

UNA ESTRELLA SOBRE LA LÍNEA (AL FINAL DE LA PERSPECTIVA)

HÉCTOR MONTES DE OCA

DEPARTAMENTO DE TEORÍA Y ANÁLISIS
UAM XOCHIMILCO
hejamovil@yahoo.com.mx

Arquitecto por la Universidad Iberoamericana, posgrado de Letras Iberoamericana por la UNAM y en Diseño por la UAM. Profesor de tiempo completo en la UAM-X en la Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica y en los Troncos Interdivisional y Divisional. Área de investigación: Procesos Sociales y Formales del Diseño; Línea de investigación: Teoría y análisis de la imagen. Ha publicado diversos artículos en revistas universitarias.

A partir del cartel *Étoile du Nord*, diseñado por Adolphe Mouron Cassandre por encargo de la compañía francesa de ferrocarriles para anunciar una ruta entre París y Ámsterdam, el artículo presenta un análisis que intenta descubrir la metáfora existente en el trazo de unas vías sobre el espacio vacío, como una exaltación tecnológica y un recurso para la incitación al viaje. Un cartel donde el diseñador pudo articular sus ideas de simbolización artística y las demandas del reclamo persuasivo en un momento específico del desarrollo publicitario utilizando habilidades plásticas que aún tenían cabida antes de ser desplazadas por las imágenes fotográficas. **Palabras clave:** Cartel, ferrocarril, tecnología, perspectiva, velocidad, viaje.

*This article analyzes the poster *Étoile du Nord* designed by Adolphe Mouron Cassandre for the French railway company Chemin de Fer du Nord to advertise a route between Paris and Amsterdam. The analysis sets out to reveal the metaphor lying in the image showing railway tracks situated in an empty space as a glorification of technology inciting the viewer to travel. In this poster, the designer was able to articulate his ideas of artistic symbolization and the need for persuasion at a specific time in the development of advertising using artistic skills in an era when these skills still predominated before they were displaced by photography. **Keywords:** Poster, railroad, technology, perspective, speed, travel.*

INTRODUCCIÓN

El periodo entre el final de la primera guerra (1919) y el comienzo de la segunda (1939) tuvo importantes transformaciones en el ámbito de la imagen. La más influyente, quizá, fue la que resultó del dadaísmo, al plantear una ruptura radical y prácticamente definitiva con los modos de producir, difundir y consumir el arte. No obstante, en los espacios más cotidianos y pragmáticos de la comunicación comercial, cobraron importancia las propuestas que buscaban utilizar esas mismas formas vanguardistas que cuestionaba el dadaísmo para construir un lenguaje más moderno capaz de persuadir a la gente hacia el consumo de los objetos que la industria comenzaba a producir masivamente. A esa tarea se abocaron muchos diseñadores talentosos seducidos por los beneficios inmediatos que tal actividad les proporcionaba. Uno de los más destacados fue sin duda A. M. Cassandre (1901-1968) que con sus carteles ocupó una breve pero significativa época del diseño gráfico europeo, llenando las calles con imágenes, algunas de ellas memorables, que resaltaban las cualidades casi emblemáticas de los productos industriales. Sus ideas, claramente situadas entre las artes y los oficios, pudieron desarrollarse según sus deseos en este periodo.

Como el propio Cassandre reconocería más tarde, entre los años 1924 y 1936 tuvo su mejor época, años entre las dos guerras, con circunstancias irrepetibles que lo convirtieron en el mejor y más famoso cartelista: por un lado, la comprensión plena de las cualidades que las imágenes requerían para fijarse en el imaginario colectivo y, por otro, una industria europea abierta a las propuestas que los lenguajes de vanguardia podían hacer a sus requerimientos comerciales.

Ambas condiciones coinciden, tan precaria como eficazmente, antes de que las grandes agencias norteamericanas determinaran con la fotografía, otro tipo de imágenes publicitarias.

Aquel breve lapso, sin embargo, quedó marcado por un estilo que Cassandre ayudó a trazar con la esperanza, más que sugerida, de que el artista guiara los propósitos comerciales de los carteles.¹

EL GOZOSO TUMULTO DE LA CALLE

Más interesado por la pintura que en ninguna otra cosa, Adolphe Mouron Cassandre estudió en la École de Beaux-

Arts antes de inscribirse en la Académie Julien. Sin embargo, un año después, al obtener un tercer lugar en el concurso que organizó Michelin en 1919, decidió dedicarse temporalmente a la actividad gráfica en la empresa Hachard & Cie con el propósito inmediato de independizarse de sus padres.

Por aquellos años, al comenzar la elaboración de diseños propios, decidió firmar sus carteles con un seudónimo para deslindar su actividad artística de la otra que pensaba abandonar una vez que ganara lo suficiente y alcanzara la madurez técnica e intelectual necesaria.² Sin embargo, las cosas sucedieron de un modo distinto, principalmente porque el éxito de sus carteles fue tan inmediato como arrollador, y el enigmático sobrenombre se volvió famoso.

Las consideraciones que lo llevaron a la actividad gráfica cambiaron significativamente con *Au bûcheron* (*El leñador*, 1923) (Figura 1), cartel apaisado muy vigoroso que fue reproducido en todo tipo de soportes urbanos para anunciar muebles de madera. Fue entonces que Adolphe, a los 23 años, se transforma en *Cassandre*, un personaje que cede, no sólo a las seductoras ganancias económicas y sociales que llegaban inesperadamente a su vida sino, sobretudo, al extraño y fascinante poder que los medios de reproducción modernos daban al diseñador para cautivar a las multitudes urbanas. Un efecto más inmediato y directo que ningún pintor había poseído jamás y que le permitía establecerse en el mismo centro de la vida contemporánea.

En este sentido, su interés original era el correcto, porque la frescura y luminosidad de sus diseños, con

1. Aunque Cassandre explicó con claridad que: "un cartel no es una pintura sino un "artefacto de difusión", la enorme desilusión que expresó después no deja dudas al respecto:

La razón por la que he virtualmente abandonado a la publicidad y ahora me aplico a la pintura es que me sentí asqueado por la perpetua confusión de los valores que es inevitable, dado el presente estado de las cosas... Así que renuncié a lo que había creído por un tiempo: que era posible utilizar los toscos medios del cartel para establecer contacto con la fibra más íntima del espectador, que podía uno establecer contacto con su existencia sensitiva y emocional y despertar su intelecto. No hay duda de que pedía demasiado (Henri Mouron, "Art Présent", en A. M. Cassandre, Nueva York, Rizzoli, 1985, pp. 47 y 116-117).

2. *Ibid.*, p. 10.



Figura 1. *Au bucherón*. Fuente: Robert Brown y Susan Reinhold, *The Poster Art of A. M. Cassandre*, Nueva York, E. P. Dutton, 1979, pp. 28 y 29.

capacidad para causar placer visual, radicaba en haber sido “concebidos para tomar su lugar en el espesor de la vida, en el gozoso tumulto de la calle”³ donde hablaban a un público tan numeroso como diverso.

Una nueva sensibilidad enlazada con las reflexiones teóricas que formulaban, por aquel tiempo, los constructivistas y también los *nabis*, que planteaban una expresión artística menos relacionada con la expresión individual y el gusto refinado de los conocedores que con las necesidades más comunes de la sociedad moderna.

Una nueva fe —tan romántica como utópica— que buscaba reivindicar las posibilidades liberadoras de la modernidad industrial mediante las aptitudes de una práctica responsable y rigurosa que posibilitara la creatividad del trabajo aplicado. Un llamado como el de Gropius, que propuso involucrar a todos los creadores en un proyecto comunitario que diera un sentido a los esfuerzos aislados y dispersos de los artistas que vivían en su “torre de marfil”. Un proyecto en el que Cassandre encontró, junto con un éxito sorprendente, el sentido de su propia utilidad social.

De tal modo que su primer texto publicado en *La Revue de l'Union de l’Affiche Française* en 1926 muestra con claridad que su pensamiento coincidía con todos ellos:

Un cartel, a diferencia de la pintura (...) no es un trabajo fácilmente discernible por su “manera” —una muestra singular concebida para satisfacer los gustos individuales

más o menos ilustrados de los amantes del arte. Ha intentado ser un producto masivo que existe en miles de copias —como una pluma fuente o un automóvil. Como ellos, es diseñado para responder estrictamente a necesidades materiales y comerciales.

Diseñar carteles (...) significa comunicarse con las masas en un lenguaje que sea inmediatamente comprendido por el hombre común —un lenguaje comparable al de los ilustradores medievales, los alfareros griegos, los muralistas de Egipto. Significa contar a la multitud una historia. A este respecto, el cartel moderno está en camino de reemplazar al arte aplicado, al arte colectivo, al arte anónimo que floreció durante la Edad Media y la Antigüedad.⁴

En este contexto el trabajo de Cassandre tomó un impulso definitivo porque a la disposición teórica habría que añadir sus aptitudes.

Siempre fui más sensible a las formas que a los colores, a la manera como las cosas se organizan que a sus detalles, al espíritu de la geometría que al espíritu del refinamiento. Esta predisposición mía que podía ser una desventaja como pintor, como cartelista me hace sentir singularmente tranquilo.⁵

3. *Ibid.*, p. 11.

4. *Ibid.*, pp. 14-16.

5. *Ibid.*, p. 17.

Cualidades para la forma que se hicieron muy visibles en los carteles que siguieron a *Au Bûcheron*, como son: *Pivolo* de 1924 y los del año siguiente *Grand Sport*, *Florent* y sobre todo *L'intransigent* (Figura 2), su primera obra maestra, “el cartel publicitario más avanzado y experimental de su tiempo”.⁶ Un cartel emblemático de un periódico francés muy popular en donde, integrando los lenguajes geométricos del constructivismo para lograr una imagen “clásica” en su modernidad, alcanzaba una notable capacidad de retención. En esa imagen volvía a utilizar (como en *Au Bûcheron*) líneas que confluían acentuadamente en un punto, en este caso los cables del telégrafo en el oído de Marianne, como un medio de formalizar la fuerza del movimiento. Un recurso que Cassandre emplearía en varios de sus mejores carteles ferroviarios.

LA VIDA MISMA

La imagen anteriormente referida modeló las cualidades básicas de un estilo que sería inconfundible y que no simplificaba las formas decorativamente sino para transformar los objetos más comunes en enunciados formales de significación universal. Un estilo, sin embargo, nada complaciente porque para Cassandre: “el éxito no llega al artista que busca adular al espectador con palabras suaves, sino al artista que se precipita sobre el público como un húsar”.⁷ Es decir, el cartelista no sólo como un intermediario anónimo y neutral sino un activo gestor de los procedimientos más eficaces para hacer del mensaje un instrumento no sólo persuasivo, también perturbador. Desde luego, con la libertad para proponer las estrategias visuales idóneas para los propósitos que le son confiados.

No se trata de la desaparición del artista, ni de la subordinación de su actividad, sino de la transformación, bajo otras condiciones, de su capacidad para intervenir en la representación de las nuevas condiciones de la vida en la modernidad capitalista industrializada.

Algunas otras reflexiones de Cassandre permiten observar hasta que punto el rumbo de su exitosa actividad

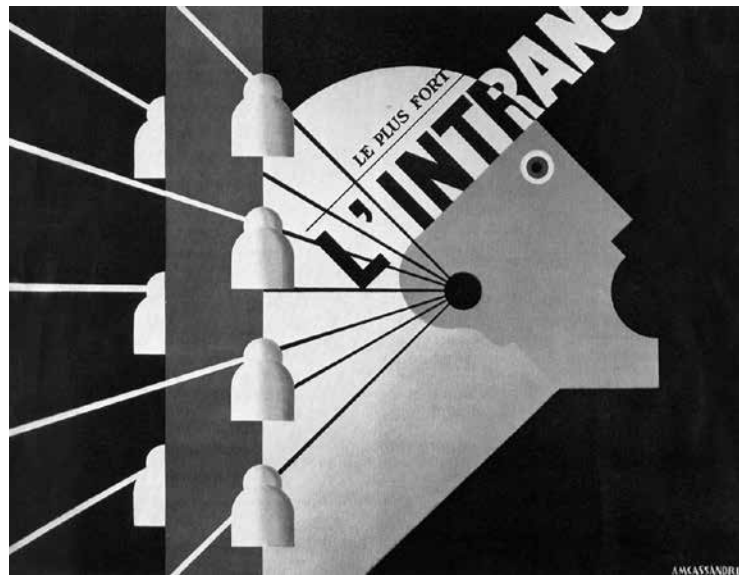


Figura 2. *L'intransigent*. Fuente: Brown y Reinhold, *op. cit.*, p. 32.

seguía un acuerdo explícito con los medios y cometidos de la creciente actividad publicitaria:

La publicidad no puede seguir reduciéndose a los juicios apresurados que nos muestran los “Museos” y las “Colecciones”. Es como el amor: uno no puede JUZGARLO, sólo EXPERIMENTARLO. No es un juego sino un fenómeno natural como la noche y el día. Es una de las más finas expresiones de la vida contemporánea: es la VIDA misma.

Un cartel no es una pintura sino un “artefacto de difusión”.

El lenguaje de la publicidad está aún en la infancia —pero ya ha nacido. Una generación entera de artistas lo reconoce como uno de los más vitales medios de expresión. Confronta miles de problemas técnicos y psicológicos. (...) Estos procesos son mucho más excitantes que las obsoletas nociones estéticas de nuestros predecesores.

Un cartel es a la pintura lo que la violación es al amor.⁸

Plenamente consciente y condescendiente con los territorios en que tenían que ubicarse sus carteles, Cassandre plantea incluso la misma “inevitabilidad” de la publicidad. Una situación que incluso celebra y a la que se adhiere con júbilo porque hasta entonces su propia voluntad parecía encajar en esa insoslayable “vida misma” en que tan bien se le recibía.

6. Robert Brown y Susan Reinhold, *The Poster Art of A. M. Cassandre*, Nueva York, E. P. Dutton, 1979, p. 12.

7. Henri Mouron, *op. cit.*, p. 24.

8. *Ibid.*, pp. 47-48 y 50.

CIRCUNSTANCIAS IRREPETIBLES

El cartel *L'Intransigent* proporcionó a su autor un gran reconocimiento y grandes compañías de Francia, Inglaterra, Holanda, Italia e incluso de Estados Unidos, le solicitaron diversos encargos. A pesar del número de carteles rechazados y del éxito parcial de sus propuestas tipográficas, Cassandre se hallaba en la cresta de la ola.

En 1924 contrajo matrimonio con Madeleine Cauvet, nieta de uno de los pioneros de la industria automovilista francesa y al año siguiente se mudaron a una casa construida por Auguste Perret en Versalles después de haberse dado el lujo de rechazar un proyecto de Le Corbusier. El éxito doméstico y profesional parecía no tener límites.

En 1925 se organizó en París la Exposición Internacional de las Artes Decorativas que consagró el estilo conocido después como *Art-Déco* y en la cual Cassandre, con facilidad, obtuvo un primer premio. Ahí conoció a Charles Peignot un prestigiado fundidor de tipos con quien colaboraría estrechamente cuatro años más tarde. También en este año Cassandre firmó un contrato de exclusividad con la compañía Hachard & Cie que rompería dos años más tarde después de un prolongado juicio legal. En 1926 conoció a Maurice Moryrand, principal agente de los impresores L. Danel en Lille, con quién fundaría la "Alliance Graphic", y que en 1927 lo recomendó para colaborar en Ferrocarriles Nacionales de Francia y diseñar sus dos últimas obras para Hachard & Cie.

LA ESTRELLA DEL NORTE

Cassandre diseñó varios de sus mejores carteles para Ferrocarriles Nacionales, dos de los más conocidos son justamente *Nord Express* (Figura 3) y *Étoile du Nord*⁹ (Figura 4).

Ambos carteles tienen cosas en común, desde luego el uso de los rótulos en el marco y, sobre todo, la perspectiva tan acentuada. En *Nord Express* la línea del horizonte está a ras del piso, lo que magnifica las dimensiones de la

9. Este último cartel fue hecho por encargo de la Compagnie des Wagons Lits de Francia para anunciar el Pullman de la ruta entre París y Ámsterdam. Un recorrido que involucraba los ferrocarriles de la Societe Nationale des Chemins de fer Belges, por su escala en Bélgica y la Nederlandsche Spoorwegen, por su destino.

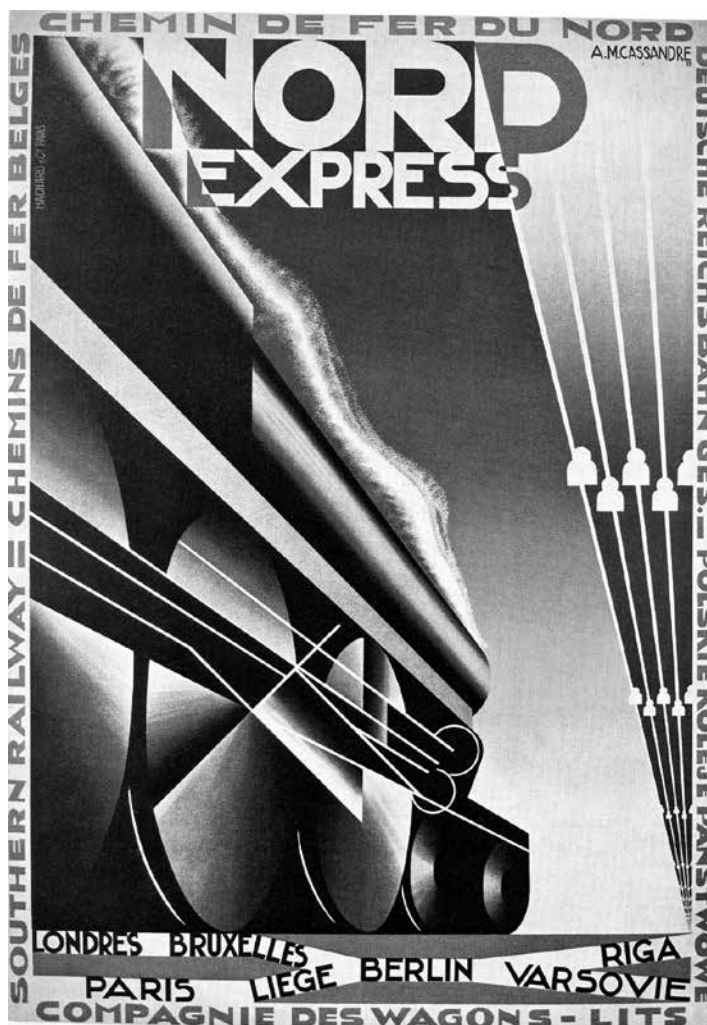


Figura 3. *Nord Express*. Fuente: Brown y Reinhold, *op. cit.*, p. 36.

locomotora y el escorzo de su silueta por ubicar el punto de fuga dentro de la imagen, todo lo cual permite la visión de la fuerza y la velocidad encarnadas en una especie de imponente musculatura de acero. Algo que sólo sugiere *Étoile du Nord*, de manera muy afortunada, mediante el uso de una metonimia: el ferrocarril por los rieles.

Es curioso que la expresión directa de la fuerza en movimiento, a la manera de *Nord Express*, sólo vuelve a utilizarla en *LMS Bestway* (1927), mostrando frontalmente, de modo futurista, dos posiciones sucesivas de las bielas que impulsan las ruedas. El procedimiento metafórico se repite en *LMS The best way* (Figura 5) de 1928, mostrando varios pares de vías que, en un patio de maniobras, se alejan ritmadamente en un horizonte bastante próximo.

Étoile du Nord también se relaciona mucho, por el espacio fugado al infinito, con *Chemin du Fer du Nord* (1929) (Figura 6) donde se visualiza indeterminadamente un par de rieles que se pierden entre las brumas del horizonte. En

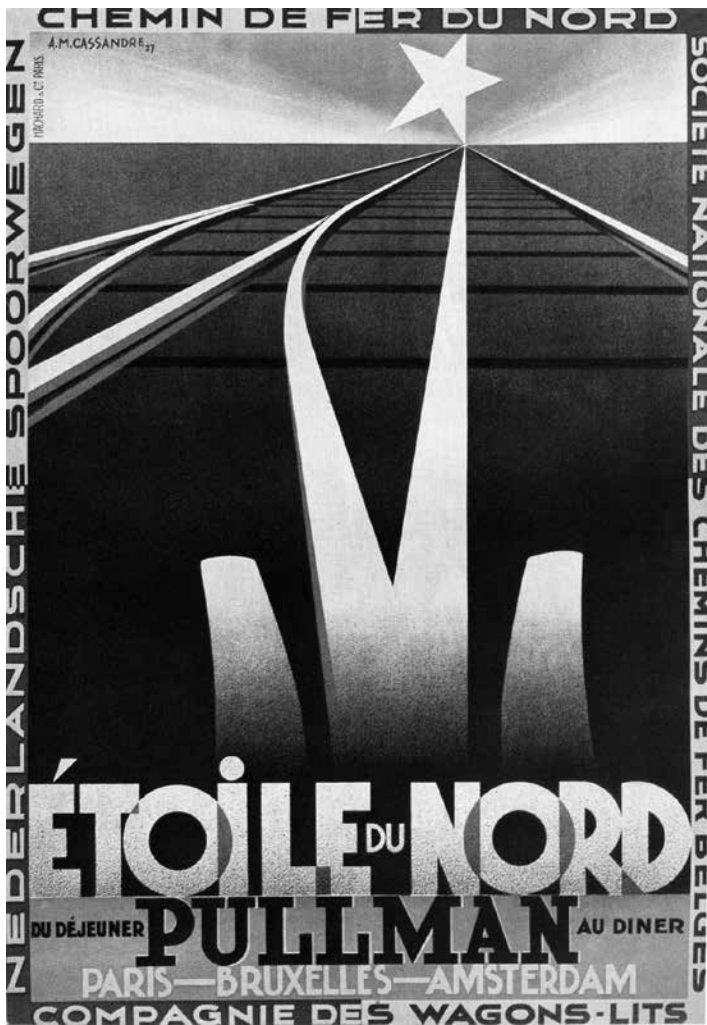


Figura 4. *Étoile du Nord*, 1927, Hachard & Cie, París. Litografía 105 x 75 cm. Fuente: Brown y Reinhold, *op. cit.*, p. 37.

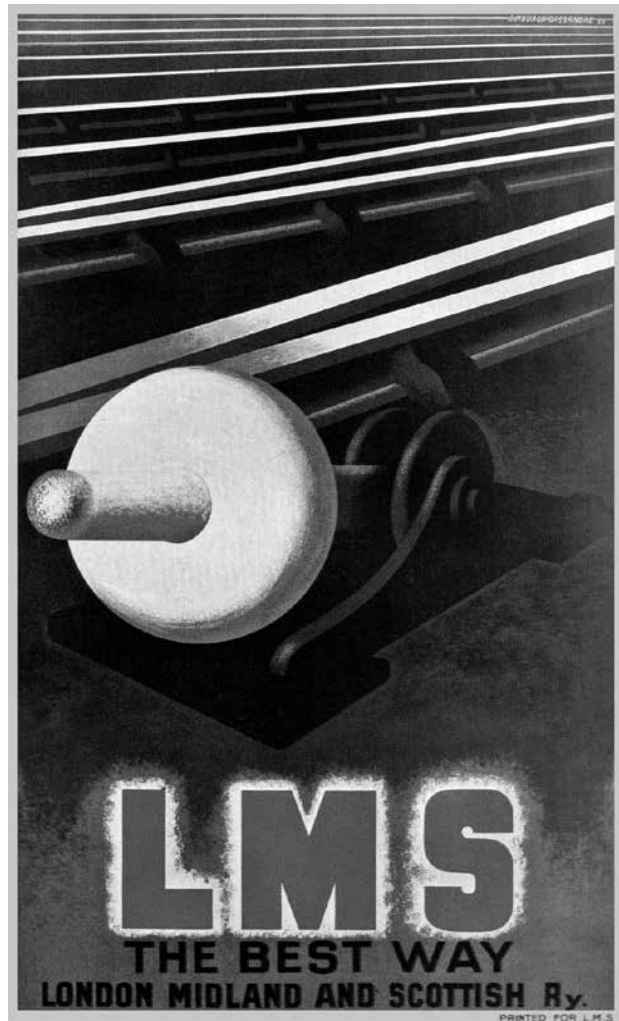


Figura 5. *LMS The best way*. Fuente: Brown y Reinhold, *op. cit.*, p. 42.

La Route Bleue de 1929 propone la misma idea, en este caso mediante una carretera bordeada de árboles que acompañan el camino hacia su desaparición en un horizonte casi a ras de piso.

En todos estos carteles, salvo en el último, es constante la presencia del metal, exhibiendo una vigorosa imagen de la maquinaria. Sus principales atributos son la fortaleza y el movimiento, aunque sin duda, *Étoile du Nord*, Estrella del Norte, fue uno de los carteles que mejor logró simbolizar la belleza de esas cualidades. Una imagen imborrable, casi hipnótica, sobre las ilimitadas posibilidades de los ferrocarriles para explorar un mundo igualmente vasto mediante el elegante dibujo que trazan las vías dirigidas hacia una estrella en el límite del horizonte.

En 1927, la red ferroviaria mundial había alcanzado una extensión, no superada hasta hoy, de poco más de un millón de kilómetros, marcando la culminación de un proyecto tecnológico que fue determinante en la modernización del

mundo. El ferrocarril simbolizaba, hasta ese momento, la mayor posibilidad de movilidad humana. Ese mismo año la imprenta Hachard imprimía por medios litográficos el cartel *Étoile du Nord* y se cumplían, asimismo, cien años del transporte ferroviario francés.

La fuerza del vapor, tecnología que utilizaba la energía del carbón, luego sustituido por el diesel, posibilitó la industrialización mundial a través de la maquinaria autopropulsada. Era pues, una tecnología que alcanzaba, junto con el centenario, su completo desarrollo en 1927. A partir de ese momento comienza el crecimiento del transporte aéreo que, con la guerra, logrará una nueva representación del poder tecnológico en donde las imágenes de Cassandre participarán muy poco.

Étoile du Nord representa la glorificación de la tecnología, una de las primeras tareas que propuso el proyecto publicitario de entreguerras, que también parece tener una connotación en cierta medida nostálgica, porque la



Figura 6. *Chemin de Fer du Nord*. Fuente: Robert Brown y Susan Reinhold, *op. cit.*, p. 45.

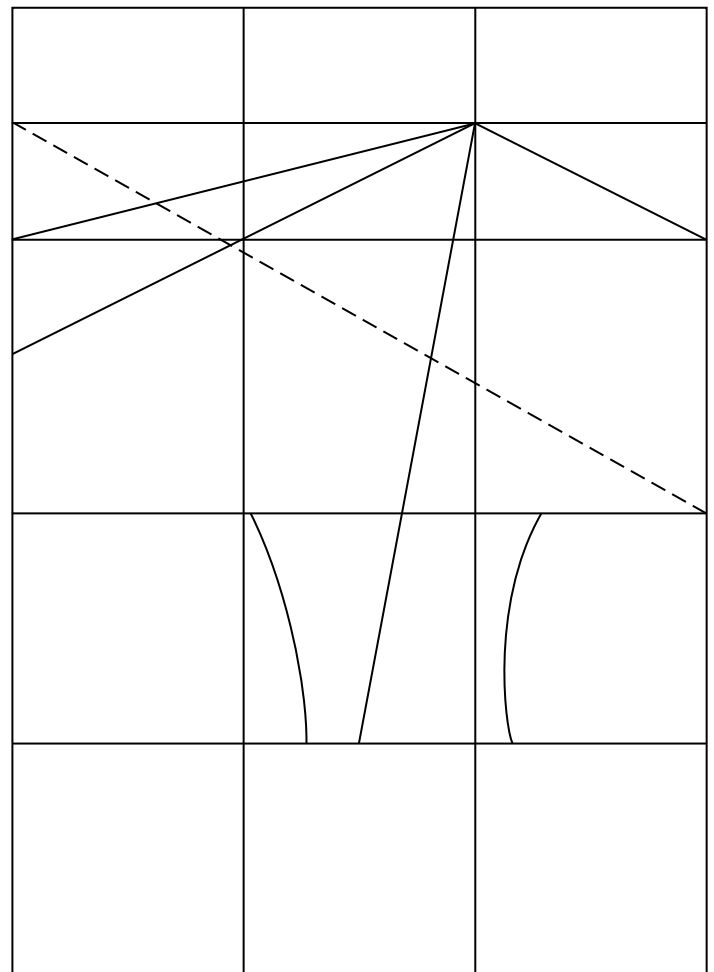


Figura 7. Esquema compositivo.

culminación marca un límite que ya no será superado, una meta alcanzada y un final. El final de una época, como el que avizoró la propia Casandra que vivió en Troya. Así que, empleando una figura muy abstracta que apenas muestra determinados elementos temporales y espaciales básicos, el Cassandre moderno pudo construir una metáfora visual del ferrocarril hacia el final de una época. Así mismo la conclusión de otro equilibrio que hasta entonces conciliaba los anhelos de un artista con los requerimientos de un publicista.

PROPORCIONES COMPOSITIVAS

Para elaborar esta imagen de *Étoile du Nord*, Cassandre utilizó un soporte de proporción cinco por siete y dividió el espacio de la ilustración —comprendido dentro de los márgenes ocupados por los nombres de las compañías—, en tres partes verticales (Figura 7). El borde derecho del riel frontal que se prolonga, pasando por el punto de fuga,

hasta la punta superior de la estrella, señala el tercio derecho de la composición.

Horizontalmente, el espacio se divide en cuatro franjas rectangulares, tres de las cuales, la superior y las dos inferiores, tienen una proporción de tres a uno. El rectángulo superior se divide longitudinalmente a la mitad para ubicar la línea del horizonte y a un tercio, desde el lado derecho se fija el punto de fuga en donde se reúnen, desde los bordes izquierdo y derecho del límite inferior del rectángulo, los rieles exteriores. El segundo riel de la izquierda pasa por el límite inferior de la segunda división del rectángulo superior. Así mismo el borde izquierdo del riel central llega al punto de fuga, desde el punto medio del borde superior de la franja inferior del área. Mismo rectángulo, igualmente de tres a uno, que se utiliza para la ubicación de los rótulos, abajo del otro rectángulo de iguales proporciones, que sirve para delimitar los dos segmentos utilizados para el empalme de las vías.

Desde la parte superior de esos segmentos de vía comienza la segunda franja rectangular, que no posee las proporciones de las otras tres pero que, sumada a la mitad de la franja superior, es decir hasta la línea del horizonte, tiene una proporción áurea de uno a 1.618.

El espacio fugado, comprendido horizontalmente entre los rótulos verticales que flanquean el cartel, mide exactamente lo mismo que el comprendido verticalmente entre la línea del horizonte y el borde superior de la palabra "DU" que liga las palabras más grandes ÉTOILE y NORD. De manera que estas dos palabras "avanzan" hacia arriba, rompiendo el cuadrado, hacia el terreno que ocupan las vías, hacia las vías mismas sobre las que parecen proyectar la sombra de una presencia invisible pero inminente y con las cuales se relacionan por el grosor y la coloración acerada de su textura.

Un espacio, el terreno sobre el que corren los rieles, casi cuadrado, levemente más oscuro en la proximidad inferior que se ilumina suavemente hacia el fondo, hasta los durmientes que señalan una progresión que se pierde en un horizonte sobre el que brilla una luminosidad fría. Un espacio en el que dos rieles corren paralelos para unirse en un punto frente al cual se ubica el espectador, implícito en el trazo de la perspectiva. Un espectador colocado allí, en el riel izquierdo de la vía derecha —exactamente en su borde derecho—, sobre la única línea perpendicular que comienza, borrosa, en el primer plano y culmina, brillante, encima del horizonte, uniendo dos puntas de la estrella.

De manera que la vía izquierda pasa alejada, en un segundo plano, accesible sólo por el empalme que fluye, sin fisura, desde el riel frontal que parte del observador. Así que, por presentarse un enlace continuo en primer plano, al observador se le exhiben dos caminos igualmente expeditos para llegar a la estrella y la curva que sale del riel vertical para volver a reunirse con él en el horizonte, sugiere la idea del alejamiento y el retorno, la despedida y el reencontro en la estrella, que es una idea feliz y tranquilizante porque confirma lo esperado: el éxito.

LOS RÓTULOS

En contrapunto con la rigurosa disposición de los elementos que componen la ilustración, Cassandre organizó el marco de los rótulos que, dada la sutileza de la imagen

central, hubiera resultado excesivo si la habilidad con que fue dispuesto no ayudara como lo hace a la lectura festiva de la propuesta. Curiosamente, la sobriedad de la imagen se acentúa en el contraste que establece con la diversidad de la tipografía y sus distintos tamaños. Diversidad que, en principio, se ordena en dos zonas claramente delimitadas: el marco del cartel y la franja horizontal inferior.

Como ya se mencionó, Cassandre dispuso los rótulos en forma de marco también en el cartel *Nord Express* del mismo año, recurso que volvió a emplear en *L'Oiseau Bleu* de 1929, *S. S. Côte d'Azur* de 1931 y *Air Orient* de 1932. Sin embargo, en ninguno de los casos el marco resulta tan notorio como en *Étoile du Nord*, donde incluso alterna el color azul y amarillo del fondo y las letras en las esquinas del marco, lo que confiere al cartel una sensación indudable de dinamismo y vistosidad.

Los letreros de la franja inferior están divididos en dos zonas, aunque todas las líneas se apoyan unas con otras en un efecto de ensamblaje mecánico; la parte superior comparte el mismo fondo oscuro de la imagen y los anchos caracteres de palo seco, igualmente ajustados horizontalmente por la superposición de ocho letras, tienen el mismo tono plateado y texturado de los rieles, es decir, en cierta medida, forman parte de la imagen superior. La franja de abajo tiene como fondo el mismo tono violeta que predomina en el cielo crepuscular y en un ancho muy similar, planteando así una cierta simetría vertical que unifica tonalmente el cartel. En esta misma franja inferior se ubica la mayor diversidad de rótulos: la palabra PULLMAN al centro, en caracteres egipcios con un filete amarillo que las resalta, separando las palabras más pequeñas ("du déjeuner" y "au dinner"), de palo seco y comprimidas. En la parte de abajo, a todo lo ancho, los tres nombres de las ciudades, también de palo seco, conectados, más que separados, por guiones.

La diversidad de caracteres o tipos se ordena, sin rigidez, en zonas definidas, permitiendo que las propias diferencias se manifiesten alegremente. Es así que la disposición tipográfica de este cartel guarda alguna relación con los carteles populares que durante buena parte del siglo XIX tapizaron materialmente todos los espacios urbanos disponibles. Aspecto un tanto frívolo de lo específicamente publicitario que agrega calidez en el contraste con

el notorio refinamiento introspectivo de la ilustración más propiamente pictórica.

De esta manera se establece, entonces, una especie de diálogo entre dos voces contrapuestas, en distinto tono, que se manifiestan, tanto en el marco tipográfico con los colores contrastantes, fríos y cálidos alternados, como en la propia ilustración, donde la severidad de las líneas se opone al regocijo de la estrella de la que, sin embargo, parece ser su consecuencia lógica.

Aunque el cartel, como unidad de comunicación directa ofrece una lectura unívoca, una mirada más cuidadosa plantea la posibilidad de dos lecturas indisolublemente ligadas: la que corresponde al nivel propiamente artesanal relacionado con el propósito comercial que demandó la compañía ferroviaria y el nivel lírico que tiene que ver con las apetencias artísticas que el diseñador, en esta imagen, concilió admirablemente con las anteriores.

EL NIVEL LÍRICO. FLUJO Y PERMANENCIA

A diferencia de *Nord Express* y del futurista *LMS Bestway* en donde el movimiento se muestra de modo directo, en el violento escorzo del humo de la máquina y en las sucesivas fases del movimiento de las ruedas, respectivamente. En *Étoile du Nord* transmite esa misma sensación, de manera más refinada, en el contraste con la pura inmovilidad del camino. La “flecha del tiempo” que los acerados rieles dibujan, demuestra que el flujo sólo existe junto a la permanencia. Así que, unido al cambio figurado en la aguzada perspectiva de los rieles, se establece un horizonte de reposo que *también* se expresa en la propia inmovilidad de los rieles dibujados que culminan en la imagen frontal de una estrella que “danza” sobre una de sus puntas. Las dos figuras se organizan existencialmente así, en el sentido hacia donde el movimiento se proyecta.

Un impulso visual que despierta la esperanza del descubrimiento; de un encuentro completo, máximo y tangible. Ahí aparece el deseo, flotando en la nada de una realidad inaprensible, evitando la frustración de una convergencia que resulta imposible en la imagen porque el movimiento que muestra el cartel sólo existe en la inmovilidad.

El deseo es, entonces, un puente que establece la imagen para salvar la distancia entre la realidad sensible del camino y la idealidad de un destino simbólico, muy lejos

de la materialidad que podría plantear una meta más explícita como, por ejemplo, una hilera de hastiales delimitando los canales rectos de la ciudad de Ámsterdam, destino final del recorrido.

La conciencia se hermana en ese puente con un mundo situado fuera de las cosas y en cuya intimidad solitaria se resuelve la oposición que expresa la real-idealidad de la imagen.

Esa visión plasmada en el deseo representa una solución, frágil pero cierta, al conflicto que produce el profundo silencio del paisaje. Aquel que enfrenta la presencia invisible de un espectador solitario al vertiginoso espectáculo de una perspectiva ilimitada.¹⁰

En este sentido, la imagen podría establecer el sentimiento de un final en aislamiento, una situación que se evita cuando ese espacio se consolida mediante el control de las vías que lo dividen, lo organizan y lo conducen hasta el destino que dibuja la estrella. Un final vacío fue, no obstante, la fatalidad que como a la Casandra de la mitología, esperaba a Adolphe una vez desvanecido el cuidadoso equilibrio de su etapa tan exitosa de cartelista. Como más tarde reconoció:

Toda mi vida he sido demandado por dos tendencias innatas; una necesidad de perfección formal que me guía a perseguir el trabajo de un artesano que sabe donde están sus obligaciones y límites, y el anhelo incandescente de una expresión lírica que aspira a liberarse ella misma de todo impedimento. Impulsos contradictorios, casi irreconciliables en esta época.

10. Los cuatro elementos que intervienen en la ilustración: las vías, el suelo, el cielo y la estrella, son formas reducidas a su connotación más específica, casi abstracta. Dos figuras, en dos espacios que, organizados en la perspectiva, señalan doblemente la presencia invisible de un observador solitario frente a un paisaje donde el punto de fuga como “imagen del punto infinitamente lejano de todas las líneas de profundidad es al mismo tiempo el símbolo concreto del descubrimiento del infinito mismo” (Erwin Panofsky, *La perspectiva como forma simbólica*, Barcelona, Tusquets Editores, 1983, p. 39). El contenido de este enfrentamiento desolador podría prefigurar tenuemente el fondo angustioso que respiran algunas de las pinturas que Adolphe Mouron ejecutó hacia la última década de su vida.

El trabajo lírico de un artista contemporáneo, consciente de su propio destino trágico, necesariamente contiene su pena, su angustia, su desesperanza. El trabajo de un artesano, que expresa esencialmente la alegría de la propia realización, sólo puede contener fe en la vida y en la permanencia, una afirmación cierta y optimista.

Pero ¿cómo puede uno conseguir esta gozosa serenidad cuando el corazón está lleno de angustia?¹¹

Impulso lírico y trabajo artesanal que, sin embargo, Cassandre concilió muy bien por algún tiempo, como el cartel *Étoile du Nord* lo demuestra. Nada de angustia sino, precisamente, una gozosa serenidad que resuelve todas las contradicciones y titubeos haciéndole creer, por un momento, que el artista podía transmutarse en diseñador.

EL NIVEL PUBLICITARIO.

LA ALEGRÍA DE LA PROPIA REALIZACIÓN

La metáfora que utiliza el diseñador en el cartel *Étoile du Nord* propone al espectador una posibilidad para recorrer el mundo tan ilimitada como impecable. Porque con ella, la estruendosa presencia de la máquina desaparece en la sosegada atmósfera vespertina, aunque su fuerza permanezca en el camino que dejaron sus huellas; un pasaje tan silencioso como seguro, que permite al viajero alcanzar una meta más allá del horizonte. Así que el cautivante diseño expresado en la precisión de las líneas diagonales y sus delicados enlaces curvos, acaba por expresar la más pura y sobrecogedora belleza de la tecnología: el lenguaje plástico del hierro fundido, materia prima de toda la revolución industrial. Entonces, todo lo que no está ahí, se encuentra en esta imagen como aletargada y macilenta, tanto la vertiginosa velocidad de la locomotora como su potencia descomunal domesticada.

Describiendo un mundo dominado progresivamente por la tecnología, el cartel muestra un paisaje muy estilizado, donde la naturaleza sólo permanece en el razonamiento humano que formaliza esa tecnología, al asumir sus cualidades mediante la simbolización del crecimiento

armónico. De tal modo, las curvas que articulan las vías mantienen ese grácil atributo orgánico que la geometría hace posible construir. La frialdad implacable de las líneas rectas que se prolongan sin límite son unidas con firmeza por las curvas suavemente vegetales que terminan por transmitir una sensibilidad viva, una cierta tibieza que persiste en medio de la más desolada inmensidad.

Una tenue calidez que aviva una estrella amistosamente humanizada. Porque así como las vías remiten a una presencia vegetal, la ligera asimetría de la estrella sugiere un cuerpo humano con las piernas y los brazos extendidos. Un cuerpo sobre el que continúa, recta, como prolongación de la ruta, la orilla derecha del riel vertical. Una continuidad que, al unir en esa línea dos de sus aristas, inclina la estrella hacia la derecha, levantando su punta izquierda como brincando con los brazos abiertos en una expresión de alborozo.

Del desayuno a la cena en un *pullman*, un recorrido diurno visto bajo la luz incierta del ocaso, al final del camino. Sobrepasando la línea del horizonte, entre el frío resplandor del crepúsculo donde brilla una estrella en movimiento, disipando la incertidumbre, la soledad y el silencio con el recibimiento acogedor de un destino que culmina, feliz, en el punto donde las líneas paralelas acaban por reunirse.

FUENTES CONSULTADAS

- Brown, Robert y Susan Reinhold, *The Poster Art of A.M. Cassandre*, Nueva York, E. P. Dutton, 1979.
- Cassandre, A. M. citado en Mouron, Henri, "Art Présent", en *A. M. Cassandre*, Nueva York, Rizzoli, 1985.
- Mouron, Henri, *A. M. Cassandre*, Nueva York, Rizzoli, 1985.
- Panofsky, Erwin, *La perspectiva como forma simbólica*, Barcelona, Tusquets Editores, 1983.

11. Mouron, *op. cit.*, p. 155.