

ARTES
DISEÑO

Reseña del libro: Diseño de cartel (2022)

Book Review: Poster Design, 2022

Araceli Soní Soto*: Doctora en Letras modernas por la Universidad Iberoamericana, Maestra en Letras iberoamericanas por la UNAM (México). Profesora de licenciatura en la División de Ciencias Sociales y Humanidades así como de maestría y doctorado en la División de Ciencias y Artes para el Diseño en la UAM-Xochimilco. Realiza los proyectos de investigación: "Paratextos gráficos del cine y la literatura" y "La ambigüedad y el suspenso en la narrativa de ficción". Integrante del área de investigación Heurística y Hermenéutica del Arte. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, nivel 1. Autora del libro "Trilce a la luz de la hermenéutica simbólica. Propuesta metodológica para el estudio poético" y múltiples artículos de investigación sobre literatura, arte, diseño, cine y comunicación. Publicaciones recientes: (2022) "Arquetipo maternal en algunos cuentos de escritoras panameñas" (en: Trazos y Contextos, Colección: Miradas oblicuas y crítica social, Libro

colectivo); (2021) "La fotografía de la Bauhaus y el aura artística" (en: Revista de Estudios Interdisciplinarios de Arte, Diseño y la Cultura, Núm. 3, FES Acatlán, UNAM), "El deseo de matar en la novela y el filme Ensayo de un crimen" (en: Revista internacional La Palabra, Núm. 40, Colombia), "El paratexto gráfico del discurso fílmico" (en: Memorias del Simposium Arte Diseño, Límites y Traslapes, UAMX); (2020) "La relación entre el arte visual y el diseño comercial" (en: El ornitorrinco tachado, Universidad Autónoma del Estado de México), "Diálogo entre cine y literatura en Los albañiles" (en: Fontamara, coordinado por la Universidad Autónoma de Guerrero), "La reproducción técnica en la fotografía de la Bauhaus" (en: Revista Diseño y Sociedad, CyAD, UAMX); (2019) "Resonancias estéticas en Visión de conjunto del panameño Enrique Jaramillo Levi" (en: Habitar la escritura. Indagaciones en la obra literaria de Enrique Jaramillo Levi. Sagitario Ediciones, Panamá, Panamá), entre otros.

Resumen

El libro "Diseño de cartel" (2022), coordinado por Santiago Osnaya Baltierra, ofrece una propuesta teórica y práctica para el desarrollo de ideas en torno al tema. Es una coedición entre la Universidad Autónoma del Estado de México y la Universidad de los Andes (Venezuela), cuya cooperación se produjo en el contexto de la pandemia. Consta de siete capítulos, los cuales aluden a su historia, a su lenguaje y argumentación visual, a su retórica, a su semiótica, a su tipografía y a sus sistemas de impresión, destacando siempre su función de comunicar. Por último, incluye un conjunto de entrevistas a destacados cartelistas y diseñadores, quienes actualizan la importancia del medio en la actualidad. En conjunto, los trabajos proporcionan una visión amplia sobre el cartel, reivindican su afinidad con el arte y con la técnica y enfatizan su carácter de respuesta a las necesidades de diseño.

Palabras clave: cartel, diseño, Santiago Osnaya

Abstract

The book *Diseño de cartel, 2022*, coordinated by Santiago Osnaya Baltierra, offers a theoretical and practical proposal for the development of ideas around the subject. It is a co-edition between the Autonomous University of the State of Mexico and the University of the Andes, Venezuela, whose cooperation occurred in the context of the pandemic. It consists of seven chapters, which allude to its history, its language and visual argumentation, its rhetoric, its semiotics, its typography and its printing systems, always emphasizing its function of communication. Finally, it includes a set of interviews with prominent poster artists and designers, who update the importance of the medium today. As a whole, the works provide a broad vision of the poster, vindicate its affinity with art and technique, and emphasize its nature as a response to design's needs.

Key words: poster, design, Santiago Osnaya

Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco.
 Calz. del Hueso No. 1100, Coapa, Villa Quietud, C.P. 04960.
 Alcaldía de Coyoacán, Ciudad de México, México.
 * asoni@correo.xoc.uam.mx

Diseño de cartel, coordinado por Santiago Osnaya Baltierra, autor de varios artículos. Otros articulistas: Gerardo K. Fernández del Castillo; Mónica Munguía, Rebeca Anaya y Adán Paredes; Alfredo Tenoch Cid Jurado; Carlos Cuauhtli, Gabriela García y Santiago Osnaya.

Diseño de cartel (2022) es un libro ameno, claro, de asequible lectura que incluye numerosos carteles para ilustrar, de manera didáctica, sus contenidos. Esto lo constituye en una obra útil para los estudiantes de diseño gráfico, para los profesores, los investigadores y los interesados en el tema, en esta época en la que los soportes han mudado al terreno digital. El lector se actualiza e informa, a la vez que experimenta un verdadero deleite visual junto a nuevas ideas sobre el tema.

Diseño de cartel es una coedición entre la Universidad Autónoma del Estado de México y la Universidad de los Andes, Venezuela, resultado del seminario “Diseño del cartel con sentido social”, impartido en el Museo Franz Mayer de la Ciudad de México en el marco de la Bienal Internacional del Cartel en México. Consta de siete capítulos: I. “Historia del cartel. El referente de México en el cartel latinoamericano”; II. “El lenguaje y la argumentación visual en el discurso de cartel”; III. “Tipografía & cartel”; IV. “El uso de la figura retórica en el diseño de cartel”; V. “Hacia una semiótica del cartel”; VI. “Tres sistemas de impresión para la reproducción del cartel: prensa plana, litografía y serigrafía”; y VII. “Diálogos de cartel”. Cada capítulo constituye, a su vez, un artículo que aborda un subtema sobre el cartel; en conjunto, los trabajos proporcionan una visión amplia sobre el tema. En esta reseña primero se alude al libro en general y en seguida se comentan los contenidos de cada artículo según su orden de aparición.

“El libro se propone ofrecer (...) una alternativa teórica y práctica para el desarrollo de ideas en torno al cartel.”

El libro se produce en el contexto de la pandemia que inició en 2020, por lo que la cooperación entre las dos instituciones que lo coeditan se produce a distancia y de manera virtual. Sus temáticas se abordan desde distintos ángulos: por un lado, la obra da cuenta de la historia del cartel, de su importancia social, de su afinidad con el arte y la técnica, de su legitimación frente a otros objetos de la vida contemporánea, de su respuesta a las necesidades de diseño, de su carácter como medio de comunicación. Por otro, se aborda su funcionalidad, su composición, su retórica, su tipografía, destacando, siempre, su función de comunicar.

El libro se propone ofrecer a los estudiantes una alternativa teórica y práctica para el desarrollo de ideas en torno al cartel. Además, incluye una discusión interesante entre varios entrevistados: para algunos el cartel ya pasó su mejor momento, para otros ha evolucionado y, ahora, se presenta bajo otras formas: móviles, luminosos, con volumen, con rayos láser, con hologramas, rasgos que han contribuido a su enriquecimiento. En el siglo xx se inventaron técnicas que lo revolucionaron, tales como su impresión en 3 D, lo que augura el futuro de la comunicación en los casi tres cuartos de siglo que restan para concluir el XXI: el gran siglo del diseño.



Imagen 1. Cubierta e interiores del libro impreso.

El capítulo I comprende el artículo, *Historia del cartel. El referente de México en el cartel latinoamericano*, de Gerardo K. Fernández del Castillo. El trabajo nos remite a los confines de este medio, a su historia, en el cual su autor filtra el pasado, selecciona, clasifica para dar forma a los recuerdos de nuestra

memoria. De los autores citados en este artículo se rescatan sus cualidades artísticas y formales, aunque para el autor lo más importante son sus lectores. Éstos son los que dan cuenta de su historia social, pues los productos de diseño se entienden por su contexto: su valor no radica en sí mismo, sino en su proceso

y en la necesidad concreta que lo engendró por encima de la búsqueda estética. El diseño es producto de la industrialización, florece en las ciudades postindustriales del siglo XX, de aquí la pertinente pregunta del autor: ¿qué sentido tendrá en siglo XXI?, más aún, ¿qué sentido tendrá en el tiempo que falta para concluirlo, dado su carácter virtual y desmaterializado en la actualidad?.

Si el diseño es un lenguaje, el cartel constituye uno de sus códigos, éstos comunican emociones, por esto, es el medio más cercano al arte dentro del diseño, sin perder nunca de vista su papel de comunicar. Sus hablas: el color, la imagen, la tipografía se eligen con base en conceptos, en problemas, en una necesidad, ya que el diseño se hace para la gente, tal y como lo dice Jorge Frascara (2000), pues es el público quien lo resignifica.

La historia del cartel consigna su carácter industrial, masivo, callejero, fugaz, barato, desechable. Madura en el siglo XIX gracias a la litografía, a la prensa rotativa, a la cuatricromía. Se desarrolla en el siglo XX y, en la actualidad, cede su papel a los grandes carteles y a los medios digitales. Las grandes avenidas llenas de automóviles desplazan las calles y las plazas públicas en cuanto espacios de interacción, donde los carteles nos hablaban desde las paredes; el espacio público cedió su lugar al espacio privado y al comercio. Su historia también da cuenta del cartel publicitario en sus inicios: su desempeño en la política después de la Primera Guerra Mundial; la inauguración del primer museo de cartel en la ciudad de Varsovia en 1968; su revitalización en Francia, gracias a los movimientos contraculturales; su incidencia en el Arte Pop y en las revueltas estudiantiles; su influencia culta proveniente de Cuba y de los países del Este en México, que dio lugar a las Bienales internacionales, que inauguró Xavier Bermúdez. En México nos remite a Guadalupe Posadas, a Vicente Rojo, a su papel durante el priismo, al cine de oro con Joseph Renau y, después, al cine social.

A esta cuidadosa retrospectiva histórica le sigue el trabajo titulado *El lenguaje y la argumentación visual en el discurso del cartel* que comprende el capítulo II, escrito por Santiago Osnaya. El autor se concentra con detalle en su lenguaje: el color, la forma, la textura, la dimensión de sus mensajes lingüísticos, la dirección, la posición, los planos, el tamaño, el espacio; esto es, en su composición, en los componentes del cartel con los cuales el diseñador comunica. Osnaya se apoya en autores como Wucius Wong (1998), Donis A. Dondis (1992), María Acaso (2009) para dar cuenta de la universalidad de sus códigos y sus interrelaciones. Enfatiza en la importancia de conocer la gramática visual para su organización y abunda en cada uno de esos elementos de utilidad para el diseñador, para el analista, para el investigador; estos últimos buscarán en los carteles los significados del punto, de la línea, del plano, del volumen que explora este artículo y que conduce a sus significados.

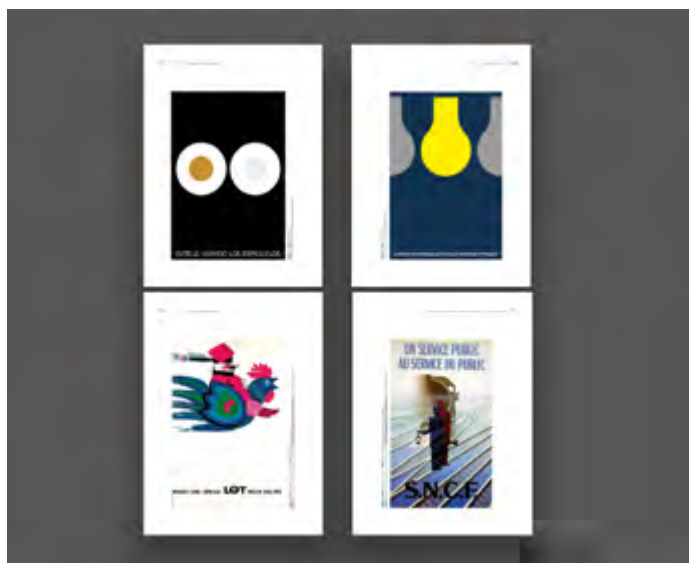


Imagen 2. Páginas interiores del libro impreso.

El punto es la unidad más pequeña de la gramática visual; es inicio y fin de una línea, transmite conceptos de posición, de atracción, de gravedad, de delimitación del espacio y tiene impacto visual por su redondez. La línea, en consonancia con Wassily Kandinsky (2003), es un punto que se puso a caminar, proyecta dinamismo, fuerza y energía; las hay horizontales, verticales, curvas. El plano resulta del trayecto de una línea en movimiento, tiene largo, ancho, pero no grosor. Las imágenes básicas son de tres tipos: cuadradas, triangulares y circulares. El cuadrado significa torpeza, honestidad, rectitud, esmero; el triángulo, acción, conflicto, tensión; el círculo, infinitud, calidez, protección. El recorrido de un plano se convierte en volumen, lo cual potencializa los significados del mensaje. Este conjunto de normas favorece la organización visual, permite una comunicación eficiente y una articulación entre forma y contenido, lo que no necesariamente se ciñe a la rigidez, pues cuando las reglas no funcionan el sentido común debe ocupar su lugar, dice el autor.

En seguida el libro nos conduce al artículo *Tipografía & cartel*, el cual constituye el capítulo III. Sus autores: Mónica Munguía, Rebeca Anaya y Adán Paredes aseguran que el cartel domina la función expresiva y la comunicativa de las letras. Éstas tienen la misma importancia que la imagen y su belleza es de igual relevancia que su significado. La función expresiva de las letras es fundamental, aunque los cánones se pueden romper de acuerdo con la intencionalidad u objetivo del cartel. La tipografía tiene peso, posturas y estilo; la relación entre imagen y texto es vital, por lo que la tipografía es un elemento que merece un estudio minucioso. Cada letra está constituida por trazos rectos, verticales, diagonales o curvos y se le puede agregar terminaciones (serifas, patines), lo cual determina su estilo, siempre adecuado al tema del cartel. Aunque en este trabajo se establece la importancia de la relación entre la tipografía, la imagen, la retórica y la metáfora, los autores advierten

que si bien las letras son la representación verbal y visual de nuestro lenguaje y nuestro pensamiento, deben ajustarse a los propósitos comunicativos. Las jerarquías, las combinaciones, las variaciones operan de acuerdo al tipo y a la cantidad de información. La versatilidad de las fuentes, el puntaje, el ancho, la postura, el peso y la combinación tienen que ver con los estilos y con las épocas. La letra complementa la imagen y, a veces, la constituye.

El siguiente capítulo, el IV, comprende el artículo *El uso de la figura retórica en el cartel*, su autor, Santiago Osnaya, ahora, incursiona en la retórica; ésta plantea la elección de cada elemento del diseño y organiza las ideas en el plano. El autor parte de Aristóteles e incursiona en los propósitos artísticos y estéticos del cartel; se sirve de los conceptos signifiante y significado para esclarecer el sentido de las figuras retóricas que ilustra con bellas imágenes, mediante las cuales ejemplifica su empleo en cuanto elementos primordiales para el impacto visual.

El capítulo V abarca el artículo *Hacia una semiótica del cartel*, cuyo autor, Alfredo Tenoch Jurado, circunscribe el cartel como un sistema semiótico al reunir las competencias y las funciones que satisfacen necesidades sociales. Este sistema ordena, estructura, da coherencia a un conjunto de signos visuales con una dimensión y una espacialidad; es eficaz en la resolución de necesidades, conduce la mirada, da sentido a las imágenes mentales, moldea la mente tanto en el plano sensible como inteligible. ¿Cómo funciona su lengua y sus iconos para comunicar, es decir, cómo y qué significa?, se pregunta Tenoch Jurado. Si el signo está en lugar de otra cosa, para alguien, de acuerdo con Charles S. Peirce (1931), su finalidad es atrapar la atención de ese alguien, quien debe mirarlo, darle sentido a través de la exploración de sus recursos materiales en la búsqueda de su eficacia comunicativa.

El libro, *Diseño del cartel* no se queda en la teoría, incursiona en las técnicas de impresión, en los tamaños, en los tipos y en el gramaje del papel, en las tintas y en las máquinas de impresión. Estos temas se tratan en el capítulo VI, el cual engloba el artículo *Tres sistemas de impresión para la reproducción del cartel: prensa plana, litografía y serigrafía* de los autores, Carlos Cuauhtli, Gabriela García y Santiago Osnaya. Este trabajo aborda tanto la evolución de las técnicas de impresión, como sus materiales, sus limitaciones y sus posibilidades de acuerdo con los fines de su uso en un cartel.

El círculo temático de esta obra cierra con el capítulo VII, titulado *Diálogos de cartel*: una serie de interesantes entrevistas realizadas por Santiago Osnaya a destacados cartelistas y diseñadores: venezolanos y mexicanos, algunos de ellos, nacionalizados. Todos multi premiados, cuyas obras pasarán, sin duda, a la historia del cartel mexicano, venezolano, latinoamericano y mundial. Los entrevistados abordan los paradigmas de los cartelistas en Latinoamérica, sus valores visuales, su incidencia en nuestras realidades latinoamericanas y los cambios del cartel en nuestro tiempo y en nuestro espacio. La voz de la experiencia y la reflexión de los interrogados nos nutre y nos actualiza con posturas, a veces, opuestas y en otras complementarias. En muchos casos, confirman los contenidos expuestos en las páginas del libro.

Todos los interpelados afirman el papel del cartel como cronista de la historia; para alguno es uno de los mejores; para otro es una pieza de información que perdura: cuando es original trasciende el presente y pone en presente el pasado. El cartel penetra en la memoria del público a través de la repetición, la información, la seducción, dice Santiago Pol, mientras otros como Germán Montalvo y Renato Aranda ilustran con hechos el papel del cartel en la historia del día a día.

Respecto al rol del cartel como transformador de la realidad latinoamericana, algunos diseñadores afirman que las necesidades del cliente se antepone a su papel transformador. Rubén Bresán, sin embargo, enfatiza en su cometido de educar, denunciar, informar por su excelencia como medio de comunicación, en tanto que Antonio Pérez-Ñiko piensa que entretiene, genera pensamientos encontrados, puede concientizar, pero depende de quienes lo acepten. Su función es comunicar no ideologizar y, en este sentido, Renato Aranda lo confirma al puntualizar en la idea de que ningún cartel ha cambiado al mundo: difunde, acompaña a la realidad, pero no la transforma; no obstante, la gran potencia comunicativa de algunos de ellos los convierte en símbolos de un movimiento social.

En nuestro tiempo el cartel ha cambiado, según los interpelados, quienes refieren a él desde distintas perspectivas: Félix Beltrán opina que, a veces, lo viejo tiene valor insuperable, mientras que a juicio de Germán Montalvo el cartel ha perdido importancia en la actualidad, pues la tecnología ha sustituido su mística. Rubén Bresán piensa que las bases son las mismas, pero las nuevas generaciones crean sus propios mitos adaptándose a la realidad cambiante, en tanto que Renato Aranda observa que el cartel ha modificado sus soportes, su técnica, su tamaño, pues ahora podemos mirar un cartel de gran formato en un teléfono celular; agrega que se ha transformado, también, su carácter anecdótico por el simbólico y el metafórico. Genrry Flores argumenta que el diseño existe desde la transformación, ésta coadyuba a las experiencias comunicativas al dinamizar las prácticas mediante nuevos recursos y técnicas.

Por último, la postura de Santiago Pol esclarece un aspecto de crucial relevancia para diferenciarlo del arte, pues dice, al precisar en su valor expresivo: lo vivido responde mejor a las intenciones de un artista plástico, quien produce desde dentro, desde su corazón. Un diseñador, en cambio, es un creador útil, funcional, puntual que interpreta un contenido, aunque, indudablemente, un análisis psicológico revelaría algunos vestigios de su interior.

Araceli Soní Soto

Referencias

Acaso, María (2009). El lenguaje visual. Barcelona: Paidós.

Dondis, A. Donis (1992). La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual.

Barcelona: Ediciones Gustavo Gili.

Frascara, Jorge (2000). Diseño gráfico para la gente. Comunicaciones de masa y cambio social. Buenos Aires: Ediciones Infinitu.

Kandinsky, Wassily (2003). Punto y línea sobre el plano. Buenos Aires: Paidós.

Peirce, Ch. Sanders (1931). Collected papers. Cambridge: Harvard University Press.

Wong, Wucius (1998). Fundamentos del diseño. Barcelona: Ediciones Gustavo Gili.