

La Habana, 2003  
Encuentro Internacional de Escuelas de Diseño

**Título:** Un viejo hacer para un nuevo decir: El Cartel producido en el ISDi

**Autor:** Flor de Lis López Hernández

Instituto Superior de Diseño, Cuba

#### Introducción

"El Diseñador Gráfico es un especialista en comunicación humana, si bien su medio específico es el visual"

Jorge Frascara

El cartel, medio de comunicación humana define sus características y alcanza un verdadero apogeo en el siglo XIX. El afiche Art Nouveau trató de poner un mayor orden visual al caos tipográfico y de ornamentación que el gusto Victoriano impuso en la mayor parte de esta centuria.

Sin embargo, los cartelistas decimonónicos no pudieron desprenderse del lastre artístico-artesanal de la época que convertía a un afiche en una excelente pieza de decoración, pero no siempre en una comunicación efectiva. A la historia del Diseño han trascendido ejemplos por sus excelentes cualidades estéticas, aunque no siempre estuviera muy claro el producto o servicio que promocionaban.

De esa época hasta la fecha muchas han sido las influencias y maneras de expresión de este medio. Desde la abstracción y geometría del Cubismo, Constructivismo y Racionalismo de los años 20 que rechazaron el estilo ornamentalista en aras de usar la forma visual como elemento comunicacional, a la importancia dada a simplicidad y legibilidad en los 50, pasando por el impacto del Pop en la gráfica, sobre todo en el cartel conceptual y el sicodélico de los 60 hasta llegar a una gráfica postmoderna, donde es más importante el impacto visual, la diversión y la ironía que la claridad del mensaje, el cual puede en ocasiones ser bastante ambiguo.

A este nuevo eclecticismo han aportado mucho las nuevas tecnologías que permiten múltiples efectos, composiciones tipográficas y procesamiento de imágenes de una manera mucho más rápida y barata.

La intención del presente trabajo es la de contribuir de manera modesta a la recopilación de la memoria histórica de un tema que no por tradicional deja de tener presencia en las aulas del ISDI, me refiero al cartel como medio de comunicación visual.

Impartir clases como docente de Historia del Diseño en el ISDI por 14 años me ha permitido un acercamiento a esta interesante temática y una visión al menos general de cómo la misma se ha venido abordando en la especialidad de Diseño Informacional.

## Desarrollo

El ISDI desde 1984, año en que se funda, tiene la responsabilidad de formar profesionales en las especialidades de Diseño Industrial, Vestuario y Diseño Informacional.

Para los diseñadores de comunicación visual el cartel es un soporte con una magia particular, aun cuando reconocen que actualmente es dura la competencia con otros medios más económicos, rápidos y de mayor alcance, no pueden sustraerse a la abstracción de hacer carteles.

No olvidemos que en Cuba la gráfica revolucionaria y específicamente el cartel como producto cultural ha sido un símbolo de identidad, donde se ha expresado la cubanía como concepto, nuestra manera particular de decir las cosas. Sobre todo, en las décadas del 60 y 70 del pasado siglo, el cartel cubano alcanzó un protagonismo en nuestro entorno visual, legándonos ejemplos paradigmáticos y una herencia cultural que hasta hoy nutre la gráfica cubana.

Por otra parte, el afiche, es un medio capaz de lograr efectividad en la comunicación con una gran economía de recursos gráficos, cosa que desde siempre fue la esencia de esta profesión.

En los 19 años de existencia del Instituto Superior de Diseño Industrial el cartel ha sido un soporte recurrente dentro de toda la carrera, tanto en el plano curricular, como extracurricular.

En lo curricular la asignatura Taller de Diseño de Cartel se imparte en 4to. Año de la especialidad, pero antes, en años inferiores, otras asignaturas como Psicología, Historia del Diseño, Dibujo y Envases hacen uso del soporte con fines específicos, aun cuando los estudiantes no dominan todas las herramientas del medio.

Incluso en los primeros años de fundado el ISDI se llegaron a realizar ejercicios de taller en 1er. Año que culminaban con carteles, cosa que consideramos muy prematura. En uno de estos ejercicios se pedía diseñar tres piezas que de forma independiente comunicaran un mensaje y como tríptico dijeran otra cosa. De esos años tenemos un buen ejemplo, ganador de mención en el Salón de Propaganda Gráfica 26 de Julio. Se llamó: Recuperar, para enderezar, para rectificar, Figuras. 1, 2, 3.

Estas piezas de franca vocación racionalista, estaban resueltas con una sola tinta de color rojo. Sobre el fondo monocromático aparecían los clavos dibujados sólo por una línea de contorno blanco, pero con la diferencia de que en la primera los clavos aparecían jorobados y regados, en la segunda un poco más derechos y organizados y en la tercera perfectamente rectos. El clavo como objeto, es la metáfora que sustituye la realidad nacional, aludiendo sin dudas al proceso de rectificación de errores y tendencias negativas en que se hallaba enfrascado nuestro país por los años 1987-1988. El autor, egresado nuestro, continúa vinculado al centro como profesor en la especialidad de Diseño Informacional.

Psicología I, se imparte en 2do. Año de la carrera y tiene entre sus objetivos que los estudiantes aprendan a construir en mensaje persuasivo, donde utilicen la imagen como elemento de analogía y el texto como recurso de carga afectiva. Por más de 10 años los estudiantes han demostrado su comprensión del tema en esta materia mediante carteles de bien social y de propaganda.

Si bien en 2do. Año aún no han cursado el Taller de Cartel por lo que no disponen de todas las herramientas necesarias, si pueden con un domino elemental del medio, defender sus mensajes persuasivos contra el hábito de fumar, el alcoholismo, los accidentes de tránsito, el cuidado del medio ambiente, las posiciones antibelicistas y la defensa de valores humanos en general, Figura 4.

Psicología II, Ilustración y Envase se integran en 3er. año en un ejercicio final, que culmina con el diseño de un envase y su cartel promocional, para un producto cuya marca resolvieron antes, Figuras 5 y 6.

El objetivo del cartel es publicitar el producto. En él puede o no aparecer el envase, pero si es obligatorio el nombre de marca y el producto. Cada asignatura mide objetivos específicos y todas valoran el resultado total del medio de comunicación, los recursos empleados para transmitir el concepto y si estos son eficaces para el público al cual está dirigido.

Historia del Diseño I y II, estas asignaturas de 3er. año han desarrollado un método de trabajo, donde los conocimientos históricos y teóricos del diseño van de lo discursivo a lo operativo,

dándole la posibilidad a los estudiantes de utilizar los códigos históricos, tanto del siglo XIX como del XX como herramientas para diseñar.

Se escoge el cartel como medio de comunicación por las posibilidades que tiene para el tratamiento de un código específico, así los estudiantes seleccionarán el código estético más adecuado al mensaje y al receptor al cual va dirigido. De esta manera mientras estudian la teoría del Art Nouveau, el cartel comercial alemán de inicios del siglo XX, las vanguardias históricas, el Art Decó, o el Pop por mencionar sólo algunos temas profundizan en los contenidos y disfrutan diseñando un cartel de tema libre, empleando las herramientas del código estudiado y contemporizándolo, Figuras 7, 8, 9, 10, 11.

Como resultado de esta asignatura se organizó una exposición de carteles en conmemoración al Día del Estudiante en noviembre de 1988 titulada Consumo Cuidado, en ella los jóvenes abordaron el tema del consumo y sus códigos con un sentido ético del diseño al poner al descubierto la manipulación de imágenes para tal efecto, partiendo de manipularlas ellos mismos. Estos carteles al ser concebidos para este recinto universitario exigían del espectador un conocimiento de la historia del diseño para poder lograr la interacción comunicativa. Citaron y parodiaron a conocidos carteles y obras de arte como principal recurso para acceder a lo contemporáneo. Con la relación texto-imagen lograron un contrapunto caracterizado por cierta carga de humor y/o ironía. Cada uno ensayó un camino diferente de símbolos, rejugos, asociaciones, sin embargo, todos tuvieron un denominador común, el tema era el diseño.

Al fin, en 4to. año se llega al tan esperado Taller de Cartel, allí los espera uno de los maestros cartelistas de la Epoca de Oro, Alfredo G. Rostgaard, junto a otro joven profesor egresado del ISDI. De alguna manera esta comunión garantiza por un lado la continuidad de una herencia y por otro la visión contemporánea y el apego a las nuevas tecnologías que los momentos actuales demandan.

Este Taller de sus inicios a la fecha ha sufrido la lógica evolución que el tema requiere. Originalmente todo se hacía de manera artesanal, se fotografiaban y recortaban las letras, se dibujaba todo a mano. No se usaba para nada la computadora.

El primer profesor de este curso fue un graduado nuestro que había hecho su Trabajo de Diploma sobre el cartel, hasta hoy es la única tesis del tema que se ha elaborado en el ISDI.

Aunque no eran profesores de Cartel sino de otras materias, la presencia en estos primeros años del ISDI de Níko, Morantes, Rostgaard, Ayala y Villaverde, diseñadores de la vieja guardia, dejaron

su impronta, como también la dejó el chileno Hugo Rivera, con su exigencia tipográfica y el suizo Urs Graf de su limpio y legible estilo.

Urs tutoró en 1989 el diseño de los carteles para el Primer Encuentro de Diseño, se escogieron dos propuestas de gran economía visual, Figuras 12 y 13, lo interesante en uno de ellos fue la pregnancia que logró con la reversibilidad de los implementos de dibujo resueltos con una sola tinta. La tipografía Sans-Seriff en blanco se destaca sobre el fondo negro, todo fue hecho a mano. El autor del cartel reconoce cierta influencia del japonés Shigeo Fukuda que por aquellos años visitó el ISDI

Como vemos las primeras generaciones de graduados de esta Universidad se entrenaron fundamentalmente en las habilidades manuales, posteriormente se fueron incorporando las técnicas digitales y por supuesto los carteles también lo sintieron.

Del mencionado Taller de Cartel han salido múltiples propuestas para participar en exposiciones de jóvenes cartelistas. Entre ellas la del nuevo cartel martiano (Fig 14) celebrada en la Biblioteca Nacional en 1999, en un aniversario del natalicio de nuestro Héroe Nacional, la exposición paralela al Encuentro de Jóvenes Realizadores, Figuras 15, 16, 17, 18, 19, y 20, organizada por el ICAIC en el 2003 y por último la exposición patrocinada por la Asociación de Publicistas de Cuba con el tema de los Cinco Héroes del Imperio, que desde el pasado mes de marzo estuvo abierta al público.

Campaña, es también un Taller de 4to. año, en el cual como su nombre lo dice se desarrollan campañas de diversos temas, ya sean publicitarias o de bien público. Se trabajan de manera coherente diversos medios y por supuesto casi siempre entre ellos se propone algún cartel

En la Práctica Pre profesional de 5to. año, los estudiantes deben asumir encargos reales y argumentar sus propuestas de diseño a los clientes. Los asuntos a abordar son variados, así como los soportes a trabajar. Sin embargo, es raro que en ellos no se proponga algún cartel. Aquí las temáticas privilegiadas son las de bien público, el tema de la lucha anti drogas por ejemplo fue de los más recientes.

De manera Extracurricular y con el tema del cine, desde 1987 y hasta 1990 funcionó un grupo que hacía carteles para el Video Club del ISDI. Semanalmente se diseñaba un cartel promocional para la película a estrenar. Los estudiantes involucrados veían el filme con 15 días de antelación, lo discutían y escogían quien asumiría el encargo. Se exponía el original pues no había posibilidades de imprimir estos carteles y más tarde los mismos eran expuestos en las paredes de la Sala de Video. Los mismos tenían las características de ser hechos totalmente a mano, empleando

diversas técnicas como el aerógrafo, la tempera o el lápiz de color, las soluciones fueron bien interesantes.

Fueron precisamente carteles de cine los que por primera vez se expusieron fuera del recinto universitario, en el marco del Festival de Cine Latinoamericano de 1987, los estudiantes hicieron carteles promocionales a las películas latinoamericanas en competencia. Estos se presentaron en los bajos del Hotel Habana Libre en la Sala de 23 y M.

Posteriormente en el marco del X Festival se organizó otra exposición, en el mismo lugar con carteles homenaje a Charles Chaplin, allí se exhibieron 20 originales diseñados por seis estudiantes de 3er. Año, Figura 21.

En estas propuestas siguiendo la mejor tradición del cartel del ICAIC el énfasis recaía en el contenido de los filmes y no en las imágenes de sus actores.

El cartel generado por los estudiantes en las aulas del ISDI ha obtenido reconocimiento en salones y concursos. Ya en 1990 el Salón Nacional de Gráfica 26 de Julio otorgaba el Segundo Premio a un cartel hecho por el ISDI, resuelto con gran economía de medios y en serigrafía. Sobre un fondo blanco dos lápices y un cubo como símbolo del tema diseño, Figura 22, resueltos con trazos simples y pocos colores. En la parte inferior y de manera caligráfica, el lema "Para crear lo útil", que por aquellos años identificaba al Instituto. De ahí en adelante estudiantes y graduados se han alzado con premios y menciones en este y otros concursos como el realizado por el XXX Aniversario de la caída del Che en combate cuyos carteles se expusieron en el Pabellón Cuba en julio de 1997, durante el XIV Festival Mundial de la Juventud y los Estudiantes, Figura 23, también fueron galardonados en el ya mencionado Concurso del Nuevo Cartel Martiano de 1999. Lo que evidencia el nivel conceptual y rigor técnico de las propuestas.

Los concursos en otros países tampoco escaparon del interés de docentes y estudiantes, así entre 1990 y 1995 se estuvieron enviando propuestas de carteles a la Bienal de México.

Los aniversarios del ISDI y otros eventos a los que hemos estado vinculados han sido buen pretexto para diseñar carteles, así a lo largo de estos años se han hecho carteles para Eventos Deportivos, Figura 24, Jornadas Científico Estudiantiles, para Encuentros de Diseño, Figuras 25, 26, 27 y 28, carteles para el reclamo del niño Elián y por la libertad de los cinco Héroes cubanos prisioneros en cárceles de los Estados Unidos, Figura 29.

En ellos se observa el tránsito que se ha ido produciendo de un hacer manual a una impronta tecnológica. De igual manera se aprecia una vocación que va desde el apego a nuestra mejor tradición cartelista, dando fe de un continuismo gráfico, hasta soluciones que marcan una diferencia total y que tienen más de ruptura que de continuidad. Teniendo todas en común la intención de un hacer nuestro, a lo cubano, sin desdeñar con esto por supuesto el legado cultural internacional.

## Conclusiones

El cartel como medio de comunicación ha estado presente en la formación de los diseñadores informacionales del ISDI desde sus primeros años, dando muestra de una vocación por el tema heredado de décadas anteriores.

En los cartelistas jóvenes se aprecia un respeto grande por la obra de los maestros de los 60, de los cuales en muchos casos se sienten continuadores. Pero esta herencia está más a nivel de concepto que en las soluciones formales las cuales son legítimo producto de estos tiempos, con condiciones y motivaciones diferentes y por supuesto nuevas tecnologías.

Las temáticas más trabajadas están en el orden de las de bien público y propaganda lo que denota la intención de desarrollar en nuestros estudiantes un compromiso social con los mejores valores humanos. Entre ellas: antibelicismo, antirracismo, los derechos del niño, lucha contra los vicios como el tabaquismo, las drogas y el alcoholismo, prevención del SIDA entre otros Figuras 30, 31, 32 y 33.

Casi siempre el Taller de Diseño de Cartel aprovecha algún evento, o coyuntura importante del país, ya sea política, económica, social o cultural. Lo cual les permite a estos carteles un vínculo directo con la realidad cubana actual y por otra parte le da la posibilidad, cuando no de imprimirse y reproducirse al menos de exhibirse en una exposición

El cartel producido en el ISDI no tiene como objetivo crear una obra artística, ni una pieza para Galerías, aunque muchas veces no le quede otra opción para darse a conocer. Su intención es construir una comunicación eficaz, para lo cual el énfasis se pone en lo comunicacional. Al enfrentar nuestros estudiantes un proyecto de cartel debe poner el acento en el concepto, la idea a comunicar debe ser clara, precisa. En esto los textos juegan un papel importante.

Desde el punto de vista formal se utilizan multiplicidad de códigos que van desde la limpieza racionalista, al uso de citas, parodias e intertextualidad postmoderna, sin desdeñar incluso el uso

del humor e incluso en ocasiones la ironía. Es importante el uso de imágenes metafóricas que se asocian con el contenido a expresar. Estas por lo general no son fotográficas.

El color se trabaja con un valor simbólico y expresivo. Se hace énfasis en el tratamiento de la tipografía, siendo las más usadas las familias que ofrecen mayor legibilidad. Se aprecia en nuestros estudiantes un interés por las composiciones y juegos tipográficos, con los cuales se pueden lograr resultados muy interesantes.

Todo lo anterior en aras de lograr una interacción comunicativa que convoque a la reflexión o también a la actuación con un novedoso lenguaje visual.

Aunque en los tiempos de las comunicaciones digitales, el cartel, medio tradicional va siendo desplazado por otros, aún no ha perdido su encanto para los diseñadores que son conscientes de este medio puede resultar muy útil y eficaz para la calle, para determinados contextos y eventos específicos.