

El cartel como recurso académico de motivación y superación

Autor:

David Jiménez Cevallos, Djimenezc1988@gmail.com
Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador

RESUMEN

El objetivo del presente trabajo es resaltar la importancia del proceso de diseño de un cartel, como herramienta de formación académica en estudiantes universitarios de Diseño Gráfico, tomando como referencia los alumnos de la carrera de Gestión Gráfica Publicitaria de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador.

Al método, se lo ha dividido en 3 instancias, que representan el proceso que he utilizado para el diseño de un cartel:

- Motivación: Tema a desarrollar y observación de referentes.
- Investigación: Procesos utilizados por los referentes, herramientas, técnicas.
- Ejecución: El plasmar todo lo asimilado.

A lo largo del proceso de creación de un cartel en el contexto académico, cada una de las materias, aporta con una gran variedad de herramientas que enriquecen el proceso.

Los resultados del proceso se pueden ver reflejados en el esfuerzo que los estudiantes ponen al diseñar, en sus calificaciones favorables, y en la exposición de sus trabajos, como es el caso del evento “El Patio” de la ya mencionada institución académica, en donde las mejores propuestas son expuestas, pero con un valor agregado, que consiste en que cada diseño se plantea como una solución a un problema real, sea de la comunidad universitaria, o de la sociedad.

Palabras claves: cartel, motivación, investigación, ejecución, creación, académico.

INTRODUCCIÓN

“Presentar el diseño en un espacio de exposición es similar a mirar una colección de aves disecadas con el fin de estudiar cómo vuelan y cantan”. – Peter Bi'lak, *“Graphic Design in the White Cube”*, 1 2006

A finales de la década de los 60, un coleccionista e historiador llamado Maurice Rickards (1971) expresaba que “El cartel, como ha sido entendido por tres cuartos de siglo, es poco probable que sobreviva”². Esto en vista de un auge de la televisión, revistas, pop art, psicodelia; y todas las demás fuerzas mediáticas que estaban en pleno desarrollo en la época y sin embargo, hoy en día, el cartel es algo que ha tomado aún más protagonismo en la sociedad, gracias a las diversas técnicas de impresión y materiales que existen, y hasta de las redes sociales, que se han convertido en una plataforma de intercambio de información relevante, y los carteles no son la excepción, los cuales son creados por determinadas razones, siendo las más vistas los que intentan vender un producto, promover un evento o discutir un punto en algún momento de la historia. Muchos de estos carteles, con el paso del tiempo, pierden su propósito y simplemente, desaparecen. Pero si alguno de ellos logra romper la barrera del tiempo, convertirse en atemporal y permanecer en un museo, pasa a ser un objeto de estudio.

Consultando la historia, podemos darnos cuenta de que el cartel como tal, se ha venido ajustando al contexto socio-cultural en el que se han desenvuelto cada uno de sus autores, y sobre todo a las herramientas y técnicas disponibles en cada época, pero siempre con un elemento en común, el cual está presente sin importar la fecha ni la técnica, y estamos hablando del concepto de comunicación, los cuales hay muchos. Entender qué es lo que mueve a cada diseñador a ponerse manos a la obra a crear esta pieza comunicacional denominada cartel, dicho de otra forma, entender su motivación, es parte importante del presente trabajo.

Con toda esa energía creativa y necesidad comunicacional, es necesario tener claro cómo se llevará a cabo el diseño del cartel, y para esto es importante investigar, primeramente, observando lo que se ha hecho. El estudiante tiene que tener muy claro que todo proceso de diseño requiere una preparación previa, la cual se puede encontrar en cartelistas que han venido desarrollando este oficio con anterioridad y que han marcado precedentes en la historia del diseño. Es evidente que, para muchos de ellos, esta es la parte menos tediosa y más divertida, ya que consiste en mera observación, y es en donde sus ojos empiezan a abrirse favorablemente al mundo del cartel. Sin embargo, no deben descuidar los fundamentos teóricos, con los cuales podrán elaborar piezas con excelente composición y mensaje, sin descuidar el aspecto estético.

Estos fundamentos de los que se habla van desde entender al mismísimo elemento básico llamado punto, hasta las figuras retóricas, pasando por psicología del color y de la percepción, y muchas técnicas de expresión, como lo comenta Caroline Baumann (2015): “Los diseñadores utilizan la línea, figura, color y textura para deleitar al ojo y retar a la mente”³ (p. 8), es decir, es un amplio espectro teórico y práctico que debe ser revisado y asimilado con mucho ímpetu.

La Carrera de Gestión Gráfica Publicitaria de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, tiene como misión lo siguiente:

(...) la formación completa e integral de profesionales creativos y capaces de resolver, de manera eficiente, los problemas de la gestión gráfica y la comunicación publicitaria, socialmente responsables, comprometidos y plenamente identificados con el medio en el que se desenvuelven y con su realidad social.⁴ Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG, 2017).

Esta misión se ajusta perfectamente a una de las razones de ser de un cartel, el cual nace a partir de una causa social, y busca llegar a las personas para lograr un cambio positivo, pasando de ser un mero elemento de decoración, a convertirse en una pieza ideológica de reproducción múltiple, la cual podemos encontrar en paredes, catálogos, libros, pancartas, y redes sociales, que cuentan con mayor participación en los últimos años. Cuando un diseñador tiene la oportunidad de que su mensaje sea visto por miles de personas, las cuales se sienten identificadas con dicho manifiesto, es donde actúa la fuerza que mueve a muchos creativos a diseñar carteles, es decir, sentir que son agentes generadores de conciencia social colectiva para el bien común.

Teniendo todos estos conceptos en mente, viene la pregunta que muchos estudiantes y diseñadores suelen hacerse: ¿cómo lo hago?, y es aquí donde entra en acción la parte de ejecución de un cartel, que responde este planteamiento; todo el método de trabajo, y pasos a seguir para un diseño funcional y atractivo.

El estudiante debe comprender que el cartel es mucho más que un pedazo de papel pegado en una pared. Un cartel es una idea con participación activa, que cuenta con una riqueza metodológica y cultural invaluable, la misma que no se aprecia en todo su esplendor en una galería, sino dentro de su contexto de creación, en donde tiene una participación activa y directa con las personas de su entorno, pudiendo ser la voz de muchos en las calles, en internet, o medios impresos. A más de ser un excelente recurso de formación académica que

les permite desarrollarse creativamente y aplicar todos los conocimientos adquiridos en el transcurso de la carrera.



Fotografía 1. Poster for Tomorrow es una de las convocatorias de cartel social más importantes del mundo, en donde las exhibiciones principales tienen como escenario las calles, atrayendo así a muchas personas que se sienten identificadas con la temática, activando de esta forma el cartel. (<http://www.posterfortomorrow.org/en/>)

Primeras aproximaciones al mundo del cartel

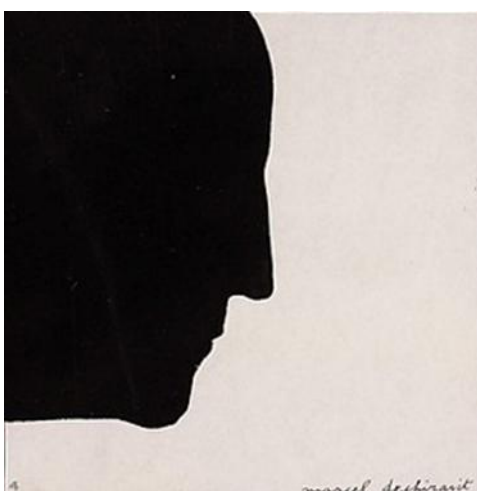
En el marco del proceso de creación de un cartel en el ámbito académico, cada una de las materias impartidas en la carrera dota al estudiante de gran variedad de instrumentos y conocimiento que enriquecen el proceso de diseño de esta pieza de comunicación visual. Tanto en la academia, como en el ámbito profesional, el cartel juega un papel preponderante, en las aulas como un ejercicio de aplicación multidisciplinario por excelencia, y en lo profesional, es un recurso visual recibido favorablemente por el público debido a su impacto y rápida asimilación.

El primer paso para que los estudiantes comprendan el valor del cartel, es motivarlos, y esto se logra en primera instancia, mostrándoles lo que reconocidos diseñadores han venido planteando en años anteriores y cómo incluso ellos han basado sus obras en trabajos ya existentes, tal como el caso del cartel de Bob Dylan, diseñado por Milton Glaser, quien se inspiró en el texto con una tipografía bastante peculiar encontrada en un letrero en México. Respecto de esto, Glaser (2015) menciona que: "Había un par de letras que eran primitivas y simples en su reducción de las formas y esto me dio una pista acerca de cómo elaborar una tipografía plana simple".⁵ Por otra parte, toma como referente a Marcel Duchamp y su obra "Autorretrato de Perfil", pudiéndose notar claramente la relación en el manejo de la silueta. En resumidas cuentas, absolutamente todo nuestro entorno puede servir de inspiración para la creación de un cartel, y esto al hacerse como un ejercicio constante, irá incrementando paulatinamente nuestro sentido de la percepción y apreciación.



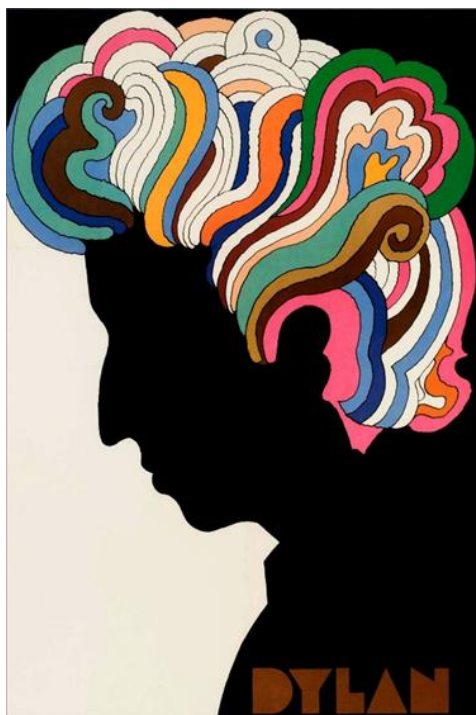
Fotografía 2. Detalle del libro Milton Glaser *Graphic Design* (1983), p. 158.
(<http://containerlist.glaserarchives.org/138/a-brief-tour-of-milton-glaser-s-typography>)

En base a esta captura fotográfica fue que Glaser inventó una familia tipográfica llamada “Baby Teeth”, la cual es utilizada en el cartel de Dylan.



Fotografía 3. Detalle de la obra “Autorretrato de perfil” (1957), de Marcel Duchamp.
(<http://www.metmuseum.org/art/collection/search/492560>)

En cuanto al detalle colorido del cabello, Glaser (2015) menciona que fue “algo meramente intuitivo que buscaba cambiar la percepción de la gente.”⁵



Fotografía 4. Cartel de Bob Dylan (1966) diseñado por Milton Glaser.
(<https://rightearleft.wordpress.com/2015/03/09/milton-glaser-designing-dylan/>)

El tema a trabajar es además un combustible que enciende la motivación, ya que el estudiante es atraído a trabajar visualmente en algo que gusta o siente necesita ser escuchado, y de esta forma, se va forjando la voz de cada uno. Es fundamental que en las aulas se discutan y encuentren temas que sean interesantes para cada uno, o incluso consultar con las convocatorias internacionales como *Poster for Tomorrow*, *Mut Zur Wut*, bienales del cartel como la de Bolivia, Ecuador, México o Rusia, que siempre presentan temas muy interesantes de relevancia social y cultural.

Fundamentos teóricos y su importancia

Al igual que Glaser, existen muchos diseñadores reconocidos que han marcado un antes y un después en la historia del diseño gráfico, y sus carteles han pasado a convertirse en íconos de culto e investigación, pasando así a la segunda etapa del proceso: la investigación. Teniendo de ejemplo a un referente que el docente ha dejado como una puerta abierta, llámese el caso Glaser, el estudiante debe empezar a buscar más diseñadores, averiguar cómo se han inspirado y qué técnicas han empleado. Es costumbre pensar, entre los alumnos, que ya deben tener un estilo propio al diseñar, lo cual es algo que no se recomienda, al menos no durante su formación académica, la misma que deben aprovechar al máximo para explorar, además de que cada materia relativa al diseño, es un mundo lleno de posibilidades, que también sirven como puente conector entre docente y estudiante, donde cada uno de ellos se irá descubriendo, entendiéndose y aceptándose como seres en constante aprendizaje y exploración.

Para efecto de este punto relativo a la investigación, es necesario citar varias de las materias con contenido altamente teórico que se imparten en la Carrera de Gestión Gráfica Publicitaria de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, asignaturas que muchas veces desaniman y aburren al estudiante, pero es vital que comprendan que toda buena estructura requiere bases fuertes, siendo esta última, la teoría.

- Psicología de la Percepción.
- Teoría de la Comunicación.

- Teoría de la Imagen.
- Historia del arte y del diseño.
- Semiótica.
- Redacción Creativa
- Publicidad I y II.

Todas y cada una de estas asignaturas contienen temas que son, para muchos estudiantes, difíciles de asimilar, pero que no dejan de ser importantes para su formación y fase investigativa, que le serán una herramienta fundamental a la hora de diseñar, sea un cartel, logotipo, revista o tarjeta. Con una buena base teórica, se vuelve incluso más comprensible entender el por qué de la manera de diseñar de ciertos referentes, con preceptos en mente relativos a la composición, aplicación del color, utilización de determinadas formas visuales y también en la forma en la que están planteados los textos, mediante la retórica.

Todo esto, junto con las materias prácticas como es el caso de las técnicas de expresión, llámese serigrafía, dibujo a lápiz, expresión pictórica, fotografía, aerografía e incluso grabado, dotarán al estudiante de un amplio abanico de posibilidades para crear carteles.

La parte investigativa debe estar en constante movimiento, siempre el estudiante tiene la tarea de ver qué es lo que se está haciendo, respecto de lo que el mundo del diseño gráfico tiene para aportar, sin descuidar el contexto socio-cultural en el que se desenvuelve, para así estar apto de poder siempre comunicar de manera propicia, siendo esta la tercera y última etapa, es decir, lograr una realización óptima del diseño, poniendo en práctica todos los conocimientos adquiridos dentro y fuera del aula.

El nacimiento del cartel en las aulas de clase, ejecución y exposición

No es nada nuevo que, en determinado punto de la carrera, los estudiantes se sientan desmotivados debido a la falta de actividades que fomenten su creatividad, impidiendo que su trabajo sea reconocido por compañeros, docentes y autoridades. La motivación es, en definitiva, un aspecto que jamás se debe descuidar, puesto que es lo que mueve al estudiante a seguir, y es por esta razón que se debe aprovechar las bondades que ofrece el mundo del cartel para este efecto.

Habiendo tantas materias que tienen como objetivo enseñar al estudiante a diseñar más cosas aparte del cartel, ¿por qué centrarse en él?

Antes que nada, debemos tener en cuenta que cada cartel es un universo, una ventana que le permite al estudiante observar y tener contacto con distintas culturas, ideologías, creencias, costumbres y más, de distintas partes del mundo. Es pertinente mencionar cómo la versatilidad del proceso de diseño de un cartel les ofrece una vista más amplia acerca de cómo el diseño es tratado en diversos países, y cómo éste se ve afectado por el tema y la manera en la que se plantea, desarrolla, ejecuta y plasmar, y todo esto difiere en cada pieza, siendo justamente aquí donde radica la riqueza del cartel.

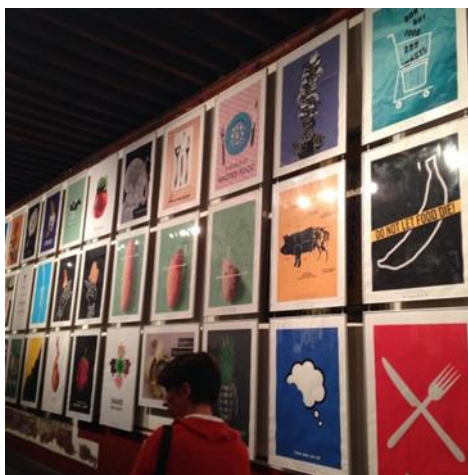
Ellen Lupton (2015) en su libro *How Posters Work* afirma lo siguiente:

(...) Algunos trabajos de diseño centran al espectador en un solo mensaje, mientras que otros confunden la comprensión con viajes sinuosos y sobrecarga sensorial. Los diseñadores exploran la claridad y complejidad, plenitud y profundidad, representaciones estáticas e historias que se despliegan (p. 12)6

Esta dualidad de conceptos a la que se refiere la autora es una prueba más de lo enriquecedor que resulta para un estudiante el proceso de diseño de un cartel y de por qué razón es motivador adentrarse en el, ya que tiene una gran cantidad de enfoques a su disposición, y que como todo en la vida, tendrá sus limitaciones por diversos motivos, lo que le enseñará de

manera efectiva a ser recursivo, desplegando así su creatividad y su intuición como diseñador. Al ser el cartel un recurso de enseñanza y aprendizaje en el terreno de lo académico, es algo que le permite al estudiante desarrollarse y comunicar sus ideas, y por otra parte influir en la mente de sus compañeros de aula, y a la larga, en la sociedad, y es justamente esto lo que se busca, que los alumnos lleguen a convertirse en agentes de cambio social, a través de su trabajo como comunicadores visuales, sea este un cartel, una marca, o cualquier pieza gráfica.

Gracias a la tecnología y proliferación de convocatorias internacionales de carteles de tipo social, cultural o comercial, es que esta actividad ha pasado a convertirse en los últimos años en una plataforma de intercambio cultural, la cual es extremadamente gratificante para un estudiante, por el hecho de tener la oportunidad de que su trabajo sea expuesto en varias partes del mundo, generando opiniones y debate, es decir, pasa a tener una participación activa y deja de ser un mero ornamento de pared, para encontrarse en catálogos, redes sociales y páginas web. Se suma a esto el hecho de poder interactuar con diseñadores de otros países, enriqueciendo aún más el bagaje cultural y académico.



Fotografía 5. Carteles seleccionados de la categoría estudiantil, en el museo Franz Mayer de la Ciudad de México, con el tema inédito "El desperdicio de alimentos", de la Décimo Tercera Bienal Internacional del Cartel en México. (<https://christopherscottdesigner.com/2014/10/29/13-bienal-de-cartel-mexico/>)

Como parte complementaria de la ejecución, es conveniente mencionar lo que se está trabajando a nivel de cartelismo en la Carrera de Gestión Gráfica Publicitaria de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, con su evento "El Patio" en donde los mejores trabajos del semestre son expuestos a sus compañeros, profesores, autoridades, personal administrativo y público en general. Lo interesante de este programa es que cada diseño se plantea como una solución a un problema real, sea de la comunidad universitaria o de la sociedad, puesto que se acostumbra trabajar con personas que representan a empresas reales. Entre las distintas soluciones de comunicación visual que se presentan, una de las mejores recibidas y con más protagonismo es el cartel, siendo interesante comprobar cómo este recurso se ajusta a las distintas materias, sea la ilustración, fotografía, publicidad y más. Esta herramienta lúdica llamada "El Patio" es un claro ejemplo del desarrollo e impacto del cartel como herramienta de aprendizaje y su repercusión en los demás.



Fotografía 6. Varios de los carteles expuestos con temas relativos a la vida universitaria en el evento de febrero, 2017. (<https://www.facebook.com/elpatiofad/?fref=ts>)

Lo que hace a este evento aún más interesante, es que se realizan charlas que permiten a ciertos estudiantes poder compartir sus experiencias académicas relativas al diseño gráfico con todos, creando así un ambiente de motivación y compañerismo.

Fotografía 6. El estudiante de Gestión Grafica Publicitaria, Carlos Román, compartiendo con todo su conocimiento acerca del diseño. (<https://www.facebook.com/elpatiofad/>)

En dos ocasiones he tenido la oportunidad de intervenir en dicho evento. La primera fue en la edición del 2016, y se trató acerca de los procesos que generalmente utilizo a la hora de trabajar un cartel, a más de mi experiencia en el cartelismo internacional y cómo esto me ha ayudado a nunca perder la motivación, reafirmando lo que se menciona con anterioridad acerca del cartel como una ventana a otras culturas y personas de varios países del mundo, de quienes se aprende mucho. En el transcurso de la charla, noté que se empezaba a despertar el interés de más de uno de mis compañeros, sintiéndose identificados, e incluso docentes, que poco a poco empezarán a incorporar consignas de diseño de carteles dentro de sus materias. Es en este punto donde todo lo expuesto en el presente trabajo empezó a cristalizarse y fluir. En el 2017 el tema que abarqué fue enteramente acerca de las técnicas y recursos utilizados por varios cartelistas del mundo, teniendo como elemento central la idea de que todos tenemos un músculo llamado creatividad, y que como tal, requiere de una rutina de ejercicios, y el cartel es un excelente aliado para el efecto. Por otra parte, fue posible organizar, por primera vez en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la exposición de los 100 mejores carteles de *Poster for Tomorrow*, con el tema “*Make Extremism History*” en la facultad, razón por la cual los estudiantes se motivaban aún más.

CONCLUSIÓN

En resumen, recientes actividades llevadas a cabo en la Facultad de Arquitectura y Diseño para los estudiantes de la Carrera de Gestión Grafica Publicitaria de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil están teniendo como elemento central el desarrollo y exposición de carteles, invitándolos a desarrollar su potencial creativo, motivando a más de uno. La intención no es imponer el cartelismo como único recurso, sino mostrar las bondades que ofrece. Se suma a todo esto el hecho de que, si el estudiante logra que su trabajo sea mostrado en varios países del mundo gracias a una convocatoria internacional, verá cosechada su motivación y dedicación, viendo incrementada su motivación, y eso, es una energía invaluable que mueve montañas.

CITAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Bi'lak, Peter. (2006). Graphic Design in the White Cube. Recuperado de https://www.typotheque.com/articles/graphic_design_in_the_white_cube
2. Rickards, Maurice. (1971). The Rise and Fall of the Poster. New York: McGraw Hill.
3. Baumann, Caroline. (2015). Foreword: How Posters Work (p. 8). New York: Cooper Hewitt.
4. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. (UCSG, 2017). Carrera de Gestión Gráfica Publicitaria - Misión, Visión. Recuperado de <http://www2.ucsg.edu.ec/arquitectura/ggp-mision-vision.html>
5. Dupuis, Martin. (2015). Milton Glaser: Designing Dylan. Recuperado de <https://rightearleft.wordpress.com/2015/03/09/milton-glaser-designing-dylan/>
6. Lupton, Ellen. (2015). How Posters Work (p. 12). New York: Cooper Hewitt.

BIBLIOGRAFÍA

- Bi'lak, Peter. (2006). Graphic Design in the White Cube. Recuperado de https://www.typotheque.com/articles/graphic_design_in_the_white_cube
- Baumann, Caroline. (2015). Foreword: How Posters Work (p. 8). New York: Cooper Hewitt.
- Dupuis, Martin. (2015). Milton Glaser: Designing Dylan. Recuperado de <https://rightearleft.wordpress.com/2015/03/09/milton-glaser-designing-dylan/>
- Dupuis, Martin. (1966). Cartel de Bob Dylan. [Fotografía 4]. Recuperado de <https://rightearleft.wordpress.com/2015/03/09/milton-glaser-designing-dylan/>
- El Patio. (2017). Carteles expuestos con temas relativos a la vida universitaria. [Fotografía 6]. Recuperado de <https://www.facebook.com/elpatiofad/?fref=ts>
- El Patio. (2017). Charla del estudiante Carlos Román. [Fotografía 7]. Recuperado de <https://www.facebook.com/elpatiofad/?fref=ts>
- Lieberman, William. (2005). Detalle de la obra "Autorretrato de perfil" de Marcel Duchamp. [Fotografía 3]. Recuperado de: <http://www.metmuseum.org/art/collection/search/492560>
- Lupton, Ellen. (2015). How Posters Work (p. 12). New York: Cooper Hewitt.
- Poster for Tomorrow. (2015). Exposición de los 100 mejores carteles de la muestra "Right to Healthcare", en París. [Fotografía 1]. Recuperado de <http://www.posterfortomorrow.org/en/>
- Rickards, Maurice. (1971). The Rise and Fall of the Poster. New York: McGraw Hill.
- Sachs, Zachary. (2010). Detalle del libro Milton Glaser Graphic Design. [Fotografía 2]. Recuperado de: <http://containerlist.glaserarchives.org/138/a-brief-tour-of-milton-glaser-s-typography>
- Scott, Christopher. (2014). Carteles seleccionados de la categoría estudiantes en el museo Franz Mayer de la Ciudad de México, con el tema inédito "El desperdicio de alimentos", de la Décimo Tercera Bienal Internacional del Cartel en México. [Fotografía 5]. Recuperado de <https://christopherscottdesigner.com/2014/10/29/13-bienal-de-cartel-mexico/>
- Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. (UCSG, 2017). Carrera de Gestión Gráfica Publicitaria - Misión, Visión. Recuperado de: <http://www2.ucsg.edu.ec/arquitectura/ggp-mision-vision.html>