



FACULTAD DE
DISEÑO

IMIACS
imagen | arte | cultura | sociedad

**UN RECuento HISTÓRICO SOBRE LA IMPORTANCIA
DEL CARTEL POLACO EN LA GRÁFICA CONTEMPORÁNEA:
EL ENALTECIMIENTO DE LA ILUSTRACIÓN
A TRAVÉS DEL CARTEL DE AUTOR**

Tesis para el grado de
Maestra en Imagen, Arte, Cultura y Sociedad

Presenta
Samaria Guevara Fiore

Directora de tesis
Dra. Laura Íñigo Dehud

Universidad Autónoma del Estado de Morelos, Facultad de Diseño

Abril, 2019

Índice

Introducción	3
Justificación.....	5
Antecedentes y estado del arte.....	6
Objetivo.....	7
Justificación.....	7
Metodología.....	9
Hipótesis.....	9
Capítulo 1	
El cartel de autor, contextos y textos	10
1.1. El cartel: sus inicios y progresos	16
1.2. El cartel polaco: sus contextos	22
Capítulo 2	
El cartel y sus figuraciones	57
2.1. El cartel de autor en la actualidad: sus implicaciones sociales y comerciales	65
2.2. Características formales y conceptuales del cartel de autor.....	70
2.3. Los elementos creativos como discursos sociales: la ilustración.....	81
Conclusión. La metáfora como hito del cartel de autor y la gentrificación del mismo.....	89
Bibliografía	94

Introducción

El valor de la imagen ha tenido un apogeo inverosímil en las últimas décadas. Sin embargo, la validez de la “representación de lo real” ha dependido de procesos de aprendizaje social, esto es, ha sido producto de una larga gestación, en momentos y contextos particulares. Éste es el núcleo de la presente tesis, referido y focalizado en particular al cartel.

Analizando la producción visual que forma parte de nuestro entorno cotidiano, podemos advertir la existencia de ciertos patrones, es decir, que en éste hay constantes que se tornan códigos repetidos, replicados, imitados o copiados, que sin duda han sido producto de un largo y complejo proceso de aprendizaje social. Estos códigos forman parte del desarrollo evolutivo de las sociedades y la cultura que ahí se representa, asumiendo que “ningún objeto o acontecimiento que deba ser analizado por la ciencia se encuentra aislado o desvinculado, sino que este aparece dentro de un sistema complejo, desde donde entabla una gama de relaciones con otros objetos, ya sea “internos” (otros objetos componentes del sistema) o “externos” (elementos del ambiente, del entorno o del contexto de ese sistema)” (Guevara & Guevara, 2015). No debemos olvidar que el comportamiento humano no puede explicarse adecuadamente si aislamos a las personas de los entornos en que se desenvuelven, la conducta de los individuos y el comportamiento colectivo varía en función de aspectos concretos de la cultura donde ocurren, ya que son el resultado de la búsqueda que el ser humano ha

efectuado para generar formas de comunicación capaces de traducir y representar sus necesidades e ideas.

Las artes gráficas no escapan de esta realidad, ya que han formado parte de ese proceso evolutivo y, como tal, han ido modificando sus códigos y características para poder representar problemáticas dentro del contexto social que las recibe. Un ejemplo de este proceso es el *cartel*, un medio de comunicación masivo que ha tenido la capacidad de construir un lenguaje propio con base en meta discursos y elementos significantes que representan una totalidad pensante. El cartel es un espacio que permite reconocer que “la posición de la comunicación en una sociedad no depende sólo de la tecnología sino también de las dimensiones culturales y sociales” (Mills, 2005, p 205), y, por supuesto, también de las destrezas y aportaciones individuales de los creadores.

Para cualquier estudio de imagen es fundamental tener en cuenta el proceso histórico de la *Escuela Polaca de Cartel*, ya que en éste recuento temporal se pueden advertir los aciertos creativos y conceptuales para el desarrollo de líneas discursivas.

Cada uno de los capítulos de esta tesis desarrolla y profundiza las aristas que dan argumento a la perspectiva planteada.

Justificación

El arte gráfico es de suma importancia como arte mismo, pero también en la publicidad, propaganda y comunicación social en la era moderna. La escuela polaca de cartel ha sido protagonista directa, no sólo como uno de los actores, más bien como uno de actores paradigmáticos, ya que ésta escuela hizo aportaciones que permearon este campo fuera de las fronteras de ese país.

Su papel social y técnico justifica el presente estudio que, como se verá a lo largo de la tesis, el cartel polaco se desarrolló en un contexto particular irrepetible, desempeñando un importante papel en la vida cotidiana de la República Popular de Polonia. Es importante mencionar que ésta escuela da visos de su existencia desde finales del siglo XIX, con importantes elementos artísticos, aunque nuestro interés está focalizado en la posguerra, de la segunda guerra mundial. La segunda mitad del siglo pasado, especialmente la década de los años 60, cuando Polonia formaba parte del llamado “bloque socialista”, en torno de lo que fue la URSS.

A pesar de que los carteles polacos gozan de prestigio a nivel mundial por su alto valor artístico, los carteles polacos del período de entreguerras son casi desconocidos. Por eso, dice Senon (2013) era interesante buscar datos sobre el tema y analizarlos.

Antecedentes y estado del arte

Polonia, al igual que Europa del Este, formó parte de “la otra parte del muro”, un grupo de países que, después de un referéndum de posguerra en cada uno de ellos, decidieron emprender una nueva realidad social, denominada socialismo, el cual se desarrolló en torno a lo que fue la URSS. La lejanía del llamado mundo occidental, las tensiones de la posguerra, denominada “guerra fría”, que dividió al mundo en dos partes irreconciliables por un largo periodo, las lenguas, de origen eslavo, con una fonética y morfosintaxis muy diferente a los idiomas predominantes en el mundo occidental, llevó a un cierto aislamiento, generando una expresión cultural endógena, es decir, con desarrollo importante, pero desplegado al interior de su vida diaria. Así lo describe Carla Tonini (2018), en la “transición negociada” del comunismo a la democracia que, en su interesante trabajo presenta las características de ese desarrollo endógeno.

Sobre el cartel, la excelente tesis doctoral de Senon “una reflexión personal sobre la actual situación de Polonia”, y el trabajo de Angel Comas “El cartel de cine polaco. Obras de arte sin publicidad”, que dan un panorama completo sobre el desarrollo del cartel polaco.

Aunque la obra polaca es reconocida en el extranjero, hemos dicho que se desarrolla endógenamente, formando parte de la realidad cotidiana de una sociedad culta.

Objetivo

Esta tesis busca generar un recuento histórico sobre la importancia del cartel polaco en la gráfica contemporánea: el enaltecimiento de la ilustración a través del cartel de autor.

El objetivo consiste en demostrar la creatividad de la escuela polaca de cartel a lo largo de su historia, resaltando sus componentes creativos y técnicos

Justificación

Lo interesante en el *cartel polaco*, más allá de su función, es el “sello personal” que el creador da a su obra. Un toque que cada autor da, generando así un valor a su creación, ese valor se concreta en el mensaje construido, a partir de la complejidad perceptiva del receptor, desencadenando en él un proceso creativo, donde, de manera indirecta, participa reinterpretando los conceptos e ideas.

La originalidad que caracteriza a esta escuela, su contexto histórico particular y sus contribuciones técnicas, justifican plenamente el estudio que se desarrolla a continuación.

Se intentará diseccionar el proceso histórico de éste país y, como una de sus expresiones artísticas más emblemáticas, se analizará la gestación, origen y

desarrollo de la escuela polaca del cartel, un tema poco conocido tanto en Polonia como en el extranjero. A pesar de que los carteles polacos gozan de prestigio a nivel mundial por su alto valor artístico, los carteles polacos del período de entreguerras son casi desconocidos (Blasco, 2013).

El valor de la gráfica polaca es una nueva conceptualización de la representación de la imagen, en particular, en el cartel. Podríamos decir que los cartelistas polacos engendraron lo que hoy conocemos como “*cartel de autor*”, el cual, a diferencia de cualquier otro tipo de cartel, contiene características específicas. Cada autor proyecta, desde sus herramientas formales, la representación del mundo a interpretar, un recurso semántico consistente en el cual la descripción narrativa es suplantada con la delicadeza de una abreviatura: los símbolos y la metáfora. Esto nos permite constatar, tal como afirma Eco, que “el proceso de formación y la personalidad del formador coinciden en el tejido objetivo de la obra sólo como estilo. El estilo es el <modo de formar>, personal, inimitable, característico” (Eco, 2005, p 30). Por esta razón, exaltar dichas características, es lo que permite empapar al espectador, no sólo de una imagen sino de una percepción compleja de la realidad, lo que es consecuencia de una reinterpretación del espacio y del tiempo en el que se vive.

Metodología

Por medio del método analítico se investigarán características sociales relevantes que puedan dar directrices, a partir de tres ejes fundamentales: las escisiones políticas en la historia de Polonia, las estructuras idiomáticas visuales y textuales de la escuela polaca y la cultura visual que la caracteriza.

La unidad de observación es el *cartel en particular el polaco*.

Hipótesis

Dado que este es un estudio cualitativo, no existe la necesidad metodológica de presentar una hipótesis. La diferencia entre la metodología cuantitativa y la cualitativa, es que la primera busca *descubrir* elementos de la realidad, para lo cual requiere explicitar las variables que componen la hipótesis a demostrar. La investigación cualitativa, por su parte, busca *comprender* la realidad, así que no precisa de la formulación de una hipótesis.

Capítulo 1

El cartel de autor: contextos y textos

El cartel se considera un pedazo de papel impreso que sirve como aviso o anuncio exhibido públicamente que promueve un producto, evento o sentimiento, con el objetivo de captar la atención del transeúnte, es decir, un medio bidimensional de comunicación de masas. Pero el cartel va más allá, ha construido su propio lenguaje visual, el cual mezcla signos y símbolos para crear una unidad propia cuyo fin es difundir un mensaje y su función es un medio de expresión. Por estas características se puede decir que el cartel es un medio eficaz difícilmente igualado por otro medio masivo impreso.

Sería difícil, si no imposible, entender en nuestros tiempos el valor del cartel. Nuestras circunstancias sociales y políticas actuales, constituyen factores contextuales que gobiernan las formas expresivas y comunicativas, diferentes al entorno que rodeó el origen y desarrollo de la escuela polaca de cartel. Por esta razón, en nuestra cotidianidad, es sumamente difícil comprender la dualidad que caracteriza la escuela polaca, cuya propiedad es el equilibrio de elementos que a primera vista parecen desvinculados, como los procesos históricos de un país, con su gráfica y su cultura. Al respecto, Mills, afirma que “la posición de la comunicación en la sociedad no depende sólo de la tecnología sino también de las dimensiones culturales y sociales” (Mills 2005: 205).



Ilustración 1: Carteles metafóricos y simbólicos sobre la guerra, haciendo uso de íconos polacos. También sirvió para que los cartelistas diesen un paso hacia la tridimensionalidad en sus ilustraciones, una evolución técnica que, tras la Segunda Guerra Mundial (1939 - 1945).

De esta forma, pensar en carteles y en específico en el cartel de autor conlleva a un análisis más profundo que el simple proceso de análisis de la forma. Por medio del método analítico se investigarán características sociales relevantes que puedan dar directrices, enalteciendo tres ejes fundamentales de las cuales partir:

- 1) *Escisiones políticas.* Polonia representa un espacio transgredido por procesos económicos y circunstanciales (hablando de localidad estratégica), esto es que a lo largo de su historia ha tenido que atravesar problemáticas ajenas a ellos por su ubicación geográfica. También cabe mencionar que, como el pueblo judío, han sufrido opresión y discriminación como en algún momento se refiere en su historia.

La ubicación territorial de Polonia constituye un componente de suma importancia para su historia. El país sufrió las invasiones bárbaras y la de los Vikingos que, al invadir alguna de las potencias aledañas, debían pasar por Polonia. Así ocurrió durante la parte más importante del Imperio

Austrohúngaro, pero también durante la segunda guerra mundial, primero con los nazis, y después con los rusos y norteamericanos.



Ilustración 2: Mapa actual de la ubicación territorial de Polonia. Google maps 2019.

Las constantes guerras y ocupaciones desplazaron su territorio, al grado que sus límites implicaron áreas geográficas diferentes en momentos diferentes. Posiblemente esta sea una razón por la que su difícil idioma es preservado y defendido por la sociedad polaca, como uno de los elementos significativos de su identidad nacional. Es posible que el cartel esté permeado de esa difícil realidad.

- 2) *Estructuras idiomáticas visuales y textuales.* La riqueza de esas estructuras son fundamentales para el desarrollo de un mensaje específico, ya que llegan a un público particular, valorando también el contexto único de donde son extraídos. Por tal razón, el análisis de estas redes cognitivas populares debe

ser abordado y comparado con otros similares para poder comprender las diferencias enalteciendo las similitudes para así poder construir el discurso que se plantea.

3) *Cultura visual*. Hablando de niveles de abstracción del lenguaje es fundamental entender que éste ocurre, para el caso de Polonia, en situaciones históricas particulares, de innovaciones y guerras a lo largo de su historia, así, el proceso paulatino que ha vivido Polonia nos permite entender la manera en la que se correlaciona con el mundo; por un lado, la riqueza visual cuyo producto final es la demostración creativa del juego cognitivo en dos niveles del proceso de representación del mensaje comunicativo, en donde las tradiciones han reforzado de manera paulatina a lo largo de su historia la apreciación del cartel de autor, el cual consta de un bagaje visual amplio y rico de metáforas visuales entendidas por los espectadores: comunes transeúntes de la urbe. Esta es justamente la propiedad característica, la conexión directa con su público.



Ilustración 3: Estos carteles polacos de los años 20 y 30, previos a los carteles de propaganda y por tanto aún exentos de simbología política, son considerados una joya. Los artistas polacos encontraron su propio lenguaje combinando ilustración y tipografía.

Entonces, analizaré los carteles de autor bajo dos líneas interesantes: La primera, bajo el análisis formal y conceptual de los carteles, basado en los lineamientos teóricos y prácticos del análisis de la imagen académico dentro del diseño gráfico, la segunda, desde la semiótica, vista desde la perspectiva de Roland Barthes, quien, desde sus estudios semiológicos, las principales líneas teóricas de su famoso análisis estructural del relato así como la apertura de la semiología a lo social en su trabajo en Mitologías (Alonso y Fernández, 2006), plantea tres líneas para el desarrollo de la interpretación del mensaje y de la comunicación:

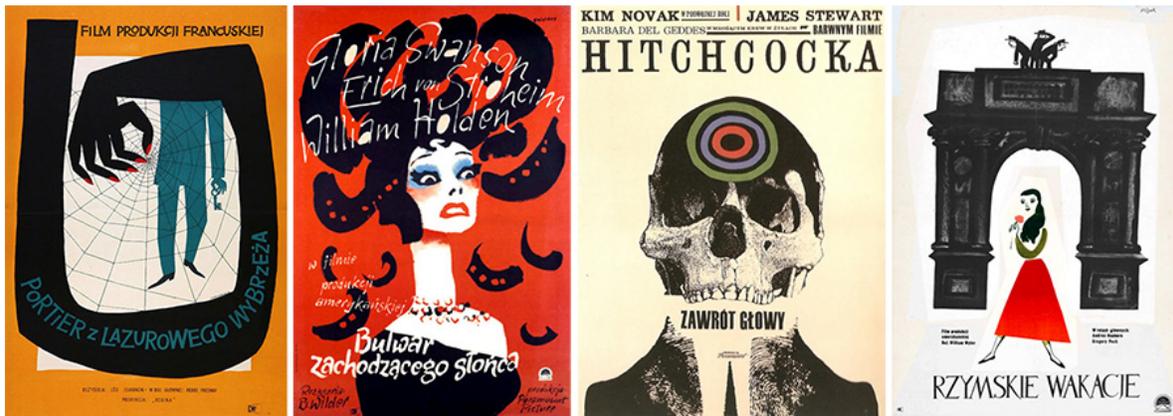


Ilustración 4: Ejemplo de carteles entre 1950 y 1970. Eran carteles más coloristas frente a otras corrientes europeas o a los lúgubres carteles soviéticos, en un giro hacia lo artístico que se separaba del lenguaje comercial de décadas anteriores

- 1) Mensaje lingüístico, hablando de forma, a nivel de construcción del mensaje. Donde el observador será lo primero que busque.
- 2) Mensaje icónico codificado, refiriéndose a la alusión que propicia la imagen en el proceso de comunicación; entrando así en características conceptuales.

3) Ícono no codificado, que es la representación textual de la imagen, aludiendo también a elementos conceptuales en el análisis de la imagen.

Dentro de la gran variedad de cartelistas polacos, las características formales que corresponden a este proyecto como líneas de investigación son los autores de entre los años sesentas, dado que en este período puede percibirse con mayor entereza el enaltecimiento del estilo particular que distingue a cada uno de los autores. Como se afirmó anteriormente, el cartel polaco se desarrolló endógenamente, satisfaciendo una necesidad cotidiana de comunicación, tanto en los mensajes cotidianos que demanda la vida urbana y moderna, como la comunicación vinculada al arte, como el cine, el teatro, hasta el circo.



Ilustración 5: Ejemplos de carteles publicitarios y turísticos, con Stefan Norblin como uno de los primeros embajadores del diseño gráfico enfocado al diseño de la imagen del turismo.

Siendo la sociedad polaca una sociedad con buenos estándares de escolaridad y con tradiciones culturales, el cartel se incrustó en la cotidianidad, comunicando la agenda cultural del momento.

El primer modelo de representación desarrolla las características creativas dadas por los elementos perceptivos y metodológicos de la gráfica. Así también se encuentra lo comunicativo, donde interviene la simplicidad, funcionalidad (semántica o gráfica) u organicidad (categorizando elementos como la armonía visual, equilibrio, saturación de elementos y movimiento).

La representación de la imagen determina el tipo de lenguaje utilizado como forma de conceptualización principal: anecdótico, simbólico o metafórico. Así, las características formales se verán delimitadas por factores fundamentales para la interpretación y análisis, como lo es el modelo de representación de la imagen, basado en las forma (humana, animal, natural o artificial / inanimado). Otro elemento eje es el grado de iconicidad, ya que este determina el grado de realismo, estilización o abstracción de la gráfica.

La técnica de la imagen forma dentro de esta caracterización una vertiente muy interesante, ya que intervienen usos manuales como la litografía, pintura, ilustración con acuarela u otra técnica, usos tecnológicos como la fotografía o

plataformas computarizadas. Sin embargo, podrá ser contemplada la utilización de técnicas mixtas donde intervengan las manuales con las tecnológicas.

1.1 El cartel: sus inicios y progresos

Unas de las primeras formas de expresión gráfica se ven reflejadas en la pintura y el grabado, los cuales se remitían a complacer necesidades particulares que manifestaban la voluntad del ser humano de plasmar el mundo que lo rodea y a su vez la concepción creadora del hombre. La pintura, como caso particular, tiene una remota procedencia y su realización responde no sólo a una necesidad, sino también a un placer estético de una época.

El primer cartelista a quien se le atribuye la utilización de la ilustración artística aplicada a un medio de publicidad es Jules Chéret; en 1858 comenzó a producir en París carteles litográficos a color. Sin embargo, esta técnica de impresión no era un procedimiento nuevo, había sido inventada por Alois Senefelder en Austria en el año de 1798. Chéret dibujaba directamente sus diseños en la piedra litográfica, dando nuevamente a la litografía el carácter de medio directo de creación que había tenido a comienzos del siglo XVIII. Desde entonces, la litografía se había utilizado para reproducir otras formas de expresión artística. En Francia la litografía fue empleada en la ilustración de libros. Es así como es posible plantear la evolución del cartel a través de la página impresa desde un punto de vista técnico.



Ilustración 6: Chéret creó carteles para una gran variedad de productos: teatros, cabarets, perfumes, bebidas, hasta para papel de fumar. Fue el primero en utilizar a la mujer como reclamo comercial.

El término de *affiche* corresponde a la denominación de cartel en francés (*affiche*). La distinción entre *affiche* y cartel se maneja con la finalidad de determinar la influencia francesa en la evolución del cartel, sus tiempos y sus elementos. El *affiche* lo encontramos a partir del siglo XV. Su ejecución le pertenecía exclusivamente al impresor, quien de acuerdo a los deseos de los contratistas escogía caracteres correspondientes que complementaban el texto con ornamentos de motivos geométricos o vegetales. Paralelamente con el *affiche*, se conocían otras formas de anuncios impresos realizados con la técnica de grabado en madera o metal (parecidos a las ilustraciones populares), que también pueden ser consideradas prototipos del cartel. Su fin era propagandístico y publicitario, y eran pedidos por autoridades militares, grupos teatrales o circos.

A los prototipos del cartel pertenecían también los volantes de formato pequeño, desplegados o transmitidos de mano a mano.

Gracias a su aplicación, el afiche aumentó sus dimensiones, abandonó los interiores y apareció en las calles. El cambio del lugar de exposición produjo consecuencias posteriores: el afiche empezó a transformarse paulatinamente en cartel: una obra compuesta por el artista. Éste, a su vez, se fusionó con lo cotidiano a tal grado que constituía un atributo inseparable y pintoresco de la calle, y gracias a la participación de los grafistas, decoradores y pintores llegó a ser una obra de arte de prestigio.

Es difícil determinar el lugar que le corresponde entre las artes pictóricas. El cartel no es pintura, ni decorado teatral, sino algo diferente; aunque a menudo utilice los medios que le ofrecen uno u otro. El cartel exigía una absoluta renuncia por parte del artista, quien no debía afirmar en él su personalidad, si lo hacía actuaba en contra de sus obligaciones. Sin embargo, esta forma de pensar fue cambiada radicalmente a partir del movimiento gráfico polaco, en donde revolucionó marcando una nueva pauta en la concepción del rol del diseñador.

El cartel es un medio para un fin, un enlace comunicativo entre el emisor y el mensaje para así llegar al receptor. Es de esta manera como el pensamiento de cartelistas en Francia prepara el camino para una comunicación profesional, que

se derivó de conceptos provenientes del cubismo¹ o corrientes locales como el purismo². En otros países, movimientos como De Stijl³ o el constructivismo⁴, que en las primeras fases de su evolución consideraron el cubismo como punto de referencia, de tal modo que su influencia sobre el diseño de carteles, fue más directa que la del propio cubismo.

¹ Según la Antología Summa Artis, en el tomo XII, el cubismo es una escuela y teoría estética de las artes plásticas y el diseño. Se caracteriza por la utilización de las formas geométricas, como los cubos, los triángulos y los rectángulos. El movimiento nació en Francia y tuvo su apogeo entre 1907 y 1914. El término cubismo proviene del vocablo francés *cubisme* , que fue propuesto por el crítico Louis Vauxcelles. Este especialista hacía referencia a los cubos que aparecían en las pinturas de artistas como Pablo Picasso, Juan Gris y Georges Braque otros exponentes del cubismo.

² Tomando referencia textos de Miguel Cabañas Braco, el Purismo es la denominación de un movimiento artístico francés de la época de las vanguardias históricas (la primera mitad del siglo XX). Abarcaba todas las posibles expresiones estéticas, desde la pintura hasta el urbanismo. Entre 1918 y 1925, el pintor Amédée Ozenfant (1886-1966) y el pintor y arquitecto Charles Jeanneret, más conocido como Le Corbusier (1887-1965), desarrollaron en la Francia de la posguerra de la Primera Guerra Mundial un movimiento pictórico que plantean explícitamente como una superación del cubismo.

³ De Stijl según Wikipedia, es un movimiento artístico cuyo objetivo era la integración de las artes o el arte total, y se manifestaban a través de una revista del mismo nombre que se editó hasta 1931.

⁴ En el ámbito artístico, el constructivismo según la Antología Summa Artis y corroborado en Wikipedia, es un movimiento de vanguardia que se interesa por la manera en que se organizan los planos y por la expresión del volumen empleando aquellos materiales propios de la industria. El movimiento nació en Rusia en torno al año 1914 y se fortaleció después de la Revolución Bolchevique. El cubismo abstracto está muy en relación con este movimiento artístico que tuvo muchos y diferentes seguidores en todo el mundo, aunque especialmente en Rusia y en Holanda. Entre todos aquellos habría que destacar, por ejemplo, la figura de Theo van Doesburg que fue el creador del grupo Abstraction-Création y que cuenta con diversas obras que pueden admirarse hoy día en el Museo Thyssen Bornemisza de Madrid.

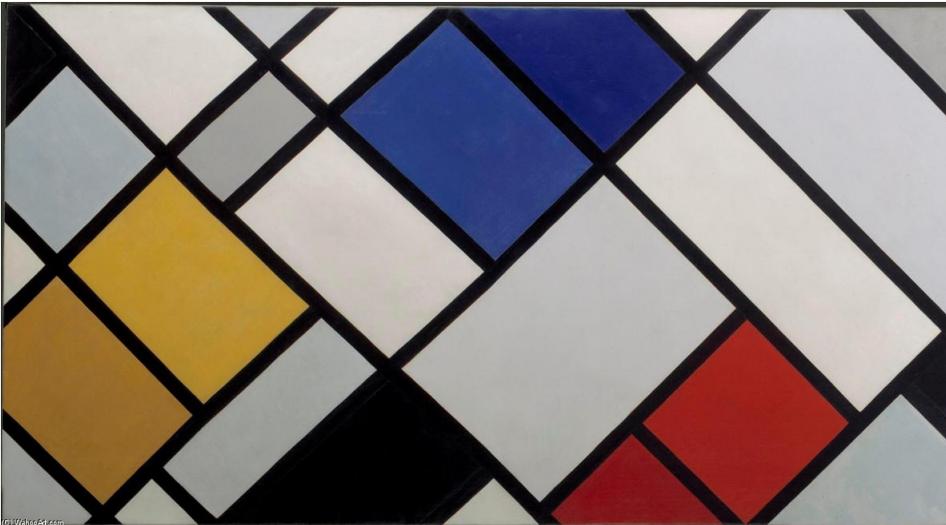


Ilustración 7: Ejemplo de pintura hecha por Theo van Doesburg

En 1915, Piet Mondrian volvió a Holanda desde París, donde se relacionó con el cubismo. Desarrolló las nuevas fórmulas hasta llegar a una conclusión más disciplinada que la conseguida por el cubismo, que se convertiría más tarde en una tendencia decorativa. Como resultado de su influencia y la de Theo van Doesburg, se funda en 1917 el grupo De Stijl, que extendió la ruptura inicial de los cubistas en un intento de transformar las formas de vida.

El neoplasticismo⁵, llegó a tener su propio valor intrínseco, como pintura y escultura pudo considerarse una nueva preparación para movimientos futuros. Pudo complementar la nueva conceptualización existente en el modo de establecer colores puros y conceptos fuera de los establecidos para la época: uso de plastas de color y figuras simbólicas. Representó la época, industria y la técnica

⁵ El Neoplasticismo lo refiero por pláticas con René Azcuy y corroborado con la Antología Summa Artis; es un movimiento artístico iniciado en Holanda en 1917 por Piet Mondrian. También ha sido denominado constructivismo holandés, por su paralelismo con el constructivismo soviético. Está vinculado al nacimiento del arte abstracto y las demás vanguardias (especialmente al cubismo y al futurismo). La intención del neoplasticismo es representar la totalidad de lo real, expresar la unidad de la naturaleza, que nos ofrece apariencias cambiantes y caprichosas, pero que, sin embargo, es de una regularidad absoluta.

moderna y progresiva, mostrando fenómenos paralelos y no equivalentes. El neoplasticismo no fue una concepción personal, fue un desarrollo lógico de todas las artes, antiguas y modernas con un camino abierto a todo como principio a aplicar, es decir un cambio de paradigma en la concepción de lo estético, funcional, espiritual.

Los estilos que crearon los diversos movimientos artísticos durante los primeros años del siglo XX dejaron su impronta sobre el diseño de carteles dando elementos conceptuales fundamentales para su evolución y concepción como parte del reflejo del entorno. Otro agente importante fue el formalismo de vanguardia en Alemania, con Van Doesburg, Moholy-Nagy, Lissitzky, Tzara y Schwitters. Después de ello, se desarrolló la Bauhaus⁶ en Weimar con la finalidad de perseguir nuevos descubrimientos, y conseguir una proyección universal en la experiencia artística, una participación basada en la antigua fórmula medieval de la relación entre aprendiz y maestro, pero traducidos en términos del siglo XX con respecto a la producción en serie. Después de la primera guerra mundial, de nuevo en Alemania, se crean los cimientos de la integración del diseño y la pintura, es decir las premisas conceptuales de utilidad, funcionalidad y estética desde la concepción misma del diseño como área de desarrollo profesional, cosa que no existía formalmente.

⁶ La Bauhaus, según la Antología Summa Artis, fue la escuela de arquitectura, diseño, artesanía y arte fundada en 1919 por Walter Gropius en Weimar (Alemania) y cerrada por las autoridades prusianas en manos del Partido Nazi.



Ilustración 8: Pintura por Moholy Nagy en 1974

Es así como el diseño del cartel decorativo europeo parece haber evolucionado entre los diferentes países desde 1910 a 1939, en función de los factores locales y particulares de diseño de cada lugar y evolucionado a la par, con la suma de intereses prácticos y conceptuales profundos para su desarrollo en las décadas posteriores, tomando lo que se gestaba a su alrededor para reconfigurarse y posicionarse como un elemento comunicativo masivo significativo.

1.2. El cartel polaco, sus contextos

Los inicios del cartel en Polonia se dieron en 1890, a la par del nacimiento del “diseño gráfico”, en ese entonces desarrollado por artistas y docentes de la

escuela de Bellas Artes en Cracovia como: Wojciech Kossak, Piotr Stachniewicz, Włodzimierz Tedmajer, Josef Mehoffer y Kazimierz Sichulski. Siguiéndole la trayectoria, transcurrido el tiempo, continúa el auge del cartel de teatro, realizado por decoradores y personas dedicadas a espectáculos infantiles como Kotowicz, Rychter, Wuierciak.



Ilustración 9: Primeros carteles polacos con influencias de Art Nouveau, la última imagen, de Wojciech Kossak

El papel desempeñado por este nuevo tipo de comunicación visual en Polonia tuvo un interés aceptable en la sociedad. En general en Europa el cartel no ejerció ninguna influencia relevante en las calles. Antes de esto, lo más representativo del arte polaco eran las tallas de madera de los artesanos campesinos y los pintores. No es sorprendente que los primeros carteles hayan sido creados por pintores y que estuvieran fuertemente influenciados por el arte popular polaco.

El cartel de autor polaco apareció poco después, principalmente en Cracovia y Lvov. Estas ciudades eran los centros más grandes de Polonia, que en aquel

entonces estaba bajo el imperio Austrohúngaro⁷; disponían de un gran potencial económico y principalmente cultural, por lo que existían en ellas tanto los medios interesados en carteles para promover su actividad como los círculos capaces de sustentar su ejecución. Las tendencias establecidas en los inicios del florecimiento pictórico se dieron en Cracovia, ya que fue pionera en desarrollarlo. En ese mismo lugar, en 1898, se realizó la primera exposición internacional de cartel en el museo nacional, organizada por Jan Wdowiszewski, entonces director del Museo Urbano de la Técnica e Industria. Se presentaron más de 250 carteles de casi todos los centros europeos más importantes: Francia, Bélgica, Inglaterra, Alemania y Estados Unidos, de creadores como Jules Cheret, Henri Toulouse-Lautrec, Georges Meunier, Eugene Carriere, Alfonso María Mucha, Tomas Heine y otros. La mayoría de los carteles eran foráneos, pero desde entonces la producción polaca demostró una alta calidad artística, en donde el propio organizador lo definió como una construcción conceptual distinta, llena de retos en donde la distancia entre la mercadotecnia y las bellas artes era casi nula.

“El 28 de junio de 1914 el archiduque Francisco Fernando de Habsburgo, heredero del trono de Austria-Hungría, y su esposa Sofía, se encontraban de visita en Sarajevo después de asistir a unas maniobras militares en Bosnia-

⁷ Complementando las referencias históricas de A. Comas, en Wikipedia refiere que el Imperio europeo fue creado en 1867 tras el llamado Compromiso austrohúngaro, el cual equiparó el estatus del Reino de Hungría con el del Imperio austríaco, ambos bajo el mismo monarca. Tras la derrota en la Primera Guerra Mundial, surgieron diversos movimientos nacionales que promovieron la disolución del. y la formación de Estados-nación que acogieran a los diversos grupos étnicos existentes en la región. En 1919, Austria-Hungría fue disuelta, dando origen a trece países: Austria, Hungría, República Checa, Eslovaquia, Eslovenia, Croacia, Bosnia y Herzegovina, Serbia (las regiones de Voivodina y el Banato Occidental), Montenegro (Bocas de Kotor), Italia (Trentino-Alto Adigio y Trieste), Rumania (Transilvania, el Banato Oriental y Bucovina), Polonia (Galitzia occidental y Silesia) y Ucrania (Galitzia oriental y la Rutenia Transcarpática.

Herzegovina, una antigua provincia turca incorporada seis años antes a la monarquía de los Habsburgo. Aquella soleada mañana, Gavrilo Princip, un joven bosnio miembro de una sociedad secreta llamada «Unión y Muerte», más conocida como la Mano Negra, disparó contra los archiduques causándoles la muerte. El brutal atentado conmovió a Europa, y provocó una cascada de acontecimientos cuyo desenlace final estaban muy lejos de imaginar por entonces los europeos. Convencido de que tras el asesinato estaba el gobierno serbio, un mes más tarde el emperador Francisco José de Austria, un anciano de ochenta y cuatro años, firmó la declaración de guerra contra Serbia. El zar de Rusia Nicolás II, aliado natural de los serbios, ordenó movilizar sus tropas, primero hacia la frontera austriaca y luego hacia la alemana, aliada a su vez de los austríacos. La respuesta de su primo el káiser Guillermo II no se hizo esperar. El 1 de agosto declaró la guerra a Rusia y tres días después a Francia, convencido de que entraría en el conflicto en apoyo de Rusia. Un día después, Gran Bretaña, pretextando el horror causado por la ocupación de Bélgica y las atrocidades que se contaban del ejército alemán, declaró también la guerra a Alemania. Tras ellos el resto de países fueron poniéndose al lado de uno u otro de los contendientes, en una guerra de dimensión mundial como nunca antes se había conocido, y a la que muy pronto se empezó a llamar la Gran Guerra.” (A. Comas 2015: 197-204)

La exposición de Cracovia fue un parte aguas para la gráfica polaca, ya que se definió su etapa inicial de desarrollo, así como también el punto de referencia en su historia posterior.

En 1899 apareció en Cracovia el cartel de Stanislaw Wyspianski hecho para la obra de Maeterlingc titulada “El interior”. Rompía con la composición tipográfica hasta entonces vigente expresando nuevas búsquedas artísticas y soluciones de composición distintas. Al mismo tiempo, comenzó a florecer también la creación artística de otros artistas polacos como Wojciech Weiss, Karol Frycz, Joseph Mehoffer, Teodor Azentowicz y Wojolech Geisha, quienes se inspiraban y tomaban como referencia el arte europeo con motivos de las artes gráficas japonesas e ilustraciones del lejano oriente. Es decir, del uso de formas simbólicas, pasaron al uso de la simplicidad oriental.

Wyspianski, por ejemplo, era capaz de alcanzar el significado central, el alma de la obra, con imágenes y textos muy simples. Así, sus carteles establecieron el patrón de lo que habría de convertirse en el arte de los carteles polacos.

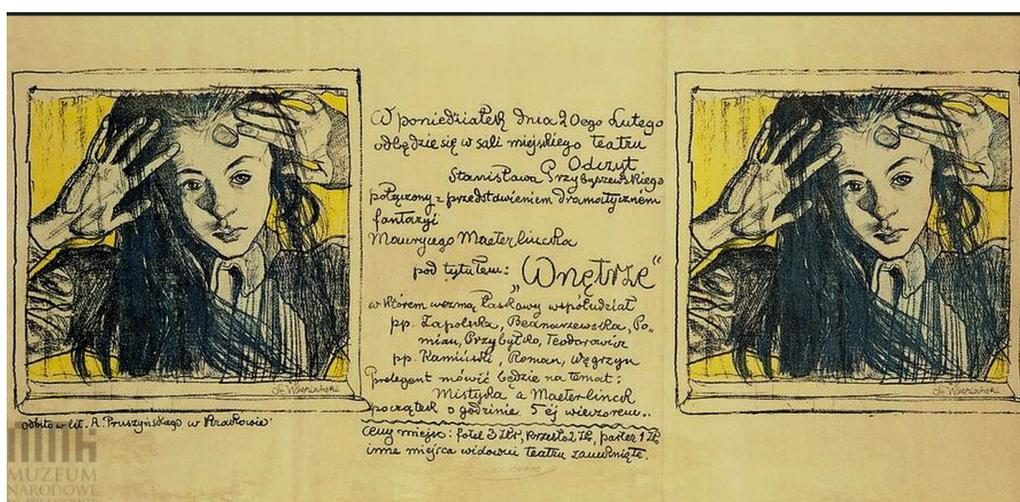


Ilustración 10: Stanislaw Wyspianski, el interior. 1899

La situación sociopolítica de ese entonces sigue su rumbo, sin trastocar profundamente la gráfica de Polonia. Los artistas, por entonces, también tenían sus miradas puestas sobre todo lo que pudiera estar ocurriendo en el mundo que los rodeaba. En ese tiempo el Art Nouveau estaba en su apogeo en Europa Occidental. Los artistas oscilaban entre revivir al modernismo polaco y seguir las ideas del Art Nouveau (Ilustración 9).

Habiendo experimentado nuevas formas de expresión, el Art Deco polaco al lado de la corriente europea, con sus reminiscencias clasicistas y vanguardistas, no dejan de lado la gráfica folclórica nacional, dando un nuevo sentido a las nuevas producciones identitarias, considerado una de las mejores etapas de expresión de arte nacional en Polonia.

El cartel político era una herramienta comunicativa, y este fue introducido en la sociedad polaca desde 1901 y se remitía a formas nacionalistas históricas. En segunda instancia, fueron apareciendo carteles publicitarios. Estas características se veían claras en los carteles de exposición y publicitarios de los integrantes de la sociedad (Brzozowski y Czajkowski) y en los carteles de cabaret.

Para el año 1910 podría decirse que fue la etapa del cartel modernista, con obras como las de J. Mehoffer, F. Luszczyc y K. Sikulski. Desde aquel momento hasta mediados de la Segunda Guerra Mundial, encontrar una buena composición gráfica era muy raro.

En cambio, podía apreciarse el fenómeno de producción masiva de los carteles escuetos y los enormes desplegados en todas las calles de Cracovia y Lvov.

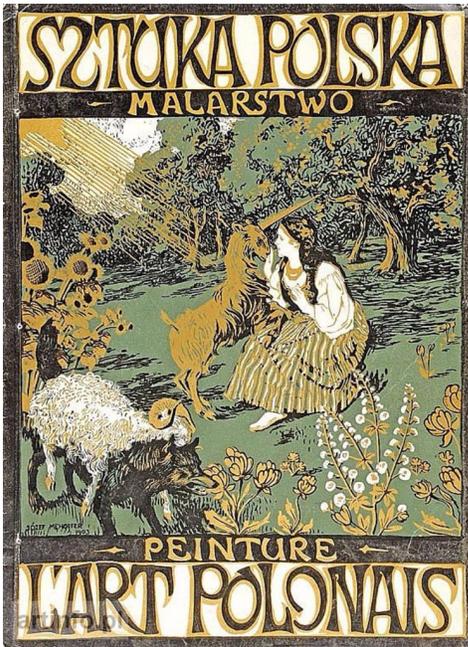


Ilustración 11: cartel de J. Mehoffer, 1903

No fue sino hasta 1917 cuando el arte polaco se vio influenciado por tendencias europeas que realmente lo enriquecieron; los trabajos de Z. Pronaszko, T. Czyzewski, Y. Witkiewicz, J. Hrynowski y W. Wasowicz fusionaban el arte gráfico utilitario con las tendencias innovadoras y revolucionarias del arte moderno.

Un elemento trascendental que encaminó la evolución del arte polaco del cartel en la época de entreguerras lo constituyó el traslado de E. Vartlomiejczyk y Kamienski a Varsovia para impartir cursos de dibujo a mano y de perspectiva, en la cátedra de arquitectura del Politécnico de Varsovia. La hegemonía del medio en

Cracovia se vio quebrantada y Varsovia, renacida, se transformó en el centro de creación de carteles.

El cartel, como disciplina independiente, experimentaba influencias de los principales centros gráficos del mundo: Suiza, Inglaterra, Estados Unidos, entre otros, con tendencias como el poscubismo, el Art Decó y el surrealismo y cambios tecnológicos, la aparición en 1925 del cartel fotográfico y del fotomontaje, así como la impresión en offset⁸. Y sin embargo, dominaba el tipo de cartel basado en la perspectiva, en la sencillez limpia y en la geometría con detalles arquitectónicos polacos y elementos históricos estilizados. Estos elementos dieron al diseño gráfico una dirección conforme al espíritu encarnado de los tiempos y un carácter homogéneo con el occidental y como consecuencia le dieron fama internacional. Este periodo de entreguerras se caracterizó principalmente por la diversidad de motivos que influyeron en la forma del cartel.



Ilustración 12: Carteles políticos de Trepkowski 1945, Marek Zulawski 1942

⁸ Procedimiento de impresión que consiste en aplicar una tinta, generalmente oleosa, sobre una plancha metálica, compuesta generalmente de una aleación de aluminio. Constituye un proceso similar al de la litografía.

Surgieron numerosos carteles políticos que recordaban gestas históricas de independencia, expresaban reconocimiento al mariscal Pilsudski, sensibilizaban respecto al problema del trozo recuperado de la Pomerania de Gdansk o agitaban a favor de los partidos políticos en las elecciones seudo multilaterales. Los logros económicos del país eran promovidos por los carteles que anunciaban grandes exposiciones nacionales, eventos sociales, entre otros. A partir de 1929, en la prestigiada Exposición Nacional Universal en Poznan se pueden ver las tendencias que se mencionan con anterioridad.

“La proliferación de carteles alcanzó tal dimensión, que son muchos los autores que coinciden en afirmar que fue durante la Primera Guerra Mundial cuando nació lo que hoy conocemos como cartel político o de propaganda, y con él algunas de las iconografías más famosas que se emplearán después en otros conflictos bélicos” (Durán 2015: 17-46)

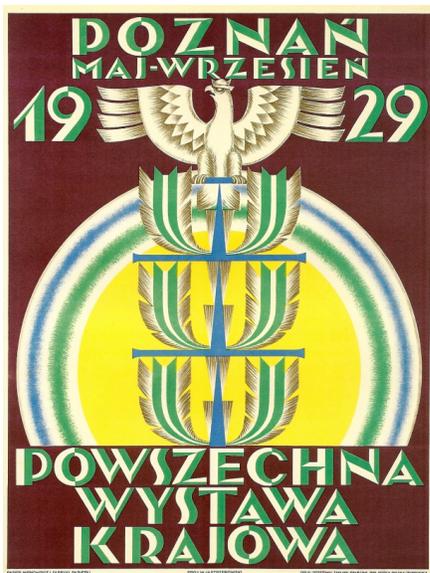


Ilustración 13: Cartel de Wojciech Jastrzębowski (Varsovia, 1884 – 1963) de la Exposición Popular Nacional de 1929

En 1930, entró en escena uno de los artistas polacos de carteles más influyentes: Tadeusz Trepkowski (ilustración 14), artista autodidacta que mostraba carteles simples que favorecían concretamente al objeto, sin ningún tipo de alusión histórica o estilística.

A la par, existían carteles turísticos que divulgaban balnearios y centros de recreación y salud, así como de lugares y ciudades de atractivo turístico para visitantes nacionales y extranjeros. Las comunicaciones ferroviaria, aérea y marítima también estaban presentes en los carteles publicitarios. Los carteles tenían como objetivo convocar a los polacos a aprovechar los servicios de instituciones nacionales.

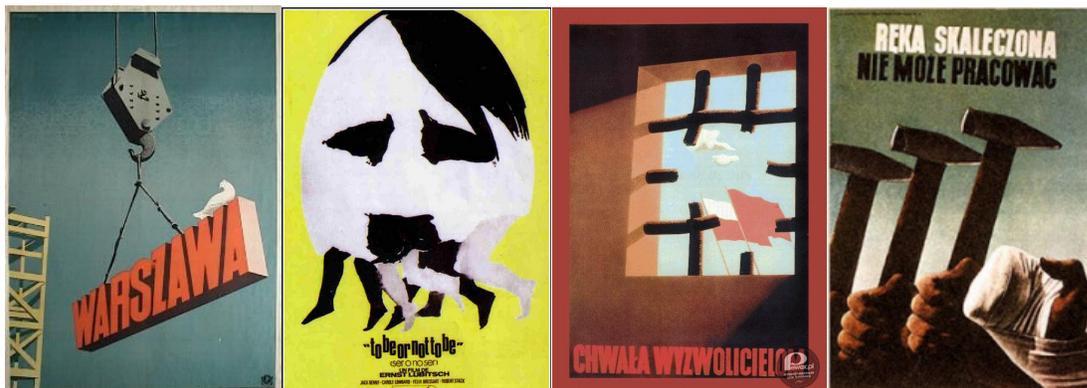


Ilustración 14: Ejemplos de carteles de Tadeusz Trepkowski

Con la publicidad del comercio nacional y de la industria se relacionaba la publicidad de numerosos productos, desde la maquinaria agrícola, los fertilizantes y las nuevas especies de cereales, los artículos alimenticios, hasta la ropa, los cosméticos, los medios de higiene, el tabaco y los cigarrillos. La preocupación por la salud de la sociedad, en cambio, se concentraba en dos problemas: el combate a

la tuberculosis y el alcoholismo. Otro ejemplo de representación recurrente eran los deportes, principalmente de invierno, pero también las carreras automovilísticas para élites, cuyas ventajas se propagaban a través de carteles de manera dinámica y simple. También se reflejaron diferentes acciones caritativas, como el financiamiento adicional a las escuelas, la alimentación para los pobres o la promoción de la lectura.



Ilustración 15: Gronowski, cartel publicitario 1930, Jan Knothe, cartel social 1933

Las cuestiones culturales eran una temática extensa. Se informaba sobre diferentes exposiciones tanto de agrupaciones renombradas como locales organizadas por los estudiantes de escuelas artísticas y, en el otro extremo, se divulgaban también actuaciones en cabarets o restaurantes con grupos de jazz y pistas de baile.

Los carteles polacos hacían también publicidad, aunque esporádica, de las revistas o libros nuevos. Los creadores de ésta se inspiraban en ilustraciones literarias sencillas que supieron ajustar a las exigencias de una síntesis breve, como lo requiere el cartel. También es interesante la evolución encaminada a sustituir la narración extensa por un signo gráfico sencillo que abarque de modo certero y abreviado el contenido del cartel.



Ilustración 16: Ejemplo de carteles polacos 1940-1960

Tadeusz Gronowski se convirtió en el primer artista polaco dedicado exclusivamente a los carteles, sostenía que el artista de carteles no debía asegurar su personalidad ya que el cartel es una “comunicación entre el vendedor y el público”.

Su trabajo de 1926 para el jabón Radion ejemplifica esta actitud. La simple imagen geométrica de un gato negro entrando a un balde para lavar y saliendo blanco con el mensaje: “¡Radion es el limpiador para usted!”. (Ilustración 17)



Ilustración 17: Tadeusz Gronowski, Radion 1926

El caso polaco, estudiado por Carla Tonini, es un ejemplo particularmente interesante de “transición negociada” del comunismo a la democracia. Tal transición fue posible gracias a la renuncia de considerar al pasado reciente como un terreno en disputa. Lidar con el pasado comunista no fue, en 1989 ni en los años inmediatamente sucesivos, la preocupación principal de las nuevas élites políticas, ni de los polacos en general, precisamente porque la sociedad polaca había desarrollado un proceso de descomunización de larga data. Más tarde, bajo el impulso de sectores más conservadores, se desarrollaron varias iniciativas y políticas de la memoria destinadas a marcar una ruptura clara con el pasado comunista. El acento se puso sobre la representación de los polacos como víctimas y héroes de la lucha por la libertad: una figura, ahora clásica, y que a su vez el poder comunista utilizó a su manera. Se celebraron así eventos anteriormente ignorados como la insurrección de Varsovia de 1944, o figuras de mártires de la resistencia al comunismo, como el padre Popieluzko. Más que sobre la experiencia del comunismo, el debate público se focalizó, explica Tonini, “sobre

las relaciones de los polacos, durante la Segunda Guerra Mundial y en la primera posguerra, con las minorías nacionales: los judíos, los alemanes y los ucranianos”. (Tonini, 2018: No. 24)

Pronto sobrevino la Segunda Guerra Mundial. Entre 1939 y 1945, Polonia sufrió las ocupaciones de nazis y soviéticos. Tadeusz Trepkowski creó en 1945 una serie de excelentes carteles que animaban a la sociedad a derrotar de una vez por todas al enemigo nazi. Simple en la forma, enfatizando el poder del símbolo, ellos rápidamente se convirtieron en la “tarjeta de presentación” del autor. Desde 1945, hasta su muerte en 1954, Trepkowski produjo algunos de los carteles más memorables de Polonia.

La guerra trajo cambios diametralmente opuestos en el arte del cartel. La transformación del régimen provocó un regreso del cartel publicitario mientras que nacía una demanda para la propaganda política y social. La Segunda Guerra Mundial mostró, como nunca antes, la importancia que los guetos de poder prestaban a la opinión pública, como pieza fundamental para sostener el esfuerzo bélico y asegurar una adhesión que tendieran hacia el triunfo, aunando las voluntades del conjunto de la población en pos de los objetivos de cada Estado. Las piezas de propaganda gráfica, constituyen un elemento clave para comprender las estrategias de los bandos contendientes y el curso de la guerra.

Algunos creadores perecieron en la guerra, otros abandonaron el país. La generación que debutó poco antes de la guerra inicia su creación: los artistas con

preparación técnica adecuada y primeros éxitos registrados en concursos antes de ésta. Lo importante es que el cartel alcanzó sus mayores logros en el campo que antes de la guerra se encontraba fuera de los intereses de los diseñadores más ambiciosos: *el cartel de cine*, esto se debe principalmente a Henryk Tomaszewski (ilustración 18). Él diseñaba con precisión todos los elementos que en su composición integral desempeñaban un papel bien definido.

En el mundo publicitario polaco, tras la Segunda Guerra Mundial, aparecieron concepciones sombrías que fomentaban la reconstrucción de una nación devastada y, poco después, al arte más popular de estética estalinista.



Ilustración 18: carteles de Henryk Tomaszewski (1914-2015)

En este ambiente, introdujo la sensibilidad sorprendentemente lúdica y cautivadoramente abstracta que caracterizaría al cartel polaco. Este determinante enfoque estilístico dominó el género durante décadas, entre los años 60 y 80 del pasado siglo, e influyó en diseñadores de carteles culturales y políticos de Francia, Inglaterra y Estados Unidos.

Al contrario del ampuloso realismo socialista practicado en la Unión Soviética⁹ y en otros países del bloque del Este, el cartel polaco de los años 50 era sorprendentemente amplio en la gama tonal de sus paletas de colores, con frecuencia de un humor surrealista y libre de todo simbolismo ideológico. Después de sobrevivir a la ocupación nazi, Tomaszewski, que nunca se afilió al Partido Comunista, simplemente se negó a seguir las pautas artísticas oficiales. La política es como la meteorología, tienes que vivir con ella, dijo en una ocasión. Su arte se benefició de esta resistencia, ya que su obra se vio obligada a ofrecer disimuladas imágenes satíricas. Se mantuvo al margen de temáticas abiertamente políticas y se centró por completo en el diseño de carteles para instituciones y acontecimientos culturales.



Ilustración 19: Ejemplos de carteles del realismo socialista

⁹ El **realismo socialista** es una corriente artística cuyo propósito es expandir la conciencia de clase y el conocimiento de los problemas sociales y las vivencias de las personas. Fue la tendencia artística impuesta oficialmente durante gran parte de la historia de la Unión Soviética, particularmente durante el gobierno de Iósif Stalin, en la República Popular China y, en general, en la mayoría de los países socialistas.

La grave escasez dificultaba las condiciones laborales en Polonia: faltaban pinceles y pinturas, y la edición y el papel eran deficientes. Esas limitaciones hicieron que Tomaszewski se replanteara las convenciones del póster. En lugar de hacer sensuales retratos de los personajes, para conseguir el impacto gráfico eliminó toda referencia a los actores, sustituyéndolos por atrevidos colores y perfiles abstractos.

Como ha señalado el cartelista James Victore en Print Magazine, lo más importante es que “en lugar de ilustrar escenas reales, sugería la atmósfera de las películas, recurriendo a técnicas fílmicas”(Victore: 2015) Entre ellas se incluían montajes fotográficos, perspectivas forzadas y recortes extraños. Sorprendentemente, mientras los directores cinematográficos criticaban este enfoque, considerándolo demasiado alejado de sus ideas, Tomaszewski contó con el apoyo de las autoridades comunistas que dirigían la industria cinematográfica.

Paulatinamente se incorporaron al diseño de carteles los representantes de la generación joven, formada inmediatamente después de la guerra, libres de las experiencias del periodo de entre guerras y sin preparación profesional en el campo. Eran principalmente pintores, a veces arquitectos, lo cual los hacía trasponer sus experiencias profesionales adquiridas al terreno del cartel. Jan Lenica (ilustración 20) y Wojciech Fangor fueron los primeros que introdujeron las técnicas de pincel, aplicación de factura y planos de colores fuertes, así como libertad en la creación de visiones. Estas características dominaron el desarrollo del cartel polaco por muchos años.



Ilustración 20: Ejemplos de carteles de Jan Lenica

El cartel dejó de ser un mensajero de contenidos a secas, para transformarse en intérprete y comentarista de reflexiones contenidas en él por su creador. Se produjo un cambio esencial en la forma de presentación del tema: el abandono de la función puramente informativa a favor de la interpretación y reflexión del autor.

Lo que no podía decirse había que expresarlo a través de una imagen lo suficientemente clara para que fuera comprensible para el espectador, acorde con la intención del creador y al mismo tiempo sutil para obtener el permiso del censor para su impresión. El tema debía ser repensado y elaborado en cada detalle.

Todos los cambios descritos anteriormente trajeron al arte de cartel la denominación de la Escuela Polaca del Cartel (Escuela Polaca) que triunfaba en los años 1953-1965. La formaron personalidades como Wojciech Zamecznik, Josef Mroszczak, Henryk Tomaszewski, Jan Lenica, Roman Cieslewicz, Jan Mlodozieniec, Waldemar Swierzy y Franciszek Starowieyski. La ambición de los creadores era plasmar en sus obras una expresión individual tan poderosa que

permitiera distinguirlas y atribuir las inequívocamente a su autor. Esto significaba una gama de estilos, concepciones plásticas y maneras de expresarse muy diversas, que podían existir simultáneamente sin entrar en conflicto. Justo esa era su virtud, pensarse en la individualidad para generar una tendencia creativa y propositiva en la gráfica contemporánea.



Ilustración 21: ejemplos de carteles de la Escuela Polaca

A pesar de la diversidad de propuestas, había una generalidad que era la utilización de símbolos para la construcción de mensajes mucho más complejos de lo usual, generando lenguajes gráficos metafóricos.

Jozef Mroszczak basaba sus diseños en las experiencias pictóricas principalmente; creó un lenguaje original de metáforas, el cual expresaba a través de medios sencillos tomados del arte montañés popular. Henryk Tomaszewski con gran maestría unía la idea con el humor e intelecto transformándolos en un signo de mayor sencillez, que era síntesis de su pensar artístico. En la obra de Jan Lenica, la combinación de colores compatibles o contrastantes y su separación con líneas gruesas y negras serpenteaban al estilo secesionista, que era su rasgo característico. Los trabajos de Wojciech Zamecznik presentan composiciones atrevidas y precisas de la fotografía con artes gráficas y tipografía, que incluían detalles agrandados de manera surrealista. Roman Cieslewicz (ilustración 22) se expresaba a través de diferentes estilos; en sus visiones surrealistas creaba una realidad nueva mediante el reflejo, como en un espejo, un fragmento seleccionado y a través del montaje de citas. La creación de Swierzy destaca con una multitud de convenciones técnicas y estilos; el artista con vigor aplica los colores, líneas secesionistas, amaneramiento de Pop-Art, comic y el diseño gráfico puro. Jan Mlodozieniec, a fin de alcanzar una concepción coherente y armoniosa en sus creaciones, empleaba dos métodos de visualización: la narración extensa o la síntesis generalizadora del signo. En los carteles de Franciszek Starowieyski una línea perfecta, un color sofisticado y la agresividad del tema con acentos de horror y perversión refuerzan su visión surrealista y metafísica.



Ilustración 22: Ejemplos de carteles de Roman Cieśliewicz

A principio de los años 60, paralelamente al periodo más fuerte del cartel influenciado por la pintura, se produce el ocaso de la forma llena de vigor y dinamismo. Aparece la tendencia del uso de tipografía manual y color moderado, es decir la búsqueda de la forma como premisa comunicativa. Las reacciones de Leszek Holdanowicz, Bronislaw Zelek y Marek Freudenreich frente al cartel de pintura generan en su obra un carácter decisivo. Al cartel pictórico le oponen las composiciones ascéticas, de dos colores, de contraste gráfico fuerte y de conjunto tipográfico.

Además, organizada desde 1966, la Bienal Internacional del Cartel Polaco produjo la integración de escuelas nacionales, la unificación de lenguaje formal y la integración de la singularidad con el arte mundial. Muchos de los diseñadores polacos adoptaron las corrientes de moda en el arte occidental, transformando y ajustándolas a su propio estilo, aparecieron las reminiscencias de op y Op-Art (Krajewski, Zelek, Holdanowicz), de Neosecesión (Gorka, Hilscher, Erol), de Surrealismo (Hoffman, Krechowicz), de Abstracción Geométrica (Hilscher,

Holdanowicz), de Constructivismo (Palka) y neoromanticismo (Urbaniec, Majewski). Todos ellos rendían homenaje a la sencillez de las formas meramente gráficas, frías y carentes de emociones.

En esa época, los métodos de visualización se concentraron en tres tendencias coexistentes: la pictórica, la gráfica y la fotográfica. Dominaban, por supuesto, las propuestas pictóricas apelando a la experiencia de la “figuración nueva”, mientras que la forma gráfica de expresión aparecía esporádicamente. Una preferencia especial por ella se manifestó en Jankowska, Jura, Grzybowski, Wiktorowski y Wasilewski (ilustración 23). También hubo interés en la fotografía por parte de ellos, que se ganó para siempre su lugar en el cartel por su actualidad, accesibilidad y cada vez mejor calidad. En los años sesenta surgió toda una serie de carteles fotográficos realizados por Wojciech Fangor, Stanislaw Zagorski, Leszek Holdanowicz, Marek Freudenreich y Jacek Neugebauer.

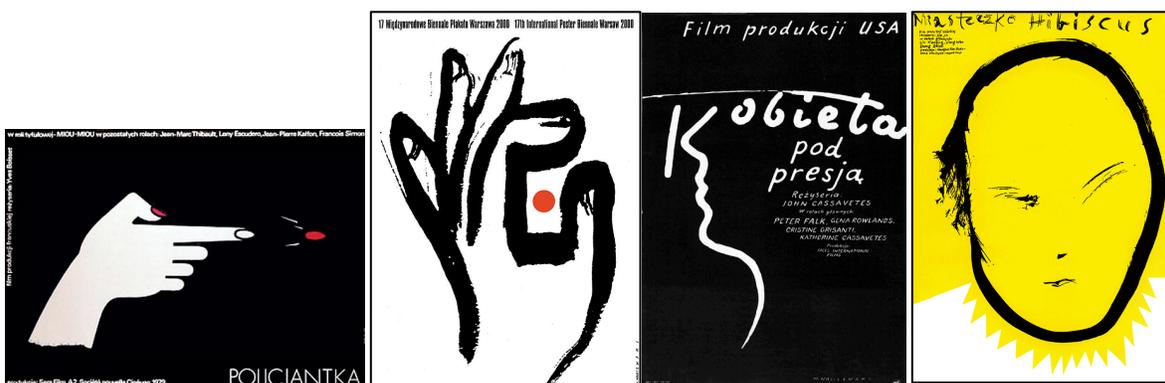


Ilustración 23: Ejemplos de carteles de Wasilewski

Una etapa posterior del cartel polaco estaba relacionada con los trabajos del grupo llamado “Los cuatro de Wrocław” al que pertenecían Jan Jaromir Aleksion, la realidad que representaba se comparaba con fotografía-dibujo; Jerzy Czarniawski, que al principio, aplicaba con vigor técnicas pictóricas al estilo de Surrealismo y más tarde hablaba con lenguaje de diseño geométrico con referencias al surrealismo; Eugeniusz Get Stankiewicz, quien creaba serigrafías agresivas llenas de expresión y autoironía; Jan Stawka, vanguardista en la expresión y el contenido, quien usaba en sus ilustraciones transparencias.

El cartel no era la única forma de expresión de estos artistas, pero desempeñaba un papel muy importante en sus realizaciones. Con toda la riqueza de referencias ya se hacía la pintura de nueva figuración, el arte metafórico o el Pop-Art transpuesto, los artistas connotaron al cartel el rango de expresión estrictamente personal. Sin embargo, su acercamiento al tema era distinto al de la época de la Escuela de Cartel Polaca. Se remitían a él por medio de alusiones, asociaciones lejanas, valiéndose a menudo de la ironía, la paradoja y hasta de la provocación gráfica. En los años setenta, la importancia de la misma producción editorial creció significativamente y surgieron numerosos carteles de valor plástico, mientras que el medio de diseñadores contaba con unos centenares de personas. A los creadores aún activos de la Escuela de Cartel Polaca se unieron representantes de generaciones jóvenes. La producción de carteles políticos, artísticamente mediocres, se vio recompensada por un número grande de carteles culturales. El cartel de cine perdió su importancia, mientras que el cartel de teatro fortaleció su posición incuestionable como líder del cartel polaco.

Una parte importante de este periodo es la cuestión política. La Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS), con su hegemonía militar, exportó un modelo social, y Polonia en ese proceso constituye un caso particular, ya que la resistencia contra el sistema la protagonizó irónicamente la clase obrera, propiciando así la intervención Soviética en el territorio polaco que reprimió las fuerzas independientes a lo largo de todo el país.



Ilustración 24: Ejemplos de carteles polacos de cine, entre ellos Starowieyski, Walkuski, Stasys Eidrigevičius entre otros.

Una forma de mediar la condición opresora, por parte del gobierno, fue cuando en 1970 estalla la crisis gubernamental por la presión de los obreros, cuando exigen la sustitución de Gomulka por un nuevo secretario general, Edward Gierek, que prioritariamente trata de satisfacer las necesidades banales (capitalistas) del pueblo por una excelente producción cultural auspiciada por el mismo poder.

Esto encaminó a una intelectualidad general y a expresar las tendencias críticas hacia el poder en los diferentes medios masivos permisibles, como el cartel, que sobresale notoriamente.

Gestándose a la par, surge el Sindicato Solidaridad con Walesa a la cabeza, que como representación de la sociedad crea vinculación entre la iglesia y el nacionalismo polaco. El dirigente de este movimiento representaba claramente la opinión del pueblo ya que su condición socioeconómica pertenecía a la clase obrera.

Para los años 80, Polonia se vuelve repulsiva para con el sistema. Nunca había aparecido con tanta evidencia el abismo entre un Estado que se autoproclamara socialista entre un partido que se define como obrero, y la actitud material, concreta, de los obreros, en su realidad física, en las minas y fábricas, en sus asambleas, en sus huelgas y manifestaciones de masas.

Para entonces la Unión Soviética se consume poco a poco en cenizas hasta su decadencia. El sistema socialista tiene presión extranjera y empieza una época

de represión así como precariedad al interior. Las tendencias políticas gestantes hacía cada vez más difícil la supervivencia de un sistema económico aislado y limitado por sus condiciones geográficas, pero principalmente ideológicas.

El movimiento gráfico de cartel reflejó intrínsecamente cada momento de este proceso sociopolítico, reflejándolo paso a paso en la voz del pueblo: el cartel. Este estaba lleno de vida y contenidos humanísticos a diferencia de las tendencias que impregnaban la pintura de caballete de aquel entonces.

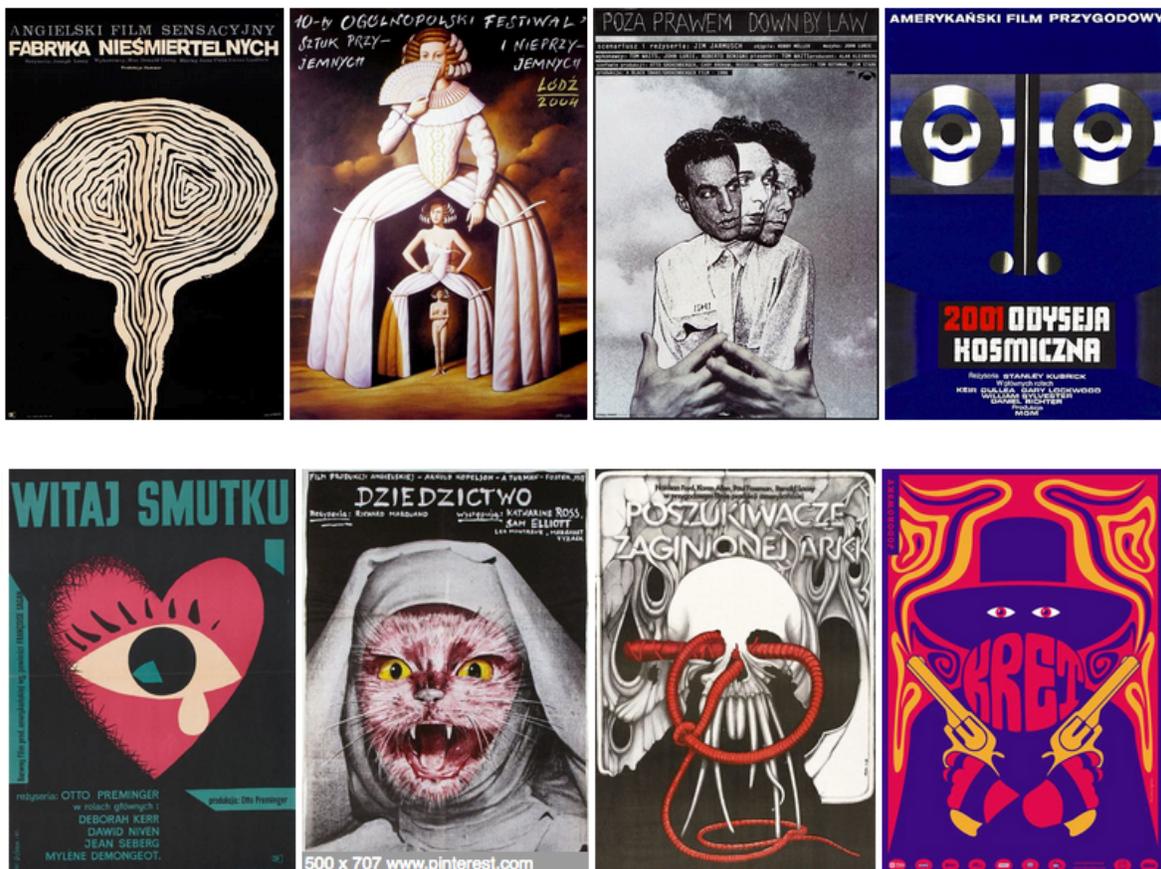


Ilustración 25: Ejemplos de carteles polacos de cine y teatro

La década posterior, que inició con huelgas del movimiento “Solidaridad” para desembocar en la ley marcial y las constantes manifestaciones de la crisis económica, dejó su huella profunda en nuestro cartel, pero no en su expresión formal. El proceso de asimilación paulatina de la vanguardia por parte de las instituciones oficiales de la vida artística de la República Popular de Polonia traía a los artistas la libertad en la búsqueda formal y la prohibición de comentar problemas políticos o sociales, a excepción de aquellos que autorizaba la censura. Esta situación, conocida en la mayoría de los países del socialismo real, fue definida por Miklos Haraszti en 1980 como “la Revolución de terciopelo”¹⁰, en el cual la libertad artística y la censura coexistían enredadas en un juego particular.

La Escuela de Cartel Polaca salió de él vencedora, principalmente gracias al talento y la originalidad de los artistas. Los carteles para Solidaridad (a excepción de escasos ejemplares) copiaban formalmente la manera de expresar contenidos políticos o sociales de la época pasada, mientras que la propaganda oficial partidista, especialmente después de implantada la ley marcial, dejó de tener cualquier valor artístico. Entre los carteles culturales, a pesar de la vigilancia de la censura, se podían encontrar trabajos con alusiones críticas dirigidas al régimen

¹⁰ Como su propio nombre indica, la Revolución de Terciopelo transcurrió de forma tan suave y elegante como este material, sin víctimas humanas que lamentar y sin más violencia que la del primer día. Aunque quizá un nombre más apropiado podría ser Revolución Relámpago. Desde la manifestación del 17 de noviembre, que desencadenó los acontecimientos, hasta el 29 de diciembre, cuando el hasta entonces disidente Václav Havel fue nombrado presidente, transcurrieron tan solo siete semanas.

Esta rápida caída del régimen se explica por la debilidad súbita e incluso sorprendente del Partido Comunista Checoslovaco, que tras más de 40 años de poder ininterrumpido se veía ahora completamente aislado internacionalmente, y en la extraña vicisitud de tener que entregar el poder a una oposición inofensiva y políticamente inexperta.

existente. Es difícil señalar una tendencia dominante para aquellos años. La corriente pictórica siguió manifestando su vitalidad sorprendente, se dio también preferencia a las corrientes del cartel escasas en medios, inspiradas por la tipografía moderna y las tradiciones constructivistas vivas.

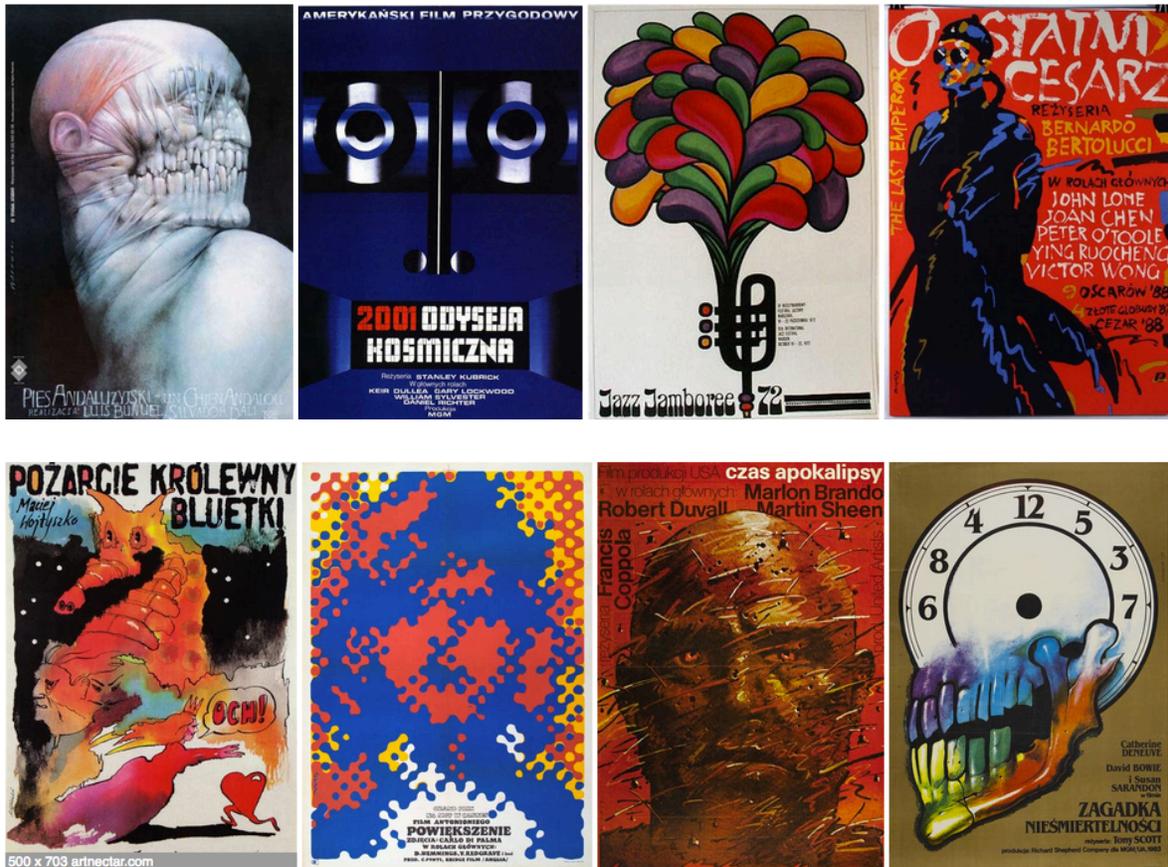


Ilustración 26: Ejemplos de carteles polacos de cine, circo y teatro

El año 1989 significó para Polonia un cambio de régimen político-social. Este giro introdujo transformaciones significativas en la forma de producción y funcionamiento del cartel. Lo importante es que, bajo la presión de la publicidad comercial y sin valor americana, cayó definitivamente el ambicioso cartel de cine. Sobrevivió solamente en un medio estrecho de promoción de películas destinadas

a presentarse en los cine-estudios y los clubes de cine de discusión, así como algunas películas nacionales. En cuanto a las preferencias formales en el campo del cartel de autor, no se produjeron cambios esenciales.

Para ahora poder hablar de la década de los noventa es necesario plantear antes la influencia del capitalismo y de todo lo que arrastra este sistema socioeconómico: la tecnología, nuevos medios masivos de comunicación, etcétera. Las masas son sólo el destinatario; las masas no se comunican a través de los medios; son los propietarios de esos medios quienes comunican algo. Polonia para el capitalismo, no sólo se ve transgredido su *modus vivendi*, sino también la concepción cultural en la que se desarrollaban los polacos.

A partir de 1990, se pregonaba la caída del cartel polaco que iba a perder la lucha con la comercialización en la tercera República de Polonia, que introducía la economía al mercado, sin embargo, viendo las cosas desde la perspectiva actual, sabemos que esto no ocurrió. Resultó que la República Popular de Polonia no fue la condición necesaria y suficiente para el florecimiento de la Escuela de Cartel Polaca. Los cartelistas contemporáneos, con excepciones contadas, siguen la ruta natal del cartel del autor, cartel-objeto. Los alumnos de Tomaszewski continúan la tradición de su obra. Cada uno de ellos interpreta de manera individual sus recomendaciones aportando modificaciones propias. Leszek Holdanowicz emplea síntesis y signo; Mieczysław Wasilewski, metáfora plástica; Tomasz Szulecki, armonía gráfica de acordes en espacio del blanco indefinido. Por el mismo camino siguen los experimentos de Cyprian Kosielnik, quien hábilmente une el grafismo

con la metáfora creando de esta manera una nueva concepción del lenguaje plástico. La metáfora construida por medio del montaje fotográfico es materia de creación para Andrzej Kimowski, quien se inspira principalmente en el expresionismo. El signo que a veces se complementa con un calambur verbal, aparece en la creación de Leszek Drzewinski (Lex Drewinski), Jacek Cwikla y Tadeuz Piechura hacen referencia a Tomaszewski. Esta corriente se llama, de modo general, conceptualismo.



Ilustración 27: carteles de Waldemar Swierzy (1931-2013)

Un contrapeso natural para esta orientación lo constituye una línea encabezada por Waldemar Swierzy (ilustración 27). Entre los continuadores de esta corriente, clasificados como representantes de la corriente expresivo-metafórica están Wiesław Walkuski (ilustración 28) y Wiktor Sadowski. Sus carteles constituyen verdaderos lienzos pictóricos impecables, de colores brillantes y sumamente pintorescos. Al margen de estas expresiones aparece la creación de Jerzy Czerniawski. Sus trabajos, llenos de aura misteriosa, alcanzan a menudo el carácter puramente metafísico de valores universales. Los trabajos de Stasys

Eidrigевичius tienen su poética propia. Se caracterizan por una ingenuidad y frescura infantiles en donde el mundo de fábula y fantasía es creado por el artista de manera delicada y económica, aunque rica en colorido.



Ilustración 28: Ejemplos de carteles de Wieslaw Walkuski (1956-)

Sigue su ruta individual Eugeniusz Get Stankiewicz, quien con consecuencia penetra los significados que le proporcionan los encuentros con su propia cara. Leszek Zebrowski prefiere la estilística de baratija introduciendo elementos expresionistas, la deformación y la fealdad. Andrzej Pagowski hace alarde de su ingenio inagotable. En su obra, fuertemente arraigada en la pintura, introduce exitosamente la más moderna gráfica computarizada. Dentro de esta convención caben también Grzegorz Marszalek y Rafal Olbinski (ilustración 29) tendiendo, los dos, hacia la ilustración clásica.



Ilustración 29: Carteles de Rafal Olbinski (1943-)

En el cartel moderno se observa también una corriente que se acerca, por su semejanza, a la animación del espectáculo de títeres, es decir al recurso visual que se genera a partir de elementos con volumen y textura que tienen una representación simbólica. Los autores clasificados dentro de esta corriente, a pesar de economizar sus medios de expresión, componen climas poéticos con precisión minuciosa. Jan Jaromir Aleksion puede ser considerado precursor de la misma, ya que en sus dibujos sutiles y delicados introdujo un elemento de juego con figuras humanas y accesorios. El mismo método compositivo se observa

también en los trabajos de Tomasz Boguslawski y Wieslaw Rosocha. Un clima parecido acompaña los carteles de Marian Nowinski, quien al emplear la síntesis va creando espacios semánticos interesantes. Las metáforas de Mieczlaw Gorowski abren espacios misteriosos ocultos detrás de la superficie del área designada al cartel; él prefiere usar espacios reducidos, composiciones pictóricas realizadas con precisión y una gama de colores equilibrados que a menudo hacen referencia a la poética del surrealismo. La obra de Roman Kalarus constituye una categoría por sí sola. El artista usa colores fuertes, claros y emplea unos medios formales nuevos que se relacionan con la estética del diseño gráfico posmodernista y contiene elementos eróticos.

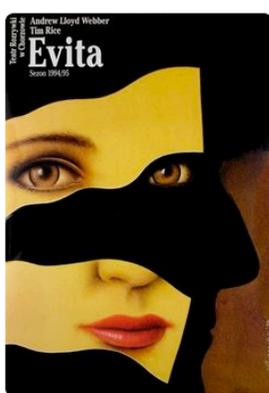




Ilustración 30: primeros carteles Wiesław Rosocha, segundos Mieczysław Gorowski y últimos Roman Kalarus

La corriente que renace continuamente en formas nuevas es el cartel tipográfico-constructivista que se sirve únicamente de la letra o la tipografía unida a los elementos geométricos. Es una fórmula de cartel pictórico. Las propuestas más interesantes de esta corriente las podemos encontrar en la creación de Władysław Pluta (ilustración 31) quien une hábilmente las formas de letras con el objeto o fenómeno que describe. En la misma convención se mantienen los trabajos de Mirosław Adamczyk y Tadeusz Piechura. En cambio, las realizaciones de Sebastián Kubica, Jakub Stepien y Kuba Sowinski son muestra de una búsqueda de caminos propios. Todos ellos hacen intentos de enfrentarse al paradigma de la Escuela de Cartel Polaca.

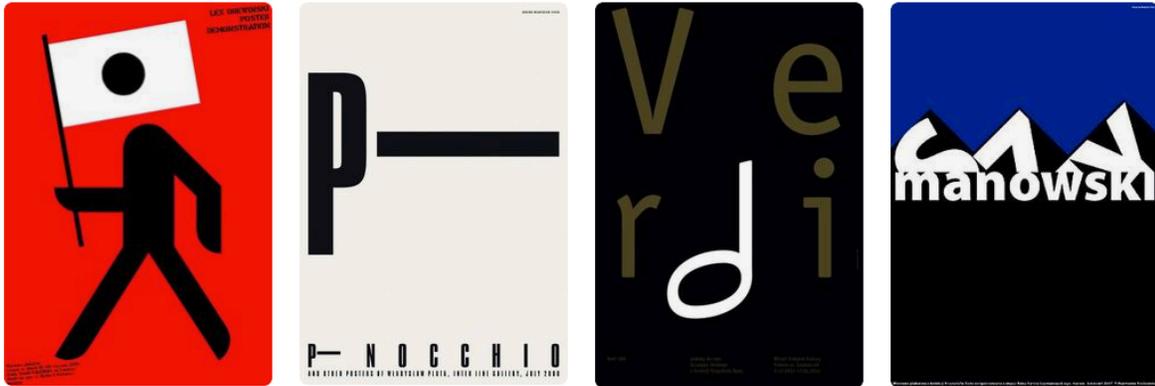


Ilustración 31: carteles tipográficos de Pluta

El fenómeno del cartel polaco puede ser difícil de comprender para las personas ajenas a éste, ya que su desarrollo se relaciona directamente con la historia de la recuperación y transformación del Estado.

El cartel polaco tuvo su participación en la creación de esta historia: tomaba la iniciativa, influía en el transcurso de sucesos, distanciándose de ellos o siendo víctima de manipulaciones. Las imágenes históricas plasmadas en carteles son fuente de información sobre nuestros intereses, preferencias estéticas, temperamento político. Reflejan también el estado de conciencia de la nación y de su mentalidad, la actitud con respecto a nuestra propia tradición, y el acervo cultural público. Sin embargo dentro de los ámbitos del diseño y las artes, hay otra realidad ya que han forjado un lugar privilegiado e inamovible. La gráfica polaca ha fungido como un parte aguas creativo en el desarrollo de contenidos en todos sus matices de aplicación (refiriéndonos al fin último del cartel: cine, publicidad, circo, política, etc., y a las herramientas estilísticas para su realización: pictórico,

collage, ilustración, plastas de color...) dando como resultado una métrica con estándares altos en calidad y comunicación del mensaje.

Capítulo 2. El cartel y sus figuraciones

La historia del cartel polaco corroboró cierta regla: pese a las complicaciones no deseadas, el cartel siempre ha sido tratado como acto de expresión individual de su creador; su voluntad artística no se dejó subyugar y fue considerada su privilegio inusitado. Esta autonomía que supo defender, otorgó al arte la libertad y permitió a las obras mantener su autenticidad.

Con el cartel de autor, al terminar la Segunda Guerra Mundial, se crea en Polonia una nueva era dentro de la gráfica, se forma una asociación de artistas llamada Wynajmu Filmow, formado por cineastas, artistas gráficos y plásticos. Dicha asociación se encargó de fomentar la creación visual, acordando con el gobierno el financiamiento y al mismo tiempo como el medio publicitario para toda la nación.

Los artistas visuales lograron obtener cierta flexibilidad de expresión en sus creaciones de diseño gráfico, en donde les era permitido plasmar sus ideas, su particular forma de interpretar los diferentes aspectos culturales, políticos y sociales. Hicieron de este movimiento una forma de vida, al ser ellos los protagonistas de un medio hasta ese entonces regido por las normas de la publicidad que restringía al diseñador y no le permitía aportar algo diferente como

un estilo propio. Esta tapa del cartel no sólo era diferente en su forma, sino en su contenido, era un cartel concebido para aportar algo más allá que la información o la comunicación, era un cartel con cierto grado de complejidad, haciéndose valer primordialmente de la metáfora como recurso comunicativo, caracterizado por la identificación de dos términos, los cuales comparten una semejanza: uno de los términos es literal y el otro se usa en sentido figurado. Con un significado en un contexto diferente del habitual, haciendo de éste un cartel propositivo intelectualmente, dirigido a un público pensante, con un nivel cultural para percibir el mensaje. Sin embargo cabe señalar que hubo precariedad en materiales (como ya se dijo en el capítulo anterior), lo cual no demeritó en el proceso conceptual ni compositivo de los carteles que llenaban las calles de Polonia.

Buscando este doble sentido en el mensaje que querían comunicar: uno el literal y otro el interpretado por los símbolos de los carteles, pondremos un ejemplo para hacer mas claro este tipo de juegos en la comunicación que fomentaban en las calles los cartelistas polacos. Como podemos observar en la ilustración 32, tenemos un cartel comercial sobre la puesta en escena de Cabaret con Liza Minelli, sin embargo hay un doble mensaje en el cartel, por un lado la figuración característica de Liza cantando y los notables movimientos de piernas que el musical requería, y por otro lado el uso de color negro y rojo y la tenue figuración de la esvástica nazi.



Ilustración 32: Wiktor Gorka, 1973

Con este ejemplo podemos ir cartel por cartel y reinterpretar los mensajes emitidos por los diseñadores, sin embargo no todos tenían una carga política o social como los trabajos de Wiktor Gorka.

Es importante revisar el tipo de forma de comunicación que usaron como constante los cartelistas polacos, debido a que es la herramienta fundamental de comunicación, es decir que los tipos de mensaje se podrían agrupar en tres grandes grupos: Anecdótico, simbólico y metafórico.

El tipo de lenguaje anecdótico podría decirse que es casi igual que el mundo literario, es cuando los elementos representativos (figuras, colores, acomodados, tipografías) están dispuestos de una manera tal que da por entendida una acción en proceso. De los tres tipos de mensaje es el mas sencillo de comprender y realizar, ya que de manera textual los elementos que lo conforman dan idea de

eso mismo que se representa. Para entenderlo, se muestra este tipo de mensaje comunicativo en las siguientes imágenes (ilustración 33)



Ilustración 33: Ejemplos de carteles polacos anecdóticos

El mensaje es lineal, se entiende una acción puntual como en el primer cartel que los personajes están viendo alrededor en posición de ataque o búsqueda. Es decir que la acción está dada y que no hay otro mensaje más allá que el de suspenso. Podríamos decir desde la semiótica¹¹ de Umberto Eco que “La semiótica se ocupa de cualquier cosa que pueda considerarse como signo. Signo es cualquier cosa que pueda considerarse como sustituto significante de cualquier otra cosa. Esa cualquier otra cosa no debe necesariamente existir ni debe subsistir de hecho en el momento en que el signo la represente. La semiótica es, en principio, la disciplina que estudia todo lo que puede usarse para mentir.” (Umberto Eco. 2015: 45).

¹¹ Según Dondis, es la ciencia que estudia los diferentes sistemas de signos que permiten la comunicación entre individuos, sus modos de producción, de funcionamiento y de recepción. También podría decirse que la semiótica es el estudio del proceso de signos. Incluye el estudio de signos y procesos de signos, indicación, designación, semejanza, analogía, alegoría, metonimia, metáfora, simbolismo, significación y comunicación.

Entonces decir que una forma esencial para conocer y reconocer la comunicación humana es el lenguaje. Este tiene herramientas simbólicas para entender lo subjetivo de cada signo a nuestro alrededor (dado o propiciado) y así generar la interpretación de los mensajes dados. Como dice Dondis en la sintaxis de la imagen “El lenguaje ha ocupado una posición única en el aprendizaje humano. Ha funcionado como medio de almacenamiento y transmisión de la información, como vehículo para el intercambio de ideas y como medio para que la mente humana pudiera conceptualizar. Logos, palabra griega que designa el lenguaje, comporta también el significado colateral de pensamiento y razón en la palabra derivada de ella, lógica.” (Dondis, 1997: 24).

El segundo tipo de mensaje es el simbólico, que la cita anterior ayuda muy bien a su comprensión, ya que estos se rigen a partir de contextos que los acogen, es decir que un símbolo siempre tendrá un significado a partir de la sociedad que lo acoja. Es muy distinto el símbolo de paz en medio oriente que en occidente, por ejemplo.

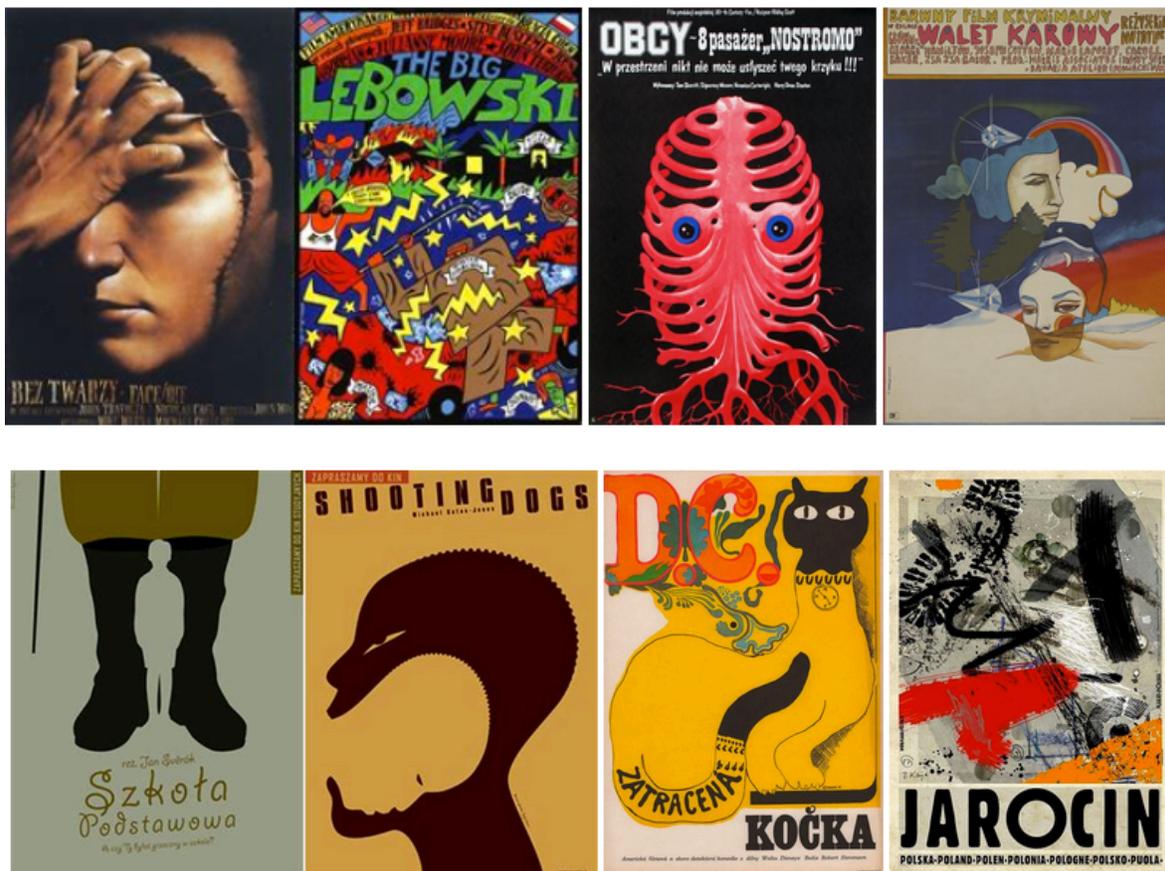
Los cartelistas polacos hacían uso de este tipo de lenguaje de manera natural y con ellos llevándolos al campo de lo sarcástico, irónico, violento o inverosímil. En la ilustración 34 podemos observar algunos ejemplos del uso de mensaje simbólico, en donde se da a partir de un ícono conocido, un uso a *doc* para la construcción de otra interpretación, como el símbolo de una mariposa que connota libertad, pero manchada de rojo en un espacio considerablemente más amplio a su alrededor aludiendo a soledad, o el símbolo de un carro dentro del símbolo de

una pistola. Los carteles polacos de circo son también una gran demostración de mensaje simbólico, ya que toman un elemento y enaltecen sus características formales (dimensiones, colores, distorsiones, acomodados) para enaltecer sus características conceptuales (ligereza, fortaleza, simpatía, misterio, etc..).



Ilustración 34: Ejemplos de carteles polacos con uso me mensaje simbólico en sus composiciones

Por último está el tipo de mensaje metafórico, que es la meca de la gráfica polaca. Si algo podemos aseverar es que es una especialidad para los artistas polacos el manejo de la metáfora dentro de sus composiciones. Tan ricas, tan infinitas y tan innovadoras todas, dentro de cada estilo particular de representación, la gráfica polaca es hasta el día de hoy es un ejemplo y parte aguas de la concepción del cartel como herramienta comunicativa profunda, valiéndose de este juego de mensajes y dobles representaciones de símbolos mutados para el nacimiento de nuevas interpretaciones de lo cotidiano.



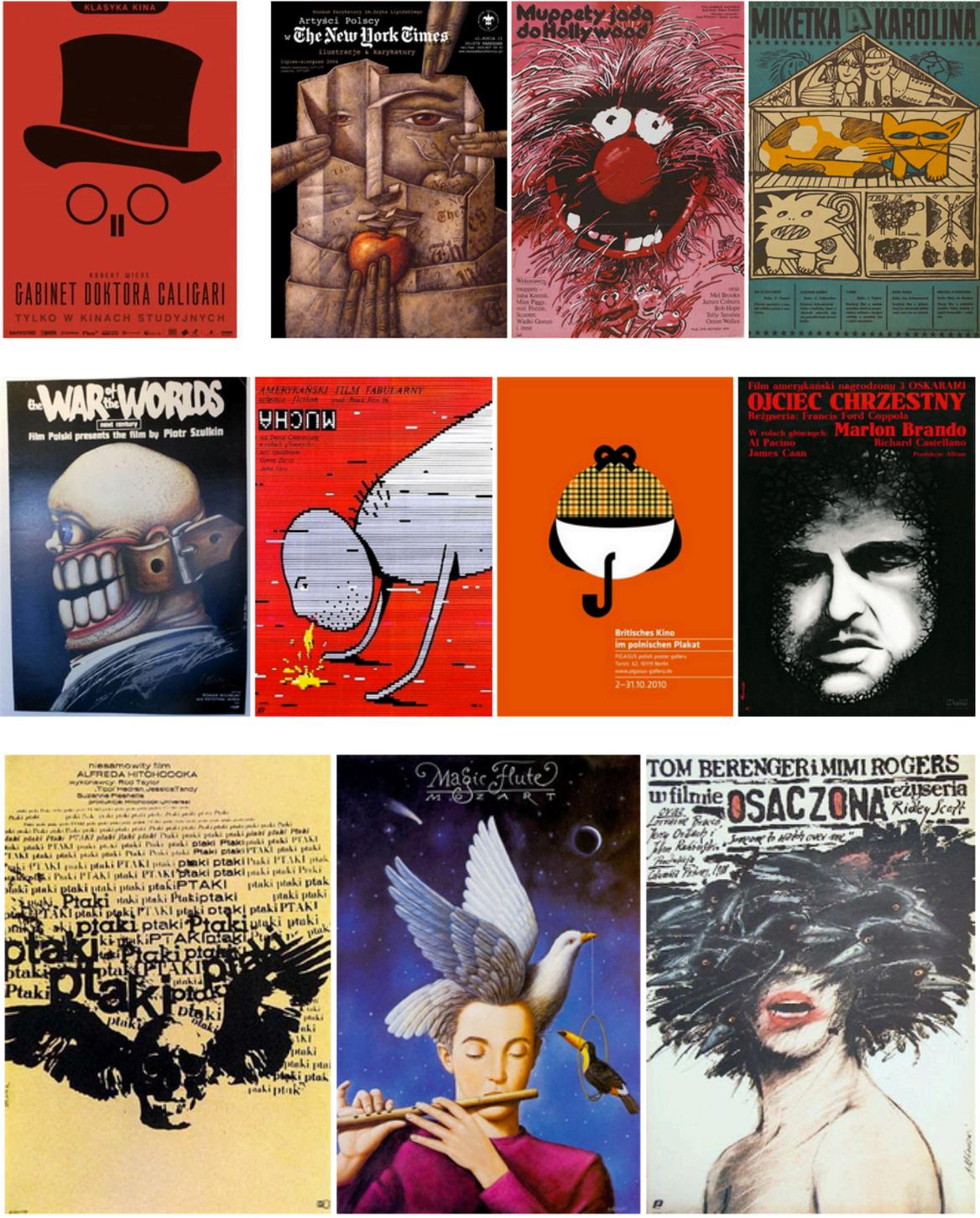


Ilustración 35: Ejemplos de carteles polacos con mensajes metafóricos

2.1. El cartel de autor en la actualidad: sus implicaciones sociales y comerciales.

Entramos en el siglo XXI con el cartel de autor que había heredado las mejores características elaboradas en el siglo pasado y, al mismo tiempo, con el cartel innovador y abierto a todas las corrientes mundiales. El cartel, a pesar de los enormes valores que forman una parte de la cultura visual de la sociedad, hoy en día se encuentra actualmente en una situación más difícil que antes; la competencia comercial con gusto se desharía por completo de él para ocupar los espacios más tradicionales que le fueron reservados en los espacios de la cultura. Recientemente se ha producido una profunda polarización de las funciones que le corresponden al cartel en el mercado de la información.

El contexto económico de este país en la actualidad, según Fernández menciona que “Polonia no ofrece la imagen de un país pobre, sino de un grado medio de desarrollo. Así lo confirma su estructura productiva, con notable prevalencia del sector de los servicios (aportó más del 63% del PIB en 2015) o el poco peso del agrario, con poco más del 3%. La explicación de esta aparente disparidad radica en que su poder de capacidad de compra (PPC, que expresa la capacidad adquisitiva de la renta) supera con creces a la que se desprende de su PIB: según Eurostat, en 2013 el PIB nominal de Polonia ascendió a 396 miles de millones de euros mientras que expresado en PPC fue de 689 mil millones (un 74% mayor). En general, los países pobres o con un grado medio de desarrollo –como es el caso que nos ocupa-, el PIB expresado en PPP suele ser mayor que el nominal

debido a una serie de factores, entre ellos a su elevado grado de autoconsumo; y lo contrario suele suceder en los países más desarrollados. Otros signos externos también previenen sobre el grado de desarrollo de Polonia, que muestran que es claramente superior al que se desprende de su generación renta. Existen múltiples ejemplos de ello, entre los que se pueden citar los siguientes: el elevado grado cultural de la población y la especialización de su clase trabajadora; la relativa buena infraestructura con la que cuenta en comunicaciones: carreteras, ferrocarriles, puertos, aeropuertos y transporte urbano; la atención que se presta al medio ambiente o la limpieza de sus ciudades, que es realmente ejemplar” (Fernández D., 2017: 27).

Y haciendo un acercamiento a la producción de carteles, en el rubro comercial ocupa el lugar principal en la realidad circundante. El anuncio publicitario es dominio de grandes corporaciones publicitarias para las que laboran ejércitos de trabajadores que, por lo regular, se quedan en el anonimato. Su trabajo no consiste en hacer surgir la intuición artística, sino en acatar los principios de la creación y manipulación que han de traducirse en mayor demanda en el mercado. Se trata tanto de los enormes espectaculares como de los formatos tradicionales que promueven el lanzamiento al mercado de productos y servicios. Paralelamente, existe el cartel comercial de condición más débil que surge por obra de los contratistas con exigencias formales pequeñas y con posibilidades financieras menores, quienes encargan diseños a los “cartelistas” baratos carentes de ambiciones o de preparación profesional. Lo mismo ocurre con la publicidad cinematográfica que también es tratada de manera muy comercial. Basta

mencionar el cartel-calco, basado en el cartel fotográfico y enviado por el productor de cine, en la mayoría de los casos de producción americana de Hollywood, para su promoción en espacio públicos.

Hay que reconocer que el cartel independiente de cine polaco, que era una de las máximas proezas del cartel polaco en el siglo XX, ha sido desplazado por la publicidad comercial cinematográfica que domina el mercado. Al día de hoy es difícil convencer a los distribuidores de cine que recuperen la tradición. Sólo algunos de ellos optan por imprimir los diseños realizados por los artistas.

El cartel de autor, ha dominado la información cultural, los acontecimientos y asuntos sociales, principalmente. Tiene el carácter del cartel de autor con sus formas pequeñas. El cartel de autor es campo de despliegue de talento de los estudiantes y graduados de escuelas artísticas, es decir de las personas con preparación teórica y práctica para divulgar la cultura y crear el espacio que nos rodea. Muchos teóricos de la publicidad reprochan al cartel de autor la excesiva expansión de sus valores visuales, asegurando que lo único que cuenta en la publicidad de hoy es el diseño puro, llevándolo a espacios ajenos a su origen.

Estamos constantemente bajo el bombardeo de diferentes medios y la agresividad de la publicidad visual, a pesar de su manejo, se puede volver muy monótona. Si la uniformidad predominara sería difícil hacer distinciones entre las diversas campañas publicitarias. El cartel está compuesto de la palabra-texto y la imagen. En el cartel comercial lo que finalmente permite la distinción es la palabra-texto; en

cambio, el cartel de autor en el mercado es un estímulo que les permite a los ojos deleitarse con la imagen que forma el segundo elemento esencial para el cartel.

Es cierto que la proliferación del cartel de autor a las calles es más difícil que la del cartel hollywoodense, que cuenta con un gigantesco apoyo financiero, sin embargo cada aparición del cartel de autor es recibida positivamente y no tiene importancia si su origen tiene un buen diseño¹², ya que a fin de cuentas también incluye imagen, y la mayoría de las veces ésta es la interpretación individual del autor del tema establecido.

La competencia por el mercado ha impuesto la idea de que el cartel de autor, en especial su corriente pictórica, es anacrónico y no debe tener lugar en la publicidad visual moderna, la globalización y el diseño. Se dice en el medio publicitario que el cartel no debe tener rasgos individuales, pero es justamente el acercamiento del autor que permite valorar la condición del medio artístico de los diseñadores; es lo que distingue las respectivas escuelas, por ejemplo, la polaca de la japonesa, la cubana (ilustración 36), la americana de la iraní, la suiza de la mexicana. El talento y la técnica del artista es el elemento más importante que determina la condición del cartel.

¹² Entendiendo el buen diseño a aquel que cumple con niveles estéticos propositivos, que tiene como premisa comunicar por medio de elementos compositivos en distintos niveles conceptuales.



Ilustración 36: Ejemplo de carteles de la escuela cubana

Los museos nacionales en Cracovia, Poznan, Varsovia y Wroclaw, las bibliotecas principales de la Academia de Bellas Artes en Cracovia y Varsovia, las bibliotecas de la Universidad Jagellona y la Universidad Marie Curie Sklodowska son lugares donde se exhiben las más grandes colecciones del cartel polaco.

Con la calle, que es el espacio natural del cartel, es diferente. El cartel es una forma efímera porque un día se exhibe y al otro día se verá cubierto con otros. En la calle perduran más tiempo los carteles mejor pagados, precisamente los comerciales, que a veces permanecen allí hasta perder su atractivo, quizás así debe ser según el principio de la comercialización. Sin embargo, los carteles

relacionados con la cultura y el arte, así como los carteles sociales, son bellos y su vida es corta.

Actualmente, en Polonia, las academias de Bellas Artes de Varsovia, Lodz, Cracovia, Katowice, Wrocław, Poznan y Gdansk, así como otras escuelas superiores con facultades de perfil artístico. El número de actividades relacionadas con el cartel polaco también habla de su fuerza y un vasto ejemplo está en: La Bienal del Cartel Polaco en Katowice, la Bienal Internacional del Cartel en Varsovia, la Bienal Internacional de Cartel en Rzeszów, la Muestra del Cartel en Przemyslaw, el Salón del Cartel en el Museo del Cartel en Wilanów, la Muestra del Cartel Tipográfico en Torun, innumerables exposiciones y concursos de cartel y, el más joven, el Festival de Cartel en Cracovia, considerado por las generaciones más jóvenes de diseñadores como uno de los eventos más importantes.

Es justamente en Cracovia donde, gracias a la fórmula abierta de participación, por primera vez se da la confrontación de todas las generaciones de creadores del cartel polaco de los estudiantes que dan sus primeros pasos con artistas de cierta experiencia y con los mismos maestros del cartel.

2.2. Características formales, conceptuales del cartel de autor

Desenmarañando al cartel polaco y retomando la escuela artística, como se menciona anteriormente, en Polonia se dio como consecuencia un aprendizaje

visual para el pueblo polaco y así paulatinamente ha aumentado el grado de complejidad de la construcción mental hasta desencadenar en el tipo de mensajes mostrado en sus carteles. Esto no se hubiera podido dar sin el indispensable engrane gubernamental. A partir del gobierno socialista, uno de los rubros que enfatizaron económicamente¹³ fue el cartel, ya que era una forma de difundir la cultura en masas, de publicitar eventos de todo tipo (culturales, políticas, sociales, deportivas, etc.) así como también enriquecer la cultura visual de un pueblo.

Los diseñadores polacos gozaban de una libertad creativa pocas veces vista a lo largo de la historia del diseño gráfico, repetible en situaciones políticamente similares, como Cuba, por ejemplo. El tipo de gobierno y los dirigentes influenciaron directamente en la capacidad creativa de los diseñadores, ya que a diferencia de las limitantes impuestas en la vida cotidiana, ellos, en una sociedad “sin libertad” expresaban a sus anchas y explícitamente, como nunca se había visto antes, sus ideas representando a las ideas del pueblo polaco de una manera exquisita, a diferencia de Estados Unidos, Inglaterra, España, etc..

Así, este fenómeno fue sustentado por las cabezas que dirigían el país, personas tremendamente cultas que se encargaban de la difusión cultural en Polonia, y cuya prioridad era inculcar la flor del saber en su pueblo.

¹³ Es decir que financiaron de manera amplia la producción de carteles como elemento eje de la comunicación en masa en esos tiempos. Era común que para una película se mandaran a hacer más de dos propuestas con artistas diferentes y todas, las aprobadas por los comités encargados de los filtros de información dentro de la estructura de gobierno socialista, eran impresas y socializadas en las calles de las ciudades más importantes de Polonia.

La importancia del cartel en el mundo va más allá de una concepción gráfica, es una forma de pensar, una actitud crítica contra la sociedad, una puerta a lo más profundo del ser humano, buscando una única finalidad: ser.

El cartel nace mediante la necesidad de dar solución a un problema de comunicación que surgía con el paso del tiempo: la comunicación de masas. Es creado uno de los primeros medios impresos de comunicación masiva, siendo su esencia: informar y comunicar, esto mediante imágenes y textos, formando una composición visual determinada que cumplía con las necesidades de un público.

El cartel polaco rompe los esquemas ya establecidos por el entorno comercial, valiéndose de composiciones visuales que no se habían utilizado antes, dando así el derecho al cartelista de aportar su percepción, creatividad y grado comunicacional a un producto final.

Entendiendo con lo anterior la importancia del cartel como medio para generar un proceso comunicativo, también es conveniente entender el análisis que se realizó desde la semiótica¹⁴ para esta investigación, donde destacamos cuatro elementos principales: el signo o significante gráfico, el significado, el intérprete y la interpretación.

La lengua entendida como sistema de valores, donde cada elemento depende

¹⁴ Semiótica (según Pierce) o semiología (según Saussure) es la ciencia que estudia los diferentes sistemas de signos que permiten la comunicación entre individuos, sus modos de producción, de funcionamiento y de recepción.

de los restantes dentro de un todo, lleva directamente a la necesidad de definir en qué consisten esas dependencias o relaciones. Y Saussure se refiere a dos órdenes que se corresponden con dos formas de nuestra actividad mental: el orden sintagmático y el paradigmático (Saussure, 1977: 207-213)

El estudio de la conducta semiótica establece tres campos diferentes de investigación con características perfectamente definidas en cada uno de ellos, de acuerdo con el tipo de información que se establece. Dentro de los campos de la conducta semiótica se encuentra la información inocua, este tipo de información se efectúa al emitir mensajes de tipo subjetivo cuyo significado puede ser variable, el cual dependerá tanto del emisor como de la interpretación que le dé un observador en un momento determinado al variar constantemente de acuerdo con las características socioculturales de las personas que actúan como intérpretes. El ejemplo más claro se da en las obras de arte al igual que en el cartel polaco, que cuanto más abstracto se manifieste, más interesante será el mensaje que se obtenga. El tipo de mensaje utilizado dentro de la gráfica de cartel polaco, corresponde a información inocua.

La definición de sintaxis es parte de la gramática que enseña a coordinar y unir las palabras para formar las oraciones y expresar conceptos. “El problema alrededor del cual gira este apartado se basa en el hecho de que la sintaxis es de por sí combinatoria, una noción que lleva de suyo actividad, mientras que la lengua es por definición pasiva. Dado esto, es adecuado preguntarse si la sintaxis

pertenece a la lengua o al habla. Si la sintaxis pertenece, entonces, al sistema o no.” (Borzi, 2008: 20)

Al hablar de sintaxis visual retomamos la definición anterior con otro matiz, en donde ésta es una parte de la gráfica que enseña a coordinar y unir los elementos de diseño y resolver compositivamente mensajes visuales. Esta área de la gráfica rige la forma en la que se fundamentan las relaciones entre los elementos del mensaje visual, busca la claridad y, analiza la función de cada parte y el grado de inferencia entre ellos, así como también las demás partes del diseño, como formato, iluminación, movimiento, tipo de reimpresión, etcétera.

La sintaxis visual presenta dos características fundamentales para su estudio: lo formal y lo conceptual. La forma determina todo el material físico, palpable y visible de un diseño. El contenido, todo lo que significa lo anterior. La sintaxis visual los une dejando de ser forma para así convertirse en significantes con contenido autónomo y como enlaces propiciadores de continuidad y concisión en la lectura del mensaje visual.

La sintaxis visual también estudia cómo manejar el orden y continuidad de los significantes según el contenido que se quiere, todo esto regido por las leyes del diseño gráfico. Un elemento importante que es necesario mencionar es la palabra dentro de la gráfica del cartel.

La palabra es un elemento formal que dota de significado propio y es, a su vez, parte constituyente del diseño. Para el cartel los elementos son: color, textura, imagen ilustrativa, tipografía y formato.

Al igual que en esta comparación con las palabras, lo mismo sucede con las oraciones. Cada elemento se puede organizar de manera que queden conjugadas entre sí y una depende de la otra, y la forma en la que las organicemos encontremos un valor relativo, ya que dependen entre sí mismas y también del conjunto. Con esto se deduce que todo mensaje es un sistema de signos y que su forma de percepción varía, pero el fin es el mismo. En la comunicación hay un significado y un significante, según la terminología de Saussure (1977: 84), en donde el significante es una imagen asociada a un concepto mental, mientras que el significado es un concepto asociado a una imagen. Así pues, entendemos entonces que el signo es la asociación de significado con significante.

Con la semiótica analizamos los signos comunicativos de nuestro grupo de estudio iconográfico: características conceptuales, y con la sintaxis tomaremos como punto de estudio el mensaje visual.

La base de la investigación se sustenta en la cronología por la temática que maneja la investigación desde sus planteamientos iniciales. El desarrollo investigativo centra la temporalidad como herramienta para inmiscuirse en las bases de muchas justificaciones de la gráfica polaca, como periodos políticos

cruciales. Por esta razón es necesario que el análisis iconográfico concuerde de igual manera con su soporte temático.

El análisis de las características formales denota los elementos que determinan la forma: características, técnicas, influencias, dimensiones, sustratos, modelos de representación, etc. Todo aquello que rija los elementos de un todo, buscando constantes para así crear un concepto gráfico sobre los carteles polacos.

De igual manera, el análisis conceptual refiere que por medio de la descripción de los elementos se puede entender a profundidad el sentido del autor.

Tipografía: uno de los aspectos gráficos más notorios dentro del cartel polaco, es la expresividad caligráfica, la cual está representada tanto en sus formas como en sus contenidos.

La tipografía cumple una función primordial, es nada más y nada menos que la portadora de información, y su valor dentro del cartel traspasa esa barrera de ser simplemente un medio para representar letras y números. A través de diversas técnicas, la tipografía lleva consigo diversos valores que apoyan y respaldan el trabajo realizado por el artista gráfico dentro de la creación de un cartel.

En principio, se puede hablar de un uso tipográfico variado. El uso del serif¹⁵, es

¹⁵ Según Jorge de Buen, se le denomina serif o patín a las características de una familia tipográfica que cuenta con acabados en sus terminaciones. Esto se dio en un inicio porque se utilizaban

recurrente en varios de los carteles de la época de vanguardia. Aunque también se pueden encontrar gran variedad de tipografía sans serif¹⁶ dentro de esta etapa. La constante es el uso de tipografía manual¹⁷ que por sus mismas características orgánicas son irregulares y con menor legibilidad que las de molde ya establecidas. Sin embargo el uso de este tipo de recurso, para la época parecía un retroceso en cuestiones compositivas, ya que la usanza era trabajar con las nuevas familias tipográficas de la época.

El estilo y el acomodo tipográfico son diversos y están basados en el concepto del cartel. Dependiendo de éste, se encuentra el espacio en el cual se va a colocar el título de la película, el lugar del evento, el título del cartel que propone el grafista que difiere del nombre de la cinta o algún otro aspecto informativo.

Con amplia mayoría, el uso de la letra dibujada sin importar su tipo, es decir, si es sans, serif o caligráfica, es, por excelencia para los diseñadores polacos, el camino de expresión y valor por el cual se conduce a la tipografía.

En una la etapa más reciente existe una gran diversidad de aplicaciones tipográficas debido a la utilización de la computadora como herramienta para la realización de los carteles. Aunado a ello, la tipografía deja de ser cien por ciento

cinceles para hacerlas y de ahí se fueron desarrollando con otras técnicas la ornamentación de las distintas formas de letras que ahora conocemos.

¹⁶ Son las familias tipográficas que su diseño es mucho mas lineal. También se les denomina palo seco sans. Este acabado corresponde a contextos históricos de innovación y modernidad.

¹⁷ Es aquella que está hecha con trazo manual usando pinceles, lápices, plumones o carboncillos para su realización. Aunque tiene ventajas estéticas por sus características irregulares es denominada también como fantasía u orgánica.

dibujada para dar paso a una nueva forma de aplicación. Sin embargo, esto no ha afectado a la expresividad caligráfica, ya que la esencia misma del cartel polaco se encuentra reflejada en sus letras.

*Modelo de representación de la imagen*¹⁸: aquí denota como protagonista en todos los periodos, la figura humana mutada con naturaleza, representando una constante como recurso iconográfico. Las variantes son muchas, pero en general el cartel polaco dota de gran importancia la combinación de dos o más modelos de representación. Una de estas posibilidades que es recurrente, es la figura humana con figuras artificiales. El trasfondo de este tipo de solución se justifica con la idea de representación de la imagen. Otra constante es la humanización de animales, connotando características propias de uno en el otro.

*Iconicidad*¹⁹: el grado de iconicidad que presenta el periodo de vanguardia, es realista debido a su carga pictórica que le antecede. Sin embargo en el periodo formativo hay una transición marcada entre la forma realista y la estilística tendiendo hacia la segunda. Para el tercer periodo, el reciente, la estilización continúa con unos ligeros brotes de realismo en la mayoría de los casos.

¹⁸ Según René Azcuy, modelo de representación de la imagen se refiere a el tipo de recurso iconográfico: humano, animal, natural, inanimada, real o ficticia.

¹⁹ Bajo los conceptos desarrollados por Azcuy, el grado de iconicidad puede ir desde lo hiperrealista hasta la abstracción pasando por la estilización, abstracción. Son los elementos visuales en la forma de resolver gráficamente los modelos de representación.

La abstracción es una característica general en todos los periodos del cartel polaco, aunque en menor medida que los anteriores, este aspecto se desarrolla a la par sin tanta presencia como los anteriores.

La aparición de elementos naturales, sin transgresiones, es casi imperceptible, debido a que es utilizado en su mayoría como parte del medio y no como un todo. Lo mismo pasa con elementos artificiales y animales, a diferencia de la figura humana que predomina su protagonismo con o sin modificaciones.

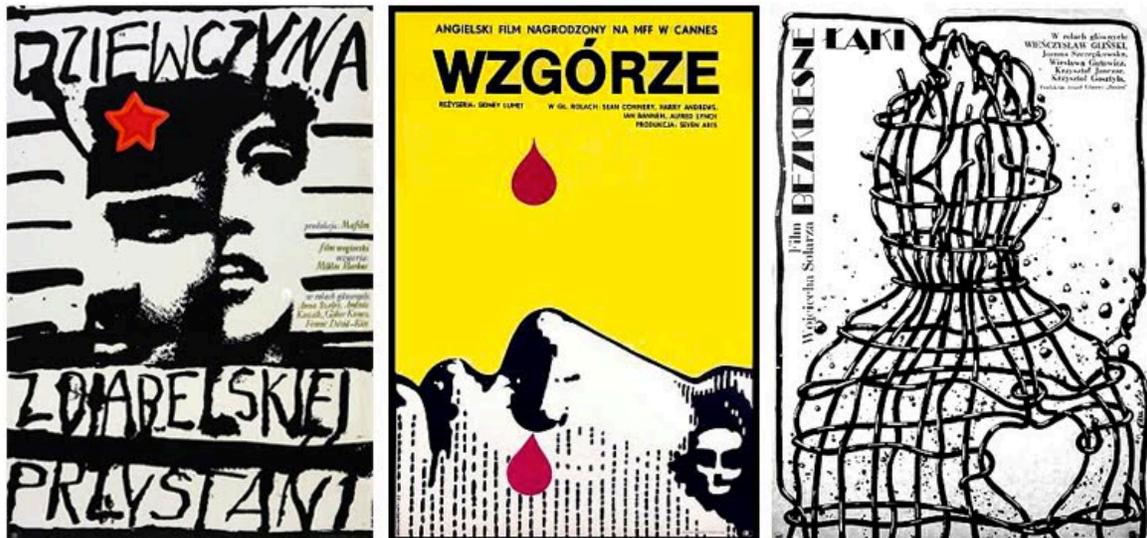


Ilustración 37: ejemplo de uso de modelo de representación humano con grado de iconicidad estilizado.

Productibilidad: teniendo como base la temporalidad de los carteles, resulta evidente, haciendo una comparativa de la producción anual, que de 1958 a 1974 fue satisfactoriamente abundante en número con respecto a los demás. También muestra que, dependiendo del periodo al que nos refiramos, la producción no es proporcional al número de diseñadores, esto es que la creación de nuevas

gráficas depende del fomento que se establezca para su creación, auspiciando formulas gráficas en el cartel de cine con otras expectativas diferentes a la propuesta por la polaca.

La simplicidad forma parte también del periodo formativo, ya que en la búsqueda de un nuevo lenguaje propositivo e innovador redujeron los elementos agrandando el trasfondo de ellos de una manera peculiar.

Creatividad: La cuestión creativa determina una forma de expresión común en la gráfica polaca, más bien una tendencia a la originalidad, en donde crea una constante en su planteamiento en los factores visuales. La originalidad se ve plasmada en toda la trayectoria del cartel polaco, esto quiere decir que, un fundamento esencial que caracteriza a la gráfica polaca, es la búsqueda de soluciones alternas a la común.

La metodología que utiliza el periodo reciente es el patrón creado por sus antecesores, así pues, el proceso creativo enfatiza la escuela creativa emblemática de la gráfica polaca.

Dimensionalidades y factores visuales: la cuestión *perceptiva* que sobresale en la conceptualización dentro de su mensaje evoca una manera de pensar de los polacos. El manejo de este factor determina la profundidad en el contenido que ellos querían mostrar. Por ejemplo, en el periodo de la vanguardia predominaba la expresividad, a diferencia del periodo reciente, en donde el capitalismo no tiene

cabida la representación artística en la publicidad. En el periodo formativo así como en el de vanguardia y en el periodo reciente, la simplicidad hace de éstos una constante pocas veces vista.

La cuestión comunicativa dentro de la gráfica polaca ha cumplido su parte funcional. Para el análisis de este punto es necesario aclarar que por cuestiones idiomáticas la percepción que se tiene del mensaje es escueto, sin embargo, podemos analizar de manera superficial esta área. En el periodo de vanguardia, la utilización de la semántica es escasa, ya que el texto pocas veces soportaba el significado de los signos dentro del cartel. Esto es consecuencia de las limitantes expresivas permisibles en esa sociedad.

La funcionalidad comunicativa del mensaje en el periodo formativo pierde sentido al crear una simbiosis en el mensaje, esto quiere decir que, el objetivo que se buscaba era ambiguo para el uso real del contenido.

Así pues, se deduce que, la comunicación racional es pocas veces aplicada como fin en el mensaje, priorizando como base la especulación y complejidad en el contenido de los carteles.

2.3. Los elementos creativos como discursos sociales: la ilustración

Un elemento fundamental para el entendimiento de la ilustración como elemento central de la gráfica polaca, es el uso de la misma como elemento creativo. Explotado y desarrollado a plenitud hacen de sus características técnicas una gama interminable de posibilidades comunicativas. Esto no quiere decir que no se utilizaron técnicas como la fotografía o el uso de tecnologías al alcance en cada uno de los periodos de desarrollo histórico del cartel, pero si se puede afirmar la predominancia de esta como elemento transversal en la escuela polaca de cartel.

Las características técnicas de la imagen es una de las áreas en donde el cartel polaco se pone de manifiesto, utilizando la gama de posibilidades gráficas a sus anchas. Por ejemplo, la fotografía, medio comúnmente explotado por los diseñadores, en donde su aplicación como objeto individual se desecha creando una metáfora técnica con la pintura, por ejemplo.

En el periodo de vanguardia, la fotografía pasó a segundo término. Aunque algunos de los diseños contenían esta técnica no fue una herramienta común, en comparación de los otros dos periodos. El periodo formativo fue adaptando técnicas mixtas lentamente con el transcurso de los años, basando una de las técnicas en la fotografía. Con el paso del tiempo la fotografía ha transgredido muchas de las técnicas antiguas, como la pictórica o la ilustrativa.

Así también, la ilustración ha tenido un papel importantísimo en cada periodo, ya que su aportación es casi homogénea en cada uno de los periodos. Esta constante parece particular, pero analizando la trayectoria polaca esta área ha sido el respaldo de la escuela de diseño polaco. El tipo de ilustración varía en la técnica del artista, pero sus trazos complementan de manera sensitiva el mensaje global.



Ilustración 38: Ejemplo de carteles polacos con ilustración como recurso primordial de sus composiciones

El uso de recursos pictóricos se ve fuertemente representada, hablando de porcentajes, en el periodo de la vanguardia. Se puede suponer que esto fue por

sus antecedentes, así como también por la escuela pictórica de los diseñadores. No menos sobresaliente es la aportación pictórica en el periodo de formación, justificado por la influencia docente del primer bloque hacia éste y el periodo reciente también.

Dentro de las principales técnicas de este rubro sobresalen el óleo, la pintura acrílica, pastel, tinta china y en el primer bloque, el de vanguardia, se utiliza la litografía como medio.

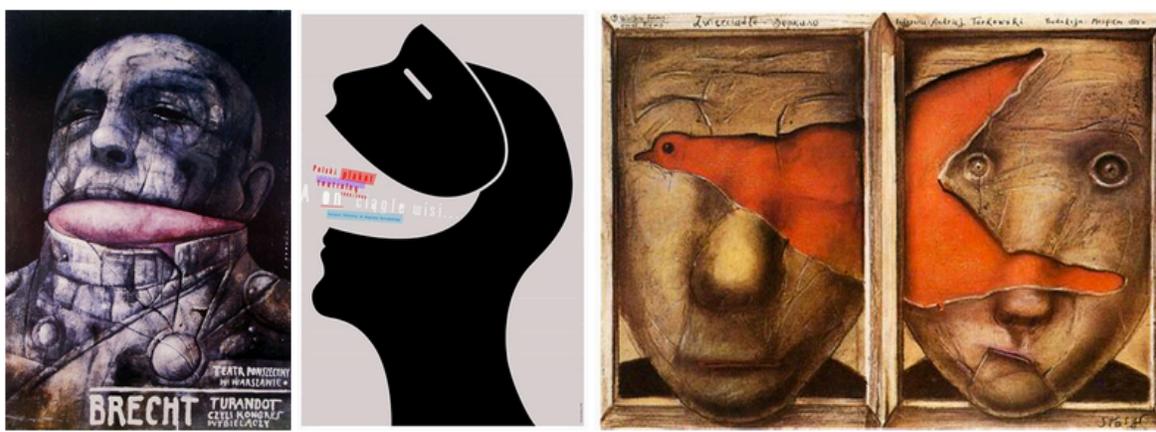


Ilustración 39: ejemplo de carteles que utilizan recursos pictóricos

La combinación de las técnicas de la imagen enriquece el abanico de posibilidades de expresión, complementándose unas con otras. Por ejemplo, en el periodo de vanguardia, la fotografía combinada con la ilustración conforma una solución común para muchos artistas. A diferencia del primer formativo, en donde la ilustración con la pintura crea una fórmula gráfica predominante.



Ilustración 40: ejemplo de carteles polacos utilizando recursos mixtos

*Cromaticidad de la imagen*²⁰: en principio, el uso del color estuvo limitado, esto debido a la falta de materiales y tecnologías que lo apoyaran. Existía carencia de pinturas y de pinceles, y los artistas gráficos tenían que adaptarse a tales

²⁰ Se refiere al uso del color dentro de las composiciones, esto puede ser monocromático, equilibrado, estridente, entre otras formas de combinaciones de colores para el desarrollo de cualquier tipo de gráfica.

condiciones. Sin embargo, esto no fue motivo para que no existiera una variedad de colores.

Posteriormente, con el apoyo del gobierno dentro del ámbito cultural, se crean más y mejores carteles, en donde a través de diversos matices y contrastes cromáticos, logran espectaculares combinaciones que reafirman los conceptos que el artista quiere expresar dentro de su obra.

Dentro del inicio de la etapa de vanguardia, es notable el uso de colores fríos con saturación, esto debido a que este periodo surge posteriormente al fin de la Segunda Guerra Mundial, y el país atravesaba un periodo de crisis en todos los aspectos. Aunado a ello, el cartel polaco encuentra nuevos bríos y aquí, el color es base fundamental para estas nuevas formas de expresión, las cuales se ven reflejadas dentro de los carteles.

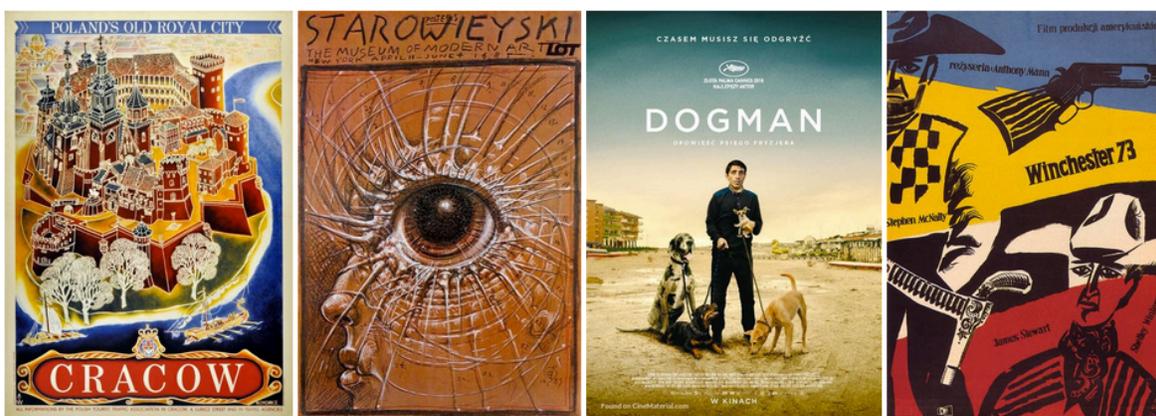


Ilustración 41: Ejemplo de carteles del periodo de formación

En cuanto a la etapa de formación, uno de los aspectos que más se puede notar, es la gama de colores cálidos, como por ejemplo, en carteles realizados entre los

años de 1968 y 1973, en donde colores como el verde, el azul y el amarillo, reflejan un estado de ánimo diferente. A través de estos años también se perciben carteles con poca combinación cromática. La utilización del color viene sustentado la corriente artística que influye en el cartelista, y todo ello deriva en el estilo y la forma en cómo se representa. Es por ello, que el cartelista polaco representa con nuevas y mejores ideas que lo llevan a trascender dentro de la gráfica mundial.



Ilustración 42: Ejemplo de carteles polacos impresos en offset

En la etapa reciente, se pueden apreciar más y mejores carteles, lo que conlleva a mejores colores plasmados en el cartel, desde el punto de vista de producción, debido a la introducción del offset como medio de impresión, dejando a un lado de manera momentánea a la litografía. No necesariamente es indispensable el color para la creación de carteles originales y con un amplio valor conceptual, ya que a través del uso del blanco y negro, aplicado en la técnica de la ilustración, de la

fotografía o de cualquier otra, se llegan a resultados de gran calidad, tanto en concepto como en representación.

Esto lo podemos apreciar sobre todo dentro del inicio de la etapa reciente, en donde a través de carteles sencillos en apariencia, presentan este uso adecuado de blancos y negros para plasmar ideas de forma clara y precisa. Sin embargo, el uso del color sigue predominando en los carteles hasta la actualidad.

Representación de la imagen: como demuestra la gráfica, aunado a contenido de los carteles polacos de cine, se puede afirmar que, como modelo de representación predominante, la metáfora cumple un papel crucial en la conceptualización de las ideas. La carga emotiva que refleja la concepción de la forma de pensar polaca, corrobora de manera aplastante que, la metáfora fue un medio por el cual la expresión ideológica tenía a sus anchas una forma de ser y vivir en la sociedad.

El simbolismo también representa un peso importante en el desarrollo de la imagen, muchas veces respaldado por la metáfora, crearon una mancuerna comunicacional que se complementaban y re transformaban las ideas, dándole una complejidad creativa a todos sus elementos visuales.

La representación anecdótica, dentro de la gráfica polaca, fue desplazada y muy pocas veces adoptada como solución en los carteles debido a la búsqueda expresiva que priorizaban los polacos.

Conclusión.

La metáfora como hito del cartel de autor y la gentrificación del mismo

Se puede concluir que la metáfora formó parte del lenguaje común en la generalidad de la gráfica respaldado por la aceptación del público dirigido. Esto fue desarrollándose poco a poco de manera más compleja, a la par con la culturización de los polacos. Mediante el análisis teórico e iconográfico, se cualificó de manera tal que se permitió determinar los elementos esenciales para entender la gráfica polaca.

Dentro del desarrollo teórico de la investigación hay elementos dentro de la trayectoria del cartel polaco que fueron surgiendo a partir de elementos externos a éste. Polonia goza de una escuela pictórica que la acompaña desde hace más de siglo y medio. Parte de esta influencia es la que refleja el grado de pictoricidad de los carteles que trascendieron las épocas a través del tiempo.

A la par de este movimiento, la situación política de este país creó situaciones pocas veces vistas en el mundo que, sin embargo, como en otros eventos similares (Cuba, Hungría, entre otros), surgió un grupo de diseñadores cuyo objetivo era la libertad gráfica contrapuesta con la libertad social. Con esto nos referimos al régimen socialista impuesto en este país.

El cartel polaco conceptualmente tenía una carga cultural elevada, correspondiente a su población. La carga semántica que utilizaban,

complementada con una gráfica libre, conformó un tipo de cartel único tomado como referencia de expresión. La metáfora y la simbología son lenguajes constantes en los diseñadores polacos. La metáfora con un grado de suspicacia y sarcasmo, particularizaron la época más productiva y rica visualmente hablando.

Las características formales del cartel polaco están determinadas por su grado de plasticidad, ya que la utilización de colores fuertes y formas innovadoras, conformaron elementos esenciales de este.

La incorporación de la tipografía dentro de la gráfica la hicieron muy especial también. No sólo por su expresividad manual, sino también por su acomodo atrevido y equilibrado dentro de la totalidad de una idea.

La simplicidad en los elementos, como la cuestión comunicativa, formó una nueva forma de expresión, directa, pero compleja a la vez, ya que una imagen compuesta era más que eso. Era un nuevo tipo de lenguaje visual.

En el siglo XXI con el cartel de autor que había heredado las mejores características elaboradas en el siglo pasado y, al mismo tiempo con el cartel innovador y abierto a todas las corrientes mundiales. El cartel, a pesar de los enormes valores que forman la cultura visual de la sociedad, se encuentra actualmente en una situación más difícil que antes. La competencia comercial con gusto se desharía de él por completo para ocupar los espacios más tradicionales que le fueron reservados en los espacios de la cultura.

Recientemente se ha producido una profunda polarización de las funciones que le corresponden al cartel en el mercado de la información. El cartel comercial ocupa el lugar principal en la realidad circundante. El anuncio publicitario es dominio de grandes corporaciones publicitarias para las que laboran ejércitos de trabajadores que, por lo regular, se quedan en el anonimato. Su trabajo no consiste en hacer flotar la intuición artística, sino en acatar los principios pseudocientíficos de la creación y manipulación que han de traducirse en mayor demanda en el mercado

Hay que reconocer con tristeza que el cartel independiente de cine polaco, que era la perla del cartel polaco en el siglo XX, ha sido desplazado por la publicidad comercial cinematográfica que domina el mercado. El día de hoy, es difícil convencer a los distribuidores de cine que recuperen (aunque sea en grado mínimo), la tradición. Sólo algunos de ellos optan por imprimir los diseños realizados por los artistas.

Muchos teóricos de la publicidad reprochan al cartel de autor la excesiva expansión de sus valores visuales, asegurando que lo único que cuenta en la publicidad de hoy es el diseño puro.

En el apartado 2.1 de esta tesis, se menciona el contexto actual del cartel de autor. Sin embargo no se profundiza en la migración que tiene este de las calles a las galerías y centros de estudios o eventos (dígase bienales, concursos o muestras nacionales o internacionales). Lo retomamos con la finalidad de hacer

una observación notable con respecto a este hecho, ya que más allá de la producción misma de los creadores de los carteles, los espacios para su divulgación han sido arrebatados en un movimiento natural de gentrificación²¹.

“La literatura sobre gentrificación ha señalado el papel de la cultura, como un elemento destacado en la construcción de los procesos de gentrificación (Cameron, 2005:p.40). En este sentido, Zukin advertía del “papel del capital cultural en los procesos gentrificadores y como los circuitos de este tenían una gran facilidad para entretenerse con las dinámicas del capital económico en estos espacios en renovación” (Zukin, 1991:261-263). Hoy en día, a tenor de los diversos analizados se puede decir que el concepto de capital cultural es consustancial a un proceso gentrificador, probablemente por la capacidad de generar consumo tanto directo como indirecto que este tiene en las sociedades contemporáneas, como por el valor agregado que aplica tanto a servicios como productos. Muchos de los cuales, intangibles que al impactar en lo emocional son solicitados y requeridos en una sociedad ávida de estímulos y aprehensiones individualizadas, exclusivas y supuestamente auténticas. Así, vivir en un espacio con referentes patrimoniales, con elementos historicistas o en un espacio con actividad cultural activa que incentive el consumo parece ser requisito deseado en

²¹ Como dice Wikipedia, el término gentrificación (proveniente del inglés *gentry*, «baja nobleza») se refiere al proceso de transformación de un espacio urbano deteriorado —o en declive— a partir de la pre-construcción —o rehabilitación edificatoria con mayores alturas que las existentes— que provoca un aumento de los alquileres o del coste habitacional en estos espacios. Esto induce a que los residentes tradicionales abandonen el barrio —y se afinen en espacios más periféricos—, lo que produce que este «nuevo» espacio termine por ser ocupado por clases sociales con mayor capacidad económica que les permita afrontar estos nuevos costes. Este proceso tiene especial relevancia en los últimos años en los países capitalistas y principalmente en ciudades con importante potencial turístico y relevancia económica. Sin embargo este término se puede aplicar también al desplazamiento de cualquier otro servicio, en este caso el cartel.

aquellos que ocupan espacios en proceso o gentrificados.

Es fundamental entender que este proceso que vivió el cartel es común en muchas aplicaciones de las artes hoy en día, sin embargo lo remarcable aquí no es el hecho de generar alrededor de las artes un nuevo público súper específico para su consumo, sino limitarlo netamente a este espacio. Con esto quiero decir que ha habido una migración del cartel de autor de las calles a las galerías y centros especializados, dejando esta forma de consumo cultural accesible al grosso de la población casi inalcanzable.

Bibliografía

- Alonso B. y Carlos Fernández, (2006). Roland Barthes y el análisis del discurso. En: *Empiria: Revista de metodología de ciencias sociales*, ISSN 1139-5737, N° 12, , páginas 11-36.
- Barthes,Roland. (1986) *Lo obvio y lo obtuso. "Retórica de la imagen"*. España: Paidós.
- Bacon, Francis. (2003). *Novum Organum*. Editorial Losada. Buenos Aires
- Bachelard, Gaston. (2001). *El compromiso racionalista*. México: Editorial Siglo Veintiuno.
- Barnicoat, John. (2003). *Los carteles: su historia y su lenguaje*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili..
- Borzi, Claudia Beatriz (2008). *Las nociones de 'sintagma' y de 'sintaxis' en el Cours de linguistique générale de Ferdinand de Saussure* . Fundamentos en Humanidades. Universidad Nacional de San Luis - Argentina Año IX - Número I (17/2008) pp. 9/25
- Cabañas Bravo, Miguel (2004). *Summa Artis, Historia general del arte* Antología, España: Espasa.
- Carrascosa, Angel Blasco Tese elaborada Universitat Politècnica de València (2013).Bunge, Mario. (1983). *La investigación científica. Su estrategia y su filosofía*. España: Ariel.
- Cameron, S. & Coaffee J. Art, (2005) *gentrification and regeneration from artist as pionner to public arts. European Journal of Housing policy*, , vol.5, nº1, p.

39-58.

- Chávez, Esteban. (1988). *Manual para la elaboración de carteles*. México: Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa.
- Comas, Angel. (2015). El cartel de cine polaco. Obras de arte sin publicidad. Revista Atticus (edición impresa) ISSN 2173-951X
- Comas, José. (1984). *Polonia y Solidaridad*. Barcelona: Ediciones El País.
- De la Torre, Guillermo. (1992). *El lenguaje de los símbolos gráficos: Introducción a la comunicación visual*. México: Noriega Editores.
- De Buen, Jorge. (2000). *Manual de diseño editorial*. México: Santillana.
- Dieterich, Heinz. (2004). *Nueva guía para la investigación científica*. México: Planeta.
- Dondis D. A. (1992). *La sintaxis de la imagen: Introducción al alfabeto visual*. México: Gustavo Gili.
- Durán López, Gonzalo (2015). *Colores de guerra. Carteles de la primera guerra mundial*, Revista Atticus No CINCO
- Durkheim, Émile, (2001), *Las reglas del método sociológico*, Editorial Fondo de Cultura Económica, México.
- Dydo, Krzysztof (2007), Entrevista realizada en la presentación del libro *Cartel contemporáneo polaco 1945 – 2006*, México.
- Eco, Umberto, (2005) *La definición del arte*, Ediciones Destino, España.
- Eco, Umberto (2015) *Tratado de semiótica general*, Debolsillo, España
- *El cine Historia del Cine. Técnicas y procesos. Actores y directores. Diccionario de Términos* (2003) Editorial Larousse. Barcelona.
- Fernández Navarrete, Donato (2017) *Polonia: un socio euroescéptico en la*

- Unión*, RUE Revista universitaria europea. , ISSN 1139-5796, N°. 26, España.
- Feyerabend, Paul, (2006), *Tratado contra el Método. Esquema de una teoría anarquista del conocimiento*, Editorial Tecnos, España.
 - Flores Angulo, Roberto (2010) *El concepto de la comunicación gráfica en la UAM Xochimilco*, CyAD UAM-X, México D.F.
 - García Rico, Rafael. (2014) *El cartel de una obra, primer acto de la representación*, Cambio 16. , ISSN 0211-285X, N°. 2197, 2014, páginas 58-59
 - Guevara M.J. & Guevara F.S. (2015). *De la cultura de la basura a la cultura de los residuos: comunicación estratégica para el cambio de actitudes ciudadana*. En: Cuadernos de H Ideas, vol. 9, nº 9, diciembre 2015. ISSN 2313-9048. Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Laboratorio de Estudios en Comunicación, Política y Sociedad.
 - Giaconantonio, Marcelo (2000) *La enseñanza audiovisual. Metodología didáctica*, Editorial Gustavo Gili S.A, Barcelona.
 - Krzysztof, Dydo (1993) *100 th Aniversary of Polish Poster Art Biuro Wystaw Artystycznych*.
 - Lichota, María. (2007) Entrevista realizada en la Embajada de Polonia en México, México.
 - Magallanes, Alejandro (2013) Entrevista realizada dentro de la Exposición *Mago Magallanes contra Doctor Alderete*, Xalapa, México.
 - Mills Wright C., (2005) *La imaginación sociológica*, Fondo de Cultura Económica, México.
 - Mosacc, Ayles (1991) *Aspectos del cartel*, Mc Graw-Hill, Madrid.
 - Müller-Brockmann Josef, (2001), *Historia De La Comunicación Visual*, Editorial

Gustavo Gili, México.

- Ñiko (1998) *Carteles*. Editorial Trama Visual A.C., Universidad Veracruzana, BUAP México.
- Osorio, Jaime, (2001), *Fundamentos del análisis social. La realidad social y su conocimiento*, UAM-X, FCE, México, p. 176.
- Paciorek, Bárbara (2006) *Cartel contemporáneo polaco 1945 – 2006*, Preservación y difusión de la cultura Universidad Autónoma Metropolitana Distrito Federal, México.
- Pack, Susan (2003) *Film Poster Of The Russian Avant- Garde* Taschen, Lincoln Cushing San Francisco, California.
- Popper Karl R., (1991), *Conjeturas y refutaciones. El desarrollo del conocimiento científico*, Editorial Paidós, España, p. 500.
- Polska Grafika Współczesna Danuta Wróblewska Interpress Warszawa, Polonia, 1988
- Saussure, F. de (1977). *Curso de lingüística general*. Buenos Aires: Losada.
- Sabino, Carlos (1994) *Cómo hacer una tesis*. Editorial Panapo, Caracas, Venezuela.
- Senón-Llopis Alicia Golección (2013). *El cartel expositivo polaco, 1918-1939*. Tesis elaborada por Juan Angel Blasco Carrascosa (dir. tes.). Universitat Politècnica de València
- Sontag, Susan (1991) *Sobre la fotografía*, Editorial De bolsillo México.
- Slawomir, Ratajski. (2007) Embajador de Polonia en Argentina. Entrevista realizada en la presentación del libro *Cartel contemporáneo polaco 1945 – 2006*, México.

- Tonini Carla (2018), *El legado del comunismo en Polonia: memorias, nostalgia e indiferencia*. Trabajos y comunicaciones, ISSN 0325-173X, N°. 49, 2018
- Victore, James (2015), *Dangerous Ideas on Design Education* <https://www.printmag.com/design-education/james-victore-dangerous-ideas-on-design-education-a-manifesto/>
- Zukin Sharon. (1991) *Landscapes of power. From Detroit to Disney world*. Los Ángeles: University of California Press.

Cuernavaca, Morelos a 1 de junio de 2019.

Dra. Lorena Noyola Piña,
Directora de la Facultad de Diseño
Universidad Autónoma del Estado de Morelos
P r e s e n t e

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesis: **Un recuento histórico sobre la importancia del cartel polaco en la gráfica contemporánea: el enaltecimiento de la ilustración a través del cartel de autor** que presenta la alumna:

SAMARIA GUEVARA FIORE

Para obtener el grado de Maestra en Imagen, Arte, Cultura y Sociedad. Considero que dicha tesis reúne los requisitos necesarios para ser sustentada en el examen de grado por lo que doy mi **VOTO APROBATORIO** para que se proceda a la defensa de la misma.

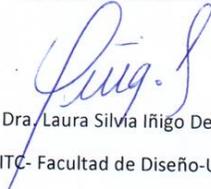
Lo anterior con base en:

La tesis refleja un manejo adecuado de los conceptos adquiridos a lo largo del posgrado y cumple con todos los puntos establecidos en los lineamientos de titulación de la Maestría en Imagen, Arte, Cultura y Sociedad (IMACS).

Sin más por el momento me despido, quedando de usted para cualquier aclaración.

ATENTAMENTE

Por una humanidad culta


Dra. Laura Silvia Iñigo Dehud
PITC- Facultad de Diseño-UAEM





Cuernavaca, Morelos a 10 de septiembre de 2019.

Dra. Laura Silvia Iñigo Dehud
Coordinadora de la Maestría en IMACS
Universidad Autónoma del Estado de Morelos
PRESENTE

Por este medio le comunico que he leído la tesis: **"Un recuento histórico sobre la importancia del cartel polaco en la gráfica contemporánea: el enaltecimiento de la ilustración a través del cartel de autor"** que presenta la alumna:

SAMARIA GUEVARA FIORE

Para obtener el grado de Maestra en **Imagen, Arte, Cultura y Sociedad**. Considero que dicha tesis está terminada por lo que doy mi **VOTO APROBATORIO** para que se proceda a la defensa de la misma.

Bajo mi decisión en lo siguiente:

Después de haber leído detenidamente la tesis, considero que esta presenta una revisión histórica bien argumentada respecto a cómo se configura una propuesta e identidad creativa en el cartel polaco. Asimismo, la autora realiza un buen análisis de diferentes carteles polacos para estudiar cómo se ha ido transformando el cartel y la relación de esto con el contexto sociocultural en el que se desarrolla.

En la tesis la autora además hace un estudio semiótico visual de carteles que han sido poco abordados. También cabe destacar que la tesis presenta una buena redacción y muestra el dominio académico de su autora con respecto al tema tratado.

Sin más por el momento, quedo de usted.

ATENTAMENTE

DRA. ZAIRA ERÉNDIRA ESPÍRITU CONTRERAS

DIRECCIÓN DE ARTES VISUALES



Página 1 de 1
CENTRO MORELENSE DE LAS ARTES
Av. José María Morelos No.263 Col. Centro Cuernavaca, Morelos
México, C.P. 62000 Tels.: 01 (777) 312-85-10 y 312-85-13
cmamorelos.edu.mx



Cuernavaca, Morelos a 17 de septiembre de 2019.

Dra. Laura Silvia Iñigo Dehud
Coordinadora de la Maestría en IMACS

PRESENTE

Por este medio le comunico que he leído la tesis: **“Un recuento histórico sobre la importancia del cartel polaco en la gráfica contemporánea: el enaltecimiento de la ilustración a través del cartel de autor”** que presenta la alumna:

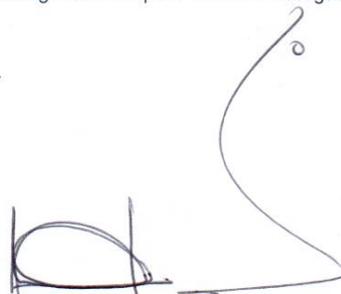
SAMARIA GUEVARA FIORE

Para obtener el grado de Maestría en **Imagen, Arte, Cultura y Sociedad**. Considero que dicha tesis está terminada por lo que doy mi **VOTO APROBATORIO** para que se proceda a la defensa de la misma.

Mi decisión está basada al encontrar en el desarrollo de la tesis, coherencia y una buena argumentación en los elementos teórico y contextuales alrededor de un tema tan importante para la gráfica contemporánea.

Sin duda demuestra un manejo pleno sobre este tema y las aportaciones y conclusiones a las que llega, pueden brindar herramientas significativas para futuras investigaciones sobre el cartel.

Sin más por el momento, quedo de usted.



ATENTAMENTE

Dr. Gerardo Gama Hernández
Profesor Investigador de la
Universidad Autónoma del Estado de Morelos

Cuernavaca, Morelos a 17 de septiembre de 2019.

Dra. Laura Silvia Iñigo Dehud
Coordinadora de la Maestría en IMACS

PRESENTE

Por este medio le comunico que he leído la tesis: **“Un recuento histórico sobre la importancia del cartel polaco en la gráfica contemporánea: el enaltecimiento de la ilustración a través del cartel de autor”** que presenta la alumna:

SAMARIA GUEVARA FIORE

Para obtener el grado de Maestría en **Imagen, Arte, Cultura y Sociedad**. Considero que dicha tesis está terminada por lo que doy mi **VOTO APROBATORIO** para que se proceda a la defensa de la misma.

Mi decisión se basa en el hecho que la alumna cumple con los requisitos teórico-metodológicos de la investigación propuesta, así como con fuentes de información y redacción de la tesis debidamente estructuradas.

ATENTAMENTE


Dra. María Araceli Barbosa Sánchez

Cuernavaca, Morelos a 7 de octubre de 2019.

Dra. Laura Silvia Iñigo Dehud
Coordinadora de la Maestría en IMACS

PRESENTE

Por este medio le comunico que he leído la tesis: **“Un recuento histórico sobre la importancia del cartel polaco en la gráfica contemporánea: el enaltecimiento de la ilustración a través del cartel de autor”** que presenta la alumna:

SAMARIA GUEVARA FIORE

Para obtener el grado de Maestría en **Imagen, Arte, Cultura y Sociedad**. Considero que dicha tesis está terminada por lo que doy mi **VOTO APROBATORIO** para que se proceda a la defensa de la misma.

Mi decisión está basada en que el trabajo de tesis es coherente y está correctamente escrito y presentado. Asimismo, cumple cabalmente con los lineamientos de la Maestría en IMACS.

ATENTAMENTE

A handwritten signature in blue ink, consisting of several overlapping loops and a long horizontal stroke extending to the right.

MTRO. ANTONIO MAKHLOUF AKL

Cuernavaca, Morelos a 1 de junio de 2019.

Comisión Académica
Maestría en Imagen, Arte, Cultura y Sociedad
Facultad de Diseño
Universidad Autónoma del Estado de Morelos
P r e s e n t e

Estimados miembros de la Comisión Académica, por medio de la presente solicito la asignación de los siguientes lectores para la tesis de la alumna de la Segunda Generación (2G) Samaria Guevara Fiore.

1. Dra. Laura Silvia Iñigo Dehud (Directora de tesis)
2. Dra. Araceli Barbosa Sánchez
3. Dra. Zaira Espiritu Contreras
4. Mtro. Antonio Makhoulouf Akl
5. Dr. Gerardo Gama Hernández

Sin más por el momento me despido, quedando de ustedes para cualquier duda o aclaración.

ATENTAMENTE

Por una humanidad culta



Dra. Laura Silvia Iñigo Dehud

PITC- Facultad de Diseño-UAEM

