

La Habana, 2003  
Encuentro Internacional de Escuelas de Diseño

**Título:** La cultura y sus enfoques

**Autor:** est. Michel Angulo

Est. Daniel Díaz

Instituto Superior de Diseño, ISDi, Cuba

Lo que ha distinguido al hombre a lo largo de toda civilización ha sido su capacidad para transformar conscientemente la realidad que le rodea en función de sus intereses. En un principio esta actividad se limitaba a un círculo muy reducido de intereses vitales, que eran expresión de las propias limitaciones de ese hombre primitivo.

El propio desarrollo histórico de la sociedad hizo posible una mayor diversidad de actividades, condicionadas por la división social del trabajo y el desarrollo de las fuerzas productivas. Como resultado de este proceso surgió la técnica y el conocimiento científico que con los años devino en ciencia.

La actividad humana cada día se hizo más diversa y compleja, en ella se contenía toda la producción material y espiritual que el hombre había sido capaz de crear a lo largo de la historia. Todo este proceso que de forma muy sencilla hemos caracterizado se contiene dentro del concepto cultura, el que por su complejidad y riqueza abordaremos a través de dos enfoques.

Primer enfoque

Concepto de cultura en su concepción más amplia

La Cultura, como toda la producción material y espiritual de la humanidad.

Fruto de esta actividad cultural encontramos lo que nuestro héroe nacional José Martí llamó "La Segunda Naturaleza". Esta Segunda Naturaleza es el resultado de un proceso de transformaciones constantes en que la creación espiritual se va materializando y en que la obra material de los pueblos va a su vez enriqueciendo su cultura espiritual.

Este proceso de producción cultural encuentra su concreción a través de toda la diversidad de la realidad en la que tiene lugar; por eso podemos hablar de una cultura universal cuando asumimos los valores más esenciales que la humanidad ha sido capaz de crear en un momento determinado. Podemos hablar de cultura nacional cuando abordamos la producción material y espiritual que un pueblo ha sido capaz de crear en su desarrollo histórico. Pero los pueblos no

constituyen un conglomerado humano monolítico, en ellos pueden contenerse una extraordinaria diversidad cualitativa como: la diversidad de grupos étnicos, las culturas que se desarrollan en grandes ciudades cosmopolitas, en barrios, las culturas rurales y los perfiles culturales que son capaces de crear las diversas profesiones. Es un proceso en que la unidad se da a través de la diversidad y que en la medida que esta diversidad se enriquece en esa misma medida se enriquece su propia unidad.

## Segundo enfoque

Aquí analizamos la cultura en un sentido estrecho, el que se emplea en relación directa con la actividad artística, la cual a su vez abarca un abanico amplio de diferentes manifestaciones como son la música, las artes plásticas, la danza, el cine, el teatro, la literatura etc.

Este campo de la cultura asume características sui géneris, los sujetos son los artistas de estas manifestaciones y se concretizan en instituciones que van desde los ministerios de cultura hasta ONG con estos perfiles.

Al analizar la cultura como actividad humana sobresalen las siguientes características:

1. la cultura es un proceso colectivo de creación y recreación
2. Es una herencia acumulada de generaciones anteriores
3. Es un sistema de elementos dinámicos que se ínter penetran y que pueden ser transferidos a diversos grupos sociales, nacionales e internacionales.

Esta última problemática adquiere hoy una significación importante ante un proceso de globalización que deviene, en un acercamiento natural de los pueblos, contrapuesto al modelo político y económico del neoliberalismo en el seno del cual se gesta el proceso anterior y que como resultado trae, no la universalización de los mejores valores creados por la cultura humana, sino la sobre valoración de los antivalores de la sociedad de consumo y el intento por aplastar las culturas nacionales milenarias.

El camino de la barbarie no puede ser aceptado, la cultura universal solo puede ser enriquecida con el desarrollo y potencialización de las culturas nacionales y en esta misma medida estas culturas van asumiendo lo mejor de las otras, enriqueciendo la suya propia. Este es el camino de una globalización de la solaridad y no de la explotación.

“ Ser culto es el único modo de ser libre ” profetizó Martí, pero como señaló Juan Marínelo “ Una gran libertad exige una gran responsabilidad ”.

En este campo de batalla los diseñadores como profesionales tenemos tareas importantes que cumplir. Defender lo mejor de la cultura universal, contribuir a su masificación y asumir sus mejores valores, como alternativa a una cultura elitista que pretende canonizar los valores y

antivalores culturales de las clases dominantes, para lo cual se apoyan en todo un aparato institucional muy bien concebido.

Precisar conceptos tales como cultura elitista, cultura de masas, cultura popular y cultura urbana, constituyen una necesidad práctica de nuestro tiempo, por supuesto partiendo del hecho de comprender el papel que en estas pueden desempeñar la cultura de la clase dominante y de las clases explotadas.

Cultura elitista o "cultura": Se piensa en lo más refinado y especializado de la producción cultural no solo la que es resultado del trabajo minucioso y la creación genial de una auténtica élite especializada de productores de bienes culturales, sino también la que es consumida y usufrutuada por las élites económicas y políticas dominantes. Actualmente en el mundo unipolar en el que vivimos, las políticas de desarrollo cultural se enfocan de manera preferente hacia las llamadas culturas de élite. Las clases dominantes y los aparatos ideológicos del estado promueven y difunden en primer lugar sus propios modelos y valores culturales.

Durante las últimas décadas han cobrado creciente importancia mundial en la difusión de estos modelos culturales los medios de comunicación masiva. Las características de estos medios han generado a su vez nuevas formas culturales de dominación.

Cultura de masas: Se trata sobre todo de los performing arts una de las más poderosas industrias multinacionales de la actualidad. En este sistema el producto cultural se fabrica esencialmente con criterios comerciales y de lucro económico. Su penetración masiva en todas partes del mundo, su aceptación y consumo por las grandes mayorías de la población principalmente urbana pero también rural justifican su denominación como "cultura de masas" es mas bien cultura para las masas, un proceso unilateral de difusión en donde las clases son meros receptores pasivos de un producto acabado. A través de la cultura de masas se difunden también los productos culturales de elite.

Cultura popular: Se refiere a los procesos de creación cultural emanados directamente de las clases populares, de sus tradiciones, del genio creador cotidiano. Cultura de clases subalternas, se inspira en el nacionalismo cultural, grupos étnicos minoritarios se incluye aspectos tan diversos como las lenguas minoritarias, artesanías para uso doméstico, decorativo, y folklore.

Figura 1



etnias para defender sus identidades y conciencias. Debe analizarse a nivel de comunidad y localidad concreta.

Cultura urbana: Se le define como el espacio generado entre los modos operativos de la ciudad capitalista y la respuesta mayoritaria a tal poder de sujeción. Es un resultado de choque entre la industrialización y las costumbres, entre la modernización social y la capacidad individual para adecuarse a su ritmo, entre la oferta (las apetencias) y la demanda (las carencias). Es una cultura en el sentido de modo de vida o comprensión generalizada y no discutida de la realidad, que emerge a partir de la conversión de la sociedad tradicional en sociedad de masas y que por lo mismo implica el sometimiento y la reducción de las clases populares, la ofensiva ideológica de los medios masivos, el muy rentable caos del crecimiento capitalista.

Otras características

1. Sensaciones de impotencia o insignificancia que traducen la experiencia personal al idioma de la fatalidad universal.
2. Visiones lineales del orden y el progreso.
3. Actualización del machismo y de la represión social que admite incluso zonas de liberación.
4. Visiones jerárquicas y autoritarias del conocimiento que se inicia en la religión de la escolaridad.
5. Interiorización programada de las mayorías que acuden a los elementos tradicionales (el uso de la religión) y a los ordenamientos tecnológicos (imágenes subliminales, orientación de la publicidad, etc.).
6. Obediencia internalizadas ante la autoridad y sus excesos.

Obras y hechos relevantes que influyeron  
en el desarrollo de la Cultura Cubana.

A pesar de que Cuba ha tenido una tendencia a situarse a la vanguardia de la cultura hispanoamericana, gracias a la posición privilegiada de la Isla, desde donde recibió todas las corrientes venidas de Europa.

La cultura cubana es una cultura aun en formación, influenciada por las culturas indígenas, española y africana.

No obstante, existen una serie de hechos y obras que han venido contribuyendo a la formación de una cultura puramente cubana.

1. 1608 Espejo de paciencia

Este poema escrito por Silvestre de Balboa, constituye un documento sociológico de gran interés histórico ya que es la primera obra maestra de tipo político-realista de América Latina. Es una obra además nacionalista y revolucionaria ya que por primera vez se toca el tema de la esclavitud desde el punto de vista de las condiciones del esclavo como ser humano. El protagonista es un negro que logra su libertad con su heroísmo.

2. 1776 Fundación del primer teatro de opera de cuba.

Este fue además el primer teatro de este tipo en toda América, y en el eran representadas todas las operas de la época.

3. 1790 Fundación del papel periódico de la habana.

Constituyo el tercer periódico publicado en el nuevo continente.

4. S-XIX "Niagara"

Poema escrito por el poeta romántico José Maria Heredia, quien expresaba gran patriotismo y cubanía a través de su obra. A partir de este momento comienza a vincularse la producción cultural con los nuevos intereses de los cubanos: los deseos de independencia.

5. 1853 Nacimiento de José Martí.

José Martí incrementa el vinculo entre cultura e intereses sociales, consagrando lo mejor de su obra a la causa de la independencia de Cuba.

6. 1880 Cecilia Valdez

Esta novela escrita por Cirilo Villaverde, es considerada la mejor novela colonial hispanoamericana. En ella se plantea nuevamente el problema de la discriminación racial.

## 7. 1902 Independencia de Cuba Española y surgimiento de la República Mediatizada.

En esta etapa la literatura se caracteriza por el pesimismo producto de la independencia frustrada y quien mejor lo expresa es el novelista Miguel de Cabrión con sus novelas "Las Honradas y "Las Impuras".

## 8. 1924 Surge el Grupo Minorista.

Pequeño grupo de intelectuales que jugó un importante papel en la creación de una conciencia política. (Juan Marinello, Emilio Roig, Fernando Ortiz, Regino Pedroso, Nicolás Guillén, Julio Antonio Mella.)

## 9. 1959 Triunfo de la Revolución Cubana.

Tras el triunfo revolucionario se comienza a trabajar para incrementar la cultura del pueblo en general. Se fundan escuelas y se forman profesionales de acuerdo a las nuevas necesidades del país. Se les da un nuevo uso a los medios de comunicación como afiches, carteles, revistas, radio, televisión, periódicos y libros ya que ahora estarían destinados a promover la literatura, actividades culturales y de interés social. Cuba incluso llegó a ser el país con mayor producción de libros en América Latina.

1. Surge y se desarrolla el cine cubano.

2. Surgen nuevas compañías de teatro.

3. Se desarrolla la pintura con una forma de expresión más nacional.

4. Afloran cuentistas y novelistas como Lizardo Otero y Miguel Barnet, y músicos como Leo Brower.

Es a partir de esta etapa que la gráfica alcanza un alto nivel creador y expresivo que ha perdurado más o menos hasta nuestros días.

Vinculado al desarrollo cultural que se va alcanzando, se fundan prestigiosas instituciones como la UNEAC, el ICAIC, La Casa de las Américas, y el Centro Nacional de Cultura. (CNC)

## Antecedentes históricos del diseño en Cuba

Antes del triunfo de la Revolución el término que se empleaba era dibujo y, precisando, dibujo comercial, término que explica por sí mismo. La sociedad capitalista estimulaba al consumo, desde luego, de unos cuantos; además, no siempre el anuncio de algo permitía un consumo amplio. Al mismo tiempo, la competencia estimulaba la idealización del producto; en muchos casos; siendo el mismo o parecido, sólo se establecían diferencias aparentes o de clases y se originaban de este modo necesidades artificiales.

Otro de los puntos fundamentales consistía en el estímulo al consumo de productos importados como consecuencia de la evidente colonización económica. Así no se aspiraba a satisfacer necesidades sociales o detectar su existencia, sino al auge de los intereses económicos intervencionistas y de las clases dominantes nacionales.

La técnica del anuncio en sí fue dispersa en su desarrollo, rudimentaria al principio y siempre influida por la técnica publicitaria de Estados Unidos. A través de las investigaciones se va alcanzando un control mayor en todos los medios: periódicos, revistas, televisión, etc. En esta etapa el cartel tuvo un papel secundario y quedó prácticamente reducido a las actividades electorales, donde la política quería solo permitía la imagen del aspirante en el cartel, y algunos textos, en muchos casos confusos. Sin embargo, en la valla se alcanzaron logros más altos que en el cartel.

Generalmente, los dibujantes, comerciales se formaban como pintores dentro de una técnica clásica, que era la impartida en las escuelas de arte. Esto permitía al dibujo una representación adaptada a los medios de impresión y de las necesidades particulares del anuncio. De ahí las clásicas mujeres semidesnudas, evidente influencia de las ilustraciones en boga entonces en los Estados Unidos.

Años antes del triunfo de la revolución se fue insertando la fotografía de estudio, donde se llegó a alcanzar un nivel igual o más alto que en los dibujos.

El color se encontraba generalmente en algunos anuncios de revistas, en las vallas, y de manera más impactante, en los anuncios lumínicos. El medio que predominaba era el periódico en blanco y negro, repleto de anuncios, desde los de páginas completas hasta los minúsculos clasificados, para poderosos bancos, jabones o discretos quiropedistas.

Cambios ocurridos que se producen a partir del triunfo de la Revolución.

Los primeros pasos consistieron en la utilización de los mismos medios y técnicas expresivas, pero ahora al servicio de la nueva sociedad que despuntaba. Posteriormente, a partir de las nacionalizaciones en las que fueron incluidas las agencias de publicidad, y luego de su reestructuración, surgió un grupo, unos cuantos diseñadores jóvenes, algunos de los cuales provenían de esas mismas agencias. Este inicio tenía las características técnicas del pasado, pero según fueron perfilándose los lineamientos de la Revolución triunfante, surgieron algunos cambios esenciales en el que las diferencias con el pasado son cada vez más evidentes.

Algo que debemos subrayar en este proceso es, el desarrollo en la edición de libros que, al mismo tiempo, evidenciaba una experimentación en el concepto de portada. También algunas actividades culturales dieron lugar a destacados carteles culturales.

Esta etapa, desde el punto de vista expresivo, en cuanto a los estilos fue eminentemente realista; desaparecieron los brotes fotográficos de los últimos años antes del Triunfo de la Revolución.

Se apelaba a la conciencia, al estudio, a la defensa como algo imprescindible para el poder revolucionario en momentos difíciles como Girón y, poco después la Crisis de Octubre, la alfabetización, el internacionalismo y también el deporte. Fue en las portadas de los libros y en aislados carteles culturales donde encontramos las principales manifestaciones, los mayores aportes.

Los carteles de cine fueron en esa época un movimiento creciente que contaban con menos antecedentes que los libros, aunque algunos casos menos antecedentes que los libros, aunque algunos casos la libertad en las técnicas expresivas y la propia experimentación impedía lo que es inherente a los carteles de cine: comunicar la esencia del contenido de las películas. También se produjeron casos similares en las portadas de los libros.

Fue una etapa de elevado poder creativo, aunque éste se resentía del poco nivel de comunicación que lo generaba, ya que en muchos casos la tipografía resultaba ilegible.

El cartel cubano

La gráfica cubana, más específicamente el cartel cubano, ha protagonizado sin dudas un papel verdaderamente apreciable en nuestra sociedad. Ha sido, y es, un género portador de signos, así como una de las muestras más genuinas de identidad nacional contemporánea.

Como medio, el cartel está llamado a cubrir amplias necesidades de información a socializar un tipo de comunicación didáctica y estética, además de ser un arte de una vanguardia visual que crea y promueve la imagen de su época. Constituye además un instrumento en la formación social puesto que es parte determinante del ambiente e influye directamente en la sociedad.

En Cuba los orígenes del cartel están vinculados a la publicidad comercial capitalista. El diseño gráfico insular se enfocó antes del triunfo de la Revolución a banalidades como el deseo competitivo de una burguesía que gustaba de ser reflejada en las páginas de las revistas, o de ver en los muros de los edificios un anuncio alentador de posibilidades de "vida muelle", o en un pasquín electoral con promesas de mejoras para los necesitados.

Con el triunfo revolucionario esa visualidad establece nuevos modelos y utiliza diversos matices; se convierte en portadora de una imagen diferente, moderna, de una nueva estética, entre cuyas características fundamentales podemos citar la síntesis compositiva, el cromatismo plano y una organización clara y racional del texto y la representación en el



espacio que dan como resultado una imagen simplificada con respecto a la anterior, fruto frecuentemente de asociaciones imaginativas directas.

Todas estas características facilitan el "nuevo discurso" del cartel cubano el cual no tendrá como objetivo proponer un producto a un consumidor sino un mensaje educativo, cultural o social y una posición política bien definida.

La cartelística de los años posteriores al 1959 constituyó desde sus inicios un producto nuevo, criollo, que tuvo influencia de diseñadores norteamericanos como Saul Bass, polacos como Jan Jenika y japoneses como Shigeo Fukuda. Esta gráfica constituyó el resultado revelador del incesante desarrollo cultural de nuestro pueblo y un acto que pone al descubierto otra faceta más de nuestra identidad nacional y un elemento intelectual insoslayable para el logro de la integración latinoamericana.

La pacífica realidad social y económica de nuestro país cambió radicalmente. Eran necesarios nuevos canales de comunicación para el diálogo pueblo-Estado que comenzaba a ser diferente. El momento requería de nuevas propuestas estéticas que plasmaran de otro modo la nueva realidad. El cartel resultó el medio favorito por sus características dimensionales, la posibilidad de estar en todas partes dentro de la ciudad y su valor comunicativo. Así, carteles culturales, sociales y políticos quedaron marcados con el sello de la nueva época.

El cartel de la década del 60 rompe con todos los cánones establecidos en épocas anteriores. En la temática política se destacan el uso de símbolos de lucha armada, motivos tradicionales de distintos países y su cultura propia como recuperación de valores nacionales. También se ponen al descubierto la deformación cultural y la explotación impuestas a los países del tercer mundo.

El cartel de estos años impactó de manera extraordinaria en el desarrollo cultural de la sociedad cubana, pues hasta ese momento Cuba tenía una influencia muy marcada de la sociedad capitalista y por ende de las Campañas publicitarias. La nueva gráfica colocó a Cuba a la vanguardia de América Latina. Al cambiar la sociedad surge un cartel de acuerdo con las nuevas necesidades, ya no eran publicidades de consumo sino de bien público en la mayoría de los casos. De la gráfica anterior, se toman los elementos básicos y más positivos y se vuelcan en los nuevos carteles que se pusieron a la altura del momento.

La efervescencia social de los años 60 y 70 propició en gran medida el auge que tuvo este movimiento. En el ámbito que más se desarrolló fue en el cine producto del gran auge cultural que tuvo esa época. La campaña de alfabetización también influyó de manera particular en los carteles, Las casas más humildes aprendían a leer y les era atractivo poder descifrar el contenido de los mensajes que se esparcían por la ciudad, no obstante todavía el peso fundamental recaía en la imagen.

La nueva cartelística se deshace del lenguaje pedestre y estereotipado para utilizar uno comprometido social y culturalmente, un lenguaje que estimula las actitudes justas y altruistas. Existe una apelación a los sentidos con el objetivo de que se analice y se comprenda lo que se expone; así como un proceso de comunicación totalmente diferente.

Surgen nuevas piezas de comunicación visual que persiguen orientar, promover, recordar, informar, enseñar y proponer la cultura masiva.

El cartel que se realizó en los '60 y '70 se basó en parámetros casi universales para la comunicación gráfica, por ejemplo:

-Llamar la atención por medio del color y la forma.

-Uso de códigos actuales en su momento.

-Sencillez y simplicidad.

Esto garantizó, además de la eficiencia, el ahorro de recursos y un modo de hacer muy cubano.

No obstante, en algunos casos la libertad de las técnicas expresivas y la propia experimentación, impedían lo que es inherente al cartel: comunicar la esencia del contenido (este fenómeno ocurrió en mayor grado con la cartelística cinematográfica).

En los 70" el creador se ve forzado a buscar nuevas alternativas y superarse a sí mismo por la imposición del Bloqueo Económico a Cuba. Este proceso propició que se comenzara a producir en la isla, un cartel distinto al del resto de los países. Nuestra cartelística ha desarrollado desde entonces, caracteres distintivos propios, dados por diferencias notables de contenido y las condiciones tecnológicas, o sea, los medios disponibles para su realización.

Las limitaciones hacen que se utilice muy poco un medio tan bueno como la fotografía y que las tiradas de carteles sean escasas. Todo esto hace que el medio utilizado por excelencia sea la serigrafía, que a su vez condiciona en gran medida las características formales del resultado.

En estas décadas la relación Diseño-Cultura era muy fuerte. Todo hecho cultural, aunque fuera pequeño estaba acompañado de un cartel. Hoy en día no es así. No se hace uso del cartel, pero la necesidad del mismo sigue vigente.

Hasta este punto tendríamos que la individualidad del cartel cubano de las primeras décadas de la Revolución, es producto de dos factores fundamentales: las limitaciones en cuanto al material(el cual determina un tipo específico de medio) y la formación política de los diseñadores cubanos(que se refleja en el contenido de los carteles)

## Entrevista

### Preguntas

- 1.¿Cómo impactó en el desarrollo cultural de la sociedad cubana el cartel de los años 60'' ?
- 2.¿Cómo influyeron en las transformaciones culturales de estos años en la cartelística cubana?
- 3.De las décadas de 1960 y 1970 a la actual, ¿Cómo usted piensa que ha variado la relación diseño-cultura en la cartelística cubana?
- 4.¿Considera que la tecnología existente en Cuba ha incidido de algún modo en la realización del cartel?

### Respuestas

Marina Rodríguez

1.Impactó de manera extraordinaria pues hasta ese momento Cuba tenía una influencia muy marcada de la sociedad capitalista y por ende de las campañas publicitarias. La nueva gráfica colocó a Cuba a la vanguardia de América Latina. Al cambiar la sociedad surge un cartel de acuerdo con las nuevas necesidades, ya no eran publicidades de consumo sino de bien público en la mayoría de los casos.

De la gráfica anterior, se toman los elementos básicos y más positivos y se vuelcan en los nuevos carteles que se pusieron a la altura del momento.

El cartel ayuda al desarrollo cultural de la sociedad. Las clases más necesitadas dejaron de ver el cartel que invita al consumo para observar otro que sí tenía que ver con ellos, por ejemplo los de la campaña de alfabetización.

2. Ambas preguntas están muy vinculadas. La efervescencia social de aquellos años propició en gran medida el auge que tuvo este movimiento en los 60''. En el ámbito que más se desarrolló fue en el cine producto del gran auge cultural que tuvo esa época. La campaña de alfabetización también influyó de manera particular en los carteles, Las clases más humildes aprendían a leer y les era atractivo poder descifrar el contenido de los mensajes que se esparcían por la ciudad, no obstante todavía el peso fundamental recaía en la imagen.

3. En las décadas del '60 y '70 la relación Diseño-Cultura era muy fuerte. Todo hecho cultural, aunque fuera pequeño estaba acompañado de un cartel.

Hoy en día no es así. No se hace uso del cartel, pero la necesidad del mismo sigue vigente. Pienso que es importante tomar conciencia de lo importante que puede ser para la divulgación de la cultura, y aunque hayan en la actualidad otros medios de comunicación masiva como la televisión, no es lo mismo. El cartel te lo tropiezas en la calle, te impacta, provoca un enfrentamiento de la gente (ya sea rechazándolo o asimilándolo).

4. No se deben obviar los adelantos técnicos, pero pienso que cuando se habla del cartel la serigrafía es insuperable, porque es un método tradicional y es sensorial; se ven los planos de superposición de colores y tienen cierta textura que no posee en offset, sin hablar de su valor artístico.

Sara Vega

1. La cartelística de los '60 hace replantearse un nuevo concepto de arte en la sociedad cubana puesto que la gente común que no tenía poder adquisitivo para comprar un óleo descubrieron el valor artístico del cartel, que pasó a ser parte de la decoración popular.

2. En el '60 se abrió un espacio muy amplio al diseño producto de la propia explosión social de estos años. Ocurrió que el diseño marcó, incluso, a la plástica, en aspectos como la agresividad y el sentido de la nueva visualidad.

A la par de las cosas negativas del entorno y la sociedad, cambian de golpe los referentes estéticos con el triunfo revolucionario. Se dan manifestaciones culturales de todo tipo y una apertura en la mirada bajo la aceptación rotunda del pueblo.

3. En los primeros años de la revolución los creadores del cartel tuvieron una formación más bien artística, siendo una consecuencia directa de esto que en algunos carteles de esta época la comunicación estuviera relegada a un segundo plano. No obstante, el papel que se desempeñó tuvo una influencia fuerte y definitoria en la naciente cultura revolucionaria.

Actualmente ya existen en nuestra isla diseñadores formados profesionalmente y permeados de un bagaje teórico que les permite concebir la comunicación aplicada tanto al cartel como a otras esferas- como una herramienta social, y aceptar el reto de utilizarla de manera racional, siendo concisos y austeros en la imagen. Sin embargo, el cartel no desempeña hoy un role protagónico socialmente.

4. La tecnología más usada en nuestro país ha sido la serigrafía, dándole un sello único al cartel cubano, que se refleja en la síntesis compositiva y en un colorido extremo y agresivo delimitado por planos contrastantes.

Muestra de carteles realizados antes y  
después del Triunfo de la Revolución

1. Enrique Ceravia
2. Mario Carreño
3. Enrique García Carrera
4. Cartel Electoral.
5. Cartel de Cubana de Aviación
6. Eladio Rivadulla Martínez
7. Eladio Rivadulla Martínez
8. Enrique García Carrera
9. Cartel Electoral.
10. Cartel del filme La Manigua.
11. Eladio Rivadulla Martínez
12. Cartel Electoral.
13. Jaime Valls
14. Eladio Rivadulla Martínez
15. Cartel del filme El veneno de un beso.
16. Anuncio publicitario del combustible marca Luz Brillante.
17. Faustino Pérez
18. Antonio Pérez ( Ñico ) "Cien Años de lucha "
19. Alfredo Rostgard "La Ausencia "
20. René Azcuy
21. Roberto Quintana.
22. Andrés Barceló
23. Delegación del gobierno del capitolio
24. Alfredo Rostgar "Cancion Protesta "
25. Mario Sandoval.
26. Roberto Quintana.
27. Juan Ayús y Alberto Korda.
28. Eladio Rivadillaba
29. Mario Masvidal

30. Eladio Rivadilla

31. Mario Sandoval

32. Antonio Fernández

33. Eduardo Muñoz Bach

34. Eduardo Muñoz Bachs

35. Raul Martínez.

#### Diseño-cultura

El diseño de Comunicación Visual es la Disciplina dedicada a la producción de comunicaciones visuales, dirigidas a afectar el conocimiento, las actitudes y el comportamiento de la gente.

El rol de las comunicaciones visuales no termina en su producción y distribución, sino en su efecto sobre la gente. La motivación para su creación y el cumplimiento de su propósito, se cuenta en la intención de transformar una realidad existente en una realidad deseada. Esta realidad no está constituida por formas gráficas, sino por personas.

Demarcar las fronteras entre la ética, la sociedad y la cultura es ciertamente difícil, sosteniendo al mismo tiempo que no hay nada en la vida social que pueda quedar fuera de la ética o de la cultura.

Cultura en el sentido más restringido es el área de la vida social humana que cae fuera de la supervivencia y el mercado masivo.

La responsabilidad del diseñador frente a esta cultura ha sido tradicionalmente una preocupación intersticial. Bajo la presión de las necesidades de los clientes y los costos de producción, los buenos diseñadores normalmente han infiltrado en sus trabajos sus propios valores estéticos. También han tratado de producir soluciones inteligentes, cuyo goce ha ido más allá de los requerimientos del proyecto y que han constituido "un regalo" al público, contribuyendo así a un mayor goce de la vida a través de las experiencias de lo bello y lo inteligente.

Es importante la manera en que esta actividad intersticial crea cultura y promueve modelos de conducta que pueden enriquecer constantemente la vida cotidiana. El diseño gráfico es una manera global de intervenir en el debate cultural que se desarrolla permanentemente en la sociedad.

Otra de las mayores responsabilidades culturales del diseñador es la de producir comunicaciones que realmente comuniquen algo. Sin comunicación no hay cultura, pero la cantidad de comunicaciones sin información que llenan el espacio de hoy -Cuba vive una

realidad bien diferente- crea en la gente la sensación de permanecer a " la edad de la información" mientras que, en general, lo que nos rodea son signos sin información. La publicidad y los mensajes políticos proveen muchos ejemplos de esta realidad. En el centro de la noción de información está la noción de relevancia (importancia y pertinencia). La relevancia mantiene la vitalidad de la información, empuja el desarrollo del lenguaje y, en el terreno del diseño gráfico, crea nuevas necesidades expresivas que promueven la invención de nuevas soluciones visuales que, a su vez activan el ambiente cultural.

Es el poderoso lenguaje de las cosas el que, por razones diversas, crea atracciones y rechazos entre la gente; es un lenguaje que, en general, no miente porque está normalmente construido sobre la base de preferencias formales, sin la intención de comunicar. Todo diseñador como constructor del ambiente cotidiano, tiene que aprender a entenderlo, tiene que hablarlo con propiedad, proporción y medida, de manera que tal vez, poco a poco, pueda construirse una cultura armónica de objetos que lentamente invadan la vida misma. "La producción es el medio más eficaz de nuestro tiempo un medio que puede ser usado como vehículo de estupidez o de cultura".

El poder del diseño reside en su permanente presencia subliminal. A diferencia del arte, que existe

Encuadrado en objetos independientes, los objetos diseñados colocan al diseño en todas partes, y en general fuera del foco de nuestra atención.

A pesar de lo importante que puede ser, la verdadera naturaleza de la función del diseño normalmente requiere su invisibilidad. Es más, en la mayoría de los casos, cuando mejor es el diseño, más invisible se torna.

El buen diseño permite desarrollar nuestras actividades cotidianas en forma espontánea, como si no estuvieran medidas por objetos. Todos los días, desde el momento en que suena el despertador, hasta que nos despertamos al día siguiente, todas nuestras actividades están facilitadas u obstaculizadas por el diseño, sea esté gráfico, industrial o del ambiente. La vida humana sucede en un mundo conceptualmente promovido y sancionado por los medios masivos y físicamente construido por el diseño.

Los avisos, las cubiertas de revistas y la televisión crean hoy los íconos culturales, que rodean y condicionan nuestras vidas. Estos íconos, por lo general, son creados para obtener un resultado específico, para satisfacer los apetitos y despertar las fantasías de un grupo - blanco específico. Sin embargo, los estereotipos así creados pueden mostrar un potencial negativo cuando se los evalúa en un contexto social que excede los objetivos de una campaña. Un claro ejemplo de esto es un aviso publicado para una línea aérea, en el que la foto de un cowboy de 1.95 metros, estirado en el asiento de un avión, indica que esta línea aérea ofrece mucho espacio. La foto parece convincente, pero promueve una actitud de falta de consideración hacia los pasajeros que eventualmente rodearán al modelo. Esto se pone en evidencia cuando uno no se identifica con el modelo, sino que lo ve como al vecino en el avión. Este desparramar

el cuerpo en todas direcciones, como si se estuviera solo, hace que los imitadores de este personaje no solo sean un problema en un avión, sino también en un ómnibus, en un concierto, en una estación de servicio o en cualquier lugar donde exista la necesidad de compartir y coexistir. La promoción de la línea aérea sobre la base del espacio que ofrece, hecha de esta manera, también promueve una actitud antisocial. Los ejemplos como este abundan.

La comunicación se basa en compartir códigos y, por lo tanto, los estereotipos son muy útiles para asegurar la comprensión de un mensaje. Pero ¿deben los diseñadores concentrarse sólo en asegurar la comprensión de sus mensajes, o también deben prestar atención a contextos más amplios y asegurar la comprensión sin promover modelos de dudoso valor? El problema merece atención, y los diseñadores que, a través de la educación y la práctica, adquieren la capacidad de responder eficazmente a las necesidades de los clientes, deben también sensibilizarse en relación con las necesidades del público y estar mejor preparados para satisfacerlas.

El diseño era, antes de convertirse en una magnitud predominantemente económica, un movimiento cultural cuya meta era superar la clásica cultura de la burguesía, fijada en estilos históricos. tiene hasta hoy no solo una dimensión económica sino también cultural.

Que algo se divida en objeto y forma, es decir, que se contemple la forma como variable, arbitrariamente intercambiable según el espíritu de la época y el gusto de los medios, corresponde a un concepto burgués de la cultura según el cual el mundo se divide en espíritu y materia, forma y técnica, estilo y propósito, apariencia y sustancia. Sobre este rail, el diseño ha degenerado bastante hacia una actitud de moda, que cambia como

El peinado y la longitud de la falda. El diseñador es un peluquero cultural que aplica los estilos del arte y el gusto del momento también a los productos cotidianos

El diseño en la batalla de ideas

Desde hace cuatro años nuestra revolución se ha visto inmersa en un nuevo combate contra la injusticia, un combate de pensamientos, una nueva batalla de ideas. En esta lucha el diseño gráfico ha desempeñado un rol fundamental en este tipo de contienda.

Nuestro Instituto ha tenido un estrecho vínculo con los programas revolucionarios que han hecho más fuerte ésta lucha. Programas que han contribuido a desarrollar grandemente la cultura general integral de nuestro pueblo.

Todos estos programas forman parte de la política cultural de nuestro gobierno que tiene como objetivo primordial que todos nuestros niños, jóvenes y adultos adquieran más y mejor cultura.



Una de las primeras tareas donde el Instituto Superior de Diseño Industrial se vio comprometido fue en la lucha por la liberación del niño Elián González. Los estudiantes y profesores del instituto en especial los estudiantes del 4to año de la especialidad de diseño informacional ,aportaron su pequeño granito de arena con el diseño de un mural que reclamaba el regreso de nuestro niño a la patria.

El mural realizado recoge visiones de este proceso, matices, imágenes que pueden valer tanto como mil palabras, que son también nuestros alegatos, nuestros discursos, nuestra tribuna abierta antiimperialista.

Ese fue el comienzo de nuestro apoyo en la batalla de ideas.

En el curso escolar 2001- 2002, a petición de la Revolución y del Ministerio de Educación se pidieron la realización de 30 software educativos debido a la incorporación de computadoras en todas las escuelas primarias del país, estos abarcaban diferentes tipos de asignaturas teóricas y platicas donde el niños pudiesen interactuar directamente con la computación.

Esta tarea la realizaron estudiantes de 5to ano de la especialidad de diseño informacional los cuales fueron tomados como trabajos de tesis. Estos son algunos de los temas que se trabajaron:

1. La forma que nos rodea
2. Comprobando y calculando
3. Jugando con palabras
4. Apreciando la belleza
5. Mi vida, mi patria
6. Cantar y bailar
7. Nosotros y la computadora
8. Tu, yo y lo que nos rodea

Otras de las tareas fue el proyecto que lanzo la juventud Nacional para rehabilitar la imagen gráfica de la ciudad debido a que esta no se correspondía del todo con los momentos actuales los que estamos viviendo.

Los temas que se tomaron para la realización de esta tarea fueron: La paz, el no al ALCA, no a la guerra, los logros de la Revolución en el deporte, la salud, la educación y el regreso de nuestros cinco héroes prisioneros del imperio, entre otros

El diseño y la realización de los murales fueron realizados por un grupo de estudiantes de segundo y

Cuarto año de las especialidades de gráfico e industrial del instituto.

En la primera etapa se realizaron 16 muros en diferentes lugares céntricos de la capital.

Ya se están preparando 18 muros mas para una segunda etapa donde el instituto va a seguir jugando el papel protagónico de la obra.

Campaña contra el mosquito y Censo

Otras dos de las misiones encargadas a nuestro instituto fueron, la campaña de lucha contra el mosquito y el Censo de población y vivienda. En las dos tareas el ISDI y la ONDI fueron los encargados de diseñar todo lo referido a dichas campañas, se crearon numerosos carteles, plegables y vallas referente al tema que fueron distribuidos y publicados por todo el país, se trabajo también en toda la parte comunicativa y de identidad del personal que laboraba en estas campañas.

Se realizo el identificador del CENSO de población y viviendas, y se creo una pauta para todo lo referido al tema.

Otro programa de la revolución donde el ISDI dio su aporte fue en el diseño de los periolibros. Se crearon todas las pautas tipográficas y de diseño editorial, se realizaron mas de cincuentas ilustraciones y varios diseños de cubiertas.

Actualmente estudiantes de 5to año de la especialidad de diseño informacional se encuentran trabajando en el diseño de identidad y de imagen de canal educativo. Medida muy espesifica que contribuira(no existe todavía referencia debido a que es un trabajo de diploma).

Conclusiones

La cultura y el diseño funcionan como complemento uno del otro. Es preciso que el diseñador sea siempre culto dadas las características marcadoras de su trabajo y puesto que la cultura ha de ir siempre de la mano del diseño para que sea un verdadero producto de su tiempo.

En Cuba el diseño siempre ha estado relacionado con la cultura del país. El desarrollo de este ha contribuido al nivel cultural alcanzado por la sociedad desde épocas anteriores, como son los programas a favor de la revolución, comenzando con la campaña de alfabetización, reforma agraria, luego lo relacionado con la salud y actualmente con la batalla de idea. Podemos citar entonces que el diseñador debe tener una cultura general e integral para favorecer directamente a todos los lectores de la sociedad

