Diseño de Cartel

Compilador:
Lic. Ingrid Riquelme

Índice

Índice 1
Introducción 3
Objetivo general 4

Tema 1. Breve referencia histórica del cartel 5
Objetivo de aprendizaje 5
Introducción 5
1.1 Principales creadores y exponentes 5
1.2 Jules Cheret (Francia 1836 – 1932) 6
1.3 Henri Tolouse – Lautrec (Francia 1864 – 1901) 8
1.4 Iko Tanaka (Japón 1930 – 2002) 9
1.5 Otros autores 10
1.6 El cartel en Latinoamérica 15
1.7 El cartel en México 17

Tema 2. Definición conceptual del cartel contemporáneo 20
Objetivo de aprendizaje 20
Sinopsis 20
2.1 Requerimientos funcionales 20
2.2 Mensaje icónico y mensaje textual 22
2.2.1 La imagen 24
2.2.2 La composición espacial 24
2.2.3 Los textos; encabezados, pies 25
2.2.4 El color como reafirmación del contenido 25

Tema 3. Las técnicas del cartel 27
Objetivo de aprendizaje 27
Sinopsis 27
3.1 La ilustración 27
3.2 La fotografía como expresión testimonial 29
3.3 La tipografía 30
3.4 Fotomontaje 31
3.5 Collage 33

Tema 4. Relación texto e imagen en el cartel 34
Objetivo de aprendizaje 34

Sinopsis 34
4.1 Imagen por texto 34
4.2 Texto por imagen 38
4.3 Composición 40

Resumen 43
Bibliografía general 44

Introducción

Como dice Richard Hollis en la introducción al Diseño Gráfico: Una historia abreviada: “El punto de partida fue el cartel. Como hoja única, sin doblar e impresa sólo por una cara, es el medio más simple del diseño gráfico. Ejemplifica los elementos esenciales –alfabeto e imagen- y sus medios de producción”. Por ello debe existir una conciencia por parte del diseñador para explorar la relación de la palabra – imagen en el cartel y los resultados que puede obtener con esta relación.

Desde finales del siglo XIX hemos observado la acción del cartel en la vida diaria. El cartel es uno de los medios más funcionales y efectivos para la comunicación de mensajes e información de tipo comercial ó ideológico.

El paso del tiempo ha influenciado sobre los carteles en su lenguaje en una relación muy íntima con los movimientos sociales y culturales pero también las nuevas tecnologías han tocado al cartel, el uso de la computadora, las nuevas técnicas de impresión y en sí la historia, sin embargo, esto no ha transformado su función original, ni ha perdido valor como medio de comunicación. Por ello el diseñador sigue utilizándolo para comunicar e informar a una sociedad progresiva.

Objetivo general

Al término del curso el estudiante diseñará diferentes proyectos de carteles, tomando en cuenta aspectos formales y conceptuales en la creación de mensajes aplicándolos en su práctica profesional.

Tema 1. Breve referencia histórica del cartel

Subtemas

1.1 Principales creadores y exponentes
1.2 Jules Cheret (Francia 1836 – 1932)
1.3 Henri Tolouse Lautrec (Francia 1864 – 1901)
1.4 Iko Tanaka (Japón 1930 – 2002)
1.5 Otros autores
1.6 El cartel en Latinoamérica
1.7 El cartel en México

Objetivo de Aprendizaje

Al término del tema el estudiante reflexionará sobre el origen del diseño de carteles en el mundo y Latinoamérica, y cuales son sus principales representantes.

Introducción

En este tema se revisará la historia del cartel en el mundo desde finales del siglo XIX hasta nuestros días, se menciona y muestra el trabajo de los principales representantes del cartel en los diversos movimientos culturales y sociales.

1.1 Principales creadores y exponentes

El arte ha tenido un papel protagónico en el diseño gráfico, en algunas ocasiones es difícil diferenciar la delgada línea entre una obra artística o publicidad, aún teniendo fines muy distintos. Sin embargo, el diseño no pudo nacer sin el arte debido a que éste ha tenido una influencia no tan solo en materiales y técnicas, sino también en composición artística.

Esta influencia podemos observarla en los primeros carteles, los cuales se remontan a finales del siglo XIX y principios del siglo XX, siendo sus principales exponentes Jules Cherét, Lautrec, Picasso.

1.2 Jules Cherét (Francia 1836 – 1932)

Jules Cherét en una entrevista con el crítico inglés Charles Hiatt, aseguró que el cartel no era el mejor medio de propaganda, pero sí, unos excelentes murales. Básicamente Jules era muralista de corazón, en la mayoría de sus obras hay ausencia de inscripciones, éstas eran insertadas en la obra posteriormente por Mandaré, un amigo de Jules.

La obra de Jules está llena de color, vitalidad, figuras estilizadas y bellas, con poco texto y muy entendibles para el público en general.

Cherét, "Teatre de lÓpera" (1897)

Cherét, "La loie Fuller" (1897) **Cherét, "Pan" (1897)**

La técnica su obra es básicamente la litografía, debido a la gran utilización de ésta en los libros de esa época, sin embargo, la llevó a gran escala y con un estilo propio, en donde reúne su maestría para el dibujo y la conjunción de un lenguaje popular.

Jules logró influir en el movimiento artístico del Art Nouveau en toda Europa y América con sus carteles teatrales. Artistas como Seurat o Lautrec acentuaron la obra de Jules. Un ejemplo de esto lo podemos encontrar en la cubierta de la Novela L´Homme a femmes (1889, Seurat) con cierto parecido a la obra de Jules "L´Amant des Danseuses" (1888).

1.3 Henri de Tolouse – Lautrec (Francia 1864 – 1901)

Para Lautrec, Cherét fue un maestro. Lautrec acentúo las características de la obra de Cherét, aunque buscando en ese medio una forma de expresión para sí mismo, refugiándose en la vida nocturna de la Ciudad, logró capturar por medio de estos carteles la expresión misma de la vida, alejándose completamente de la pintura de caballete o litografías de libros, no trataban de agradarle al público sino simplemente era una forma de expresión artística. El uso de plastas de colores retomadas de los grabados japoneses y la expresión mínima del texto llevaron al cartel a una nueva era casi pictórica, dirigiéndose directamente al los sentidos del espectador.

Siendo corta su vida, su obra es escasa, tan solo hay 31 carteles a comparación de los cientos realizados por Cherét, y aún con eso, su obra ha dejado una gran huella su obra.

Cherét,
“L´Amant des danseuses” (1896)

Lautrec,
“Divan Japonais” (1896)

Lautrec,
“Jane Avril” (1898)

Lautrec,
“Ambassadeurs” (1896)

1.4 Ikko Tanaka (Japón 1930 – 2002)

Ikko Tanaka buscaba la originalidad por medio de la expresión de elementos característicos de la cultura, pues el decía que: “Sin una cultura propia, cualquier país en un continente será igual a los otros, entonces no tendría identidad propia: Si todos consumen y comen lo mismo ¿Dónde estará la originalidad?”. Su obra sin seguir un estilo gráfico propio se adaptaba a las necesidades del cliente, explotando al máximo los conceptos, con refinada sencillez en sus composiciones.

Su trabajo fue reconocido con las medallas de oro y plata del Club de Directores de Arte de Tokio, de la Bienal Internacional del Cartel de Varsovia, y con los premios Club de Directores de Arte de Nueva York, siendo estos sólo algunos de ellos. También participó en el "Nouveau Salon des Cent", el cual fue una exposición donde participaron cien diseñadores gráficos de todo el mundo para hacer un tributo a la obra de Tolouse-Lautrec, por el centenario de su muerte (1901 - 2001).

Tanaka, " Nouveau Salon des cent, Hommage a Toulouse-Lautrec"

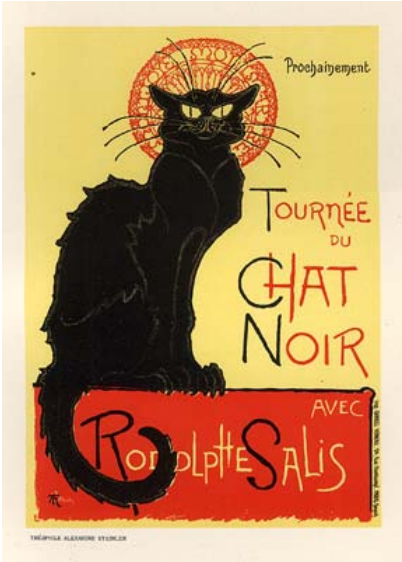
1.5 Otros autores

Otro de los creadores importantes de esa época fue Alexander Steinlen (1859 – 1923), suizo de nacimiento desarrollo su obra en París, tomando el estilo de Lautrec capturando la vida diaria de los citadinos, sus carteles bien podrían ser reportajes de los eventos ocurridos.

Pierre Bonnard fue el que enseñó a Lautrec la técnica de la litografía, sin embargo, éste tiene una obra poco prolífica en cuanto al cartel, el más conocido por su sutil sentido del humor es "La Revue Blanche", de 1894. La mayor parte de su obra guarda cierto estilo de este cartel.

El estilo en general de todos estos artistas parisinos pasó de ser naturalista a descriptivo y simple, fue un cambio notable entre finales de los siglos XIX y XX.

El Art Nouveau que hemos visto en todos estos artistas, en general presenta características comunes, una de ellas es la influencia del arte japonés, por el uso de los fondos negros y por las composiciones de la vida cotidiana, esta influencia se debió a que llegaban a París envoltorios orientales con grabados pertenecientes a Hiroshige, Utamaro ó Hokusai de la escuela Ukiyo-e. El Art Nouveau simplemente tomo a la naturaleza, colores que en ocasiones podrían desentonar, formas frescas y libres. Éstas características en los carteles las podemos encontrar en la obra de artistas de toda Europa.



De izquierda a derecha:

Steinlen, “Chat Noir” (1897)

Steinlen, “Compagnie Francaise” (1899)

Bonnard, “La Revue Blanche”(1896)

La presencia del Art Nouveau sobre Europa y América fue evidente, sin embargo, esto no quiere decir que no se generaron nuevas ideas, pues cada país desarrollo un estilo nacionalista distintivo. Los italianos se distinguían por su gran dramatismo, los alemanes por la tendencia al medievalismo, los holandeses por su sencillez.

España, M. Miguel, "Canuto Berea", Litografía (1900)

De izquierda a derecha:

Alemania, Roland Holst, "Faust", Litografía (1918)

Italia, Giovanni Mataloni, "Brevetto", Litografía (1895)

Holanda, Charles Woodbury, "Society of painters in water", Litografía (1897)

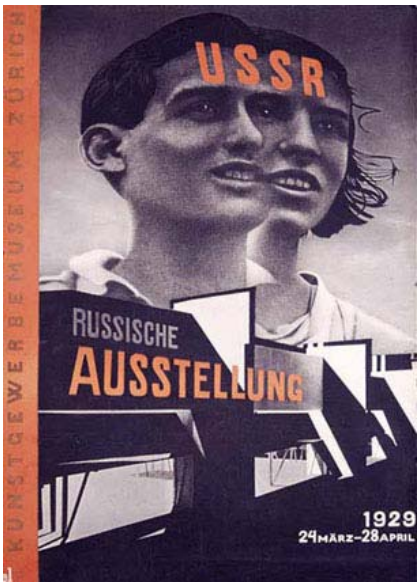
Las guerras y revoluciones en su mayoría han marcado un cambio sobre la sociedad, y los carteles no fueron la excepción, en la primera guerra mundial los carteles tuvieron el carácter de propaganda y reclutamiento, una idea vaga de la importancia de los carteles en esta época es esta: en Estados Unidos se generaron 20 millones de carteles en dos años, eso equivalía a 1 cartel por cada 4 ciudadanos.

En la ex Unión Soviética los bolcheviques promovieron un movimiento llamado constructivismo ante una sociedad cada vez más industrializada, entre los cartelistas más importantes de este movimiento están Lissitsky y Alexander Rodchenko.

De izquierda a derecha:

Rodchenko, "Russia Socialist", Litografía

E.U. Sheridan, "Hey fellows", Litografía (1918)



De izquierda a derecha:

Lissitsky, "Russische", Litografía

E.U, Foringer, "The greatest mother in the word", Litografía (1918)

Como movimiento estilístico generalizado vino el Art Déco, con figuras geométricas, formas aerodinámicas, con ciertas reminiscencias a los movimientos futuristas, cubistas y dadaístas, todo esto con el fin de tener un movimiento acuerdo a la nueva tecnología. La litografía se usaba cada vez menos, el pincel de aire se abrió repentinamente campo en el Art Déco. De los cartelistas más conocidos de este movimiento son Giuseppe Riccobaldi de Italia, Ludwing Hohlwein de Alemania, Kauffer en Inglaterra y Francisco Gali de España.

Con el advenimiento de la Segunda Guerra Mundial, los carteles siguieron con vida, no fueron tan usados como en la primera, pues los medios impresos y la radio jugaron un papel importante en la difusión. La mayoría de los carteles dejaron la litografía y cambiaron al off-set.

En los años cincuentas en Suiza nació un estilo gráfico con raíces en el movimiento artístico Bauhaus, los rasgos característicos son el uso de la tipografía, por ello fue denominado Internacional Typographic Style, refinado en los setentas en las escuelas de Zurich.

Siguieron creándose estilos pero no con la gran importancia de los primeros movimientos, el uso de la computadora dejó a un lado la parte artística y dio inicio a lo mecanizado.

De izquierda a derecha:

Riccobaldi, "Fiat Rampa", Litografía (1928)

Hohlwein, "Fruhling in Weisbaden", Litografía (1930)

Josef Mueller-Brockman, "Der Rosenkavalier", Offset (1950)

1.6 El cartel en Latinoamérica

En Perú el verdadero pionero del diseño gráfico peruano es Claude Dieterich (1930), quien después de trabajar en Paris en diversas agencias de publicidad y en el diseño de revistas, se establece en Lima implementando las influencias europeas en el diseño gráfico contemporáneo de América Latina.

En Venezuela el primer periódico editado fue en 1808, marca los orígenes de la imprenta en este país, y la iniciativa de mejorar el diseño de los sellos de la Administración de Correos se debió a un grupo de diseñadores y artistas venezolanos en la que mejoró notablemente la calidad del diseño venezolano.

En Cuba se disponía de una larga tradición en diseño gráfico aplicado al consumo, probablemente la más antigua de Latinoamérica, antes de mediar el siglo XIX disponía de talleres litográficos y de una práctica aceptable en el procedimiento inventado en Alemania, acercando por primera vez a un país sudamericano a uno de los países más desarrollados de la vieja Europa.

Indudablemente la historia del diseño cubano en litografía la escribió Francisco Murtra y la del cartelismo Felix Beltrán.

En Argentina prevalece una fuerte influencia francesa, los mejores cartelistas argentinos de la historia son Arnaldi y Valerian Guillard. En los años sesenta este país era la primera potencia de América Latina en la edición de libros y otros materiales de lectura como por ejemplo, los diarios.

La tipografía llega tarde a Brasil, a pesar de esto el establecimiento de las sucursales de las grandes agencias de publicidad americanas, que coincide con el primer gran desarrollo industrial y mercantil del Brasil, permite la introducción de las más modernas formas de producción industrial, con lo que los brasileros aprenden a diseñar anuncios publicitarios en 1940.

Félix Beltrán, "Long Live Seventeenth Aniversary of july 26", (1970)

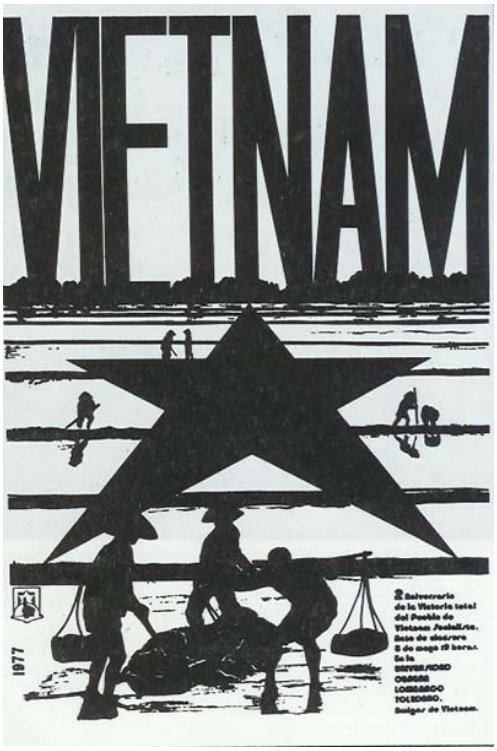
1.7 El cartel en México

El Art Déco apareció en México no por los estragos de la Guerra Mundial, sino por los cambios estructurales en la sociedad debido a la Revolución de 1910. El Art Déco en México adquirió matices regionales por la gran herencia artesanal existente, en general hubo dos temas ampliamente tratados, uno de ellos fue el indígena humillado y en contraparte el guerrero victorioso y triunfante. El diseño en general debía tener una funcionalidad, ser estético, poder reproducirse en masas, en fin, obedecer a una sociedad consumista.

En México la tipografía tuvo demasiada influencia el Art Déco, se diseñaron muchas tipografías geométricas, abstractas y sofisticadas como lo podemos observar en los carteles de la época.

Pero como todo movimiento cayó en declive, y las luchas sociales, los movimientos estudiantiles, marcaron otra etapa en el diseño de los carteles en los sesentas, sobre todo en el 68 y 73 se da una movilización social en contra del estado. Los estudiantes, trabajadores, sindicalistas reproducen sus carteles por todo tipo de técnicas desde offset, mimeógrafo o serigrafía muy utilizada por Raúl Cabello.

"El retorno", Litografía (1923)


VIETNAM
1977

LIBERTAD
PRESOS POLITICOS

De izquierda a derecha y de arriba abajo:

Raúl Cabello, “Vietnam”, Serigrafía

Melecio Galván, “Cartel”, offset

“Cartel movimiento estudiantil”, Offset (1968)

Tema 2. Definición conceptual del cartel contemporáneo

Subtemas

2.1 Requerimientos funcionales
2.2 Mensaje icónico y mensaje textual
2.2.1 La imagen
2.2.2 La composición espacial
2.2.3 Los textos; encabezados, pies
2.2.4 El color como reafirmación del contenido

Objetivo de Aprendizaje

Al término del tema el estudiante aplicara los conceptos y requerimientos funcionales para una lograr una lectura verbal y visual en diversos niveles de comprensión aplicados en el diseño de carteles.

Sinopsis

La composición es el proceso más importante en la resolución del problema en el cartel. El resultado final de la conjunción de elementos dará un significado y propósito, los cuales serán interpretados por el espectador.

La alfabetidad visual y verbal tiene varios niveles de lectura, el diseñador tiene la opción de utilizar elementos visuales o verbales, como podría ser la representación, la abstracción o el simbolismo todo esto dependiendo del mensaje y su decodificación por parte del lector.

No existen reglas absolutas en la composición visual, el acomodo de formas, elementos y colores depende de lo que se busque transmitir, sin embargo la inexistencia de dichas reglas no priva el tener un conocimiento para ordenar de una manera ordenada los elementos y obtener el resultado deseado.

2.1 Requerimientos funcionales

Básicamente los principios de diseño de carteles y demás anuncios son los mismos, a excepción en algunos casos la gran escala del cartel, sin embargo hay algunos requerimientos funcionales para la evaluación de la efectividad del cartel, como se verá a continuación:

Punto de venta

Éste no se refiere básicamente a la situación del cartel en la calle, sino más bien a la técnica utilizada para captar la atención del lector y grabar en su consiente o inconsciente una necesidad, debido a que la meta de un cartel es publicar, anunciar o vender algo. Por lo tanto el texto o la imagen deben provocar alguna reacción sobre el lector, ya sea con el uso de algún slogan ó utilizando alguna situación fuera de la cotidianidad.

Éste requerimiento de venta debe ser claro, conciso y convincente para su efectividad en el cartel.

Simplicidad

El uso de pocos elementos en el cartel no debe verse como una limitante en su creación, al contrario, debe tomarse como una medida obligatoria para obtener el mejor resultado. Erróneamente algunos creen que si un elemento logra un excelente resultado, ¿por qué no retacarlo con más elementos para reforzar el mensaje? La respuesta del porque la simplicidad logra más que un cartel con varias técnicas, diferentes tipografías, demasiados elementos, es simplemente que el mensaje no es tan complejo y es muy fácil de digerir.

Unidad

La composición de diversos elementos sobre el cartel debe tener un significado en común para lograr la unificación del mismo. Esto se puede lograr fácilmente con un orden predefinido el cual no puede aceptar variaciones, todo esto para lograr la percepción de un elemento único y no de varios dispuestos sobre un papel.

Balance

La disposición de todos los elementos debe mostrar un equilibrio, ya sea siguiendo la simetría o la asimetría, con cualquiera de estas dos técnicas se puede lograr el balance en el cartel. El balance está basado en un criterio estético personal, la meta es disponer de todos los elementos de una forma creativa y dinámica.

Elemento sorpresa

Captar la atención del lector, no es tan fácil, hay varias formas para captarla, una de ellas es la conjunción de elementos conocidos por el lector pero con una realidad distinta a lo que ellos acostumbran, puede ser utilizado cómicamente, sarcásticamente o absurda para la retención del mensaje.

Calidad del cartel

Al obtener todos los requerimientos funcionales del cartel, no hay que olvidarnos del punto final, de nada sirve tener simpleza, unidad, punto de venta o el balance si la calidad de impresión de éste, sea cual sea el método, deja que desear. Por ello es necesario cuidar hasta el último momento de la producción del cartel y no quedarnos con la idea de que sólo es suficiente una buena idea, la calidad sí importa para lograr su efectividad.

2.2 Mensaje icónico y mensaje textual

La alfabetidad visual es la lectura de la imagen en sus distintos niveles, la alfabetidad verbal es la decodificación y comprensión del lenguaje escrito.

El lenguaje nació de imágenes, transformándose en pictogramas y finalmente en el alfabeto, como una necesidad de comunicación. Se conforma de reglas muy estructuradas para su completa comprensión y cada lenguaje es un sistema complejo de comunicación.

La alfabetidad visual no llegará a ser tan ordenada y lógica como la verbal, cada cultura tiene cierto significado para cada imagen, icono ó símbolo, así como cada individuo tiene su propia percepción dependiendo del contexto.

Por ejemplo, en Japón el color blanco es de luto, mientras tanto en la cultura latina es el color negro, algunos símbolos como podría ser la cruz pueden tomar diversos significados dependiendo del contexto, podría ser el signo de suma, una cruz, un tache… todo depende del contexto.

Existen tres formas fundamentales en la lectura y comprensión de los mensajes visuales, una de ellas es la representación, es lo que vemos y reconocemos automáticamente por experiencia. Otra forma de lectura es la abstracción, siendo la abstracción de lo que conocemos, un garabato de una casa sobre un papel, aún siendo solo tinta siguiendo unas líneas visualizamos la casa. Y por último es la simbólica, el hombre ha creado inmensidad de símbolos transfiriéndoles diversos significados como podría ser la paloma. Los tres niveles tienen cualidades propias, al diseñar un cartel puede escogerse el nivel de lectura que se desee así como pueden interactuar los tres a la vez sin crear conflicto alguno.

Al crear un mensaje visual, debemos tomar en cuenta el significado de los símbolos, las connotaciones y denotaciones del color, la forma, para no caer en una contradicción imagen – palabra, a menos que esa sea la intención ó que el espectador no entienda el mensaje por no estar familiarizado con el icono, símbolo y/o el lenguaje escrito.

Alain Le Quernec, "Bush" (2001)

Protesta contra Bush ante el uso de armas.

En ambos carteles podemos encontrar un mensaje textual y mensaje icónico. Dentro del mensaje icónico observamos la lectura representativa (manos), la abstracta (cañones), la simbólica (mano derecha, el presidente pertenece a la derecha).

2.2.1 La imagen

Obviamente no es necesaria una imagen en un cartel, sin embargo, el uso de imágenes en conjunción con los textos logran muy buenos resultados, y esto se debe a que es algo natural de la percepción, estamos acostumbrados al uso de la vista, al observar.

Tomando en cuenta el punto de venta podremos desarrollar la lluvia de ideas y así elegir la imagen que mejor se adapte a nuestras necesidades.

Muchas ocasiones no podemos desarrollar ampliamente una galería de imágenes de forma completamente intuitiva y creativa, pero para ello existen muchas fuentes de inspiración, no se trata de copiar, se trata de inspirarse en base a lo que existente para desarrollar algo mejor, como pueden ser revistas, catálogos, fotografías, etc.

En el uso de imágenes o ilustraciones hay algunas reglas a seguir:

1. Debe ser visible a una distancia mínima de 1.50 mts
2. Evitar la saturación de imágenes
3. Uso de pocos colores cuando don plastas
4. No tratar de substituir el contenido del cartel por imágenes coloridas o muy elaboradas.

2.2.2 La composición espacial

Para la creación de un cartel es necesario realizar bocetos, a escala, probablemente sean solo trazos que le van dando forma al cartel, jugando con la composición de imágenes y textos, como en todo diseño, hay que realizar varios, ver cuál es el más efectivo e ir afinando detalles del boceto final.

Sin embargo antes de iniciar con cualquier boceto se deberán tomar en cuenta los siguientes puntos:

1. Tener determinada la esencia del concepto que queremos dar a conocer a la audiencia
2. Haber realizado la lluvia de ideas en donde se han elegido las imágenes a desarrollar
3. Determinar el tamaño del cartel, para hacerlo a una escala correcta
4. Tener todos los elementos para iniciar con el cartel, desde lo más esencial como puede ser el papel hasta las fuentes de inspiración
5. Determinar toda la información contenida en el cartel

Teniendo en cuenta todos estos puntos, es momento para iniciar la composición del cartel.

2.2.3 Los textos; encabezados, pies

Existen unas reglas básicas para una buena lectura del cartel, todo depende de la intención que se quiera dar, sin embargo, no hay que perderlas de vista.

- Una de ellas es que el título debe leerse a una distancia mínima de 3 mts esto equivale a un puntaje de 96 puntos, usando tipografía san serif, la demás información deberá leerse a una distancia mínima de 2 mts, esto quiere decir de 36 a 48 puntos en tipografía sans serif, la información con menor importancia podrá ser expuesta a 18 puntos mínimo
- Hacer uso de abreviaciones cuando sea posible para un mejor aprovechamiento del espacio
- Seguir una justificación visual en todos los textos
- Usar tipografías simples y fáciles de leer como la helvética o arial
- Usar mayúsculas en estilo bold para los títulos
- Usar mayúsculas y minúsculas para la demás información

2.2.4 El color como reafirmación del contenido

El color por sí solo es una fuente de información por sus connotaciones y denotaciones culturales. Cada color resguarda un significado en nuestra vida cotidiana, por sí solo habla, esto lo podemos comprobar en las diversas teorías existentes sobre el color y el efecto causado sobre el individuo.

Muy conocido es que el rojo significa furia, pasión así como el azul nos transmite tranquilidad.

El color tiene una gran fuerza en el proceso visual, por esta cualidad es empleado para expresar y reforzar la información visual.

Teresa Sdralevich, "El bumeran"
76 x 98 cm, (1996)
El color y los ángulos hacen una referencia automática a lo nazi, si hubiese utilizado cualquier otro color, no tendría

Alex Jordan, "¿Barbarie o Argelia?"
1.20 x 1.76 m, (1997).
El color juega un papel importante por la remembranza de de la bandera de Argelia así como de la violencia.

Tema 3. Las técnicas del cartel

Subtemas

3.1 La ilustración
3.2 La fotografía como expresión testimonial
3.3 La tipografía
3.4 Fotomontaje
3.5 Collage

Objetivo de Aprendizaje

Al término del tema el estudiante decidirá cual es la mejor opción en las técnicas del cartel basado en las necesidades del mismo y movimiento estilístico que refuerce dicha necesidad.

Sinopsis

El cartel con el paso del tiempo ha tenido una influencia notoria por parte de los movimientos artísticos así como sociales, las guerras y la evolución tecnológica han dejado su huella en el cartel.

Algunos movimientos artísticos se caracterizan con el uso de ciertas técnicas, un ejemplo de ello es en el futurismo con la experimentación de tipografía o en los inicios del cartel el uso de la ilustración, ya sea por ser la técnica mejor conocida en el momento o por reforzar el mensaje por medio de esta técnica.

3.1 La ilustración

La ilustración en el cartel la podemos ver desde sus inicios, recordemos que las ilustraciones en los libros dieron pauta a la creación de los carteles con la unión de las ilustraciones y los textos. La ilustración tiene un fin descriptivo y realista del concepto a tratar.

Hay conjunciones entre una ilustración realista y la conjunción de elementos estilizados, uno de ellos lo podemos encontrar con el belga Duyck & Crespin.

Los carteles parisinos son más estilizados y tienden a la fantasía, sin embargo, también hay muestras de la ilustración realista, uno de ellos lo podemos ver en la obra de Lautrec llamada “La Chaine Simpson”, 1897.

Los carteles comerciales del resto de Europa y América a principios de siglo XX, suelen ser más naturalistas y descriptivos, sobre todo los que presentaban nuevos productos, con lo que se esperaba específicamente aumentar las ventas.

De izquierda a derecha y de arriba abajo:

Duyck & Crespin, “Ferme de Frahinfaz ” 1896.

Hemelman, “For tourist ” 1919.

Lautrec, “La Chaine Simpson ” 1897.

3.2 La fotografía como expresión testimonial

El estilo parisino llegó por muy poco tiempo a América y el resto del mundo, en los otros países se desarrolló otro estilo, llamado Realista, para el cartel publicitario, el cual buscaba representar fielmente el producto, todo esto con fines meramente comerciales después de la primera guerra mundial.

Uno de estos seguidores de esta corriente realista fue Lyendecker, el cual tenía sumo cuidado con los detalles.

La fotografía ayudó mucho en este sentido en Estados Unidos, los cartelistas podían obtener una fiel copia del producto tridimensional sin tener que recurrir a la litografía o grabado, además de eso, podían crear un cartel con carácter humorístico, tomando en cuenta hasta el más ínfimo detalle, todo esto para llegar a una sociedad consumista.

Artistas de la talla de Moholy-Nagy y Lissitzky hicieron nuevas propuestas a través del lente de la cámara, haciendo composiciones fotográficas y tipográficas.

De izquierda a derecha:

Lyendecker, "Arrow " 1926.

Moholy-Nagy, "Goerz " 1925.

Howard Scott, "Couldn´t have done without you " 1943.

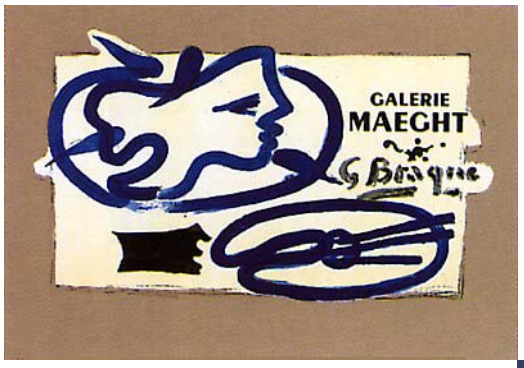
3.3 La tipografía

El futurismo, cubismo y dadaísmo influyeron directamente en los carteles, iniciándose una nueva experimentación tipográfica.

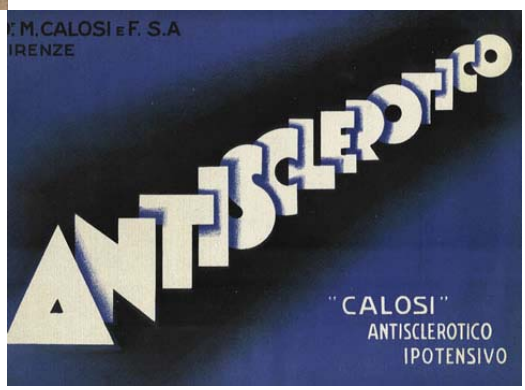
Cada estilo con fines diversos muestran su esencia, por ejemplo el cubismo buscaba tras el refugio de las letras un enlace con la realidad conocida, tan solo palabras.

Mientras tanto el futurismo iba en búsqueda del movimiento, dinamismo, por medio de palabras resonantes, de tipografía con personalidad propia, que por sí solo gritaba.

Muchos de los carteles futuristas fueron utilizados con fines bélicos, todo lo contrario a los del dada, los cuales gritaban la desesperación de un mundo mecánico, ambos utilizando de forma distinta la tipografía.



Cubismo, Braque"Motif-Exhibition" 1950



Futurismo, "For tourist " 1919

Futurismo, "His home over there " 1917

3.4 Fotomontaje

El fotomontaje es la yuxtaposición de varios materiales fotográficos de diversa procedencia, pudiendo ser recortes de prensa, fotografías o revistas.

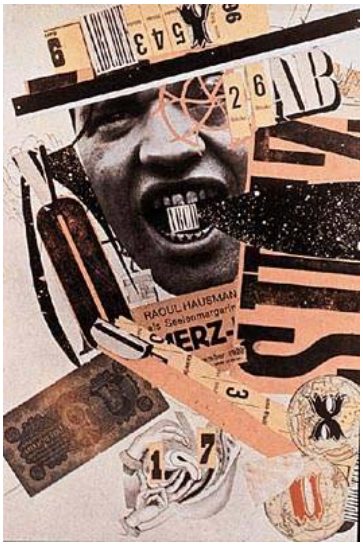
El dadaísmo presenta una mezcla del uso tipográfico y el fotomontaje. Pruebas de esta composición gráfica la podemos encontrar en la obra de Schwitters ó Raoul Hausmann.

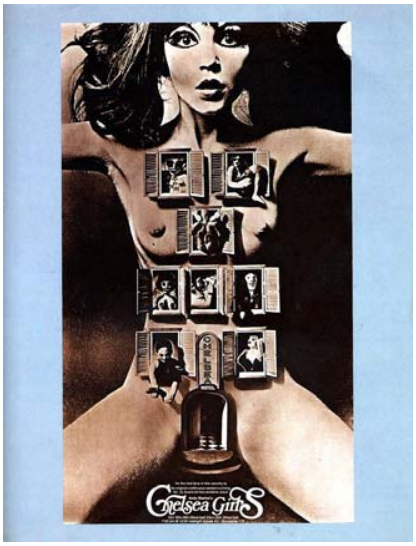
El surrealismo en los carteles consta de dos etapas, una posterior a 1920 y termina a finales de la segunda guerra mundial, en esta etapa los carteles muestran una fidelidad al movimiento surrealista, tomando la realidad como un

sueño, explotándola en todas sus posibilidades, en cambio en la segunda etapa a partir de los 50´s , se puede mostrar los estragos de la post guerra por medio de fotomontajes. La mayor parte de estos carteles son crudos, no sólo por la temática, sino también por la expresión de cada obra.

Algunos de los expositores del surrealismo son los siguientes:

John Heartfield es uno de los principales expositores de la técnica del fotomontaje, su obra se basa básicamente en la política otro de ellos es Alan Aldridge con sus carteles extravagantes y eróticos. Por parte de España hay un gran teórico y cartelista: Josep Renau, logrando grandes efectos en el fotomontaje, pero también desarrolla de manera extraordinaria el collage.





De izquierda a derecha:

Dadaísmo, Hausmann “ABC” 1927.

Surrealismo, Hausmann “Chelsea Girls” 1927.

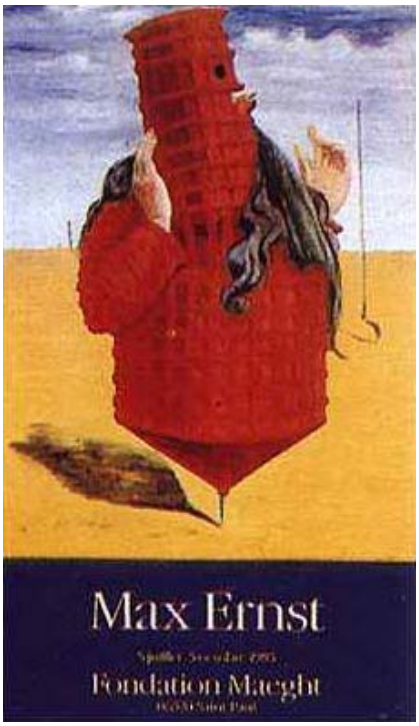
Surrealismo, Heartfield “Like murder”.

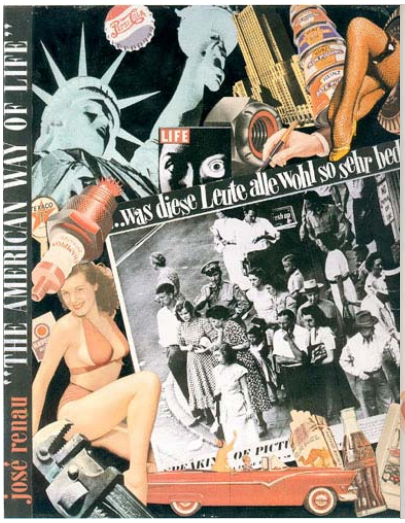
3.5 Collage

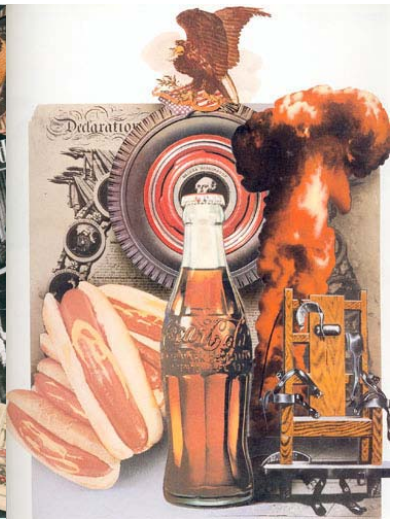
El collage presenta ciertas características similares a las del fotomontaje, uso de varios materiales, diversas texturas y estilos para dar mayor profundidad a la obra. El collage lo podemos observar desde el cubismo, siendo uno de sus representantes Picasso, jugando con las formas y materiales.

Entre los surrealistas también tuvo presencia el collage sobre todo en Max Ernst, transformando la realidad en delirantes composiciones, su obra es completamente artística, sin fines comerciales, de hecho no hay ningún cartel de este artista, pero gracias a su aportación varios cartelistas retoman la técnica.

Como ya se había mencionado anteriormente Joseph Renal, es uno de los grandes en la técnica del collage, la temática de su obra es básicamente atacar a la sociedad consumista, a la guerra, de una forma completamente irónica.







De izquiera a derecha:

Surrealísmo, Max ernst "Motiv-Ausstellungsplakate",(1923).

Surrealísmo, Josep Renau "¿Por qué esta la gente tan preocupada?"

Surrealísmo, Josep Renau "Celebridades norteamericanas"

Tema 4. Relación texto e imagen en el cartel

Subtemas

4.1 Imagen por texto
4.2 Texto por imagen
4.3 Composición

Objetivo de Aprendizaje

Al término del tema el estudiante explorará la relación entre la palabra y la imagen y cómo éstas pueden ser interpretadas por el espectador.

Sinopsis

El balance de la relación imagen – palabra en un cartel es básico. La palabra ha sido utilizada para informar básicamente, la imagen es utilizada para captar la atención y con su sola presencia decir un mensaje. Pero en esta relación existente desde los inicios del cartel, la imagen y la palabra pueden jugar varios papeles, ya sea que la palabra adopte un papel protagónico o viceversa, o simplemente no pueda dejar de existir uno sin el otro, el punto clave aquí es qué es lo que queremos decir y cómo podemos lograrlo, ya sea por medio de imágenes o letras.

4.1 Imagen por texto

En los últimas décadas se han experimentado diferentes formas de expresión basadas en las técnicas conocidas como puede ser la ilustración, la fotografía, collage, etc. Con el fin de producir un impacto en el espectador.

Muchos diseñadores han explorado en la técnica una forma de expresión para la imagen por sí sola, en donde ésta, adquiera el papel protagónico en el cartel, debido a que en unos cuantos segundos debe captar la atención y retención del espectador, y éste a su vez entienda el significado implícito en el contexto de la imagen.

Si esa imagen ha logrado salir del contexto común, posibilita una comprensión más allá de la superficie donde reposa.

Existen muchas formas de representar la imagen, una de ellas sería la fotografía. Exponentes de ésta técnica son los diseñadores Koji Mazutani y Uwe Loesch.

No es que se use simplemente la fotografía para lograr el fin, sino que ésta toma el papel principal y el texto y demás detalles solo suplementan a la imagen.

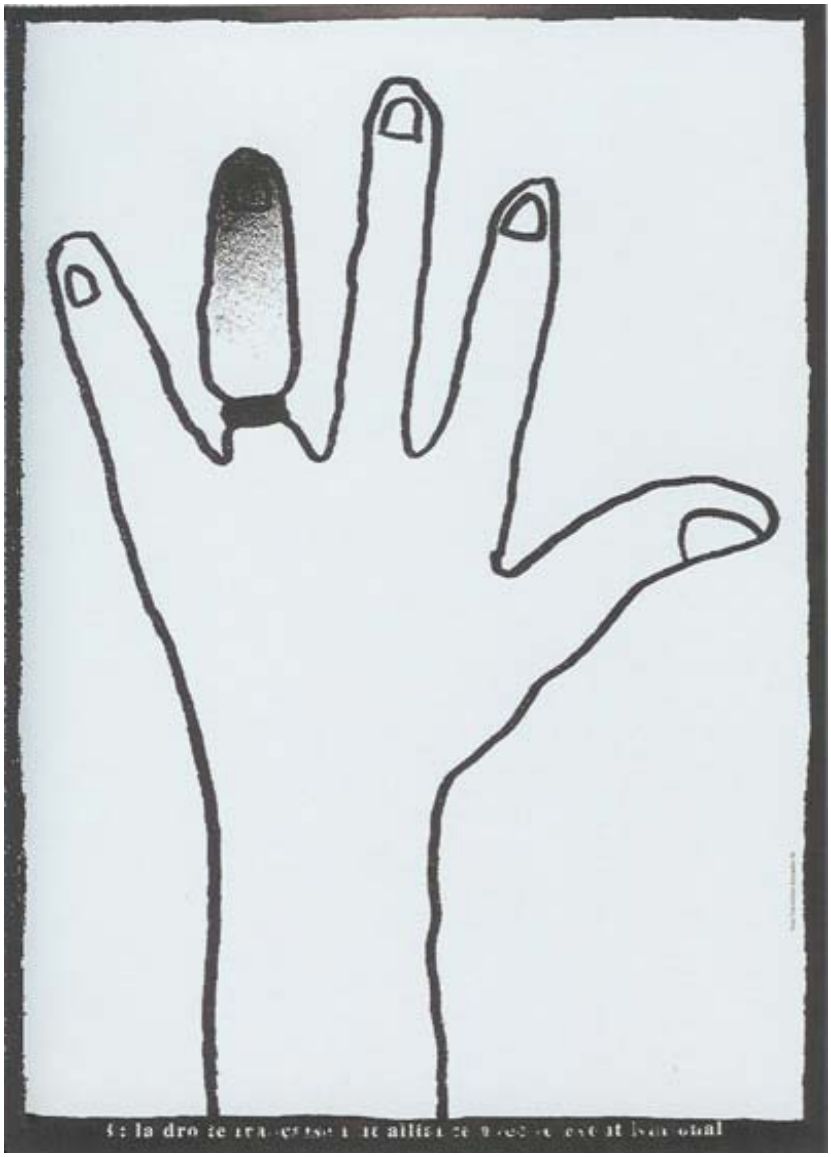
Otra forma es la ilustración, en donde el diseñador impregna en el cartel un sentimiento de remembranza por lo antiguo, una visión singular y personal de la imagen, obteniendo así otra reacción del espectador.

Mazutani y Uwe Loesch "Juntos por Kobe", (2000)

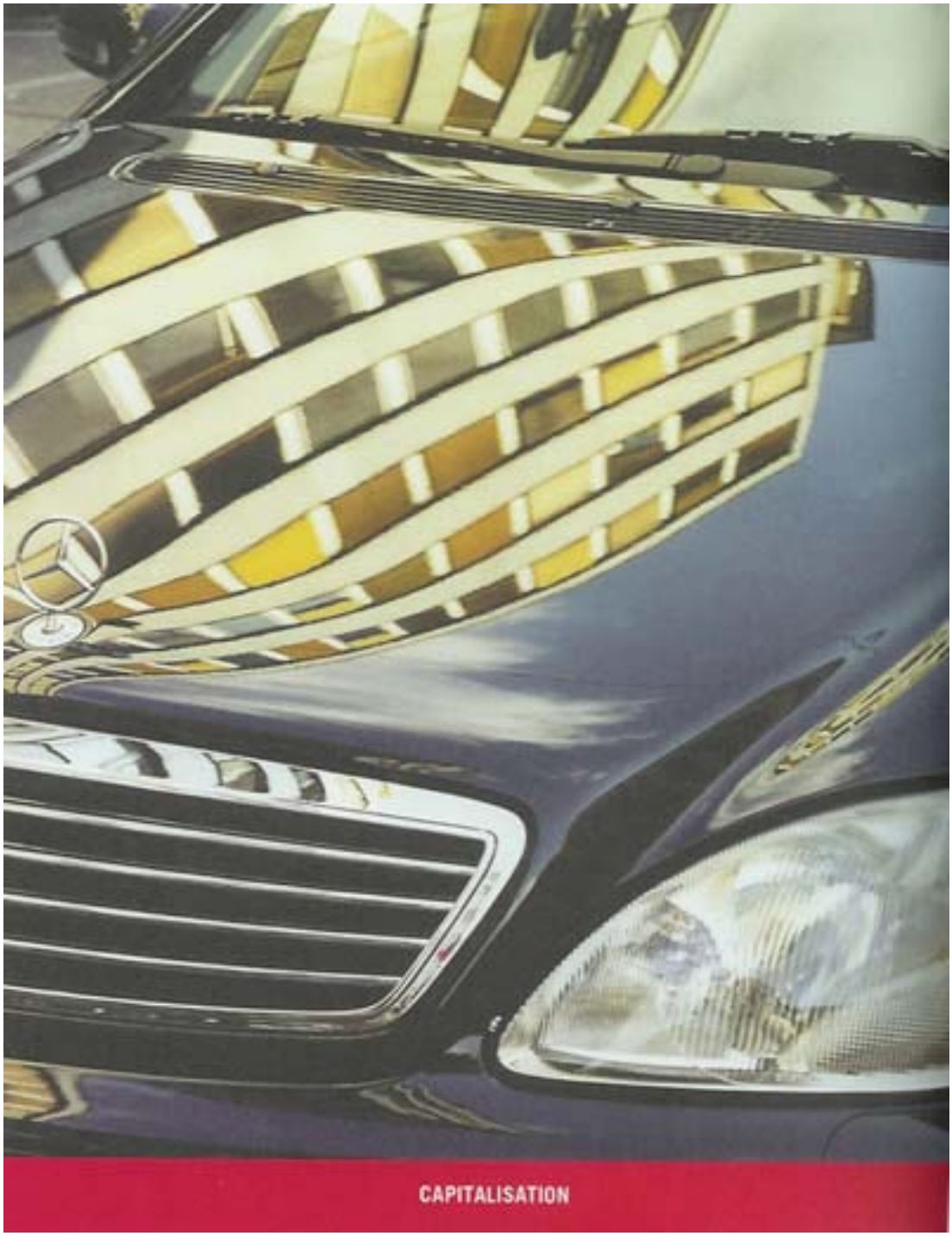
Cada cartel requiere un tratamiento distinto, no puede utilizarse la misma técnica, ni el mismo sentimiento pues cada uno representa una temática y necesidad única.

Un ejemplo del tratamiento especial de cada cartel lo podemos ver a continuación: Marzo 98: La derecha francesa se alía con el Frente Nacional, de Alex Jordan. Este diseñador ilustra la mano con el anillo, ejemplificando de forma muy digerible para el espectador el resultado de la alianza derecha francesa con la

ultraderecha, Obviamente que si se hubiese utilizado como técnica la fotografía, el aspecto de la mano gangrenada haría que el espectador la rechazara automáticamente, desviándose del fin principal.



Alex Jordan "Marzo 98: La derecha francesa se alía con el Frente Nacional", (1998)



Pascal Colrat "Capitalización", Litografía de 1.20 x 176 m, fue realizada para la galería RE PARÍS. La fotografía, plantea una sutil crítica al capitalismo y a la riqueza mediante una metáfora visual. (2000)

En otros casos la fotografía es un recurso maravilloso, si el manejo de éste es el adecuado. El cartel creado por el diseñador francés Pascal Colrat, podría vender automóviles de lujo, podría tener una lectura de una página de revista cualquiera, hasta el momento en el que observas el contexto, en el reflejo del automóvil, viviendas sociales y en la parte inferior, “Capitalismo”.

4.2 Texto por imagen

En un principio los carteles básicamente representaban una imagen, una objeto y posteriormente se le insertaba el texto como suplemento, en algunos casos el texto a sido completamente del cartel sin perder efectividad, en otros casos el texto se transforma en un objeto.

La afirmación “las letras son cosas” dicha por el tipógrafo Eric Gill, a generado como consecuencia una experimentación con la tipografía sobre el cartel.

La pregunta es:¿Cómo hacer que la letra cause una reacción sobre el espectador? Es la que provoca que varios diseñadores desechen la idea del uso absoluto de tipografía. Sin embargo, otros tratan de obtener un resultado transfiriéndole a las letras un valor y personalidad únicos.

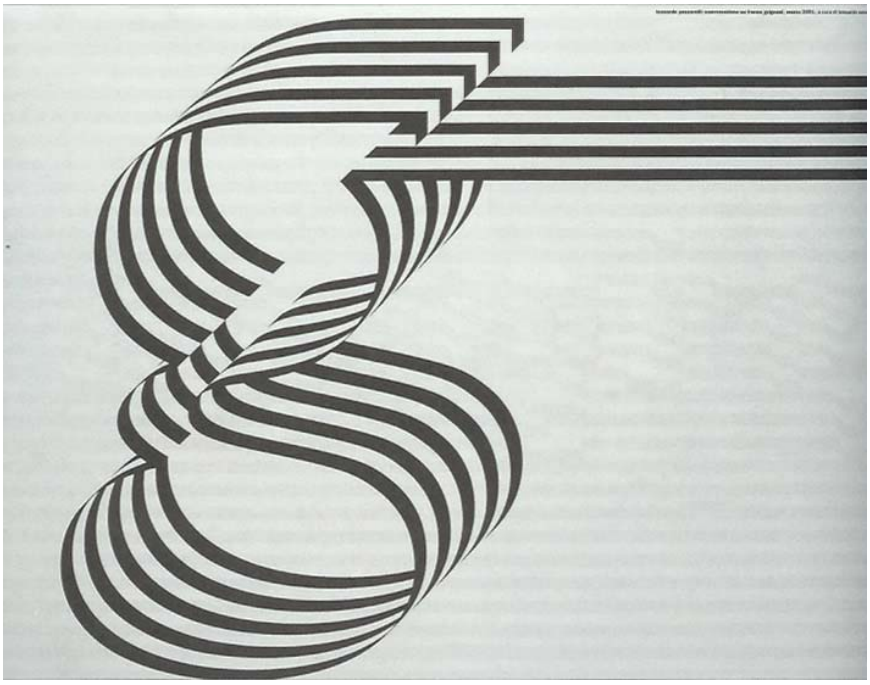
El diseño de carteles completamente tipográficos los podemos encontrar desde el movimiento futurista o dadaísta, pero también hemos de recordar que el diseño de estos carteles era en forma manual, sin el uso de la computadora, sin el fin de repletar la imagen con los nuevos efectos fotográficos por lo tanto, había una búsqueda más profunda sobre el fin del cartel.

Algunos diseñadores han optado por el uso de la tipografía como un signo de lucha contra lo mecanizado que puede ser el diseño en computadora, examinando las múltiples posibilidades ofrecidas por la tipografía. Entre ellos podemos encontrar al diseñador Marek Sobczyk creando su propia tipografía y generando el diseño de los carteles manualmente a una sola tinta.

Marek Sobczyk "Otwarcie 25", Serigrafía de 78 x 54 cm, (2001)

La búsqueda de un efecto de la tipografía sobre el papel se ha visto sumergida en la exploración de la letra-objeto, en este tipo de carteles podemos encontrar a Leonardo Sonnoli, desplazando lo plano de la tipografía y transformándola en un objeto tridimensional.

Leonardo Sonnoli "Franco Grignani", Offset de 98 x 68 cm, (2000)



Otro uso de la tipografía sobre el cartel lo podemos ver en el cartel de Ralph Schraivogel, aún utilizando imágenes, podemos notar la jerarquía de la tipografía, ¿pues cuántas ocasiones hemos visto la dirección de un evento con tanta presunción?

Ralph Schraivogel "Woody Allen",
Offset de .90 x 1.28 m (1998)

4.3 Composición

El equilibrio entre la relación palabra – imagen, refuerza el contenido del cartel y produce varios niveles de lectura.

Las palabras pueden reforzar la imagen utilizando un mensaje acorde a ésta o contradecirla, logrando resultados inesperados por el lector.

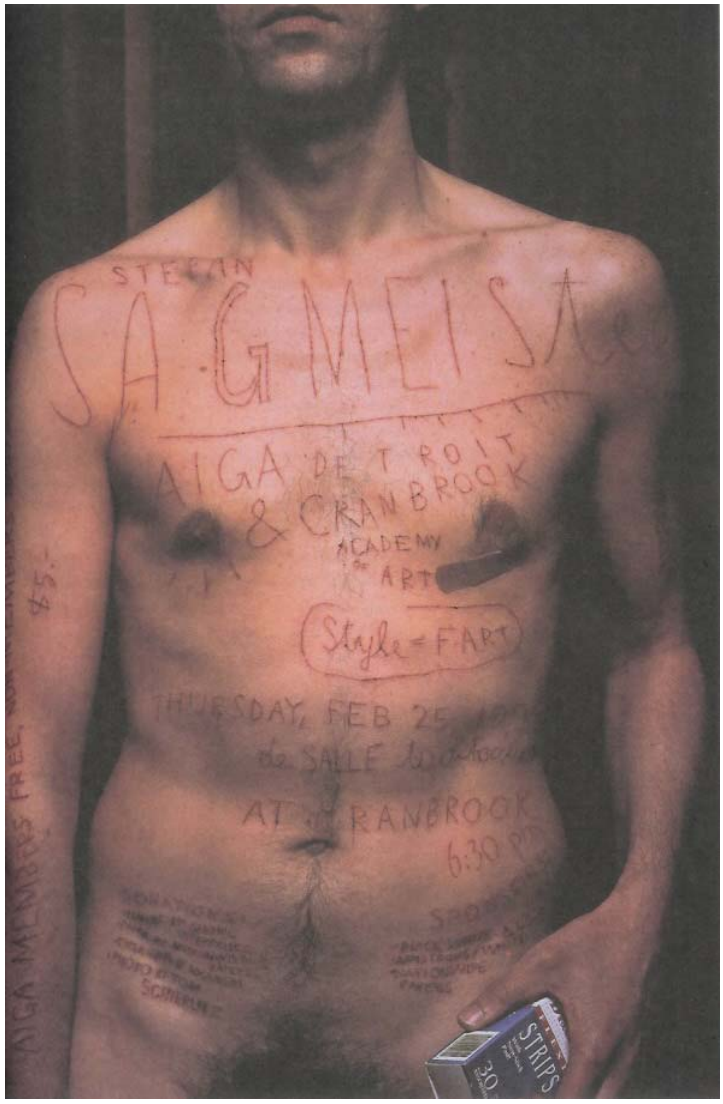
David Tartakover "Carteles sobre palestina",
Fotografía del ex ministro de Israel Benjamín Netanyahu. (2000)

Ésta fotografía del entonces presidente israelí rodeado por sus guardias, por sí sola no causaría efecto alguno sobre el espectador, sin embargo, el simple hecho de imitar la campaña de Benetton con detalle de las palabras, provoca una lectura más a fondo por parte del espectador.

La conjunción de la imagen - palabra, pueden representar una sola lectura, sin la necesidad de separar una de la otra, o tener una primera lectura de la imagen y otra secundaria en el texto. Un ejemplo de la excelente unión entre la imagen y el texto es el cartel para del American Institute of Graphic Arts de 1999 diseñado por Stefan Sagmeister.

El esbozo del texto sobre el cuerpo llevó algún tiempo darle un significado al cartel. El diseñador grabó el mensaje en su cuerpo por medio de un bisturí, con el fin de hacer llegar al espectador el concepto de "Visualizar el dolor que parece acompañar la mayor parte de nuestros proyectos de diseño". Como podemos observar, el texto sólo no hubiese logrado el efecto, ni la fotografía sola, solo la unión de ambos crea una sola imagen.

Stefan Sagmeister
“Cartel para el AIGA de Detroit”,
(1999)



Resumen

El arte ha tenido un papel protagónico en el diseño gráfico, en algunas ocasiones es difícil diferenciar la delgada línea entre una obra artística o publicidad, aún teniendo fines muy distintos. Sin embargo, el diseño no pudo nacer sin el arte debido a que éste ha tenido una influencia no tan solo en materiales y técnicas, sino también en composición artística.

La composición es el proceso más importante en la resolución del problema en el cartel. El resultado final de la conjunción de elementos dará un significado y propósito, los cuales serán interpretados por el espectador.

Para ello se han experimentado diferentes formas de expresión basadas en las técnicas conocidas como puede ser la ilustración, la fotografía, collage, etc. Con el fin de producir un impacto en el espectador.

Muchos diseñadores han explorado en la técnica una forma de expresión para la imagen por sí sola, en donde ésta, adquiera el papel protagónico en el cartel, debido a que en unos cuantos segundos debe captar la atención y retención del espectador, y éste a su vez entienda el significado implícito en el contexto de la imagen.

En un principio los carteles básicamente representaban una imagen, una objeto y posteriormente se le insertaba el texto como suplemento, en algunos casos el texto a sido completamente del cartel sin perder efectividad, en otros casos el texto se transforma en un objeto.

El equilibrio entre la relación palabra – imagen, refuerza el contenido del cartel y produce varios niveles de lectura.

Las palabras pueden reforzar la imagen utilizando un mensaje acorde a ésta o contradecirla, logrando resultados inesperados por el lector.

La conjunción de la imagen - palabra, pueden representar una sola lectura, sin la necesidad de separar una de la otra, o tener una primera lectura de la imagen y otra secundaria en el texto.

Bibliografía general

- Los Carteles su historia y su lenguaje. Barnicoat, John, Gustavo Gili (2000). México

- El Cartel Cubano, Muñiz, Mirta. Ed. Nuestra América (2003)

- Testimonio gráfico, (1978).feb 10-28. México. Pról. Juan Manuel López

- Art Déco: Un país Nacionalista, un México cosmopolita, (1997). México Pról. Rafael Tovar.

- Exposición Arte Luchas populares México, (1979). feb. México. pág. 3-9.

- La sintaxis de la Imagen, D. Dondis, G.Gili. (1997). México.

- Palabra e Imagen, (1968). jun – ago. México.

- Nuevo diseño de carteles, Bestle, Russell y Noble Ian. Gustavo Gili (2002). Barcelona.

- Design and print your own posters Biegeleisen Watson-Guptill (1976). México.

- Creating posters Rabel, J. (1999) http://www.kumc.edu/SAH/OTEd/jradel/Poster_Presentations/110.html