

# ARTÍCULO

## EN BUSCA DE LA TÉCNICA DE REPRESENTACIÓN IDÓNEA PARA UN CARTEL

MTRO. Obed Meza Romero • cartelobed@hotmail.com

### Resumen

Muchas de las veces en el proceso de creación de un cartel ya se tiene definido el concepto del mensaje pero falta por definir la técnica de representación a aplicar surgiendo varias preguntas ¿cómo lo hago?, ¿cómo empiezo?, ¿con qué herramientas cuento?, lo hago por medio de un dibujo, o directamente lo trazo en la pantalla, ocupo una foto, la tomo o la bajo y la manipulo porque tengo poco tiempo para entregarlo y solo cuento con esas herramientas. Y aún así utilizando comandos todavía sale mal. Además surgen otros factores como la personalidad del autor al querer imponer su *estilo* más bien plasmar su gusto, pero existen otros elementos como la flojera, buscar una solución inmediata, quedarse con la primera técnica de representación ya que me sale más rápido o buscar efectos bonitos en *photoshop*; o lo peor que el diseñador no se da la oportunidad de imaginar como dice:

**Wolfgang Weingart (2000, p. 72)**

*“Estamos apenas comenzando a darnos cuenta de que los avances tecnológicos a menudo se logran con el riesgo de atrofiar la imaginación y el sentido humano”.*

La gráfica del mensaje queda incompleta por

### Abstract

*Many times in the process of creating a cartel already have defined the concept of the message but it remains to define the representation technique to apply several questions arise how do I do, how to start?, What tools story? I do it by means of a drawing, or directly to the figure on screen, occupy a photo, or take on and handle because I have little time to deliver, with only those tools. And yet still go wrong using commands. Besides other factors emerge as the author's personality to want to impose their style rather capture your taste, but other elements such as laziness, find an immediate solution, keep the first imaging technique as I get faster or search nice effects in Photoshop, or worse than the designer is not given the opportunity to imagine:*

**Wolfgang Weingart says (2000, p. 72)**

*“We are just beginning to realize that technological advances are often achieved at the risk of atrophy imagination and the human sense. “*

*The graphic message is incomplete re-*

la técnica de representación utilizada que directamente afecta la estética del cartel.

**Como dice Andrea Rauch (2000, p. 53)**

*“La gráfica es un modo de comunicar ideas y por lo tanto no es posible que el diseñador no las tenga”.*

O a veces se llega a la solución y no se da una oportunidad de esa búsqueda para satisfacer tanto al autor como al mensaje, de acuerdo con:

**José Manuel Morelos (2011, p. 69) que dice:**

*“La primera dificultad a la que me enfrento es mi obsesiva personalidad, que no se satisface fácilmente con los resultados, cuando en mi apreciación, el discurso gráfico falló y no pude persuadir, convencer, responder a las necesidades colectivas como yo lo hubiera deseado.”*

Hay que darse la oportunidad de plantear otras soluciones visuales aunque el tiempo este encima.

*presentation used technique that directly affects the aesthetics of the poster.*

**As Andrea says Rauch (2000, p. 53)**

*“The graph is a way to communicate ideas and therefore not the designer may not have.”*

*Or sometimes you get to the solution and not given an opportunity to the search to satisfy both the author and the message:*

**According to Jose Manuel Morelos (2011, p. 69) says:**

*“The first difficulty that I face is my obsessive personality, not easily satisfied with the results, but in my estimation, graphic speech failed and could not persuade, move, respond to community needs as I had hoped.”*

*You have to take the opportunity to raise other visual solutions but this time overhead.*

## Palabras clave

Cartel, técnicas de representación, mensaje.

**D**urante las elecciones a presidente de la República Mexicana en junio del año 2006 se suscitaron una serie de actividades en relación a él resultado final de las mismas, un número de diseñadores gráficos fueron convocados por invitación de Renato Aranda por medio del:

*“Museo de Arte Público Contemporáneo a través de la delegación Gustavo A. Madero a participar en un proyecto artístico en donde se pretende hacer algunas reflexiones, desde el terreno del arte, sobre el Estado Mexicano, reflexiones que serían dadas en dos vertientes, una, haciendo esculturas, instalaciones, street art, etc. en un espacio físico específico en la propia delegación y la otra vertiente, realizar obras gráficas que respondiesen a la pregunta de ¿qué es el Estado Mexicano? desde la visión de algunos creadores en plena libertad de expresión y sin ánimos de grupo o de partido y que serían reproducidas en gran formato para ser colocadas sobre la avenida de los Insurgentes y como dovelas en el interior de los vagones del metro.”*

**Aranda, R. (2006).**

Entre los diseñadores convocados se encontraban destacados cartelistas como Rafael López Castro, Alejandro Magallanes, Andrés Ramírez, Vicente Rojo Cama, Leonel Sagahón, José Manuel Morelos y un grupo de diseñadores poblanos entre ellos Francisco Aguilar Gálvez, José Luis Hernández Díaz *Chepe*, Ricardo Ceceña, Jorge Garnica y su servidor Obed Meza; al final se logró la participación de 11 diseñadores que se sumaron al grupo de 35 creadores, entre artistas, moneros y fotógrafos.

De acuerdo a los parámetros establecidos planteé el caso como un problema de estudio, para dar pauta a una investigación y tener información más que una solución visual rápida dando origen a las siguientes variables:

- Es un caso real
- Un cartel de tipo político-ideológico
- Responder visualmente a la pregunta ¿Qué es el estado mexicano?
- Libertad de expresión
- Plena libertad de creación
- La capacidad creativa de los diseñadores invitados
- Reacción de la sociedad

Estas variables sirvieron como plataforma para iniciar el proceso del cartel pero faltaba desarrollar textualmente cada una para comprender la temática principal y dar pauta a la lluvia de ideas.

Primeramente se ideó como un caso real, lo cual permitiría que se hiciera un cartel para la sociedad y no un cartel para cartelistas o en otros términos un diseño para diseñadores gráficos, que muchas de las veces son erróneos este tipo de ejercicios porque los resultados quedan muy subjetivos debido a que no hay un público meta que los critique si no simplemente es un “gusto” por diseñar; aquí quién iba a hacer la crítica de los carteles era la misma ciudadanía.

*“El diseñador no puede permitirse el lujo de expresar una idea personal que las generaciones futuras a lo mejor son capaces de descifrar. No él tiene que lograr un contacto directo. Y para ello ha de trabajar teniendo en cuenta a su público, como le ocurre al empresario de un espectáculo. En muchos casos es necesario hablar al público no profesional en un lenguaje popular, aunque también hay veces en que ciertos públicos esperan un alto grado de maestría técnica. Los carteles suelen reflejar un idioma popular por que su función es tanto comunicativa como de decoración. Dado que la comunicación visual es la primera justificación de su existencia. El carácter peculiar de los carteles*

*en cuanto tales viene determinado por la naturaleza y la intensidad de la influencia popular sobre su aspecto. Y dada la existencia técnica de problemas técnicos de diseño –tanto en lo que se refiere a la impresión como a la estética–*

**(Barnicoat, 2007, p. 183)**

Posteriormente entender las características del cartel político y cuál es su manifestación actualmente. Para Arnulfo Aquino menciona que:

*“el cartel político es expresión y comunicación gráfica... en él confluyen ideología, arte y tecnología en un sistema de señales y símbolos que obedecen a un proceso de diseño. Contiene informaciones verbales e icónicas, como imágenes visuales que expresan difunden y preservan un mensaje. Corresponde a una intención y cumple su función en la medida que establece relaciones, entre emisor y perceptor en circunstancias específicas”*

**(CEESTEM, 1981, p. 15)**

Por otra parte Proenza (1999) menciona que el cartel político comprende no solamente el de carácter ideológico-político, sino también los de interés público. Instiga sentimientos complejos como combatividad, esperanza, rivalidad, muerte, etcétera. Nace como consecuencia de algún acontecimiento importante (elecciones, guerras, etc.), como arma permanente de poder y cohesión en los regímenes totalitarios (nazismo, comunismo) y como vehículo de educación política de los ciudadanos (URSS, China, Cuba). Su imagen debe ser poderosamente impactante y comprometedor, acompañada de un lema convincente y rápidamente memorizable. Que provoque reacciones inmediatas en el observador.

El cartel propagandístico se distingue por la gran fuerza implicativa de su gráfica, que choca con el individuo y lo lleva a experimentar sensaciones inmediatas. De acuerdo a esta definición el cartel político hoy en día no es tan competido casi no se reproduce no hay un interés por protestar

visualmente contra los problemas que vivimos a diario no existe una gráfica democrática como lo menciona *Rauch (2000)* los carteles políticos han declinado por que la política se ha dividido. O, mejor dicho, las ideologías se han gastado, para bien o para mal. Hemos vivido por decenios en un clima de fuerte contraposición ideológica, y creo que aquellas ideologías no fueron otra cosa que tensiones civiles, voluntad de participación. Actualmente no creo en la contraideología, muy común ahora del egoísmo y del interés particular, que invita a ir a la playa en vez de ir a votar. El cartel político se nutría de ideologías y pasiones fuertes. Hoy se piensa que la intervención política pasa principalmente por otros medios de comunicación, la TV o el *talk show*, y a nombre de estos se ha renunciado a aquella conciencia colectiva que ha sido en el curso de los años del cartel.

Después de estas definiciones relacionarlas con aquel cuestionamiento ¿Qué es el estado mexicano? Como eje principal del mensaje; la primera respuesta que se me vino a la mente fue corrupción, además de inseguridad, desigualdad, desempleo... más respuestas negativas que positivas, pero ante todo me vi en dos ejes uno como ciudadano cual es mi posición ideológica y dos mi diseñador, de el compromiso de crear una imagen que entienda los ciudadano más que una satisfacción personal queriendo hacer un cartel por el simple hecho de que me gusta.

**Como menciona Alejandro Magallanes (2000, p. 54)**

*“El diseñador debe ser observador y crítico de su entorno, más allá del ámbito del diseño, debe conocer su circunstancia social y cultural”*

*“Además de su valor estético y de comunicación, el diseño tiene un valor histórico, gracias a él se puede obtener la memoria de una época”*

Creo que son aspectos importantes debido a que el mensaje debe ser entendido por uno mismo antes de manifestarlo visualmente siendo el

cartelista el intermediario entre la idea y como comunico esa idea.

Una ventaja que se tiene en este proyecto es la libertad de expresión, ya que es algo importante como ciudadano que se permite la manifestación de ideas de pensamientos de poder participar en una discusión pública que da paso a la democracia pero también es un compromiso como persona que expreso que quiero decir porque quiero para que quiero que me vean.

Posteriormente a la libertad de creación; Qué implica tener libertad de creación implica no tener nada claro porque no hay parámetros, no hay una base de qué técnica de representación usar. Nos dan tanta libertad que caemos en el libertinaje visual, debido a que nos encaprichamos a nuestro *estilo* a la forma en la que creemos nos va a satisfacer la solución visual (pero ni eso sucede) ,

**como dice Rauch (2000, p.55)**

*“El estilo en un diseñador no debe existir. Lo primero y más importante es la relación con el objeto, el tema y solo después con la técnica.”*

Nos limitamos a nuestros gustos, lo que da como resultado una solución inmediata, la primera imagen, la primera foto bajada de internet, el primer dibujo y confundir el concepto de simplicidad. Es por ello que es importante plantearse propósitos para que se relacione la técnica de representación con el mensaje.

Además que el nivel de competitividad es alto me refiero a la calidad de cartelistas que fueron invitados de alguna manera te exige investigar más sobre el tema, crear más propuestas, siempre que hay competencia te exige ser mejor.

Una vez comprendidos estos puntos se procedió a desarrollar las ideas del cartel como se mencionó anteriormente las primeras respuestas a la pregunta ¿Qué es el estado mexicano? fue corrupción, ade-

más de inseguridad, desigualdad, desempleo... me enfoqué primeramente al concepto de corrupción y genere el siguiente mapeo mental.



Surgió la palabra clave dinero posteriormente analicé los polos opuestos de este significado y con qué objetos se asociaba el mismo.



De aquí se surgió la idea de utilizar la imagen de la alcancía como elemento principal del mensaje, posteriormente lo relacione con la función de la misma, cuando se llena para ahorrar o cuando simplemente no alcanza ni para echarle un peso.

**llena ← alcancía-cochinito → vacía**

Y aplicándole al objeto alcancía-vacía, relacionada con el tema qué es el estado mexicano se originó la siguiente metáfora:

- **Alcancía-desnutrida:** Es decir la pobreza extrema.

Una vez obtenida la idea y los objetos a utilizar, el siguiente paso era buscar la imagen a representar apropiada para el mensaje; qué es el eje principal de este artículo, debido a la premura del tiempo era dar una solución inmediata de la imagen, así que procedí a crearla.

La primera solución fue buscar una imagen de un de cochino en revistas y escanearla para que

un especialista la manipulara, le indiqué que quería una alcancía en la cual y se le marcarán las costillas para que pareciera desnutrida y este fue el resultado. (Fig 1)

La imagen si se ve manipulada, se le marcaron las costillas, pero mantenía la forma original es decir se veía *gordita*, el orificio en donde entran las monedas fue agregado posteriormente, para que pareciera alcancía, pero la imagen no me convenía, no era lo que yo buscaba; lo siguiente fue trabajarla en forma digital, cambiándola a vectores y haber si se lograba el efecto de *desnutrido* por medio del tramado. (Fig 2)

Se cambió el color a rosa mexicano y se le integró una sombra. (Fig. 3)



Figura 1



Figura 2



Figura 3

Probablemente estaba resuelto, pero no estaba convencido, así que seguí manipulando la imagen para que se viera flaca, recortándole parte del cuerpo y el resultado fue el siguiente. (Fig. 4)

Sentí que ya me había *enajenado* con esta técnica, *chequen que seguía en la misma posición de la imagen solo hacía cambios pero la imagen era la misma*. Debido a que no lograba el efecto, agoté esta técnica y decidí mandar hacer una alcancía con las características antes mencionadas, en el Barrio del Artista aquí en Puebla y me la hicieron con plastilina de color café, trate de aplastarla para darle el efecto de *flaca* pero no se podía, debido a que en el interior tenía una estructura de metal, además que parecía entre *perro* y *vaca*, estaba *rara*, no definía bien el animal, por lo cual la deseché.

El tiempo se agotaba y mejor compre una alcancía de barro que se viera *delgada*, le tomé varias fotos, de frente, de perfil, de un lado, de otro lado, en diferentes direcciones y seleccioné dos fotos. (Fig. 5 y 6)

Las analicé antes de manipularlas y no cumplían con la imagen que tenía grabada en mi mente y no quería trabajar nuevamente en la computadora hasta que no estuviera clara la imagen; pensando en cómo resolverla, fui a buscar a los artesanos que hacen las alcancías, pensé que ellos me ayudarían a lograr el objeto que quería, por la tarde me encontré con algunos, a los cuales platicué la idea de la alcancía desnutrida y reaccionaron inmediatamente haciendo un gesto de risa, diciendo *muy buena idea* y un comentario de *es cierto ya ni alcanza ni para comer, menos para ahorrar, si es verdad hasta la alcancía esta desnutrida*, eso los motivó para hacer bien su trabajo, déjenme decirles que la hicieron con mucho cuidado, checando cada detalle para que se lograra plasmar la idea y que yo estuviera satisfecho con su trabajo, el resultado me encantó, eso era lo que quería ver. (Fig. 7)

La imagen rebasó mis expectativas en cuanto a el tamaño, material y la textura, por decir algunas, cuyo resultado reforzó a la propia imagen; se le tomaron fotografías y fue detallada la imagen. (Fig. 8)

Quedando totalmente satisfecho con la imagen procedí hacer la composición; obviamente hubo varias composiciones y bocetos, sólo les presento el resultado final del cartel. (Fig. 9)

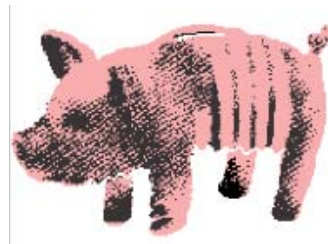


Figura 4



Figura 5 y 6



Figura 7 y 8

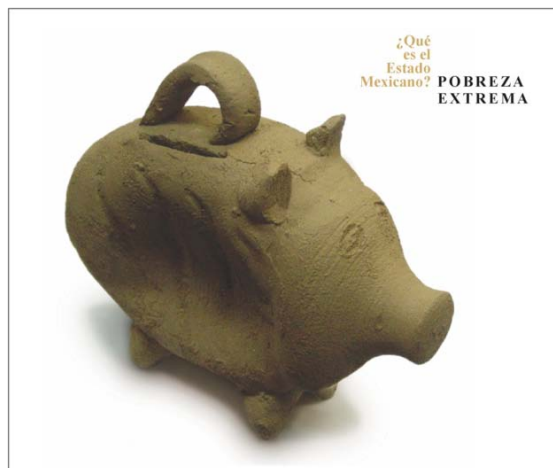


Figura 9

## Conclusión

Durante el proceso de creación se tiene definida ya una idea, la técnica de representación en algunas ocasiones refuerza el mensaje, pero si no se hace una búsqueda o selección de la misma, puede destruir el mensaje.

Gusto sobre lo que se hace, es encontrar una satisfacción personal no hablo de arte si no de aquellas inquietudes que se quedan guardadas en nuestra mente, que a veces el que se limita es uno como diseñador y creador de imágenes, el de no buscar nuevas alternativas, el no darse la oportunidad de alcanzar o representar el mensaje deseado, el ponerse limitantes, (pre-textos) no olvidemos que la técnica de representación es parte del proceso; si uno no tiene el dominio de las técnicas de representación o de creación, otras personas especializadas nos pueden ayudar, sólo es tener la idea clara para poderla coordinar. La técnica de representación refuerza el mensaje.

Que tan importante es para crear un cartel darse la oportunidad de buscar una solución idónea y no estoy hablando de experimentar, porque ni siquiera a eso se llega, una experimentación debe estar comprobada y no solo de manera banal realizarla; si no de darse la oportunidad de usar un lápiz, una cámara fotográfica, pintar, ensuciarse las manos, equivocarse, volver a replantear la técnica, recortar el papel, volver a fotografiar, crear los objetos, hacer ma-

quetas buscar una solución que cumpla con cada una de nuestras inquietudes obviamente sin olvidar el concepto y la tipografía.

Debe existir una la relación con el tema, el objeto y la técnica de representación a aplicar, como dice Proenza:

*“el contenido gráfico en un cartel, puede llegar a contener un gran valor plástico pues cuanto más cuidada y bella sea la imagen, más simpatía e identificación puede despertar en el observador”.*

**(1999, p. 72)**

Además que en cualquier proyecto de diseño se puede uno apoyar con un equipo de trabajo, como por ejemplo para la realización de este cartel trabajé con un equipo de seis personas incluyéndome a mí.

*“En lo personal la colección me provoca muchas reflexiones, la primera es que en el terreno artístico los lenguajes son muy variados, distintos y quizá ajenos a la gente; segundo, que las visiones de los creadores también cambian dependiendo de los ámbitos de especialización de cada uno (me queda claro que los diseñadores hay una preocupación por la comunicación) y tercero, que la idea de un arte para el pueblo deberá de comenzar por considerar las realidades del mismo y también por considerar, como quizá es la intención de un Museo de Arte Público, el tener un mayor acercamiento con las personas”.*

**Renato Aranda (2006)**



## Fuentes de Consulta

**Aranda, R.** (2006). *Qué es el estado mexicano*. Disponible en [<http://arandagrafica.blogspot.com/2006/06/qu-es-el-estado-mexicano.html>]

**Barnicoat, J.** (2007). *Los carteles su historia y su lenguaje*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona

**CEESTEM. Instituto de investigaciones Estéticas UNAM.** (1981). *El Cartel político en América*. México

**Magallanes, A.** (2000). *La experiencia estética*. Revista "a diseño", 49 (2000), páginas 44-48

**Morelos, J. M.** (2011). *Mi práctica del cartel*. Revista "a diseño", 102 (2011), páginas 68-69

**Proenza, R.** (1999). *Diccionario de publicidad y diseño gráfico*. 3r editores. Santa Fe, de Bogotá.

**Rauch, A.** (2000). *Por una gráfica democrática*.

**Revista LÚDICA,** (2000) *Arte y cultura del diseño*, 48-57.

**Weingart W.** (2000). *Basile. La computadora y sus consecuencias*. Revista "a diseño", 49 (2000), páginas 72-78.