

## Ponencia: P\_059

**Título:** El cartel político. ¿En aislamiento durante la pandemia del SARS-CoV-2?

**Autores:**

M.Sc. Andrés Fernández Pérez, [ndrsfernandezperez@gmail.com](mailto:ndrsfernandezperez@gmail.com)

Instituto Superior de Diseño, Cuba

M.Sc. Yosmany Fernández Pacheco, [ypacheco@isdi.co.cu](mailto:ypacheco@isdi.co.cu);

Instituto Superior de Diseño, Cuba

### Resumen

Del cartel político, se han realizado análisis puntuales sobre su presencia como medio de comunicación y objeto del diseño gráfico en diversos contextos.

En la ponencia se tuvo en cuenta *la lógica especial del objeto especial* a través del método histórico – lógico para la valoración de su protagonismo durante la pandemia del SARS-CoV-2 en el escenario internacional en el periodo de 2019 a 2022.

**Palabras claves:** Cartel político, pandemia, escenario internacional, medio de comunicación, funciones sociales.

### Introducción

En el siglo XXI, las tecnologías de la información y las comunicaciones (Tics), ocupan un lugar importante en las diversas dinámicas societarias, sobre todo en periodos de aguda conflictividad como la que acontece con la pandemia del SARS-CoV-2.

Y el cartel político ¿un MCM a la zaga de las Tics? Tomar en cuenta *la lógica especial del objeto especial* conduce a valorar su dinámica específica en el escenario internacional, *durante este periodo tan convulso que aún continúa.*

El método histórico – lógico permitió la ubicación del cartel político como MCM en el escenario internacional y delimitar situacionalmente las condicionantes históricas, políticas, económicas, sanitarias y profesionales en que se desarrolló e influyó.

El de análisis y síntesis, para valorar sus dinámicas principales en el periodo estudiado, sobre la base de la interpretación y procesamiento de contenidos en el que están inmersos relacionalmente diversas áreas del conocimiento científico que tienen como objeto el cartel y el cartel político o que tributan a su estudio. A saber, ciencia política con enfoque norte y sur, ciencias médicas, sociología, diseño gráfico, cartel y cartel político.

El estudio abarcó el período de enero 2019 a julio de 2022. Resultó muy importante la observación estructurada de carteles políticos, específicamente una variada producción cartelística profesional y de iniciativa popular de naciones con *tradición* como Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, Estados Unidos, España, México. Por el *posicionamiento creciente* de este MCM, fueron seleccionados también Brasil, Guatemala, Honduras, Paraguay, Perú, Suiza y Uruguay.

## **Desarrollo**

### **El cartel político. ¿En aislamiento durante la pandemia?**

El cartel político estuvo inmerso en un escenario societario internacional caracterizado por dinámicas históricas, políticas, económicas, sanitarias y profesionales muy peculiares que sobrepasan el periodo 2019 – 2022.

En primer lugar, esas dinámicas se entrelazan y vuelven más conflictuales, se generaliza la incertidumbre, que dificulta la predicción y el pronóstico.

El brote del COVID-19 revela fisuras que la ciencia, la educación, los gobiernos y la ciudadanía, en sentido general, padecían desde hace décadas. A su vez, mostró la existencia de amplia gama de actores que colaboran y contribuyen a su atenuación, control y eliminación.

Segundo, los modos de comunicar la información científica se multiplicaron y diversificaron. Abarcó acciones con inmediatez y variedad de contenidos para informar la realidad de la enfermedad; los movimientos sociales expanden sus redes de colaboración en el espacio virtual como un mecanismo de resistencia a las restricciones para el encuentro físico en tiempos de confinamiento. (Rodríguez; Ceballos; Giraldo, 2021,24)

---

Se incrementa el despliegue de dinámicas retardatarias y desinformación vs información, hacia la emotividad vs racionalidad.

El uso de titulares y contenidos de lectura rápida, las noticias falsas que se combinan con memes, provoca una profunda crisis de conceptos y valores. Se simplifican o magnifican problemáticas y dinámicas puntuales siempre en dependencia de los intereses representados en los MCM.

Los gobiernos y la sociedad civil tendrán como tarea imprescindible enfrentar la Infodemia y la desinformación que sobrepasa con mucho el periodo estudiado 2019 - 2022.

Tercero, la emergencia de retos y oportunidades, esenciales para el diseño.

Vital para la disciplina, ¿cómo se está educando a los diseñadores? Se insiste en la necesidad de una formación profesional, investigativa y ciudadana, orientada a dinamizar la creatividad y el *compromiso* para resolver problemas reales, plagado de incertidumbres. El enfrentamiento a la pandemia es uno muy puntual y de urgencia, sin excluir sus efectos múltiples.

Crecen las exigencias de un profesional de *diseño con visión y misión holística*, que construya para integrar. Significa ver y conocer la realidad a la que pertenece para construir un futuro creativo e innovador.

Cuarto, acotado al diseño del cartel y en especial al político, proliferan carteles bien diseñados, que atraen a públicos generales o puntuales según los objetivos y funciones que cumpla, pero también de calidad muy discutible por su contenido visual pues no aportan en el tratamiento a las diversas dinámicas societarias incluido la pandemia del COVID-19.

El lenguaje visual ha cobrado mayor importancia en las sociedades al captar la atención con inmediatez, para comunicar lo que sucede y las medidas de prevención que se deben seguir. El icono ha sido la pieza fundamental en medio de este caos, ya que se emite desde una simple ilustración enseñando como lavarse las manos de manera correcta, hasta elaboradas infografías presentando cómo en diferentes países han dado a entender la problemática causada por la Covid-19.

A pesar del auge de internet, el cartel político mantiene su vitalidad, para la configuración de redes comportamentales políticas, sean grupos de actores excluidos o los conglomerados mediáticos y grupos de poder hegemónicos, que le otorgan mucha importancia. *Comprenden que no deben dejar ningún espacio sin cubrir, sea con MCM tradicionales o tecnológicamente de punta, a partir de su lógica de conservación como grupo societario, de no ser así estarían concediéndolo a otros actores políticos considerados sus «adversarios».*

*El cartel político como MCM, al participar en la trasmisión y desarrollo de la cultura política desde la visualidad, tiene como fin la producción de consenso y apoyo ciudadano, para la reproducción estable del régimen político o su subversión.*

Los resultados obtenidos, fueron los siguientes:

◆ **Cartel político en las campañas electorales.**

1. Se reconoce su *participación efectiva* en las campañas electorales. El diseñado por profesionales y agencias publicitarias coexiste con los aportados por la iniciativa popular no profesional.
2. *De consenso general la importancia de la cartelera política en las calles, pues visualiza simbólicamente cualquier evento, sobre todo el inicio de las campañas electorales. Mantiene su posicionamiento sin riesgo de ser sustituida* y se consolida la tendencia a la diversificación de sus soportes (en postes, columnas, banderolas, atriles o pendones, ciberespacio) y los materiales utilizados que le ofrecen nuevas prestaciones, los hacen más durables.

*Como peculiaridad, incluyó en sus ejes temáticos centrales el enfrentamiento a la pandemia del SARS-CoV-2. Tendencias fundamentales:*

- ♠ *Críticas y uso de adjetivos hasta ofensivos a la mala gestión del ejecutivo saliente o al candidato contrario siendo calificados de «ineptos» para su erradicación, por lo que no debe ser votado pues generaría un futuro incierto.*

En particular, los candidatos contrarios recibieron un constate asedio mediático con la divulgación de textos discriminatorios y ofensivos, propio de la «campaña negativa».

Un ejemplo ilustrativo fueron las elecciones generales del 2021 en Perú, para el período 2021 – 2026. Mendoza (2022) en su análisis destaca las dinámicas siguientes:

- Escenario signado por la expansión del SARS-CoV-2 y los efectos de la incapacidad del neoliberalismo para asumirla, más la crisis política desatada a fines de 2020.
- La negativización del candidato de izquierda Pedro Castillo Terrones mediante la construcción ante la sociedad civil como un enemigo terrorista de vínculo con el marxismo. Era *una amenaza real al orden establecido* pues era un «indígena serrano y opuesto al desarrollo», así como a la amenaza de «venezuelanización» que su victoria representaría.
- La presentación de la candidata de derecha Keiko Fujimori, del Partido Fuerza Popular como la protectora de la democracia y la libertad frente a la amenaza comunista y la incultura de los pueblos originarios.

En uno de los frentes de su campaña, «salud y manejo de la pandemia» sostuvo como eje conceptual contra Castillo que «Nuestros enfermos no se curan con comunismo, el COVID no se detiene con la lucha de clases, la pandemia no se debate con piedras».

Los carteles impresos o en internet en ciudades como Lima, Arequipa y Cajamarca focalizaron sus consignas con dos palabras detonantes: «*comunismo*» y «terrorismo». «Protege tu trabajo y tu libertad. *No al comunismo*», «Piensa en tu futuro. *No al comunismo*», «Voto por la democracia. No al comunismo», «¿Sabes que el voto en blanco le suma *al comunismo*?», «10 soles, sueldo mínimo en Venezuela. Yo voto por mi familia».

Si bien Fuerza Popular negó la autoría de los carteles, investigaciones posteriores develaron que una de las agencias publicitarias involucradas, en particular la que colocó carteles en la ciudad de Arequipa, tiene vínculos con el fujimorismo. (Mendoza, 2022, 262)

3. Apelación a la memoria histórica social sobre el conflicto armado interno que avivó el miedo al retorno del terrorismo. Encuadró el tratamiento mediático de la campaña presidencial como un enfrentamiento entre “nosotros” los

---

defensores de la democracia y “ellos” los impulsores de la dictadura comunista – terrorista con Sendero Luminoso.

“...La palabra comunista se presentó como un “sinónimo de expropiación, de miseria, de terrorismo, de recorte de libertades, de Cuba y Venezuela (...) equivalía a ser un resentido social, pero también a ser ‘andino e ignorante”. (Sosa en Mendoza, 2022, 250)

♠ *En la iniciativa popular, predominan las comparaciones figurativas y de consignas dedicadas a actores gubernamentales y candidatos con el SARS-CoV-2. Subida de carteles en twitter y en las calles en ciudades latinoamericanas, europeas y estadounidenses con campañas a favor de la Revolución Cubana, «El bloqueo es un virus».*

3. Violaciones de la legislación establecida para su uso, antes, durante y después de las elecciones.

Los grupos de acción de los candidatos y sus respectivas agrupaciones políticas, continúan la subida de cárteles a sus páginas web, en Facebook, Twitter, TikTok y WhatsApp.

4. Luchas callejeras entre comandos políticos, para hacer valer los carteles de su candidato. Incluye el robo o acciones encubiertas para el desmontaje y posterior destrucción de los expuestos por el candidato contrario.

5. Nepotismo y abuso de poder por dirigentes y funcionarios en el ejercicio de sus cargos políticos y en la administración pública. Acciones tales como, obligar al retiro de carteles a determinados partidos y movimientos políticos, reserva de los espacios más favorables para correligionarios de su agrupación política, amigos y familiares involucrados en la competencia electoral, con perspectivas de «beneficios futuros».

◆ ***Existencia de un complejo sistema de normas jurídicas que disponen las garantías y limitaciones en el uso de la propaganda y la publicidad. Incluye al cartel político como MCM.***

1. Se informa a la sociedad civil y los diversos actores políticos, la normativa existente, sus posibles cambios en el uso de los espacios comunicacionales y períodos de tiempo permitidos, así como el sistema específico de sanciones. Incluye el aviso previo y posterior para el retiro de los carteles electorales.
2. Destaca como denominador común *el énfasis en las prohibiciones*, el régimen de obligaciones monetarias y multas por violaciones cometidas. Coinciden las prohibiciones en el uso de paredes, postes, semáforos, monumentos, centros históricos, avenidas y el incumplimiento de las fechas pactadas para su instalación y retiro en los periodos electorales, sean generales o legislativas.

La ciudadanía agobiada ante la contaminación visual frecuente, se moviliza y retiran voluntariamente carteles y pendones en lugares muy frecuentados como avenidas, bulevares y zonas de residencia.

3. Diferentes *métodos de otorgamiento para el uso del espacio público*, normados por la ley.

En reunión nacional celebrada entre los principales partidos políticos españoles a fines de 2019, con el objetivo de reducir la presencia del cartel político en espacios físicos exteriores, la agrupación política «Ciudadanos» (C's) propuso – apoyada en el artículo 55 de la Ley Orgánica del régimen electoral general (LOREG) – el envío a domicilio como vía más barata de financiamiento y garantía de cuidado del medio ambiente, pues ahorraría unos 20 millones de euros.

La propuesta, con las elecciones presidenciales celebradas el 10 de noviembre, demostró lo contrario, los gastos rondaron los 30 millones de euros y no hubo garantías a la veracidad de la propaganda electoral recibida.

◆ ***Presencia reiterada y repercusión de este MCM en dinámicas políticas de jurisdicción local.***

Se presentan otras situaciones políticas, que no trascienden al nivel nacional, aunque no excluye la posibilidad de presentar vínculos, entre ellas manifestaciones y marchas ciudadanas en provincias, municipalidades, distritos, ciudades y capitales oficiales con carteles contra – o a favor - de la exclusión por motivos *de género, étnico, color de la*

---

*piel, portadores del VIH-SIDA o el SARS-CoV-2, en la aplicación de políticas públicas, figuras políticas, partidos y movimientos en el poder o la oposición.*

Presentes también diferencias y conflictos – incluido acusaciones y denuncias mutuas - entre partidos, movimientos políticos, asociaciones de ciudadanos en defensa de sus espacios, para la colocación o distribución de su cartelería política, que pueden generar el uso ofensivo de carteles en espacios prohibidos por la ley.

En la comunidad autónoma de Murcia, durante el 2020, el ala juvenil del Partido Socialista Obrero Español (PSOE) distribuyó carteles en las escuelas en *función informativa*, con las medidas que ejecutaría el gobierno central presidido por Pedro Sánchez contra la pandemia del SARS-CoV-2, considerado una respuesta peculiar al «separatismo».

El portavoz del Partido Popular (PP) consideró estos comportamientos de «adoctrinamiento escolar» pues *las escuelas son «neutrales política e ideológicamente»*, algo muy difícil de justificar al ser un agente de socialización política institucional en la dinámica societaria real.

Al igual que en este municipio español, para las elecciones legislativas de junio de 2019 en la ciudad argentina de Corrientes se esperaba el respeto de las ordenanzas emitidas desde 2016 sobre la no colocación de carteles electorales en las escuelas, puntualmente donde se realizaría el sufragio... y no fue respetado.

♦ ***Presencia reiterada y repercusión de este MCM en dinámicas políticas de jurisdicción nacional.***

Relevante su participación en las dinámicas políticas con alcance a toda la nación *en coexistencia y vínculo con las dinámicas locales. Contribuye a la construcción de la imagen país, de conjunto con los demás MCM.*

*Aporta mediáticamente en elecciones generales, campañas de bien público, marchas y huelgas generales, posicionamientos de partidos, movimientos políticos progresivos o retardatarios ante la pandemia del SARS-CoV-2 y como objeto de estudio en los análisis teóricos sobre su evolución histórica y situación actual por su valor patrimonial.*



Notables los estudios del cartel político alemán, español, cubano, soviético, de los Estados Unidos, México y Argentina.

En Suiza, las dinámicas antiinmigrantes, que emergen en el año 2007 no se han detenido en la década que recién comienza.

En 2019, La sociedad civil suiza se manifestó contra las repetidas campañas políticas de la Unión Democrática del Centro (UDC), partido caracterizado por sus posiciones euroescépticas, conservadoras y de nacionalismo extremo.

Esta agrupación – apegados al principio de *todo vale en aras de la libertad de expresión* - subió carteles en Twitter con composiciones figurativas donde los gusanos infestan la manzana que invaden.

La comparación de ciudadanos de otras naciones, etnias e incluso organizados en otras agrupaciones políticas, con gusanos y parásitos que pudren y vacían a la nación suiza recibieron el rechazo y la crítica, al ser consideradas «el retorno al fascismo de los años 30 del pasado siglo».

Fueron dirigidas en esencia, a los migrantes y sus descendientes, calificados de «agentes que erosionan los valores occidentales» y pretenden invadir el país con sus culturas ajenas, entre ellas la «islamización de occidente».

◆ ***Cartel político en dinámicas propias de las capitales oficiales y zonas urbanas.***

Demuestra su sólida presencia en ambas *como su espacio apropiado* en el escenario nacional, *independiente del soporte*.

La industria de la propaganda vinculada al sistema pluripartidista, a la vez de resultarles muy atractivas las capitales oficiales y zonas urbanas por su alta concentración poblacional e infraestructura económica, política y de redes comunicacionales con la mega urbanización, genera un sinnúmero de problemas que son justificados por los propietarios de las agencias publicitarias, al auto titularse «generadores de empleo» para artistas, diseñadores, impresores, e instaladores de la cartelería, etc.

No toman en cuenta la tendencia sostenida a *la contaminación visual* espacial y temporal, producto de la reiteración desmedida y los diseños no logrados, que provocan niveles de saturación tales que generan riesgos de accidentes para los transeúntes y cibernautas por el abuso del espacio. Son invadidas cabinas telefónicas, teléfonos móviles, puentes, postes, casetas peatonales, el metro, autobuses, lugares patrimonio nacional hasta viviendas, sin permiso previo.

Otras dinámicas frecuentes, son:

1. Pagos y bonificaciones por los propios candidatos para la destrucción de carteles electorales del contrario. También al cumplirse los plazos autorizados o por llamadas de atención a sus violaciones.
2. Cuestionamientos y ataques e incluso agresiones entre miembros de diferentes partidos y movimientos por el uso del ciberespacio y el espacio físico, al colocar y sobreponer diversos soportes unos sobre otros, entre ellos sus carteles políticos. Se produce la «guerra de carteles» una real epidemia paralela.
3. Dinámicas positivas - pero incipientes - las iniciativas impulsadas por las autoridades gubernamentales y organizaciones de la sociedad civil para el reciclaje de los materiales empleados en la producción de carteles, o la promoción de grupos de arte para el embellecimiento de las áreas invadidas por las agrupaciones políticas.

En Montevideo, posterior a las elecciones generales de noviembre de 2019, la intendencia de la ciudad uruguaya de Maldonado, *recicló periódicamente la cartelería política*, incluida la electoral bajo *el principio de la economía circular*, ante la emergencia de un problema ¿Cuál debe ser el destino de la propaganda?

Fueron recogidos materiales como el cartonplast. Surgió la campaña #Reciclatucampaña-Noshacemoscargo, que contó con la aprobación de todos los partidos al liberarlos de la tarea.

Fueron recogidos 4 mil carteles en la capital, y se contrató para esta misión a la empresa «Dafeliz», la misma que vendió los insumos en cartonplast y su conversión para diversos usos. (Lobo, 2020)

---

◆ **Cartel político. Funciones socializadoras políticas que cumple.**

Sus funciones socializadoras esenciales, cualidad que posee como MCM, emergen en la dinámica política real y múltiple, según a) La ubicación espacial: en formato impreso y marquesinas electrónicas para el espacio físico. Televisión, radio y la prensa, incluidos en soporte digital en el ciberespacio, b) Públicos objetivos sean generales o específicos, a los que van dirigidos los mensajes por su *estructura compositiva*.

Como tendencia general, de las funciones socializadoras que cumple sobresalen dos:

1º *Movilizativa*. Fomentó la promoción de *actitudes* y comportamientos en el cumplimiento o rechazo de los protocolos establecidos contra el SARS-CoV-2 y ante los efectos de *este flagelo en las demás dinámicas societarias*.

Sus composiciones incorporan en tiempo breve emociones, sentimientos, motivaciones y la voluntad ciudadana – a favor o en contra de las políticas aplicadas por las autoridades gubernamentales y las organizaciones de la sociedad civil.

Presente en huelgas, movilizaciones, convocatorias, actos políticos diversos y marchas por el cambio del «statu quo», contra la ingobernabilidad, la corrupción, saneamiento del medio ambiente, igualdad de género, el armamentismo, los efectos del conflicto armado entre Rusia y Ucrania, los bloqueos a diferentes naciones en medio de la pandemia y a favor de la paz.

Manejo del cartel político por actores políticos específicos (movimientos, partidos, gobierno, etc.) hasta los ciudadanos con sus manifestaciones espontáneas, en un amplio espectro de tendencias progresivas a retardatarias extremas.

2º *Pronosticadora*. Pretendió ofrecer en sus rasgos más generales el posible escenario societario y político. Aun en 2022, la *realidad societaria mostrada hacia el futuro que continúa en pandemia sigue caracterizándose con índices negativos, producto de la crisis sistémica en marcha*.

El auge del feminismo con campañas por el respeto de sus derechos humanos y mostrar su verdadera naturaleza, ubica en un lugar muy importante al cartel político en función movilizativa y pronosticadora, al ser tergiversado por otros actores de

tendencia conservadora y ultraderechista más el peso de las tradiciones, donde el ostracismo es común contra las mujeres, que las impulsa a la movilización por un futuro de autoconfianza, adelanto y empoderamiento.

No se excluye *su uso oportunista* ante este flagelo por los grupos de oposición y los que controlan el gobierno y el Estado para la búsqueda de beneficios, consolidar los espacios políticos que dominan y la obtención de nuevos.

Puntualmente, el cartel destinado a *políticas públicas sanitarias* vinculadas a la expansión de la pandemia del SARS-CoV-2, asumen protagonismo las *funciones informativa, educativa, valorativa, orientadora y hereditaria*.

*Informativa, al mostrar nociones de forma sintética, asequible, rápida y directa acerca de las cualidades específicas de esta variante de coronavirus*, unos con predominio del texto o en combinación con la (o las) figuras, según el nivel cultural de los públicos objetivos, sobre la *base del énfasis* en su alta letalidad y cómo enfrentarla, para la modificación de sus comportamientos.

Simultáneamente fue un MCM muy utilizado para la conversión de los asuntos científicos en materia de disputa política. Contribuye al arraigo de la desinformación y las fake news a escala global.

*Educativa o de «anclaje»*, En oposición a lo coactivo, promueve el refuerzo o la modificación de actitudes y comportamientos con el convencimiento, por eso es tan importante la sistematicidad en su exposición pública.

Mensajes como «Quédate en casa» con la figura sencilla de una casa sobre el fondo, plasmados en pequeño *formato impreso y presente en el ciberespacio*, se diseñaron al calor del enfrentamiento a la pandemia del SARS-CoV-2 que tuvo en cuenta las campañas educativas sobre la importancia de vacunarse ante la ola «negacionista» contra el uso de las vacunas e incluso en profesionales del sector de no usar el nasobuco.

*Valorativa con su integración al refuerzo o modificación del sistema de significaciones y valoraciones positivas o negativas hacia directivos y profesionales de la salud del sector público o privado, los incumplimientos de políticas públicas aplicadas y situaciones puntuales.*

El uso del color y la tipografía permitió la calificación - con el uso de adjetivos - de situaciones emergentes y personalidades políticas. Casos notorios, los casos de los presidentes Donald Trump y Jai Bolsonaro, que minimizaron la enfermedad y las consideraciones emitidas por expertos. Adjetivos que se internacionalizaron con rapidez fueron «Trump usted es el virus» o «Bolsonaro, peor que la enfermedad».

*Orientadora. Indica comportamientos puntuales deseados, singularizados a través de sus figuras y textos ordenadamente. Se caracterizó por la abundancia tipográfica para espacios de movilidad mínima de personas y a la inversa, prima la figura con texto impactante y sintético o sin él para sugerir el tipo de vínculos que selectivamente debían ser asumidos. Crece la síntesis creativa imagotípica.* En políticas públicas, «Quédate en casa, en compañía de tu familia», o los protocolos a seguir, impresos en pequeño formato.

En España, la creatividad para combatir bulos ha llevado al desarrollo de «gifs» y «etiquetas» para los más jóvenes como público objetivo específico. (Morejón, 2020)

Hereditaria. Socializó propuestas para la *permanencia en el recuerdo* del observador *hacia el futuro*, a partir de la percepción visual e integración a la memoria colectiva popular que precisa *su especificidad como constructor de imaginarios*. Se convierte en sostén de la continuidad hacia el futuro para sus cultores y público objetivo en general, que *asume actitudinal y comportamentalmente los mensajes*. Un ejemplo ilustrativo, las elecciones del año 2021 en Perú, y el rol del cartel electoral que fueron sintetizadas en la página 3.

#### ◆ ***El cartel político en museos, galerías, eventos públicos y expositivos.***

Abarca un amplio espectro, pues las muestras fueron presentadas en instituciones especializadas reconocidas y por colectivos profesionales no oficiales, creadores de espacios alternativos. Con la pandemia del SARS-CoV-2 se incorpora como espacio socializador político importante *la muestra virtual* y las obras pueden ser observadas con más detenimiento. *Crece su atractivo visual.*

La Bienal Internacional de Carteles de Varsovia es un evento significativo dedicado exclusivamente al cartelismo y el cartelismo político. En su concurso del 2021 el tema

---

central fue «Competencias de información y medios de comunicación para todos y aplicadas por todos» dedicado a la desinformación y sus consecuencias.

En América, la Bienal Internacional del Cartel en México (BICM). Cada dos años, organiza su concurso de carteles, e incluye objetivos profesionales para sus participantes a través de talleres, exposiciones y actividades múltiples. El Ecuador Poster Bienal, bienal de cartelismo tuvo como una de sus categorías principales el llamado «cartel social» con temas de índole social y política.

Los museos, galerías, festivales y colectivos profesionales con sus muestras en espacios informales son agentes socializadores políticos garantes en la trasmisión de la cultura política sean las calles o el ciberespacio. Se llegaron a realizar cientos de convocatorias con el fin de transmitir un mensaje con el cartel como herramienta de comunicación, entre las que se destacan, además de las ya nombradas: Diseñadores con Corazón, en 2020, con la convocatoria “Reinicia para diseñar al mundo”, recibió 1700 carteles de más de 40 países, con premio económico al primer lugar de 1000 dólares para apoyar al sector creativo del Ecuador.

Se caracterizó por la variedad temática, a saber:

1. Dinámicas políticas en general. Comportamiento de la pandemia y sus efectos políticos y societarios. Mítines, marchas, manifestaciones contra el cambio climático, el racismo, la xenofobia, el fascismo, la corrupción e igualmente a favor de ellas con los movimientos y grupos derechistas y ultraderechistas, los grupos de odio en Estados Unidos, impactos del mayo francés de 1968 en el siglo XXI, el «boom» de la gráfica política y el cartel político conceptual en las décadas de los sesenta y setenta del siglo XX, que incluye – por su actualidad- la cartelística cubana y el movimiento feminista europeo e internacional.
2. Dinámica electoral en particular. Del siglo XX, con la transición democrática en España, periodo post franquista y específicos en el XXI, la campaña electoral de Barack Obama por la presidencia

en 2008 y de posicionamiento total hasta 2012 esta última comparada con carteles de la campaña de Donald Trump en 2016 y Joseph Robinette "Joe" Biden, en 2020.

3. La Cartelística en los procesos revolucionarios; República Española de 1936 – 1939, Revolución Rusa en el periodo de 1917 – 1922 y de las repúblicas de Asia central, Cáucaso y Siberia, Revolución Cubana a partir de 1959 y también en dinámicas retardatarias con la cartelística nazi y neofascista en auge en los últimos años con la pandemia.

*Incluyeron talleres educativos en el uso de técnicas para la producción de cárteles políticos, conferencias teóricas sobre la importancia de este MCM, su historia, evolución y vigencia en la era de las Tics».*

El [Instituto Tricontinental de Investigación Social](#), organismo colombiano que promueve y estimula «el debate intelectual al servicio de las aspiraciones populares» lanzó una *exposición en línea* del 26 de julio al 31 de julio del 2021 titulada «*Let Cuba Live*»(Dejemos Vivir a Cuba), y su tema fue el bloqueo total, que desde hace más de 60 años ejerce el gobierno de los Estados Unidos sobre el archipiélago.

Ochenta artistas y diseñadores de 19 países —entre ellos Argentina, India, Estados Unidos y Cuba— presentan sus obras en defensa de la Revolución Cubana, bajo las exigencias de #NoMásBloqueo y #LetCubaLive.

♦ ***Relaciones complementarias del cartel político con otros medios de comunicación.***

En torno a los vínculos entre los MCM, y puntualmente con el cartel político, se requiere las siguientes *precisiones*:

1º. Necesidad de transitar a *una visión relacional*, para superar las propuestas teóricas reduccionistas de carácter instrumental, que jerarquizan el lugar de los MCM al otorgar mayor relevancia – por sus prestaciones – al ciberespacio. Ningún MCM puede ser considerado «superior a otro».

2º. Considerarlos como *sistema de dispositivos tecnológicos especializados en la elaboración y transmisión de mensajes significativos*, premisa necesaria para superar cualquier análisis reduccionista u objetual y que *su dinámica se caracterice por la complementariedad*.

En los últimos 10 años se ha consolidado el «uso en bloque», como sistema integrado y a la vez diverso, garantía de que no quede espacio socializador político sin ocupar y sea ocupado por otros actores políticos.

3º. Cada MCM posee un alcance, un espacio «natural» propio de comunicación y socialización política a partir de sus prestaciones específicas que determinan su misión y visión.

Es indispensable analizarlos multidisciplinariamente, en su contexto histórico cultural y situacional.

El cartel político presenta una dinámica creciente de rápida y efectiva inserción en Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram, blogs y los numerosos sitios Web. Teóricos y diseñadores gráficos reconocen su uso «en bloque» junto con otros MCM como la televisión, radio y vallas; es un medio «tradicional» de muchas posibilidades y con un espacio no desdeñable.

En pleno desarrollo el soporte *electrónico* o marquesina, en sustitución del impreso por considerarse «ecológico» para las calles, pero más fácil de controlar por los gobiernos, al regular su número, temas y lugar de exposición.

La emergencia de múltiples marchas de protesta juveniles en las calles de Chile contra Sebastián Piñera y la exigencia de una Asamblea Constituyente, durante 2019 y 2020, demostró la importancia del cartel político.

Se consolidó el accionar del colectivo artístico y de propaganda «serigrafía instantánea» surgido en 2011 e integrado por diseñadores gráficos chilenos. Entre sus principales impactos estuvo el surgimiento de grupos que se expresaron con esta técnica tradicional, al colocar sus carteles *en las calles, no en marquesinas*. Potenció la autogestión, la participación *de conjunto con la cartelística subida a internet* y dificultó el pretendido control por las autoridades gubernamentales sobre su producción – distribución - instalación ante el creciente número de carteles producidos.

## **Conclusiones**

El periodo estudiado, breve, pero con cambios notables, conflictivos y rupturistas por su naturaleza, ha consolidado las redes sociales digitales, no obstante, es interesante



observar que el cartel político mantiene su presencia como MCM consistente y simbólico en la articulación de la ciudadanía.

Ha permitido a sus organizaciones e incluso a los actores individuales, comunicar contenidos complejos a diversos públicos, demostrando ser importante en la vida política contemporánea, con su adaptación progresiva a la virtualización y sobrepasar los espacios urbanos, para viralizar su presencia e información con impactos múltiples reconocidos.

Este recorrido por el cartel político, demuestra su valía, la necesidad de más estudios e incorporación de especialistas de otras ramas del saber. Que sirva de motivación la interrogante inicial para la búsqueda de nuevas respuestas: *El cartel político, ¿Con vida durante la pandemia?*

## **Bibliografía:**

1. Anrango Sánchez, Jonathan Alexander; Sigüencia Yépez, José Israel. (2021). El cartelismo social como medio de comunicación ante las problemáticas ocurridas durante el año 2020. Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciatura en Diseño Gráfico. Universidad Técnica del Norte. Ibarra. Ecuador. 90p.
2. <https://docsvalencia.com> Recuperado el 1 de abril de 2022.
3. [https://www.swissinfo.ch/spa/campa%C3%B1a-pol%C3%ADtica\\_la-manzana-de-la-discordia-de-la-derecha-conservadora-/45175928](https://www.swissinfo.ch/spa/campa%C3%B1a-pol%C3%ADtica_la-manzana-de-la-discordia-de-la-derecha-conservadora-/45175928) Recuperado el 28 de agosto de 2019.
4. [https://www.eldiario.es/cultura/carteles-republicanos-pueblo-tiempos-coronavirus\\_1\\_1014598.html](https://www.eldiario.es/cultura/carteles-republicanos-pueblo-tiempos-coronavirus_1_1014598.html) Recuperado el 13 de octubre de 2021.
5. <https://www.alcalorpolitico.com/informacion/-la-corrupcion-mata-obra-de-patricia-castanieda-en-la-bienal-internacional-de-cartel-en-mexico-331091.html> Recuperado el 24 de noviembre de 2020.

- 
6. Lobo, María. (2020). El arte callejero le da batalla a la pegatina de carteles. En: <https://www.lagaceta.com.ar/nota/832599/actualidad/arte-callejero-le-da-batalla-pegatina-carteles.html> Recuperado el 28 de enero de 2020.
  7. Mendoza, M. (2022). La utilización política del terrorismo en la campaña presidencial peruana de 2021. *Universitas-XXI*, 36, pp. 243-268. ISSN impreso: 1390-3837 / ISSN electrónico: 1390-8634, UPS-Ecuador, No. 36, marzo-agosto 2022,
  8. Morejón-Llamas, Noemí. (2020). Desinformación y alfabetización mediática desde las instituciones: los decálogos contras las fake news. En Revista internacional de relaciones públicas. No. 20. Vol. 10. P.111- 134. ISSN. 2174-3681. Recuperado el 6 de enero de 2021.
  9. Rodríguez-Velásquez, Maribel; Ceballos-Sepúlveda, Juan Carlos; Giraldo-Ramírez, María Elena. (2021) Prácticas de apropiación social de internet como formas de resistencia en tiempos de COVID-19. En: Las ciencias sociales en épocas de crisis: escenarios, perspectivas y exigencias en tiempos de pandemia. Salinas-Arango, Natalia Andrea; Orozco-Toro, Jaime Alberto; Mejía-Giraldo, Juan Felipe. (compiladores). 19 Colección Ciencias Sociales. Editorial Universidad Pontificia Bolivariana. pp. 22-41. ISBN: 978-628-500-011-9.
  10. Salaverría, Ramón y grupo de trabajo multidisciplinar. (2021). Entender y combatir la desinformación sobre ciencia y salud. 20 de febrero. Recuperado el 16 de marzo de 2021.
  11. Sol Barón, María; Ordóñez, Camilo. (2022). Colombia 1971: Trabajadores del Arte Revolucionario y movimiento estudiantil. Pontificia Universidad Javeriana, Colombia y Universidad Distrital Francisco José de Cladas, Colombia. H-ART. No. 11. Mayo-Agosto 2022, 302 pp. ISSN: 2953-2263 e-ISSN 2590-9126. pp. 39-93