es filial del Museo Nacional de Varsovia, del Museo Etnográfico y de la Industria Artística de Lviv (Ucrania), de la Biblioteca General de la Facultad de Bellas Artes de Cracovia, del Museo Nacional de Poznan, de la Biblioteca General de la Universidad de Marie Skłodowska-Curie y del Museo Nacional de Cracovia.

El análisis de las exposiciones promocionadas por el cartel polaco del período de entreguerras nos muestra un interesante panorama sobre el tema de la vida económica y cultural de Polonia que no se quedaba detrás de Europa a pesar de las enormes dificultades, sino progresaba desarrollando la industria, la economía, la educación, enriquecía su cultura y desarrollaba la tecnología.

Los **datos** del estudio de los carteles expositivos polacos nos proporcionan un análisis parcial del panorama expositivo y cartelístico en los años 1918-1939 en

Polonia. Aunque las colecciones de aquel período se presentan hoy cerradas y estables para su estudio, lamentablemente sólo disponemos de una parte de las obras "supervivientes" de la II Guerra Mundial (y sólo las más interesantes fueron guardadas por coleccionistas o instituciones de la época), por eso la información es incompleta. No podemos saber con exactitud sobre la cantidad de carteles que fueron creados entonces para todas las exposiciones que se celebraron.

“ Hay carteles jóvenes que parecen muy viejos y carteles viejos que nunca mueren.

Uwe Loesch

**Palabras clave:** Cartel; exposición; Polonia; diseño gráfico; comunicación visual.

### THE POLISH EXPOSITIVE POSTER, 1918-1939

#### Abstract

*I will look at a topic that is quite unfamiliar in Poland as well as in other countries. In spite of the fact that Polish posters enjoy prestige on a worldwide level for their high artistic value, the posters from this country that belong to the interwar period of 1918-1939 are almost unknown of. Due to this fact, it was necessary to find information and analyze*

facts on this topic, which turned out to **be of great concern**.

Posters belonging to the funds of the following collections were studied: *The Poster Museum at Wilanow (a subsidiary of the National Museum of Warsaw), The Museum of Ethnography, Arts and Crafts of Lviv, Ukraine, The General Library of the Faculty of Fine Arts of Krakow, The National Museum of Poznan, The General Library of the University of Marie Skłodowska-Curie and The National Museum of Krakow.*

*The analysis of the promoted expositions of the Polish posters of the middle war period of 1918–1939 shows us an interesting panorama regarding the theme of the economic and cultural life of Poland that did not get left behind in Europe, despite enormous difficulties. Rather, it progressed by developing industry, economy and education and by enriching its culture and developing technology.*

*All the gathered **facts** in the study of the collection of posters give us a partial analysis of the panorama of poster making and poster exhibitions through the years 1918–1939 in Poland. Although the collection from this time period is currently closed off and available for study, unfortunately only one part of the work that was not destroyed in the Second World War is available (and only the most interesting posters were kept by collectors or institutions of the era), because of this the information is incomplete. We do not know with certainty the quantity of posters that were created for all of the celebrated exhibitions.*

**Keywords:** *Poster; exhibition; Poland; graphic design; visual communication.*

## EL CARTEL EXPOSITIVO POLACO, 1918–1939

### Introducción

Los carteles polacos gozan de un gran prestigio a nivel mundial, también en México. Sin embargo, los pósters diseñados en el periodo de entreguerras (1918-1939) no son muy conocidos ni en Polonia, ni en el extranjero; incluidos los expositivos.

Nos servimos de la cita de Uwe Loesch la cual podría describir perfectamente la muestra de los carteles expositivos polacos. Son más de trescientas obras con un alto valor artístico, lenguaje no obsoleto, una perfecta impresión y, en su mayoría, en un buen estado de conservación. Constituyen una colección atractiva, valiosa y que “nunca

muere".

Los carteles expositivos polacos del período de entreguerras se encuentran en las colecciones museísticas y en archivos, y muchas veces pertenecen a fondos especiales.

La institución que más carteles expositivos posee es el Museo del Cartel de Wilanów (MPW). Se encuentra en Polonia, muy cerca de la capital y es filial del Museo Nacional de Varsovia. Se inauguró en el año 1968 y fue la institución precursora de otras pocas de este tipo en el mundo. Numerosos museos poseen carteles en sus fondos, pero la colección del MPW es mucho mayor.

La segunda colección importante y casi tan extensa como la de Varsovia es la del Museo Etnográfico y de la Industria Artística de Lviv (MEiPA). Esta ciudad se encuentra actualmente en Ucrania pero antes de la II Guerra Mundial pertenecía a Polonia.

Los siguientes cuatro fondos de interés para el estudio son los pertenecientes a: la Sección de la Colección Especial de la Biblioteca General de la ASP (Facultad de Bellas Artes) de Cracovia (Polonia); la colección del Museo Nacional de Poznan (MNP) (Polonia); la Biblioteca General de la Universidad de Marie Skłodowska-Curie de Lublin (UMCS) y su Sección de la Colección Especial (Polonia); y por último, la del Museo Nacional de Cracovia (MNK) (Polonia).

Podemos encontrar también algunos carteles polacos de los años 1918-1939 en múltiples colecciones extranjeras. Si visitamos la Galería Municipal de Praga (República Checa) o la Biblioteca Nacional Polaca de París (Francia) encontraremos algunos ejemplares interesantes. El Museo de Pushkin de Moscú (Rusia), el Museo Polaco de América (Chicago, USA), el MoMA de Nueva York (USA) y numerosos museos, archivos, bibliotecas de distintas instituciones, colecciones privadas polacas y foráneas también poseen carteles polacos de la época.



Imagen 1: TÍTULO: POLSKA  
 NA MIĘDZYNARODOWEJ  
 WYSTAWIE SZTUKI DE-  
 KORACYJNEJ W PARYŻU,  
 1925 [POLONIA EN LA  
 EXPOSICIÓN INTERNAC-  
 IONAL DE ARTES DECO-  
 RATIVAS DE PARÍS, 1925]  
 TIPO: Exposición Artística  
 Internacional. AÑO: 1925.  
 AUTOR: Zofia Stryjeńska  
 TÉCNICA: (boceto, obra  
 no impresa) guache, lápiz,  
 pincel. TAMAÑO: 93,5 x  
 62,5 cm. © COLECCIÓN: ©  
 MPW – Museo del Cartel de  
 Wilanów (Varsovia, Polonia)

## Breve esbozo de la historia de Polonia

En este momento, y pensando en el lector del presente artículo, sería de gran ayuda ofrecerle un breve esbozo de la historia de Polonia para explicar los hechos que influyeron en la pérdida de la independencia, su recuperación y una breve descripción de la situación social, política, económica y cultural del país en el período de entreguerras.

La historia de Polonia está llena de altibajos. Vivió su mayor desarrollo en los s. XV y XVI. Sin embargo, a finales del s. XVIII (en 1795) Polonia perdió la independencia

y fue sometida a la esclavitud que duró 123 años. Las tierras polacas fueron divididas entre tres países: Prusia, Austria y Rusia. El estallido de la I Guerra Mundial provocó un grave conflicto entre los ocupantes y en el año 1918 Polonia pudo recuperar la añorada independencia. Poco después de la liberación su territorio era diferente al de hoy. La situación territorial del país se estabilizaba lentamente durante algunos años. En el estado polaco, recién independizado, reinaban el atraso económico y la desintegración política<sup>[1]</sup>. Existían muchas desigualdades en el nivel educativo de las distintas regiones del país. En del territorio de Polonia residían varios grupos étnicos, los polacos constituían sólo el 68,9% de la población.<sup>[2]</sup>

A pesar de las difíciles condiciones políticas, sociales y económicas durante el período de entreguerras, se produjo un gran florecimiento de los distintos aspectos de la vida social de los polacos. Se reconstruyó la economía nacional. Se mejoró la situación en la educación a todos los niveles con la consiguiente mejora del sistema universitario. En la cultura y las artes se produjo **una verdadera explosión creativa**, sobre todo en el campo del diseño gráfico, de la pintura, de la poesía y de la música.

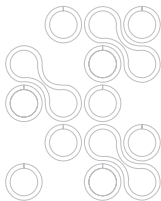
## La vida artística de Polonia en los años veinte

Con la independencia aumentó la demanda de carteles. Se necesitaban diseñadores de muchos tipos de pósters, incluidos los que propagaban préstamos nacionales o servicios institucionales. Cracovia, siendo hasta entonces capital intelectual y artística de Polonia, dejó el protagonismo a Varsovia.

En aquellos años, el desarrollo del campo del diseño gráfico y de carteles estuvo directamente relacionado con los círculos artísticos de Varsovia, y sólo en una pequeña parte con los de Lviv, Vilna o Poznan.

Los círculos artísticos de Varsovia representaban sobre todo dos tendencias: la **tradicionalista** y la **vanguardista**. La primera se caracterizaba por la creación de obras que representaban la grandeza de las épocas históricas e importantes acontecimientos del pasado u obras sobre la mitología romántica y popular, reproduciendo obsesivamente cada detalle. Eran de ideología sentimentalista y estaban apegados al patrimonio nacional. Los vanguardistas representaron la fracción más progresista que se caracterizó por la crítica de la tradición y el radicalismo estético. Entre ambas tendencias se encontraba la **moderada**.

A finales del año 1915 se celebró la apertura oficial de la Politécnica de Varsovia y de la Facultad de Arquitectura<sup>[3]</sup>. La nueva escuela no disponía de espacios para impartir clases de expresión gráfica y los estudiantes fueron enviados a la ASP (Facultad de Bellas Artes) para recibir clases de los mejores profesores de entonces. De esta manera **algunos estudiantes de arquitectura** se interesaron por el diseño gráfico. Su labor tuvo mucho éxito en los años 20 y más todavía en los años 30, ya que supieron hacerse con las ideas artísticas más avanzadas aplicándolas al arte del cartel. Fueron los primeros en "construir" el póster a modo de los planos de un edificio. Se dice que los que vienen de la "periferia", gente de otros campos, aportan nuevos conocimientos con distintos enfoques. A finales del s. XIX los grandes pintores no estaban interesados en el diseño de carteles por tratarlos de un "arte menor" y durante algunas décadas el cartel no se



[1] DAVIES, Norman. *Boże igrzyisko – historia Polski*. [El campo de juego de Dios. Historia de Polonia]. Título original: God's Playground. A history of Poland. Oxford University Press, Oxford, 1981). Trad. pol.: Elżbieta Tabakowska. Tomo II, Znak, Cracovia, 1991.

[2] Datos: *Mały Rocznik Statystyczny 1939* [Pequeño Anuario Estadístico]. GUS [Oficina General de Estadística], Varsovia, 1939.

[3] SZABLOWSKA, Anna. *Tadeusz Gronowski. Sztuka plakatu i reklamy*. Instytut Sztuki Polskiej Akademii Nauk, Varsovia, 2005, pág. 14.

consideraba “arte”, pero cuando los arquitectos se interesaron por él, éste floreció y se independizó de las ideas pictóricas que no siempre funcionaban en la comunicación visual, sobre todo su tipografía. Uno de los estudiantes de arquitectura más destacados y valorados por su talento plástico y sus diseños de carteles fue **Tadeusz Gronowski**. Su obra siempre destaca por la calidad y cantidad en todas las muestras que se organizan sobre la época.

Es importante subrayar que los artistas polacos estaban en contacto y colaboraban con sus colegas de otros países e “importaban” a Polonia todas las novedades estilísticas de última generación, como en el caso de la nueva tipografía. Ellos mismos también aportaban algunas soluciones novedosas al diseño mundial. Muchos fueron conocidos y solicitados en Francia, Alemania o Inglaterra como, el citado anteriormente, Tadeusz Gronowski en Francia o el dúo Levitt–Him en Inglaterra.

Según Bojko<sup>[4]</sup>, durante los años 20, la altísima calidad de los diseños de los carteles polacos le hicieron ganar a Polonia una verdadera “lluvia” de premios (tres Grand Prix y quince medallas y diplomas de honor) en la *Exposición Internacional de Artes Decorativas de París de 1925* (Imagen 1). Otro gran éxito para el país fue la participación de los artistas gráficos nacionales en la *Exposición Internacional de Munich de 1929*.

## La vida artística de Polonia en los años treinta

En los años treinta del s. XX el diseño gráfico polaco llegó a su madurez a pesar de las dificultades económicas por las que pasaba el país. El mundo occidental se sumió en una fuerte crisis económica que afectó a Polonia. A consecuencia hubo un fuerte empobrecimiento de la población y mayor desempleo. Todo esto ocurría en el marco de la revolución industrial. ¿Absurdo? A simple vista puede parecerlo, pero fue así, es la cruda realidad de entonces.

Apareció la sobreproducción, bajada del consumo y lucha por el cliente. Las grandes fábricas empezaron a preocuparse por los consumidores y por una publicidad más profesional. Se elevó el número de empleados en la publicidad. Junto a los territorios de extrema pobreza existían “islotos” de lujo por los que batallaban, con mucho empeño, las empresas productoras de bienes materiales.

Fue un buen momento para la or-

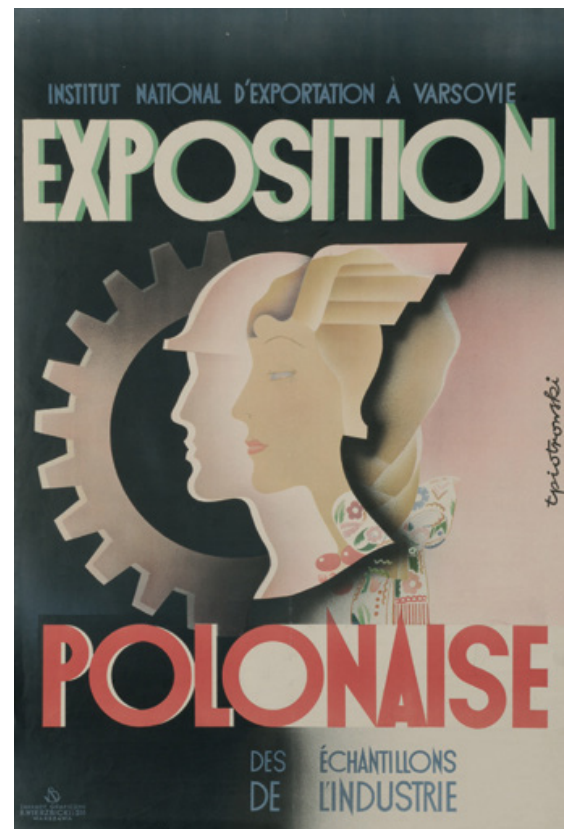
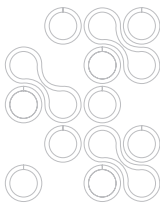


Imagen 2: TÍTULO: EXPOSITION POLONAISE. INSTITUT NATIONAL D'EXPORTATION A VARSOVIE [EXPOSICIÓN POLACA. INSTITUTO NACIONAL DE EXPORTACIÓN DE VARSOVIA] TIPO: Exposición Internacional. AÑO: sobre 1936. AUTOR: Tadeusz Piotrowski. TÉCNICA: offset en color. TAMAÑO: 99,9 x 67,6 cm. © COLECCIÓN: ©MPW – Museo del Cartel de Wilanów (Varsovia, Polonia)



[4] BOJKO, Szymon. *Polska sztuka plakatu – początki i rozwój do 1939 roku [El arte polaco del cartel: origen y desarrollo hasta 1939]*. Wyd. Artystyczno–Graficzne, Varsovia, 1971. Szymon Bojko fue el primer investigador de los carteles polacos.

ganización de grandes eventos expositivos de propaganda comercial como lo eran las ferias comerciales nacionales o internacionales: Feria de Poznan, Feria de Lviv, Feria de Kalwaria y muchas otras.

En aquellos años, en el campo del diseño gráfico y publicitario se produjo la división en dos tendencias. La primera abarcaba una producción publicitaria apoyada en el pensamiento plástico sintético y moderno en la creación de anuncios ambiciosos de gran nivel artístico, de alta calidad y más caros. No todas las empresas podían permitirse semejantes desembolsos. Tampoco todos los gerentes entendían la importancia de un anuncio bien hecho o simplemente su mercancía no necesitaba de tales reclamos. Por eso existía la segunda tendencia publicitaria: de vertiente naturalista. Era simple, directa y con una iconografía muy realista. Este tipo de anuncios se producían en cantidad. Su calidad era aceptable y estaba dirigida a todos los públicos. Muchas veces eran anuncios de publicidad anónima, una idea novedosa que apareció en Polonia en aquella década. Algunas empresas nacionales de la época se unían y repartían los gastos de los anuncios entre todos, por ejemplo: las azucareras encargaban carteles bajo el lema "El azúcar da fuerza".

Lo característico de aquel período fue el gran salto desde las formas planas a las tridimensionales. En la publicidad se comenzó a emplear la fotografía y los primeros planos en las obras visuales que a menudo parecían un tanto surrealistas. Igual que en los años 20, los artistas polacos del cartel seguían en contacto con el arte europeo y sus creadores, entre otros con el famoso Cassandre. El mercado poligráfico se desarrollaba rápidamente condicionando la buena calidad de los carteles impresos.



Imagen 3: TÍTULO: GENTLEMAN, ŚNIEGOWIEC WYTWORNEJ DAMY [GENTLEMAN, BOTA DE NIEVE PARA UNA DAMA]  
 TIPO: Cartel Publicitario Comercial (publicidad de calzado) AÑO: 1929. AUTOR: Tadeusz Gronowski TÉCNICA: litografía en color. TAMAÑO: 105 x 74,7 cm. © COLECCIÓN: © MPW – Museo del Cartel de Wilanów (Warsovia, Polonia)

## Definición el cartel expositivo

Para poder esbozar los rasgos característicos del cartel expositivo sería de gran ayuda conocer algunos aspectos que los definen. **El cartel expositivo** está relacionado con el acto de exponer y de anunciar muestras de objetos, obras de arte y servicios. El cartel expositivo suele hacer referencia a la esfera material de la existencia humana y anuncia exposiciones de una amplia temática.



Imagen 4: TÍTULO: JAN  
 FRUZIŃSKI. CZEKOLADKI,  
 CUKRY [JAN FRUZIŃSKI:  
 CHOCOLATES, DULCES]  
 TIPO: Cartel Publicitario  
 Comercial (publicidad de  
 bombones de chocolate)  
 AÑO: 1930 AUTOR:  
 Tadeusz Gronowski /strong>  
 TÉCNICA: litografía en color  
 TAMAÑO: 100 x 70 cm ©  
 COLECCIÓN: © MPW –  
 Museo del Cartel de Wilanów  
 (Varsovia, Polonia)

El cartel expositivo es el “escaparate” de una exposición. En su título o comunicado textual aparece la palabra “EXPOSICIÓN” (WYSTAWA, EXPOSITION, MAKSLAS) (Imagen 2) o “FERIA” (TARGI, FAIR) con la tipografía más grande y en un idioma o varios por separado o a la vez. Es el tipo de cartel con una mayor diversidad lingüística. Se imprimía en uno (exposiciones nacionales, público nacional) o varios idiomas (ferias internacionales, público nacional e internacional, promoción del país), según las necesidades.

Otra rasgo característico de este tipo de cartel es que contiene información sobre las fechas de la celebración de la exposición casi siempre cerradas (desde cuando y hasta cuando) porque la mayoría anuncian una exposición temporal.

Iconográficamente suele ser adecuado al estilo de la exposición anunciada. Los de ferias comerciales internacionales muchas veces añaden en su ilustración elementos característicos del país que representan que pueden ser, entre otros, su bandera, paisaje, animal o traje popular regional. En muchos aparecen las banderas de los países invitados.

Con el fin de contrastar la definición de **los carteles expositivos**, tenemos que describir los carteles no-expositivos. Éstos se pueden dividir en dos grupos: los que anuncian bienes materiales (cartel publicitario comercial dedicado a la venta de productos (Imágenes 3 y 4)) y los que anuncian ideas (parte inmaterial de la vida humana), por ejemplo los que propagan ideas políticas o sociales, no están relacionados con la esfera material de nuestra existencia sino con la esfera intelectual, espiritual, social, política y patriótica (cartel de prevención de enfermedades, de advertencia, informativos, de movilización, de acción social, cartel de temática de ocio (Imagen 5), deportiva (Imagen 6) o turística y los carteles institucionales).

El cartel publicitario comercial suele ofrecer un mensaje corto y preciso, no se suele incluir en él la información sobre lugares o fechas. En los carteles sociales pueden



aparecer mensajes, fechas o lugares. Ambos grupos de carteles no-expositivos suelen ser interesantes iconográficamente. En los carteles no-expositivos no aparece la palabra "EXPOSICIÓN".

## Los carteles expositivos polacos de entreguerras

Para poder acometer el estudio de los rasgos de los carteles expositivos éstos fueron clasificados por tipos. En algunos casos la división se hacía bastante difícil. Había carteles que pertenecían claramente a un grupo pero los había también que podrían pertenecer a dos o más grupos distintos. En las múltiples publicaciones sobre carteles éstos aparecen clasificados de distintos modos según las preferencias de cada autor. Sin embargo, no existe ningún álbum dedicado sólo a los carteles de carácter expositivo. Aquí, los carteles de exposiciones están divididos en 6 tipos: A) Ferias Comerciales y Mercados, B) Exposiciones Comerciales, Industriales y Agrícolas, C) Exposiciones Artísticas, D) Exposiciones de Arquitectura, E) Exposiciones, del Libro e Imprenta y F) Exposiciones Histórico-Commemorativas, de Temática Social y de Propaganda.

Gracias al análisis de los datos sabemos que el mayor número de los carteles expositivos del período de entreguerras fue dedicado a las Exposiciones Artísticas (58%) (Imagen 7). En el segundo lugar se encuentran los carteles dedicados a las Ferias Comerciales y Mercados (18%) (Imagen 8). En el tercer lugar tenemos los carteles anunciadores de las Exposiciones Comerciales, Industriales y Agrícolas (13,9%) (Imagen 9). En el grupo de los bocetos también dominan los dedicados a las Ferias Comerciales y Mercados y a las Exposiciones Artísticas.

**Los autores de los carteles.** Aunque la mayoría eran artistas de prestigio, algunos también eran aficionados porque existía una gran demanda de carteles y se necesitaban muchos diseñadores para poder cumplir con las exigencias del mercado. No todos los diseñadores son conocidos en la actualidad, sólo el 78,8%. Algunos son autores de varios carteles no coinciden con las fichas científicas de todas las colecciones, es decir, según una colección el autor es conocido y en otra aparece como desconocido. Los autores que hicieron mayor cantidad de carteles expositivos fueron: Tadeusz Gronowski, Ludwik Tyrowicz, Edmund Bartłomiejczyk y Jan Wroniecki.



Imagen 5: TÍTULO: 11  
 LUTEGO 1933. XIII  
 BAL. WARSZAWA SWEJ  
 POLITECHNICE [11 DE  
 FEBRERO DE 1933. XIII  
 FIESTA DE BAILE. VARSO-  
 VIA A SU POLITÉCNICA]  
 TIPO: Cartel de Fiesta (fiesta  
 de baile) AÑO: 1933. AU-  
 TOR: Jan Knothe. TÉCNICA:  
 offset en color. TAMAÑO:  
 111,5x74 cm. © COLEC-  
 CIÓN: © MPW - Museo del  
 Cartel de Wilanów (Varsovia,  
 Polonia)

Otros artistas que se dedicaban a la creación de carteles expositivos eran: Maurycy Amster, Bronisław Kazimierz Bartel, Stanisław Batowski-Kaczór, Michał Bylina, Wiktold Chomicz, Stanisław Chrostowski-Ostoja, Tadeusz Cieślewski (hijo), Bolesław Cybis, Andrzej Czerniewski, Eugeniusz Gross, Jerzy Hryniewiecki, Jan (Jerzy) Hryńkowski, Wojciech Jastrzębowski, Edmund John, Mieczysław Jurgielewicz, Zygmunt Kamiński, Felicjan Szczęsny Kowarski, Wiktor Zbigniew Langner, Eryk Lipiński, Zygmunt Lorec, Edward Manteuffel, Józef Mehoffer, Stefan Juliusz Norblin, Jan Nowicki, Edward Okuń, Fryderyk Pautsch, Tadeusz Piotrowski, Andrzej Pronaszko, Władysław (Wacław) Roguski, Franciszek Seifert, Kazimierz Sichulski, Władysław Skoczylas, Andrzej Stypiński, Bolesław Surafło, Henryk Uziębło, Antoni Wajwód, Wojciech Weiss, Stanisław Ignacy Witkiewicz y muchos otros.

¿La creación de carteles era una labor de hombres? Por lo menos, en el período de entreguerras eran principalmente los hombres quienes se ocupaban del diseño de carteles. Entre 151 autores había sólo 10 mujeres.



Imagen 6: TÍTULO: MISTRZOSTWA SZERMIERCZE EUROPY. 20-29.VI. 1934, WARSZAWA [CAMPEONATO EUROPEO DE ESCRIMA. 20-29.VI.1934, VARSOVIA] TIPO: Cartel Deportivo (Campeonato Internacional) AÑO: 1934. AUTOR. Andrzej Stypiński y Jerzy Skolimowski. TÉCNICA: ¿? TAMAÑO: ¿? © COLECCIÓN: © MPW – Museo del Cartel de Wilanów (Varsovia, Polonia)

**Técnicas de impresión de los carteles.** La técnica de impresión más popular en los años 1918-1939 era la **litografía** (en b/n, monocolor y en color, auto-litografía, cromolitografía). Con la ayuda de esta técnica fueron impresos el 54% de todos los carteles analizados. El **offset** fue la segunda técnica más popular de aquel período (24,7% de impresiones). Si observamos el desarrollo de las técnicas de impresión, vemos que durante los años 20 se utilizaba principalmente la técnica de la litografía y en los años 30 se po-

pularizó el offset, apartando casi por completo a la litografía. Además de la litografía se empleaban las técnicas de: xilografía, grabado de linóleo, tipografía, tipografía en color, rotograbado y aerógrafo. Las técnicas de la elaboración de los bocetos en aquel tiempo eran: acuarela, témpera, temple, tinta, guache, lápiz y pincel.

**El tamaño** de los carteles era variado según las distintas técnicas y oscilaba entre 90 y 100cm (54%) de alto y entre 60 y 70cm (60%) de ancho.

**Composición.** La mayoría de los carteles se diseñaron en vertical (90,7%). **El texto** estaba colocado mayoritariamente en la parte de arriba y abajo de la superficie del cartel (30,8%) o en la parte de abajo (26,5%). **La ilustración** se encontraba en la parte de arriba (38,3%) o en la parte central (24%). En el 59,5% de los pósters el texto no estaba integrado con **la ilustración**. Los contornos de la ilustración aparecían delimitados, desdibujados o abiertos en el espacio bidimensional del cartel. Su forma muy a menudo era cuadrada, redondeada o de formas indefinidas y podría ocupar la totalidad, la mitad, un cuarto o menos de la superficie del cartel. El fondo solía ser: neutro, abstracto o realista.

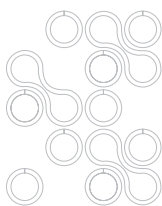
#### Protagonista de la ilustración.

En las ilustraciones de los carteles aparecían distintos protagonistas. En el primer plano, en más de la mitad de los pósters se veían objetos (58,2%). En las ilustraciones también había figuras humanas (44,2%). El paisaje natural o urbano apareció en el 28,3% de las obras. La figura de un animal apareció en el 10,3% de los pósters expositivos, el elemento vegetal en el 9% y el fenómeno natural en el 9,3% de las obras. Las composiciones geométricas aparecieron en el 7,2% de los carteles analizados y la tipografía en el 6,2%.

**El color.** En los carteles y bocetos expositivos analizados predominaba<sup>[5]</sup> el color negro que apareció en el 67% de las obras. El **rojo** se empleó en el 48,9% de los carteles y el **azul** en el 43%. El color **blanco** se utilizó en el 34,3% de los pósters. Sin embargo, en el diseño de los carteles expositivos raramente se empleaba el color

**violeta.** Los artistas solían utilizar con mayor frecuencia de 1 a 4 colores en sus diseños. El empleo de los colores por los creadores de carteles era muy variado y dependía también del tipo del cartel y de la exposición. Los carteles más coloridos eran los de las Ferias Comerciales y Mercados y de las Exposiciones Comerciales, Industriales y Agrícolas. Los carteles medianamente coloridos eran los dedicados a las Exposiciones Artísticas. Los carteles poco coloridos eran los dedicados a las Exposiciones de Arquitectura, Exposicio-

Imagen 7: TÍTULO: L'ART POLONAIIS, POLNISCHE KUNST, SCHLOSS RAPPERSWIL, JULI-SEPTEMBER 1936 [EL ARTE POLACO, SCHLOSS RAPPERSWIL, JULIO-SEPTIEMBRE DE 1936]  
 TIPO: Exposición Artística Internacional AÑO: 1936  
 AUTOR: Antoni Wajwód  
 TÉCNICA: offset en color  
 TAMAÑO: 76,3 x 53,3 cm  
 © COLECCIÓN: © MPW - Museo del Cartel de Wilanów (Varsovia, Polonia)



[5] Cuando hablamos de predominio de un color esto no significa que el color dado ocupaba la mayor parte de la superficie del cartel, sino que se empleaba en casi todos los pósters: en los contornos de las figuras, en su relleno o en los fondos, aunque fuera en una pequeña cantidad.

nes del Libro e Imprenta y Exposiciones Histórico-Commemorativas, de Temática Social y de Propaganda.

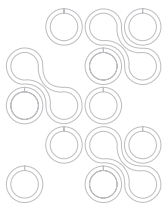
**La tipografía.** En los años de entreguerras en Polonia apareció el **cartel tipográfico** y fue un concepto de lo más vanguardista. El primer póster de este tipo lo diseñó Berlewi en el año 1924. Era un cartel expositivo. El autor de la muestra diseñó su propio anuncio. Berlewi era pintor y teórico del arte. Fue uno de los creadores de la tipografía funcional polaca junto con Szczuka y Strzemiński, pero menos conocido. Pasó a la historia del arte por crear la "mecanofactura", un concepto plástico que acentuaba el rasgo bidimensional de la superficie limitando la importancia del color. Hoy se considera uno de los precursores del diseño gráfico funcional europeo.<sup>[6]</sup>

Hablando de las características de la tipografía de los carteles expositivos polacos, no sólo tipográficos, ésta se caracterizaba por una rica variedad. En los **años 20** se prescindió de la línea travesera (la barra) en la letra "A". Aparecieron letras con contorno, transparentes, superpuestas, "aerografiadas" o geometrizadas. En los **años 30** se rellenaban con tintas planas los blancos internos de las letras cerradas. Aparecieron letras "tridimensionales", letras tipo plantilla, letras "huecas". Surgió la composición de la superposición de palabras, la escritura en diagonal y escritura de arriba hacia abajo. El mayor número de carteles fueron diseñados e impresos con las letras de un color (39,9%). El 57,3% se diseñaron con los caracteres bastante simples. Eran letras con tipos de imprenta o escritas llenas, es decir rellenas de forma uniforme con un color, sin elementos de adorno, sin claroscuro, sin contorno ni subrayado. El rasgo más característico es que cuanto más variada y rica artísticamente era la tipografía de los carteles, tanto menor era el número de obras que las representaban. En general, en el diseño de los carteles expositivos se empleaban letras de uno o dos estilos. En el 100% de los carteles aparecieron letras **mayúsculas**. Las **minúsculas** siempre acompañaban a las mayúsculas (29%). Sólo un 1,6% de los carteles poseían inscripciones en cursiva.

**La simetría y asimetría en los carteles.** En el período de entreguerras había carteles expositivos muy simétricos, bastante simétricos y asimétricos. Los bloques de texto también eran simétricos, asimétricos o justificados con letras más o menos espaciadas.



Imagen 8: TÍTULO: X-E  
 FOIRE ORIENTALE  
 INTERNATIONALE, 2-16.  
 IX.1930. LWÓW-POLOGNE  
 [X CONMEMORATIVA  
 FERIA ORIENTAL INTER-  
 NACIONAL, 2-16.IX.1930.  
 LVIV, POLONIA] TIPO:  
 Feria Comercial Internac-  
 ional. AÑO: 1930. AUTOR:  
 Jerzy Hryniewiecki y Andrzej  
 Stypiński. TÉCNICA: offset  
 en color. TAMAÑO: 107,5 x  
 72 cm. © COLECCIÓN: ©  
 MPW - Museo del Cartel de  
 Wilanów (Varsovia, Polonia)



[6] FRANKOWSKA Mag-  
 dalena, FRANKOWSKI,  
 Artur. *BERLEWI*, Czysty  
 Warsztat, Gdańsk, 2010.

**Versiones lingüísticas de los carteles expositivos.** Durante los años de entreguerras los carteles polacos se diseñaban en polaco y además en algunos idiomas extranjeros como en: alemán, francés, inglés, checo, eslovaco, rumano, japonés, turco, sueco, yiddish, letón, estonio, italiano (alrededor del 15%). Con mayor frecuencia se utilizaban el alemán y el francés, menos el inglés. En general, los carteles polacos se diseñaban en la lengua polaca. El 95% tenían textos en el idioma polaco, algunos de ellos en polaco y en un idioma extranjero en el mismo cartel.

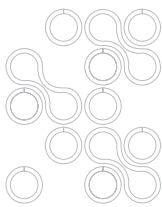
**Las imprentas.** Los carteles expositivos se imprimían en distintas imprentas y talleres litográficos nacionales y privados o pertenecientes a algunas sociedades. El mayor número de carteles se imprimieron en la imprenta Litografía Artística de W. Głównzewski (6,5%) de Varsovia y en el Taller Litográfico "Piller-Neuman" (9%) de Lviv. Las ciudades de Varsovia y Lviv utilizaban casi veinte talleres distintos, sin embargo otras localidades hacían uso de 1 a 2 imprentas por lo general.

**Exposiciones.** El análisis de la información que nos proporciona el cartel expositivo polaco nos ayuda a comprender mejor los aspectos de la vida económica y cultural de los polacos de entonces. Polonia no se quedaba detrás de Europa: avanzaba, desarrollaba la industria, la economía y la enseñanza. Enriquecía su cultura. Aprovechaba las novedades e inventos técnicos en los distintos campos del pensamiento humano.

El mayor número de exposiciones fueron organizadas en el año **1927, 1930 y 1936**. El menor número de muestras se celebraron en los años **1918** y en **1939**, es decir justo después de la recuperación de la independencia y poco antes del estallido de la II Guerra Mundial. Las ciudades en las que se organizaban las exposiciones con mayor frecuencia eran **Varsovia** y **Lviv**, después Poznan y Cracovia, y en tercer lugar la ciudad de Bydgoszcz. **Los organizadores de las exposiciones** eran mayoritariamente: administraciones de las ferias comerciales, sociedades, comités, museos, uniones de: ciudades, estudiantes o artistas, círculos de aficionados a la cultura o círculos profesionales, salones del arte, universidades, escuelas artísticas o ministerios y personas físicas como organizadores individuales.

En Polonia durante el período de entreguerras se exponía y se comerciaba generalmente con los **productos de la industria**: acuática, deportiva, turística, hotelera y de restauración, radiotécnica, agrícola, de la construcción de viviendas, metalúrgica, aeronáutica, etc. También se exponía y se comerciaba con los **productos artísticos**: pintura, grabado, escultura, arte popular, etcétera., con los productos del campo de los equipos de interiores, muebles y dispositivos domésticos, libros, productos agrícolas, animales, **materias primas** o los productos de la industria popular. Se organizaban también exposiciones de temática histórico-conmemorativa, exposiciones dedicadas a los problemas sociales y de propaganda. Las muestras tenían en general un **lugar fijo**: ciudad o lugar del evento. Las ciudades en aquel período probablemente se especializaban en la organización de algunos tipos de eventos expositivos.

En los años 1918-1939 a los polacos se les ocurrían algunas **interesantes formas de exponer** como lo era la *Exposición Itinerante sobre el río Vístula* que navegaba desde Cracovia hasta Gdansk, visitando más de 30 ciudades y pueblos. En la exposición se mostraban distintas mercancías. Otra muestra muy original en aquellos tiempos fue el *Salón de los Independientes*, quienes expusieron sus obras en una verja del Jardín Saski de Varsovia en el año 1936 (Imagen 10<sup>[7]</sup>) o la *Exposición Itinerante del Arte* sobre el año 1933



[7] La imagen se publicó en: AA.VV; WOJCIECHOWSKI, Aleksander, red. *Polskie życie artystyczne w latach 1915-1939* [La vida artística polaca en los años 1915-1939]. Instytut Sztuki Polskiej Akademii Nauk (PAN), Wrocław, Varsovia, Cracovia, Gdańsk, 1974.

en la que las obras se trasladaban y exponían dentro de un vagón tirado por caballos.

## Conclusión

Resumiendo, los carteles expositivos polacos de los años 1918-1939 se diseñaban con las **ilustraciones en color** y una **tipografía legible**. Los carteles de ferias comerciales eran mucho más llamativos que los artísticos porque se diseñaban para un público más amplio y de todos los niveles culturales. Observamos también que los museos de la época no se preocupaban por encargar carteles de vanguardia para sus exposiciones, sino que se contentaban con un estilo más convencional, con una composición y tipografía más simple. Esta tendencia se puede apreciar en muchos carteles de las exposiciones celebradas en el Museo Nacional de Varsovia durante los años 30.

En Polonia, durante el período de entreguerras se organizaban muchos concursos de carteles. Se imprimían los mejores diseños, por eso los carteles anunciadores de eventos expositivos eran de **muy alta calidad artística**. El diseño de un mismo cartel servía para las exposiciones durante varios años, bastaba con cambiar la fecha del evento. Los carteles, dependiendo de sus autores, podían ser homogéneos o similares entre sí (Tyrowicz: todos sus carteles se parecen entre sí) o variados (Gronowski: sus carteles son distintos, aunque sí podemos adivinar por el estilo de sus dibujos que pertenecen a un mismo autor, esto se refiere a los dibujos con contorno).

Los carteles expositivos polacos de la época poseían un **lenguaje sencillo** y fácil de entender. **Hablaban** del evento que se iba a celebrar **de una manera directa** y por eso se adelantaban a la exposición, siendo un exitoso y **atractivo reclamo visual** de las muestras (y no es fácil anunciar un evento con anterioridad a su estreno, ya que es imposible predecir si va a gustar a los participantes o no). Fueron carteles creados principalmente por los **artistas de prestigio** y elaborados de manera **impecable**. Su tamaño se encontraba en los límites del estándar europeo de la época. Se imprimían casi siempre en papel blanco

Observamos también que en los carteles expositivos se ven reflejados **los princi-**



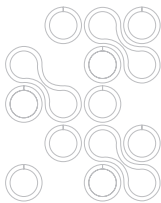
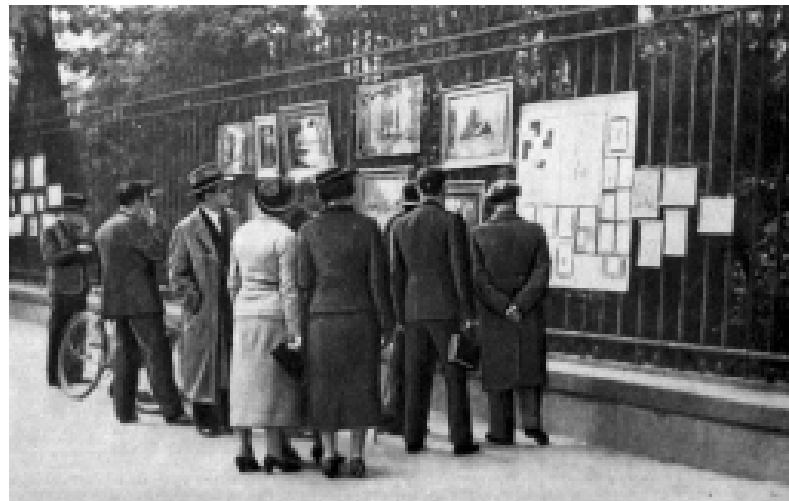
Imagen 9: TÍTULO:  
 POZNAŃ, MAJ –  
 WRZESIEŃ 1929.  
 POWSZECHNA WYSTAWA  
 KRAJOWA [POZNAŃ,  
 MAYO – SEPTIEMBRE DE  
 1929. EXPOSICIÓN POPU-  
 LAR NACIONAL.] TIPO:  
 Exposición Comercial Na-  
 cional. AÑO: 1929. AUTOR:  
 Wojciech Jastrzębowski.  
 TÉCNICA: litografía en  
 color. TAMAÑO: 97,5 x  
 67 cm. © COLECCIÓN ©  
 MPW – Museo del Cartel de  
 Wilanów (Varsovia, Polonia)

**pales estilos artísticos de entonces**, conocidos en Polonia y en Europa. Rafał Nowakowski en su artículo<sup>[8]</sup> opina que en los carteles que anuncian exposiciones se percibe el desarrollo del arte del siglo XX empezando por el modernismo, formismo (una especie de cubismo polaco), expresionismo, constructivismo u otros. El cartel expositivo de entreguerras pasaba por una acelerada evolución estilística de una obra del arte, o más bien, del código estético originado por el modernismo y después a través de las vanguardias

Gracias al estudio de los carteles expositivos polacos sabemos que no solían diseñarse a partir de soluciones abstractas no figurativas. Mayoritariamente se utilizaba un **lenguaje directo e ilustración figurativa aunque con un cierto grado de abstracción**. En algunos carteles lucía una **bella imagen** pero la tipografía no estaba tan bien pensada, aunque de éstos, por suerte, había pocos.

Hace falta aclarar que, en el período de entreguerras en Polonia existía una alta demanda de carteles y por falta de "mano de obra" también hubo diseñadores aficionados. Sin embargo, la mayoría de las piezas del arte del cartel conocidas actualmente son obras diseñadas por autores bien preparados para este fin. También se podría apuntar que la mayoría de estos carteles fueron un buen reclamo de los eventos expositivos en Polonia y en el extranjero siendo una potente e indispensable herramienta de promoción de una joven nación dentro y fuera de sus fronteras.

Imagen 10: SALON  
 NIEZALEŻNYCH. OGRÓD  
 SASKI, WARSZAWA, 1936.  
 [SALÓN DE LOS INDEPENDIENTES, JARDÍN SASKI,  
 VARSOVIA, 1936] AÑO :  
 1936. PUBLICADO EN :  
 AA.VV; WOJCIECHOWSKI,  
 Aleksander, red. *Polskie  
 życie artystyczne w latach  
 1915-1939 [La vida artística  
 polaca en los años 1915-  
 1939]*. Instytut Sztuki Polskiej  
 Akademii Nauk (PAN),  
 Wrocław, Varsovia, Cracovia,  
 Gdańsk, 1974.



## Bibliografía

[8] NOWAKOWSKI, Rafał. "Od "Malarstwa Ulicy" do Dekonstrukcji, refleksja nad sztuka w polskim plakacie wystawowym" en: KURPIK, Maria; SZYDŁOWSKA, Agata, red. *Plakaty w zbiorach Muzeum Plakatu w Wilanowie. Muzeum Narodowe w Warszawie*, Varsovia, 2008, pág. 113.

[1] AA.VV; WOJCIECHOWSKI, Aleksander, red. *Polskie życie artystyczne w latach 1915-1939 [La vida artística polaca en los años 1915-1939]*. Instytut Sztuki Polskiej Akademii Nauk (PAN), Wrocław, Varsovia, Cracovia, Gdańsk, 1974.

- [2] BOJKO, Szymon. *Polska sztuka plakatu. Początki i rozwój do roku 1939*. [El arte polaco del cartel: origen y desarrollo hasta 1939]. Wyd. Artystyczno–Graficzne, Varsovia, 1971.
- [3] DAVIES, Norman. *Boże igrzysko – historia Polski* [El campo de juego de Dios. Historia de Polonia]. Título original: *God's Playground. A history of Poland*. Oxford University Press, Oxford, 1981. Trad. pol. Elżbieta Tabakowska. Tomo II, Znak, Cracovia, 1991.
- [4] DREXLER, M. Anna; OLSZEWSKI, K. Andrzej. *Polska i Polacy na powszechnych wystawach światowych 1851–2000*. Instytut Sztuki PAN, Varsovia, 2005.
- [5] FRANKOWSKA Magdalena, FRANKOWSKI, Artur. *BERLEWI*. Czysty Warsztat, Gdańsk, 2010.
- [6] HELLER, Steven; CHWAST, Seymour. *Graphic styles from Victorian to Post–Modern*. Thomas and Hudson, Londres, 1988.
- [7] KURPIK, Maria; SZYDŁOWSKA, Agata, red. *Plakaty w zbiorach Muzeum Plakatu w Wilanowie*. Muzeum Narodowe w Warszawie, Varsovia, 2008.
- [8] *Mały Rocznik Statystyczny 1939* [Pequeño Anuario Estadístico]. GUS, Varsovia, 1939.
- [9] MEGGS, Philip B. *Historia del diseño gráfico*. McGraw–Hill/Interamericana Ed., México, D.F., 2000.
- [10] PARSZEWSKA, Dorota. *Architektura plakatu. Graficy–architekci z kręgu Politechniki Warszawskiej w latach 1915–1939*. Muzeum Plakatu w Wilanowie, Varsovia, 2005.
- [11] *Rocznik polskiej grafiki reklamowej* [Anuario del diseño gráfico publicitario]. Varsovia, 1935.
- [12] RUDZIŃSKI, Piotr, red. *Pierwsze półwiecze polskiego plakatu, 1900–1950* [La primera mitad del siglo del cartel polaco, 1900–1959]. UMCS, Lublin, 2009.
- [13] SATUÉ, Enric. *El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días*. Alianza, Madrid, 2004.



[14] SPENCER, Herbert. *Pioneers of Modern Typography*. MIT Press, 1990; Gustavo Gili, 1995.

[15] SZABLOWSKA, Anna. *Tadeusz Gronowski. Sztuka plakatu i reklamy [Tadeusz Gronowski. El arte del cartel y de la publicidad]*. Instytut Sztuki Polskiej Akademii Nauk, Varsovia, 2005.

[16] ZAKRZEWSKI, Stanisław Zenon. *Poradnik stosowania reklamy [Manual del empleo de la publicidad]*. Varsovia, 1937.

Atención:

© El Copyright de las imágenes de los carteles es del Museo del Cartel de Wilanów.