



Universidad Veracruzana

Centro de Eco Alfabetización y Diálogo de Saberes

Región Xalapa

Estudios Transdisciplinarios para la Sostenibilidad

**Dialografías. El Cartel Co+Diseño como alternativa
para emanciparse de la forma dominante de comunicar**

Tesis para obtener el grado de Maestro en
Estudios Transdisciplinarios para la Sostenibilidad

Presenta:

Carlos Alberto Salvador Cárdenas

Director de Tesis:

Dr. Enríque Vargas Madrazo

Agosto de 2022

“Lis de Veracruz: Arte, Ciencia, Luz”



Universidad Veracruzana

Centro de Eco Alfabetización y Diálogo de Saberes
Región Xalapa

Estudios Transdisciplinarios para la Sostenibilidad

*Dialografías. El Cartel Co+Diseño como alternativa para
emanciparse de la forma dominante de comunicar*

Tesis para obtener el grado de Maestro en
Estudios Transdisciplinarios para la Sostenibilidad

Presenta:

Carlos Alberto Salvador Cárdenas

Director de Tesis:

Dr. Enrique Vargas Madrazo

Dialografías. El Cartel Co+Diseño como alternativa
para emanciparse de la forma dominante de comunicar

Tesis para obtener el grado de
Maestro en Estudios Transdisciplinarios para la Sostenibilidad

Presenta:
Carlos Alberto Salvador Cárdenas

Director de Tesis:
Dr. Enrique Vargas Madrazo

Agosto de 2022

Universidad Veracruzana
“Lis de Veracruz: Arte, Ciencia, Luz”

A mis muertos-memoria:

Lola, Cube y Lalo,

sus ausencias me parten cada respiro

y a su vez, me instan a unirlos.

A Paula Ibó, mi emoción fractal.

Agradecimientos

Agradezco el apoyo y la colaboración de mi Director de Tesis, Dr. Enrique Vargas Madrazo, quien me hizo un acompañamiento que me proporcionó confianza y estímulo para concluir el presente trabajo. Así mismo agradezco al Dr. Luis Roberto Granados Campos su apoyo como asesor. Al maestro Omar Gasca, le agradezco con el corazón su disposición para asesorarme y compartirme su capacidad intelectual, humana y fraterna.

Agradezco especialmente a mi familia, a mi esposa Judith Fraga y mi hija Paula Ibó, su amor, comprensión y apoyo me han acompañado siempre.

A mis familiares, mi madre Socorro, mis hermanos Eduardo Octavio y Damián, mis tíos: Hilda, Amanda, Jesús y Alejandro. A mis seres-memoria: mi padre Eduardo, mi abuela Dolores y mi abuelo Cube.

A mis familiares, familia Rodríguez Salvador, familia Fraga Martínez, familia Acosta González, familia Cárdenas Vega, familia Salvador Ribón, y a mis familiares del Sur que viven en las zonas cañeras de Corral Nuevo, Hueyapan de Ocampo y Coyol de González en Veracruz.

Particularmente agradezco al Licenciado Francisco Hernández (asesor legal de Rectoría UV) y al maestro Jorge Luis Rivera Huesca (Comisión Técnico-Académica de Ingreso y Escolaridad UV), sus vocaciones, intervenciones y dictámenes me permitieron culminar mis estudios de maestría.

El presente trabajo me requirió emprender una exploración inusual para mi y con ello, se integraron a mi vida experiencias y personas de una gran calidad humana. A todos ellos quiero agradecer profundamente. A la maestra Patricia Inzunza García (Directora de la Escuela Primaria Agustín Arriola en La Paz, Baja California Sur); a la maestra Alicia García Medina (Directora de la Telesecundaria Juan Amós Comenio de Rancho Viejo, Veracruz), al Doctor Juan Manuel Ramírez Orduña (Jefe del Departamento Académico de Ciencia Animal y Conservación del Hábitat UABCS); a las alumnas y alumnos que participaron en los talleres de Cartel Co+Diseño y que alimentaron el presente trabajo con su creatividad y disposición. A los alumnos de la Telesecundaria Juan Amós Comenio de Rancho Viejo, Veracruz: Yaquelin Hernández Durán, Ana Laura Hernández González, Lizbeth Hernández, Catalina Hernández Vázquez, Ana Valeria Hernández Arellano, María del Rocío López

Saldaña, Laura Janeth García Ávila y Miguel Ángel Hernández; al grupo de tercer grado de la Escuela Primaria Agustín Arriola en La Paz, Baja California Sur; y a los alumnos de noveno semestre de la licenciatura de Medicina Veterinaria y Zootecnia de la Universidad Autónoma de Baja California Sur (UABCS): Sahamara Ramírez Romero, Karina Amador Zamora, Kenia Álvarez, Jesús Camacho Granados, Ramón Alberto Jiménez García, California Robles Nieves, Yambe Barbosa, María José Mendoza Patrón, Brianda Pamela Piera Rubio, Claudia Maribel Chaparro Real, Josué Gerardo Severino Estrada, Miguel Andrés Cornejo Manzo, Josset Griselda Arenas Genesta, Erick de la Vega Arias y Margarita Mendoza Cruz.

Al Dr. Marco Antonio García le agradezco su asesoría sobre temas de semiótica, al Dr. Rubén Sandoval su valioso apoyo en la corrección ortográfica, a los compañeros Rafael Rodríguez Toral y Efraín Morales Rodríguez por compartir las pisadas en el territorio; a David Donner Castro y León Felipe Mendoza, integrantes de Espora Producciones, por colaborar y producir el video documental ¡Ponte Trucha!

Índice

| | |
|---|-----|
| Resumen | 6 |
| Introducción | 8 |
| I. Del sur al norte y luego al sur..... | 15 |
| II. El cartel, significados, paradigmas y nuevas valoraciones | 22 |
| III. El cartel como un dispositivo dialógico para accionar y cocrear discursos sociales y políticos en la participación colaborativa y comunitaria | 81 |
| IV. Dialografías y Carteles Co+Diseño como una estrategia sostenible | 98 |
| Escuela Primaria Agustín Arriola en La Paz, Baja California Sur | 106 |
| Escuela Telesecundaria Juan Amós Comenio en Rancho Viejo, Veracruz..... | 113 |
| Universidad Autónoma de Baja California Sur en La Paz, B.C.S. | 136 |
| V. Apuntes sobre la experiencia..... | 156 |
| Referencias..... | 168 |
| Anexos..... | 173 |

Índice de figuras

| | |
|--|----|
| Figura 1. Jules Chéret (1836-1933) Precursor del cartel..... | 30 |
| Figura 2. Bal Valentino. Primer cartel impreso por Jules Chéret, 1869..... | 30 |
| Figura 3. Cartel de préstamos La Paz, B.C.S..... | 32 |
| Figura 4. Cartel homínido o Sandwichman Xalapa, Ver..... | 32 |
| Figura 5. Carteles de gran formato Londres, 1890..... | 33 |
| Figura 6. Le Petit Sou / Théophile A. Steinlen 1900. Litografía en color sobre papel..... | 33 |
| Figura 7. Thomas Theodore Heine. Simplicissimus, 1897..... | 34 |
| Figura 8. Dmitriy Stakhievich. Cartel soviético, 1920..... | 34 |
| Figura 9. Miguel Ángel Guzmán, Nicolás Severino Cartel para el Partido Comunista México..... | 34 |
| Figura 10. Andrés Mario Ramírez Cuevas, Cartel en México: Nos faltan 43 y miles más..... | 34 |
| Figura 11. Vicente Rojo..... | 36 |
| Figura 12. Catálogo sobre la obra gráfica de Vicente Rojo..... | 36 |
| Figura 13. Vicente Rojo y diseñadores. Fotografías (ambas) de Lourdes Almeida. 1998..... | 37 |
| Figura 14. Atrás: Rafael López Castro, Luis Almeida, Germán Montalvo, Bernardo Recamier, Efraín Herrera. Al frente: Pablo Rulfo, sentados: Azul Morris, Vicente Rojo y Peggy Espinosa..... | 37 |
| Figura 15. Tres carteles con conceptos creativos y síntesis..... | 38 |
| Figura 16. Carteles “vernáculos” en una pared de Xalapa, Veracruz..... | 40 |
| Figura 17. Carteles del tipo académico/profesional expuestos en el Museo Franz Mayer..... | 41 |
| Figura 18. Actividades de la METS. Actividades de la materia Eco Horticultura..... | 45 |
| Figura 19. Imagen de yunta y campesino, tomada durante los recorridos en la materia “Trabajo de campo I” | 45 |
| Figura 20. Litografía de Alphonse Mucha, 1897. Influencia del arte en el cartel..... | 46 |
| Figura 21. Alan Aldridge, Cartel de cine para Chelsea Girls de Andy Warhol. 1968. Influencia del surrealismo..... | 46 |
| Figura 22. Seis carteles correspondientes a una taxonomía de la segunda mitad del siglo XX..... | 48 |
| Figura 23. Cartel cultural, Wieslaw Walkuski..... | 50 |
| Figura 24. Cartel social, Sergio Grande..... | 50 |
| Figura 25. Cartel Político, Shepard Fairey, 2008..... | 50 |
| Figura 26. Cartel de espectáculos, Agencia Switch..... | 50 |
| Figura 27. Cartel comercial, Norte Branding..... | 50 |

| | |
|---|-----|
| Figura 28. Cartel de autor, Gran OM & Co, 2018..... | 50 |
| Figura 29. Sensibilización sobre la deforestación. Maja Zurawiecka..... | 52 |
| Figura 30. Induce a no caminar y rentar un auto. Empresa Hertz..... | 52 |
| Figura 31. Homogeniza el deber de ayudar. Amnistía Internacional..... | 52 |
| Figura 32. Cartel que evoca la paz..... | 53 |
| Figura 33. Cartel que convoca a una obra de teatro..... | 53 |
| Figura 34. Cartel que provoca responder la pregunta ¿Dónde estoy? | 53 |
| Figura 35. Figura retórica Sinécdoque..... | 54 |
| Figura 36. Figura retórica Elipsis..... | 54 |
| Figura 37. Figura retórica Antítesis..... | 54 |
| Figura 38. El presente diagrama nos muestra como fluye la dirección de la información o comunicación en un solo sentido..... | 61 |
| Figura 39. La presente gráfica ejemplifica como el diálogo puede permitir un intercambio profundo de significados, conocimientos, saberes, experiencias, sentimientos y expresiones..... | 62 |
| Figura 40. El diálogo en esta “Ruta historiológica colectiva” puede abrir una posibilidad infinita de correlaciones y por tanto de interpretaciones de la realidad..... | 63 |
| Figuras 41 a 44. El cartel social y político es una expresión memorística y reflejo ideológico que nos muestra parte de la realidad histórica..... | 66 |
| Figura 45. Componentes separados del cartel..... | 79 |
| Figura 46. La deconstrucción y redefinición del cartel social devino en la creación del Cartel Co+Diseño que contempló la inserción de diversos componentes..... | 80 |
| Figura 47. El presente cartel fue creado a modo de respuesta que surge de la pregunta ¿Qué es lo que mas me gusta del lugar en donde vivo? | 114 |
| Figura 48. “Disfruto jugar en el parque” fue la respuesta de esta alumna cuando le preguntamos ¿Qué le gustaba de su colonia? | 115 |
| Figura 49. Cartel codiseñado para representar el gusto por observar el momento en que se encienden las luces de la ciudad y como se combinan con la luz de las estrellas..... | 116 |
| Figura 50. “Me gusta ver las serpientes cuando toman agua”. Pese a lo extraño que pueda resultar esta respuesta, fue la aportación de uno de los estudiantes del tercer grado que participaron en el taller de cartel. | 117 |
| Figura 51. Cartel codiseñado con Yaquelin Hernández Durán. El diseño se concibe a partir de la frase: “Soy los días que con aire me alegro” | 124 |

| | |
|--|-----|
| Figura 52. Cartel codiseñado con Catalina Hernández Vázquez. La imagen se crea a partir de su frase “Soy caballo feliz cuando voy a la milpa” | 125 |
| Figura 53. “Soy los días que en el río hay mucha felicidad” es la frase y cartel de Ana Valeria Hernández Arellano, en donde se emplea la metáfora como figura retórica | 126 |
| Figura 54. Lizbeth Hernández codiseñó este cartel recreando la imagen de un árbol con fragmentos de muchos árboles, flores y plantas..... | 127 |
| Figura 55. María del Rocío López Saldaña disfruta la convivencia familiar que sucede en torno a la preparación y degustación de tamales | 128 |
| Figura 56. Laura Janeth García Ávila codiseñó este cartel partiendo de su frase “Soy milpa que espera la tarde y el aire” | 129 |
| Figura 57. Ana Laura Hernández González respondió a la pregunta ¿Qué es lo que me gusta de mi comunidad? con la frase “Soy aire, estoy en todo lugar para que seamos felices” | 130 |
| Figura 58. “Soy el sol que da alegría al pueblo” es la frase elegida por Miguel Ángel Hernández para hablar de lo que le gusta de su territorio..... | 131 |
| Figura 59. Ana Valeria Hernández Arellano codiseñó este cartel basándose en su texto “Soy la calle que todos los días la basura me contamina” | 132 |
| Figura 60. La tala de árboles en Rancho Viejo es una preocupación ecológica de Laura Janeth García Ávila, que creó este cartel a partir de su reflexión..... | 133 |
| Figura 61. María del Rocío López Saldaña realiza una crítica social a las acciones de los seres humanos que afectan nuestro mundo..... | 134 |
| Figura 62. La caza de animales silvestres, entre ellos, el armadillo o “toche” (como lo llaman en esa zona), ha provocado que cada vez se vea menos en Rancho Viejo y sus alrededores. Con su cartel, Catalina Hernández Vázquez hace un reclamo a quienes sacrifican esta especie | 135 |
| Figura 63. Ana Laura Hernández González crea su cartel a partir de su frase “Soy basura de gente que contamina el medio ambiente” | 136 |
| Figura 64. Al finalizar el taller, acordamos hacer una exposición de carteles para mostrarlos a la comunidad y la llamamos “Caminantes de Rancho Viejo” | 137 |
| Figura 65. Cartel de Catalina Hernández Vázquez..... | 140 |
| Figura 66. Samara Ramírez Romero. Este cartel fue codiseñado para difundir información sobre la enfermedad de Arañazo de gato. | 144 |
| Figura 67. Claudia Maribel Chaparro Real. Este sorprendente cartel nos habla del peligro de la picadura de una hembra de mosco que transmite la enfermedad Leishmaniasis..... | 145 |

| | |
|---|-----|
| Figura 68. Karina Amador Zamora. La práctica creativa incentiva la imaginación, resuelve problemas y puede provocar reflexiones profundas..... | 146 |
| Figura 69. Kenia Álvarez recurre al registro fotográfico para desarrollar su cartel. Emplea la figura retórica “Metonimia” | 147 |
| Figura 70. Jesús Camacho Granados ¿Cualquiera puede diseñar? Muchas veces pensé que diseñar era algo complicado y no era un oficio para todos. Hoy creo que el diseño que podemos valorar como profesional, puede ser sorprendente por su destreza técnica o idea creativa, o ambas. Aunque difícilmente imaginamos a un médico con habilidades para el diseño gráfico..... | 148 |
| Figura 71. California Robles Nieves. Ensartar una pulga con el tenedor parece algo imposible. Comunicar una idea o un mensaje no solo requiere representarlo de la manera más natural o conocida..... | 149 |
| Figura 72. Ramón Alberto Jiménez García. Este cartel fue codiseñado para representar un corazón con gusanos que ilustre la enfermedad Dirofilariasis..... | 150 |
| Figura 73. Yambe Barbosa codiseña su cartel bajo el tema de la Erlichia..... | 151 |
| Figura 74. María José Mendoza Patrón eligió como tema de su cartel, el Hantavirus..... | 152 |
| Figura 75. Brianda Pamela Liera Rubio. La influenza aviar es el tema de este cartel para crear una campaña de concientización sobre los riesgos y cuidados de esta enfermedad..... | 153 |
| Figura 76. Margarita Mendoza Cruz. La creatividad sin prejuicios se puede convertir en un espacio lúdico y autentico..... | 154 |
| Figura 77. Josué Gerardo Severino Estrada. Este cartel fue dirigido a difundir los cuidados y la difusión de la enfermedad llamada Leptospíra..... | 155 |
| Figura 78. Miguel Ángel Cornejo Manzano. La marea roja es un fenómeno que afecta a moluscos bivalvos (ostras) entre otros moluscos..... | 156 |
| Figura 79. Josset Griselda Arenas Genesta. “Un rostro del desierto con cubrebocas” es el mensaje preventivo de este cartel que nos habla sobre el Síndrome Respiratorio de Oriente Medio..... | 157 |
| Figura 80. Erick de la Vega Arias. Este cartel se creó para difundir información sobre la enfermedad de Moquillo en perros..... | 158 |
| Figura 81. Carlos Salvador Cárdenas. Este cartel se diseñó para difundir la exposición de carteles del Taller de Cartel Co+Diseño efectuado en La Paz, Baja California Sur..... | 159 |
| Figura 82. Recorriendo el territorio norte y sur. La Paz, Baja California Sur. Playa El Saltito..... | 174 |
| Figura 83. Tixtla, en la periferia de Xalapa, Veracruz..... | 174 |

| | |
|---|-----|
| Figuras 84 a 86. Rutas del territorio sur. Dulce colonización, un camión de Coca Cola hace entregas en el ámbito rural (arriba). Puente orgánico sobre un arroyo en el bosque de niebla (centro). Saberes ancestrales en la milpa, arado con yunta (abajo) | 175 |
| Figuras 87 a 89. Aire y tierra. Nubes observadas durante uno de mis viajes a la METS (arriba). Flores en una avenida de Xalapa, una escena contrastada con el desierto sudcaliforniano (centro). Cosechando papas en el huerto alimenticio del Centro Ecodiálogo (abajo)..... | 176 |
| Figuras 90 a 93. Ecos de la ruta. Vida en comunidad y dinámicas de integración comunitaria (arriba). Sombrilla-hoja con arañas agrupadas (centro izquierda). Inicio de mi huerto alimenticio en La Paz, B.C.S. (centro derecha). Palapa del Centro Ecodiálogo (abajo)..... | 177 |
| Figuras 94 a 96. Territorio Rancho Viejo, Veracruz. Milpa con lluvia en el traspatio de la casa de don Candido García (arriba). Caballo “guardado” dentro de una construcción (centro). Irene en su cocina con su hijo Rafa, cerca de la telesecundaria (abajo)..... | 178 |
| Figuras 97 a 100. Reaprendizajes en la ruta. Caminata y charla en Rancho Viejo con los estudiantes, don Carlos y don Cándido (arriba). Laura Codiseñando su cartel sobre la milpa (centro izquierda). Exposición de carteles al final del taller (centro derecha). Dinámica somática en el taller de Cartel Co+Diseño (abajo)..... | 179 |
| Figuras 101 a 103. De norte a sur y al revés. Trazando la imaginación y el discurso con niños de la Escuela Primaria Agustín Arriola en La Paz, B.C.S. (arriba). Platicando con jóvenes de la Telesecundaria Juan Amós Comenio de Rancho Viejo, Ver. (centro). Publicación sobre el Taller de Cartel Co+Diseño en la Universidad Autónoma de Baja California Sur (abajo)..... | 180 |
| Figuras 104 a 107. Nuestra historia importa. Convivencia e intercambios durante el Taller de Cartel Co+Diseño en Rancho Viejo, Ver. (arriba izquierda y derecha). Realización de mapeo sobre el territorio y su relación con enfermedades transmitidas por animales, La Paz, B.C.S. (centro). Collage de imágenes de Minatitlán y Xalapa (abajo) | 181 |
| Figuras 108 y 109. Otras formas de crear. Ejercicio “Imaginar, sentir y representar nuestras ideas” durante el taller de Cartel Co+Diseño..... | 182 |
| Figura 110. Comunidades del territorio. Caminata para encontrar elementos representativos de nuestras ideas y frases. Rio Pixquiac. Rancho Viejo, Veracruz (arriba)..... | 183 |
| Figura 111. Con los estudiantes de noveno semestre de la Licenciatura de Medicina Veterinaria que participaron en el Taller de Cartel Co+Diseño impartido en Universidad Autónoma de Baja California Sur en La Paz, B.C.S. (abajo) | 183 |

Resumen

El presente trabajo emana de reflexionar sobre el hecho de pertenecer a una sociedad que directa o indirectamente, se percibe en crisis hacia su propia existencia. Por arraigo disciplinar, esta investigación involucra el diseño de cartel y algunos aspectos de la comunicación, preocupaciones genuinamente insertadas dentro de mi propia historicidad.

La ruta aquí trazada, inicia con un panorama del estado actual del cartel y posteriormente aborda su existencia desde una óptica mas compleja, hasta situarlo como un medio comunicativo asociado al poder y a una dominación discursiva que limita el sentido profundo de la propia comunicación.

Esta indagación sociocrítica me instó a redefinir el cartel, para transformarlo en un medio dialógico que incentiva la participación comunitaria y la construcción de reflexiones que nutren el derecho a ver y elegir –entre los distintos pobladores– sus propias realidades y anhelos. A esta mediación la nombré Cartel Co+Diseño.

Mi concepción del Cartel Co+Diseño requirió un quebranto epistémico para erradicar, de sí mismo, el egocentrismo creativo y el ejercicio vertical de la comunicación, para, a su vez, instaurar un tipo de cartel que literalmente da vida al diálogo, la acción y la cocreación de discursos sociales y políticos en los jóvenes. Se trata de favorecer la construcción de imaginarios autónomos desde el propio corazón de las comunidades, de mediar las voces que se entretajan desde el anonimato para reafirmar sus presencias y valoraciones.

Este cartel comunitario dio paso a una gráfica emergente y simbólica, insurgente; que produjo una *estética de la necesidad*, posibilitando una expresión libre de prejuicios y creando un escenario diverso que conecta imagen, diseño, deconstrucción, sociología, complejidad y otras áreas de conocimiento que habitualmente se encuentran separadas.

Palabras clave: Cartel, codiseño, comunidad, deconstrucción, crisis, epistemología, transdisciplinariedad, conciencia, social, política, sostenibilidad.

Advertencias desde el ludus para aflojar el cuerpo (determinado)

-  Altos niveles de inseguridad y duda.
-  Construcciones en peligro de demolición.
-  Caducidad de conceptos.
-  Indeterminación conceptual.
-  Áreas de derrumbes epistemológicos.
-  Zonas de cuarteaduras lógicas.
-  Parece que no, pero... ¡Todos ponen!

Introducción

El cartel está agonizando. En este momento me encuentro a puertas cerradas en mi taller, lugar en donde realizo mi trabajo de diseño, comunicación e imagen de mi profesión. Es un día similar a muchos otros, cuando después de año y medio de vivir bajo la amenaza de una pandemia producida por el virus Sars-Cov2, nos hemos vuelto confinarios atemorizados, aprendices voyeristas desde las ventanas, en soledad. Aislados.

Hacia los primeros días de agosto de este 2021, alrededor de 4.2 millones de personas han fallecido a nivel mundial por consecuencia del Covid-19;¹ entre ellos, algunos conocidos y amistades, que murieron por esta causa o por su relación con alguna comorbilidad. Hasta este atemorizante tiempo se volvió importante hacer una revisión de nuestra salud. La cotidianidad ahora nos exige el uso de cubrebocas, distanciamiento social y limpieza extrema; vivimos la metáfora de un mundo infectado y contagioso que amenaza a la sociedad –como si estuviera sucia y enferma– y le exige desinfectarse constantemente, mantenerse pulcra para seguir viviendo.

El tema de la salud hoy genera multimillonarias ganancias para el sector científico empresarial con un virus que ha provocado una crisis compleja y que a su vez nos ha generado muchas otras crisis. Ejemplos sobran. Hoy en nuestro único mundo se respira, camina y convive de otra manera.

En este panorama percibo el reciente bastión de la expresión humana, que constata que no hay ciencia, economía o conocimiento que sirva para curar aquello que se desea que permanezca enfermo. Vivimos una pulsión del mundo provocada por la crisis de todo aquello que lo habita. Una polipulsión.

Esta crisis impacta otros ámbitos de nuestra vida. Me parece que pertenece a una latente crisis civilizatoria, que se percibe cuando nos hacemos algunos cuestionamientos sobre el devenir y entonces brota un sentimiento de insatisfacción.

El presente trabajo se efectuó durante la Maestría en Estudios Transdisciplinarios para la Sostenibilidad (METS) en el Centro Ecodiálogo de la Universidad Veracruzana, en

¹ Orus, A. *Número de personas fallecidas a consecuencia del coronavirus a nivel mundial a fecha de 24 de abril de 2022, por continente* (Revisado el 18 de noviembre de 2021 en: <https://es.statista.com/estadisticas/1107719/covid19-numero-de-muertes-a-nivel-mundial-por-region/>)

Xalapa, Veracruz; y formalmente es un procedimiento académico para obtener el grado de Maestría; pero más allá de eso, corresponde a una iniciativa que surge a partir de la insatisfacción de pertenecer a una sociedad que se percibe dilapidaría, autodestructiva y de conducta irreversible.

Por vocación tradicionalista o necesidad disciplinar, mi búsqueda involucra el diseño gráfico, el diseño de cartel y algunos aspectos sobre la comunicación, preocupaciones todas ellas insertadas en el contexto que me tocó vivir, desde una infancia sufrible por maniqueos emocionales y algunos aspectos relacionados con mi profesión, hasta el genocidio postapocalíptico del nuevo virus. Aquel presagio sobre emerger desde una crisis nunca había sido tan cercano. Aunque creo firmemente que nuestras herramientas de contestación a los diferentes sistemas de dominación empiezan en la utopía y en la esperanza. Sin estar convencido de una posibilidad de cambio no podría estar elaborando este texto.

El camino trazado en mi trabajo inicia con el cartel, quizás porque ello me da la confianza de emprender el viaje a través de algo conocido y relacionado con mis experiencias personales; sin embargo, con las nuevas informaciones y prácticas, poco a poco me invadió la duda; comencé a percibir el diseño gráfico y el cartel de una manera más compleja, como una forma de comunicación encubierta y con fines que ahora asocio a estrategias de poder.

En nuestra actualidad plagada de adversidades, puedo observar que el cartel no está a salvo del exterminio, ya que cada vez se aleja más de su vocación original y su permanencia en el hábitat que lo vio nacer ha decaído. Su definición original se ha vuelto superficial y pareciera que es cuestionado, minimizado y desplazado –paradójicamente– por la incidencia del capitalismo y la aceleración de las tecnologías, mismas que en su momento lo impulsaron y determinaron. Estas in/de/trans/formaciones han afectado el rumbo del cartel y el motivo por el cual fue creado: habitar e informar desde las paredes de la calle.

Hoy que las calles están semivacías por un temor pandémico, simultáneamente advierto una especie de enfermedad reduccionista en el cartel; observo que hay conceptos inexplorados o poco abordados que merecen atención para revitalizar y redimensionar la función esencial de esta pieza de diseño. Habrá que concebirla quizá, como algo más que un mero producto para comunicar.

Revisar los paradigmas que prevalecen en el cartel me produjo analizarlo y vincularlo con algunas teorías para intentar ampliar sus dimensiones; por ejemplo, relacionarlo con los

“procesos multifacéticos del diálogo” que propone David Bohm (1997), con respecto a los cuales me dispongo a intercambiar el concepto de comunicación por el de diálogo, ya que la comunicación –en un análisis pragmático– me parece un ejercicio vertical que inhibe la posibilidad de intercambiar información y experiencias que conduzcan al conocimiento de las posturas reales de las personas que observan los carteles, a quienes, por cierto, se les denomina “receptores” (palabra que me parece desatinada, ya que me sugiere un receptáculo de carácter objetual para el que lo importante es solo “recibir” mensajes: el sujeto convertido en objeto).

Pero ¿qué ve el que ve? ¿Qué pasa con esos mensajes? ¿Con qué se conectan? ¿Es suficiente la noción semiótica para analizar este proceso dialógico en donde participan personas, sus saberes, experiencias y su biología?

A partir de estos cuestionamientos se cruzaron varias veredas sobre este trabajo y comencé a sentir la necesidad de complejizar las definiciones y los aspectos ontológicos del cartel. Inicié la revisión desde el concepto de definición que propone Norberto Chaves (Chaves, 2020), para posteriormente trazar un recorrido hacia terrenos personales de dudas en donde me propuse, primero, revisar los aspectos principales del cartel; luego, realizar una definición propia y, posteriormente, una redefinición que me permitiera insertar algunos elementos que considero importantes para transgredir la forma dominante de comunicación.

Redefinir exigió destruir, descomponer y de ahí volver a armar la estructura del concepto de cartel para los fines que me propuse: un cartel dialógico. Por ello me pareció pertinente retomar la propuesta de deconstrucción (Derrida, 1971), en donde se sugiere “la creación de un mecanismo creativo para explorar sobre la –posible– presencia de nuevos significados”. La acción deconstructiva me permitió observar de manera separada los componentes del cartel y de la comunicación. Durante esta corazonada mental, pensé en una vasija donde había que verter los elementos que creía necesarios, en combinación con aquellos que identificaban la idea de cartel: el cartel mismo.

Considero que el cartel social incluye una delgada línea de identidad con el ejercicio político. Por ello me propuse indagar la dimensión política desde de la visión de las Epistemologías del Sur (Santos, 2009), donde se pone de manifiesto la necesidad de una óptica alternativa al conocimiento dominante, sostenido fundamentalmente por modelos de desarrollo capitalistas que han sido detonantes de varias expresiones de la crisis en el mundo.

De Sousa Santos plantea la urgencia de otro tipo de racionalidad para reinventar la teoría crítica de nuestras necesidades actuales. En ese sentido, sugerí que la creación-acción de lo que denomino Cartel Co+Diseño incluyera procesos dialógicos para elaborar nuevas formas de creación gráfica en las comunidades, este contexto en donde transitan el diálogo y la gráfica con una mirada sostenible lo llamé Dialografías. Por cierto, en el curso de esta investigación me encontré con el concepto de contravisualidad, (Zielinski, 2021) que propone cuestiones afines a lo que aquí se sostiene: “el derecho a mirar e interpretar a nuestro modo” y, yo agregaría, de crear a nuestra manera y desde nuestras propias decisiones para incidir en nuestro devenir social y político.

Una forma de materializar esta propuesta de Cartel Co+Diseño, fue a través de desempeñar la figura de un “mediador de experiencias” en los talleres comunitarios que me propuse efectuar, por lo que fue de particular importancia esbozar algunos aspectos pedagógicos y estratégicos dirigidos a un ámbito social y político. Desde esta condición consideré la propuesta de la Pedagogía del oprimido (Freyre, Pedagogía del oprimido, 1970), en donde plantea necesario incluir la experiencia de los participantes, no desde una posición de “maestro que enseña”, sino desde una participación neutral en donde los conocimientos, los motivos y las formas de trabajo son propuestas por ellos y para ellos mismos, lo cual me hace pensar en el constructivismo en la educación, que plantea que el conocimiento no es el resultado de una mera “realidad preexistente”.

Sin duda, los paradigmas que observo en el diseño gráfico y en particular en el cartel, se establecen en la búsqueda de lo profesional y académico, lo cual desplaza aquello que no se encuentra en esa aspiración y, con ello, se vulnera la posibilidad creativa y creadora de quienes se encuentran en el estatus “no profesional”. En ese sentido creí necesario diseñar algunas estrategias didácticas y pedagógicas para intentar horizontalizar la creación y la creatividad; me di a la tarea de incluir en mi vasija de consideraciones la producción de carteles bajo una propuesta participativa y colaborativa, en oposición a un sistema académico que resulta en competencias y evaluaciones numéricas a través del concurso y la calificación como premio al desempeño.

En este trabajo, me referiré a la concepción “socialismo de la creatividad” (Camnitzer, 2018), en donde se democratiza el concepto de “creación incluyente” y se propone ignorar la competitividad egocéntrica. Esta forma de crear descarta el uso de referencias teóricas y

esquemas creativos utilizados en el cartel académico, concepto que con frecuencia persigue estándares visuales que buscan una valoración profesional influida por una estética aprobada por la propia academia, las bienales, los concursos, el prestigio y la fama personal. Busqué eliminar aquellos procesos que solo reconocen las cualidades del cartel bajo una visión esteticista, para asignar un valor importante a las experiencias y las rutas creativas en donde suceden diversas vivencias de los participantes que abonan a la construcción de un discurso colectivo y comunitario hacia los temas sociales y políticos de su territorio.

Más allá de un antagonismo creativo, advierto que algunos aspectos disciplinares en nuestro tiempo de crisis, requieren mayores competencias, saberes y experiencias para ampliar y diversificar el conocimiento que produzca bienestar en seres humanos y comunidades. Sin duda, mirar a través de una perspectiva transdisciplinar en el presente trabajo no fue una labor sencilla; sin embargo, me propuse aproximar algunos conceptos alusivos a la estructura que expresa el Manifiesto sobre la transdisciplinariedad (Nicolescu, 1996), en particular los que denomina “extravíos” que significan riesgos comerciales o de dominación. De igual manera, incluí algunas “cegueras del conocimiento” (Anaya, 2005), mismas que se ubican en “la racionalidad” doctrinaria impulsada por el mecanicismo y el determinismo.

Este trabajo constituye un reto personal en mi propia historicidad y me requirió “quemar las naves” de aquello que me representa profesionalmente, ya que, al cuestionar el diseño gráfico y la forma de comunicar mediante el cartel, me confrontó a mí mismo y a mi forma de crear. Sin embargo, no corté de tajo mi experiencia y aprendizaje como diseñador y comunicador; al contrario, lo integré a estas nuevas preocupaciones y ello me funcionó para ubicarme con mayor confianza en el sembrado de mis dudas. Probablemente partir desde el cartel, también me ayudó a entender el sentido de mi búsqueda que emerge desde el sentimiento de una praxis inconclusa en mi trabajo de diseño desde hace algunos años.

Para realizar este trabajo tuve que insertarme en un nuevo contexto de reaprendizaje, indagar informaciones y experiencias que no estaban en mi mapa de manera clara. Realicé recorridos y trazados conceptuales, imaginarios, creativos y geográficos, con sus respectivos traslados a diferentes comunidades de Veracruz y Baja California Sur, en donde codiseñamos imágenes, pensamientos y discursos con diferentes grupos y personas.

Recorriendo esta ruta, más que buscar generar conclusiones, se redireccionaron algunas intensiones hacia un conocimiento que invita a otras posibilidades epistémicas y pude percibir a través de este trabajo, la posibilidad de interactuar desde las periferias ontológicas de la imagen y el diseño, con otras áreas de conocimiento, con personas ajenas al diseño y con otras realidades que creia inconexas. Todo ello integrado desde el diseño de carteles. Sospecho que para salir mas o menos bien librado de esta compleja inmersión, será primordial fortalecer mi convicción para oponerme a los aspectos sistémicos enraizados en mi ser. Desde ahí trataré de mantener una actitud sensible y abierta para este camino, que hoy percibo como una ruta de oportunidades y alternativas para intentar emancipar la forma dominante de comunicar.

“...el sexto día creó al hombre,
el único ser de la creación hecho a su imagen y semejanza,
y destinado a dominar el resto de la creación...”

Moisés en el libro de Génesis

“La mayor expresión de poder
es cuando el súbdito quiere lo que quiere el soberano.
Es cuando el subdito hace lo que el soberano quiere
suponiendo que es su propia decisión.”

Byung-Chul Han

1: “La policía mató a los manifestantes.”

2: “Los manifestantes fueron muertos por la policía.”

3: “Manifestantes muertos.”

Teun A. van Dijk. *Análisis semántico-gramatical del discurso para
transformar la descripción de la situación y eliminar responsabilidades*

“Comunicarse es ampliar el poder en el otro.”

Friedrich Nietzsche

“Estamos peor pero estamos mejor,
porque antes estábamos bien pero era mentira,
no como ahora que estamos mal pero es verdad.”

Mario Moreno “Cantinflas”

I. Del sur al norte y luego al sur

Para dos terceras partes de la gente en el mundo,
el desarrollo connota siempre por lo menos una cosa:
la capacidad de escapar de una condición vaga,
indefinible e indigna llamada subdesarrollo.

Gustavo Esteva

Mi vida ha transcurrido en dos lugares principalmente: Minatitlán, Veracruz (al sur de México) y La Paz, Baja California Sur (al noroeste del país). Entre ellos existen una distancia de poco más de 2000 kilómetros y diferencias culturales significativas. Mientras el sur está conformado por un ecosistema diverso, con bosques de niebla, importantes ríos, abundancia de agua, una zona costera de altas temperaturas, e incluso lugares áridos y fríos, en el noroeste se encuentra ubicado el desierto, con altas temperaturas, una aridez cruda al nivel del mar y una presencia boscosa de encinos después de los 800 metros de altura, además de unos maravillosos litorales llenos de vida submarina.

Mientras el sur de la República Mexicana tiene una presencia importante y viva de sus culturas originarias, en el norte éstas fueron extinguidas en el siglo XIX durante el proceso de transculturización y rebeldía ante la llegada española. Hoy no hay un individuo originario local vivo en Baja California Sur, aunque por fortuna aun prevalece la cultura del rancho en las zonas rurales.

Minatitlán es la residencia de mi niñez y mi adolescencia. Ahí viví hasta los veintiún años y ese tiempo fue de experiencias importantes. En ese lugar realicé mis estudios de educación básica e hice algunas amistades significativas que prevalecen. Tengo muy presente la cercanía con mis familiares e incluso la muerte de mi padre y de mis abuelos paternos.

Después de estudiar la licenciatura en artes plásticas, regresar a Xalapa (Veracruz) para estudiar una maestría, me provocó revisar algunos fragmentos de memoria; recordé personas y cosas importantes en mi pasado y pude advertir que algunos de mis vacíos armonizan con escenarios en donde crecí y con sentimientos de ausencias profundas: mi lugar

de origen representaba algo que no me gustaba recordar y que ya era parte de un pasado al que yo le había hecho los honores el día de su entierro.

En el sur crecí con el deterioro ambiental en la retina, sobre todo aquel referido a la flora, fauna y ecología en general. El agua, el aire y la tierra sufrían un impacto fulminante al padecer los embates de la empresa Petróleos Mexicanos (PEMEX), ya que Minatitlán se encontraba rodeada por infraestructura petrolera: la Refinería General Lázaro Cárdenas del Río (en el centro de la ciudad y a un costado del Río Coatzacoalcos), el Complejo Petroquímico Cosoleacaque (en la salida sobre la Carretera Transistmica), hacia el noreste de Coatzacoalcos, el Complejo Petroquímico Pajaritos y, más adelante, hacia Villahermosa, Tabasco, el Complejo Petroquímico Cangrejera y luego el Complejo Morelos.

Las ciudades y pueblos cercanos a las instalaciones de PEMEX tienen particulares características: el aire está contaminado y huele a amoníaco, azufre y residuos quemados; las playas y ríos padecen derrames de chapopote y petróleo, entre otros desechos; la fauna acuática se ve afectada de una manera inocultable; incluso la pesca en la zona se evita porque el pescado adquiere el sabor del petróleo. Las periferias selváticas han sido deforestadas por la población en crecimiento y prolifera con gran demanda el comercio del alcohol y el tráfico de drogas es intenso y desatendido por las autoridades. Todo un pasaje dantesco.

En el territorio, Pemex genera no solamente el deterioro ecológico: su impacto afecta la salud de los habitantes y constituye un sistema de relaciones y rutinas en el que los trabajadores conviven principalmente con su arduo trabajo y una escasa vida recreativa. Por lo menos, así lo veía yo en aquel tiempo.

Decidí huir de este páramo expresionista en donde la crisis acarreaba hasta mi nariz aquel olor a desechos quemados. Mi brújula me hizo abandonar los dos años de estudios de ingeniería electromecánica y me llevó a la Facultad de Artes Plásticas en Xalapa para estudiar una carrera de diseño gráfico con un enfoque hacia la creación plástica. Allí tuve nuevas amistades, ritmos y actividades. Todo era nuevo para mí y finalmente encontré un nicho de libertad que me entusiasmó, me proporcionó autonomía, vivencias y reflexiones que me provocaron una gran satisfacción. Desarrollé allí las bases del oficio de diseñador gráfico y adquirí gusto por el dibujo y por el arte en general.

Durante mi etapa universitaria desarrollé un particular interés por diseñar carteles. Desde esta primera experiencia encontré en el proceso un disfrute en torno al cual podía

reflexionar, ampliar mi información, producir un discurso, crear imágenes y poner en práctica la síntesis de forma y contenido para intentar dialogar con el público. El momento de ilustrar me producía un gusto muy particular, algo que no había experimentado antes de la universidad. Incluso a la fecha disfruto ese momento de intimidad en el que lo que se piensa, se desea y se imagina se conecta y se vuelve real a través de la imagen. El cartel representó para mí un lugar en el que encontré el cúmulo de sensaciones que me hicieron falta durante mucho tiempo: un espacio creativo y libertario.

El presente, después de 25 años de estar fuera de Minatitlán, me da la oportunidad de observar mi pasado de otra manera, menos agobiante y con mayor gozo. Soltar la opresión de los recuerdos me da la oportunidad de rebautizarme y, en ese sentido, puedo ejercer mi derecho creativo para declararme originario del sur, de un sur umbilical, geográfico e involuntario. Desde esta república onírica me erijo como compatriota del absurdo, la tragedia y el azar. Y, claro, también está ese otro Sur al que se refiere Boaventura de Sousa Santos, que es concebido como una metáfora del sufrimiento humano causado por la opresión colonial y capitalista. Vaya nueva acta de nacimiento conceptual.

De 1991 a 1998 viví intermitentemente en Xalapa y después tomé la decisión de ir a La Paz a hacer una estancia de tres meses, que luego se hicieron seis, y después doce. Finalmente decidí permanecer en La Paz. Aquí vivo actualmente, en una situación muy distinta a la de Veracruz, ya que la edad, la experiencia y mi nueva familia le da nuevo sentido a mi vida. Tuve que dar un cambio a mi rumbo para llegar a donde hoy me encuentro y en donde he tenido gratas experiencias. Disfruto que estemos rodeados de unos litorales bellísimos. En La Paz descubrí que el mar me proporciona espacios vitales.

Sur y noroeste me agradan, son mi hogar contrastado, complementado. Son extremadamente distintos, pero presentan algunas coincidencias desafortunadas, como si me persiguieran: el constante comportamiento humano que produce deterioros y agresiones al medio ambiente; aspectos socioculturales que derivan en una transculturización con vacíos de identidad; un crecimiento poblacional desmedido que genera diversas crisis sociales y una alienación cognitiva derivada de los nuevos vehículos y procesos de comunicación.

Por todo lo anterior me interesa dirigir parte de las acciones del presente proyecto a estos dos lugares, lo que representa una oportunidad para retomar parte de mis experiencias

y llevarlas hacia el concepto de historiología² propuesto por José Ortega y Gasset (Gómez, 2020), y a partir de ahí trazar lo que denomino mi ruta historiológica colectiva³, para interactuar con dos comunidades que están distanciadas, pero que han sido parte importante de mi geografía personal y que integraré a este trabajo de manera conceptual y memorística.

El cartel se convierte para mí en un dispositivo que me da la oportunidad de conectar los aspectos personales, íntimos y creativos con diferentes comunidades y sus aspectos sociales, políticos y culturales; pero también significa la posibilidad de sumarme a las necesidades reales de las personas (esas que ellos mismos definan) en los diversos territorios para otorgar/les/nos el derecho a decidir que las voces (de todos nosotros) sean escuchadas, visibles y reflexionadas desde lo colectivo.

Estas premisas me crean la necesidad de revisar el cartel, sus significados y sus posibilidades, para partir desde ahí hacia mi interés de provocar el diálogo comunitario. Debo mencionar que, en la experiencia propia, advierto que el cartel ha cambiado y se ha transformado durante los últimos años, esto debido a los avances tecnológicos y su efecto masivo en la sociedad, hechos que me parecen trascendentales para abordar la presente experiencia.

Al iniciar los estudios en la METS, llegué al Centro Ecodiálogo y me topé con un nuevo universo, no precisamente desconocido, pero tampoco cercano. El entorno en el que me hallé inmerso en aquel tiempo me pareció una combinación de los estereotipos hippie, new age y boy scout, con su respectiva dosis de hedonismo, chamanismo y algo de una noble, incondicional e irrenunciable vocación por salvar al mundo, además de otros conceptos, digamos similares. Hablo de un eclecticismo de ojos cuadrados, para mí, que llegué con camisa de vestir y zapatos lustrados tipo “Lic”; sucedió en mí un estremecimiento, una suerte de amable conmoción que reacomodó juicios y prejuicios para que poco a poco entendiera que “la cosa” iba más allá de aquella superficial percepción.

2 José Ortega y Gasset afirma que la característica fundamental de la existencia humana es su constitución como ser temporal, y desde ahí busca mostrar las distintas formas en que, a lo largo del devenir humano, las personas han ejercido su propia historicidad. (Revisado el 24 de septiembre de 2021 en: <http://www.scielo.org.mx/pdf/hg/n54/1405-0927-hg-54-231.pdf>)

3 Propongo el término “Ruta historiológica colectiva” partiendo del concepto de “historiología” del filósofo español José Ortega y Gasset, y desde ese concepto, argumento que mi ruta historiológica colectiva contiene muchas rutas de carácter geográfico y narrativo, de experiencias propias y colectivas vertidas en la historia representada dentro de un tiempo y una geografía determinados como marco referencial: Veracruz y Baja California Sur.

Cuando me acerqué al término transdisciplina, a su significación y alcance, al disponerme a estudiarlo imaginé que el Centro Ecodiálogo representaría un ambiente de investigación literaria pragmática. En oposición a tal idea, descubrí que la forma de acercarnos a la perspectiva transdisciplinar, ligada a la sostenibilidad, era a través de exponer/nos a una búsqueda de nuevos escenarios en los que pueda producirse un equilibrio que revise todos los ámbitos, experiencias, quehaceres, ideas y espacios propios de la realidad humana: se trata de preservar la vida en el más amplio sentido de la palabra. Ingresando a la METS conocí un texto sobre la transdisciplinariedad en donde Nicolescu (1996) plantea la unidad del conocimiento para la comprensión del mundo presente y la define como aquello que permanece entre las disciplinas, lo que las atraviesa y lo que está más allá de ellas. Sin duda, esta información me provocó una seductora confusión, ya que hasta ese día mi formación y mi trabajo requerían conocimientos híper especializados relacionados con el diseño, la comunicación y la planeación estratégica con fines publicitarios.

Mi primera clase fue Eco Horticultura, tuve ahí una recepción cálida y fraterna; sentí como que me estaban esperando, impresión que me produjo bienestar y gratitud. “De aquí soy”, pensé. Pero esos sentimientos se fueron desvaneciendo durante las siguientes sesiones, sobre todo cuando se emitieron las primeras instrucciones: “Vamos a afilar machetes, hoy nos toca chapear”. ¿Chapear? ¿Afilan machetes? ¿Viajé 2,000 kilómetros desde La Paz para cortar pasto? ¿Mi clase es sobre las características de una lima? ¿Y la transdisciplina?

Efectivamente, uno crea su propio marco de realidad y un marco de realidad para cada cosa con la que uno convive, pero antes se introducen experiencias, referentes, cultura, imaginación y expectativas. Había, en ese momento, pocas coincidencias con éstas.

Como boomerang que bien lanzado va y viene, mi pensamiento en torno a chapear, matizado por los vaivenes de la sorpresa y la confusión, se empezó a acompañar de cierto enfado. Atónito, por si fuera poco, escuchaba cercana la voz de Daniel⁴, que machacaba: “agáchense mas para que el machete entre bien”. “Dejen que corra el brazo a todo lo largo”, “Peinen una zona parejita”... El sudor, el mío, empezó a manifestarse de tal modo que parecía una respuesta sorda, callada, sí, pero contundente y clara. Mientras, entre sonrisas y platica,

4 Daniel Ochoa es de esos personajes que uno encuentra por la vida y recuerda con frecuencia. Durante el primer semestre fue uno de los maestros (coaprendices) en la materia de Eco Horticultura. Incansable, dicharachero, alegre, profundo y buen compañero.

Daniel y don Jorge⁵ daban machetazos a siniestra y diestra con una habilidad que podría envidiar cualquiera.

Creí que como yo no cortaba el pasto suficientemente bien, se debía a que mi machete no estaba afiliado (obviamente no era así), por lo que me dispuse a sacarle filo y de pasadita a descansar. Entre el ir y venir de la lima... ¡Plug! Sonaba una gota de mi sudor al caer en la hoja de metal. Rumiando el sudor volví a escuchar: ¡Plug! ¡Plug! De pronto el afilado hierro, a través de una cortada en la yema de mi dedo índice, me apremió a poner atención en la tarea. El corte había caído exactamente en una ampolla que a su vez era gemela de otra surgida en el dedo pulgar y probablemente en el mismo instante que la otra.

Así transcurrió mi primera sesión de búsqueda transdisciplinar. Evidentemente, no quise quedarme a comer en la cocina de ecodiálogo, “ya parece”, pensé a media voz.

Ese día caminé a casa exhausto, desgarrado, con los mocasines llenos de lodo, ampollado, con un trozo de trapo sucio en la cortada del dedo y mi camisa impregnada de sudor seco. Pasados los días fui recordando esa escena, esa imagen que sería propia de alguna película neorrealista... o algo así. La vi con cierta dosis de humor y traté de traducir el mensaje de mi dedo cortado o, más bien, del machete que por más filo que le faltara tenía el necesario para cortar.

Mientras transcurría el tiempo, como un tejido complejo y multidimensional, la maestría se encargó de deshacer el apretado nudo que me representaba para convertirme en varios hilachos atestados de otros muchos nudos; pasaba yo por un proceso en el que me sucedían lo pensado, sentido, intuitivo e imaginado, pero también informaciones de carácter histórico, científico, espiritual y vivencial, más lo físico, somático y holístico. Toda una maraña de sensaciones y sentimientos invadidos por afanes de sembrar una nueva semilla: la búsqueda transdisciplinar y la acción colaborativa. La fusión de estas dos ideas me resultaba por demás inquietante.

La sacudida que sufrí durante este proceso me hizo sentir como aquel ser primitivo que descubrió el fuego. Sentí como la incertidumbre y el misterio asaltaban mi mente y ocupaban, por así decirlo, mi cuerpo. Me llegaron de pronto las dudas, unas específicas y

⁵ Don Jorge es, en el Centro Ecodiálogo, una especie de gurú del huerto comestible, buen conversador, hábil con las herramientas, de buen diente para la comida, respetuoso, amable, observador y con una sencillez envidiable. Me parece a veces que don Jorge es la respuesta hacia algunas incógnitas de la sostenibilidad.

otras abstractas, más la necesidad de enfrentar y confrontar mis experiencias de vida y, por supuesto, de entender la incertidumbre, empezando por precisar las dudas que en cierto modo permanecían confusas, indeterminadas. Entonces, como una consecuencia inmediata y franca me surgieron tres preguntas relacionadas con mi historia, mi oficio y mis preocupaciones:

¿Puedo colaborar con los escenarios en crisis que me rodean?

¿Cómo propiciar la transformación de la conciencia social desde el cartel?

¿Es posible la perspectiva transdisciplinar en el diseño gráfico?

Planteo estas tres preguntas de manera inductiva y preveo que no necesariamente tendrán una respuesta determinante. Realmente espero que me puedan ayudar a establecer una conexión entre mi pasado y mis necesidades actuales, o quizás sean un puente hacia mi búsqueda, mi realidad y mis prejuicios.

II. El cartel, significados, paradigmas y nuevas valoraciones

Comprometerse con un cambio de paradigma
es algo sensorial e inmediato,
así como epistemológico e histórico.

David Bohm

En el presente capítulo realizaré un recorrido sobre las definiciones del cartel a lo largo de su historia e incluiré la contribución de algunos autores que han sido significativos para la vida del cartel en México. Complementaré este panorama con una reflexión ontológica y crítica del cartel y, a partir de ahí, me aventuraré a crear escenarios personalísimos para orientar una definición propia e incluir una taxonomía deductiva que ampliaré de manera crítica. Hacia el final, relacionaré algunos paradigmas del diseño, la migración y el campo expandido del cartel y mi experiencia en esta disciplina, para la elaboración de una propuesta pragmática, dialógica y deconstructiva que busca transformar el cartel.

Con base en un marco teórico sociocrítico⁶ (Alvarado & García, 2008), con el cual propongo indagar el cartel como un dispositivo dialógico que busca poner en acción un discurso que emerge desde las comunidades a través de procesos participativos (y no como un absoluto producto de diseño y medio de comunicación), tomaré la iniciativa de definir el cartel desde sus significados comunes para posteriormente explorarlo a través de otras premisas que me orienten hacia sus dimensiones, propiedades y relaciones más profundas.

La palabra cartel tiene un origen etimológico occitano y a lo largo del tiempo ha sufrido diversas transformaciones. Durante el imperio romano se empleaba la palabra

6 El paradigma sociocrítico introduce la ideología de forma explícita y la autorreflexión crítica en los procesos del conocimiento. Su finalidad es la transformación de la estructura de las relaciones sociales y dar respuesta a determinados problemas generados por éstas, partiendo de la acción-reflexión de los integrantes de la comunidad. Aplicado en el marco teórico del presente trabajo, lo sociocrítico se considera como una unidad dialéctica entre lo teórico y lo práctico. Nace de una crítica a la racionalidad instrumental y técnica, preconizada por el paradigma positivista. Plantea la necesidad de una racionalidad sustantiva que incluya los juicios, valores e intereses de la sociedad, así como su compromiso para la transformación desde su interior.

“charta”, misma que aludía a un papel escrito usado para comunicarse, de ahí pasó al francés como “cartel”, significado igual a lo que hoy conocemos en español como “carta” (<http://etimologias.dechile.net/?ca.rtel>). Luego derivó en la palabra *póster* en inglés en donde *post* se traduce al español en fijar o pegar; también su origen proviene del latín *affictum* que se refiere a algo pegado o adherido. De allí pasó al francés *affiche* con el mismo significado; y luego al término cartel en la lengua española.

Consultando varios sitios de internet, puede tomarse como la definición más común aquella que sostiene que el cartel es un soporte impreso (frecuentemente de papel) colocado sobre una pared y que contiene un mensaje publicitario constituido por elementos gráficos que suele exponerse en un lugar público transitado por personas.

También existe la definición del cartel como un medio de uso exclusivo en la publicidad, en donde se afirma que “el cartel es aquel utilizado para comunicar una campaña publicitaria, hacer la promoción u oferta de un artículo o servicio y también para difundir información relativa a eventos de interés público, sean estos, espectáculos, conciertos, justas deportivas, películas, obras teatrales, ferias o exposiciones. Se coloca en los lugares de mayor visibilidad y pertinencia.” (<https://www.significados.com/cartel/>)

También hay algunas definiciones que van más allá y vinculan el cartel con el arte y la política, y mencionan que “el póster es un tipo de cartel que ha trascendido su función meramente publicitaria para tener un valor estético como manifestación artística. En este sentido, se valora al objeto por su composición en sí, de modo que se aprecia la técnica y los elementos empleados para su elaboración (dibujo, pintura, grabado, elementos gráficos, texto). Él póster también ha evolucionado como instrumento de protesta política y social. Asimismo, se ha aprovechado su formato para reproducir y masificar el consumo de obras artísticas.” (<https://www.significados.com/cartel/>)

Incluso hay algunas definiciones que abordan sus características materiales, físicas, históricas y publicitarias, como esta que describe que “el cartel, afiche o póster es un medio publicitario de primer orden, impreso en papel, generalmente de dimensiones mayores a un DIN A3 [297 × 420 mm] y que tiene la función de informar o formar [...]. Con la evolución de las artes gráficas y la utilización del color reapareció como elemento artístico, utilizándose para anuncios de cualquier tipo, publicidad o posters propagandísticos, siendo esta última función muy común durante todas las guerras del siglo XX y campañas políticas a nivel

mundial; existen hoy también, los conocidos como carteles o letreros luminosos [...].” (<https://defharo.com/disenio-grafico/carteles-posters-publicitarios/>)

Hay otras definiciones que abordan las funciones del cartel y su relación con quien observa, mencionan que “un cartel de publicidad es un medio de comunicación que debe transmitir un mensaje claro, contundente y eficaz, bien por medio de la tipografía, los gráficos o por ambos; el afiche publicitario debe captar la atención del espectador, debe impactar, y de alguna manera hacer que recordemos el mensaje, que por otra parte el cartel está obligado a transmitir y en el caso de los posters formativos deben inducir a tomar conciencia sobre la conducta que proponen”. (<https://defharo.com/disenio-grafico/carteles-posters-publicitarios/>)

Aunque éstas no son todas las definiciones existentes, hasta aquí podemos observar que la mayoría de ellas fundamentalmente describen los siguientes aspectos:

- a) Materiales: están constituidos por soportes de papel, láminas u otros.
- b) Técnicos: sus elementos principales son letras, ilustraciones y colores.
- c) Funcionales: la función del cartel es comunicar.
- d) Sobre su hábitat: es un medio de comunicación para ser ubicado en las calles u otros tipos de lugares públicos.
- e) Estratégicos: debe captar la atención, por lo que es diseñado con ilustraciones llamativas y pocos elementos que faciliten la memorización.

Estas definiciones aluden a características técnicas básicas que abordan de manera superficial la relación con el espectador y el universo que le rodea, pero no plantean otras dimensiones (éticas, estéticas, políticas y sociales, por ejemplo) que nos ayuden a revisar este objeto de manera más amplia.

También existen algunas definiciones que reúnen el esfuerzo de investigadores para abarcar otros conceptos, aunque al final profundizan en el tema del lenguaje con fines comunicativos y continúan dirigiéndose a los aspectos visuales, estéticos y sobre las propiedades discursivas del cartel como objeto, por ejemplo, esa que dice que “un afiche moderno será entonces una imagen por lo general en colores, casi siempre con un solo tema y acompañada por un texto líder que no suele exceder las 10 a 20 palabras con un argumento único; estará fijado y expuesto a la vista del peatón.” (Moles, 1976).

La siguiente definición intenta humanizar el cartel desde lo lúdico: “El afiche es en la pared como un gran actor en la pantalla, para (él) cualquier medio es bueno: el lirismo, la pirueta, el erotismo, el lloriqueo, la mistificación, el chantaje, el cinismo; todo, excepto el pudor (...) Es un *escándalo visual*.” (Bouza, 1981)

También existe esta otra definición, en donde se mencionan algunos aspectos emocionales y sensitivos, anteponiendo que “el cartel no debe ser solamente argumental, sino sobre todo sugestivo, insinuante... (para) provocar en el receptor reacciones afectivas y elaborar un mundo suprasensorial, desbordando el ámbito de los signos.” (Enel, 1977, como se citó en Gallardo, 2019)

Ante el universo descriptivo arriba citado, le asiste la razón a Norberto Chaves (2020) cuando connota al propio concepto de definición como “una delimitación del universo y las relaciones de sus áreas”. Por ello, las definiciones de cartel describen lo que se conoce de él y las relaciones con sus elementos materiales, formales y comunicativos. Pero, para los fines personales en materia del cartel social, me parece necesario realizar algunas valoraciones que



Figura 1. Jules Chéret (1836-1933)
Precursor del cartel.



Figura 2. Bal Valentino. Primer cartel
impreso por Jules Chéret, 1869.

vayan más allá de lo evidente, por lo que recurriré a la fenomenología (Merleau-Ponty, 1993) propuesta como el estudio de las esencias, en donde se afirma que “todos los problemas se resuelven en la definición de las esencias: la esencia de la percepción y la esencia de la conciencia, por ejemplo”. Ponty reubica las esencias dentro de la existencia que comprende a los humanos y al mundo a partir de su *facticidad*, es decir, a partir de una realidad que por más desatendida o inadvertida que sea, existe y no puede ser modificada.

Sin duda, las definiciones cambian de acuerdo con su contexto e historia. Aquello que dio origen a la definición del cartel después de sus primeras apariciones en Inglaterra (William Caxton en 1477) y Francia (Jean du Pré en 1482) (http://tv_mav.cnice.mec.es/Ciencias%20sociales/P_UD7/Contenidos_pud7.html), y posteriormente con la aportación de Jules Chéret en 1869 (figuras 1 y 2), es radicalmente distinto a lo que hoy pudiéramos definir como cartel, incluso considerando similitudes.

Para definir el cartel de hace 50 o 100 años quizá sería suficiente partir de la concepción de “crear un soporte (trozo de papel, cartón o lámina) con informaciones dirigidas a un público”. En ese sentido, todo soporte material que anuncia algo es un cartel, tanto el que gana un concurso u obtiene un premio o mención en una bienal internacional, como aquél que anuncia el precio de la verdura en el supermercado, el del perro extraviado o el que solicita mesero para trabajar en un bar.

Luego están los interactivos: desde el que está pegado en los postes y nos proporciona un número de teléfono para arrancarlo y solicitar un préstamo (figura 3), hasta ese del humano-cartel (*sandwichman* para los norteamericanos) deambulando por la ciudad, que carga en su espalda y pecho la información (figura 4). Todos ellos tienen un soporte material impreso y dirigen información al público. Entonces, me pregunto: ¿el volante que está pegado a la pared es cartel? ¿Una página de revista pegada en la pared es cartel? ¿Hace al cartel el solo hecho de informar y estar pegado en la pared o ser público? ¿Su tamaño o soporte?

Me parece que hoy estos componentes descriptivos ya no son suficientes; si lo fueran, estaríamos parados sobre la posibilidad de que el cartel ha muerto o esté agonizando, ya que cada vez observamos menos carteles en las calles, sobre todo aquellos producidos por diseñadores formados en la academia.

En apego a la definición original, el cartel depende de un soporte físico, es decir que se encuentra impreso o representado en un soporte o contenedor que frecuentemente es de



Figura 3. Cartel de préstamos, llamado así por el servicio que brinda y la interacción con el observador. La Paz, B.C.S.



Figura 4. Cartel homínido o Sandwichman. Ejemplo de una visión que convierte al trabajador en objeto. Xalapa,

papel, pero que pudiera ser de otro material como cartón, madera, lámina, PVC, plástico u otro. Este soporte para anunciar y hacer público el mensaje, originalmente es ubicado en un lugar con una cantidad de tránsito de personas importante, bajo la estrategia de que mientras más visto, mayor puede ser la efectividad del anuncio.

El cartel colocado en el ámbito urbano requiere la consideración de su tamaño o formato. Se prevé que éste debería funcionar y ser efectivo al ser visto en la calle, incluso desde la acera de enfrente o al ir en un automóvil o autobús, cosa que demandó el uso de grandes tamaños para facilitar ser leídos y lecturados.

Durante los inicios del cartel, éste se imprimió en grandes formatos bajo la técnica de litografía y offset (figuras 5 y 6), normalmente en pliegos completos, más grandes que los que hoy conocemos de tamaño ocho cartas u ocho oficios.

La distancia entre el ojo del observador y el cartel ha sido uno de los factores más importantes a lo largo de la historia de éste, ya que los elementos urbanos, entre ellos la calle, la pared, la distancia, el tráfico y el peatón, requirieron de la creación de estrategias visuales para para facilitar su percepción. Estos elementos generaron el sentido de lectura inmediata,



Figura 5. Carteles de gran formato en las calles de Londres, 1890. El tamaño y formato fue un aspecto importante del cartel.



Figura 6. Le Petit Sou / Théophile A. Steinlen 1900. Litografía en color sobre papel. 200 x 98 cms.

característica que a lo largo de su existencia se ha traducido en lo que hoy conocemos como la síntesis de la imagen.

Como podemos apreciar desde el origen del cartel, la síntesis visual ha estado presente. Por lo general, el cartel dispone de los elementos mínimos necesarios para comunicar. En ese sentido le viene bien la frase “Menos es más” del arquitecto y diseñador industrial germano-estadounidense Mies van der Rohe.

La economía visual que identifica al cartel ha provocado el desarrollo de estrategias creativas. Ahí, sus elementos se reducen a la menor expresión para consolidar un mensaje contundente, fácil de leer y memorable (figuras 7 a 10), estos últimos factores como componentes vertebrales de la publicidad.

Al parecer, todas las profesiones y oficios existen en un universo práctico antes de ser materia de estudio en las universidades, lo cual me convoca a la reflexión sobre estudiar aquello que ya existe al margen de la academia. El diseño gráfico y el cartel en particular se suscriben a esta aseveración: ya existían antes de ser una licenciatura o una materia de estudio

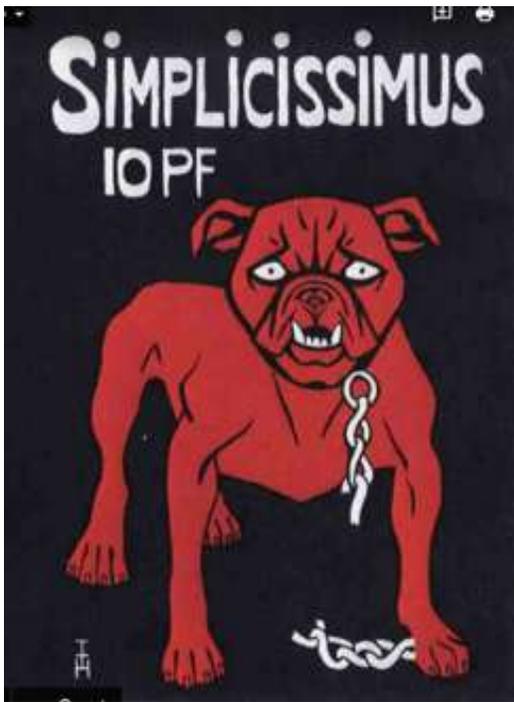


Figura 7. Thomas Theodore Heine. Simplicissimus, 1897.



Figura 8. Dmitriy Stakhievich. Cartel soviético, 1920.



Figura 9. Miguel Ángel Guzmán, Nicolás Severino. Cartel para el Partido Comunista México, 1979.

EN MÉXICO:
NOS FALTAN 43 Y MILES MÁS...



Ni perdón, ni olvido.

IMAGENES DE WUOLFA → COMPARTIR, IMPRIMIR, DENUNCIAR Y DESCUBIR

Figura 10. Andrés Mario Ramírez Cuevas, Cartel en México: Nos faltan 43 y miles más. México, 2016.

y tienen un vasto universo empírico digno de admiración. Para no ir más lejos, la obra gráfica de José Guadalupe Posada es una aportación cultural, gráfica y artística muy importante al universo del diseño gráfico pre académico en México.

La Olimpiada de México 68 fue algo que propició la apertura de esta carrera a nivel de licenciatura para atender los temas de imagen que ese evento internacional demandaba, de hecho, se realizó un diseño de imagen (a cargo de Lance Wyman y con apoyo de varios diseñadores mexicanos) que ha sido referencia en la historia del diseño gráfico.

México tiene una tradición importante en materia de diseño gráfico, es tan vasta que podríamos hablar de etapas que van desde el periodo prehispánico hasta nuestras fechas. Sin embargo, considero que los estudios académicos sobre el diseño gráfico en nuestro país se encuentran aún en un proceso de gestación. Esta carrera se ofertó por primera vez hace poco más de 50 años en la Universidad Iberoamericana. Hasta hoy, esta disciplina se ha abordado como un oficio especializado enfocado prácticamente a los aspectos de manufactura, actualización tecnológica y posibilidades estéticas. Por ello su lugar en la sociedad, sus aspectos epistemológicos y sus potencialidades socioculturales continúan redefiniéndose, en el mejor de los casos.

El diseño de cartel en nuestro país se ha gestado durante los últimos 50 años y este proceso inicia con dos fuentes principales: Imprenta Madero y posteriormente las escuelas de diseño gráfico. Por supuesto que habrá otras conexiones, como la obra pujante de José Guadalupe Posada o la llegada de migrantes internacionales a nuestro país, pero para los intereses propios me limitaré a mencionar estos dos casos que notablemente han influido en la vida del cartel y sus relaciones generales.

En los años 50, la Librería Madero creó una pequeña imprenta en donde trabajaban algunos integrantes de organizaciones antifranquistas, entre ellos José Azorín, Jordi y Francisco Espresate. El taller comenzó de manera modesta y conforme fue creciendo comenzaron a trabajar varios jóvenes, entre ellos Vicente Rojo, que se integró a Imprenta Madero en 1954. Rojo inicio ahí parando (componiendo) tipografía en tipos móviles para luego, en los 70, experimentar en el incipiente diseño gráfico. Incorporó elementos tipográficos a la imagen que trascendieron su funcionalidad informativa para entrar en el

campo estético; recurrió al uso de elementos gráficos innovadores, como la fotografía en alto contraste, barridos de color, obras de arte y complejos suajes y dobleces de papel.⁷

Vicente Rojo (Figs. 11 y 12) se volvió un referente en el diseño gráfico moderno. Por sus manos pasaron un sinnúmero de publicaciones como los libros de Ediciones Era (de la familia Espresate que eran las siglas de Espresate, Rojo y Azorín⁸), las revistas del INBA, la UNAM, el suplemento *La Cultura en México* de la revista *Siempre!*, *Artes de México*, *Nuevo Cine*, *Diálogos*, *Gaceta* del Fondo de Cultura Económica y la revista *Vuelta*, todo ello además de colaborar con el diseño para los diarios *Novedades* y *La Jornada*, principalmente.

Sumado al trabajo editorial, su quehacer incluye el diseño de tipografías, marcas y carteles. Ha sido reconocido con el Premio Nacional de Arte y el Premio México de Diseño. En sus 80 años de vida se le realizó un significativo homenaje (Rojo 80) por parte de universidades, alumnos y maestros en México. Entonces se produjo un catálogo con carteles de agradecimiento por parte de cuatro generaciones de diseñadores gráficos que celebraron al maestro.

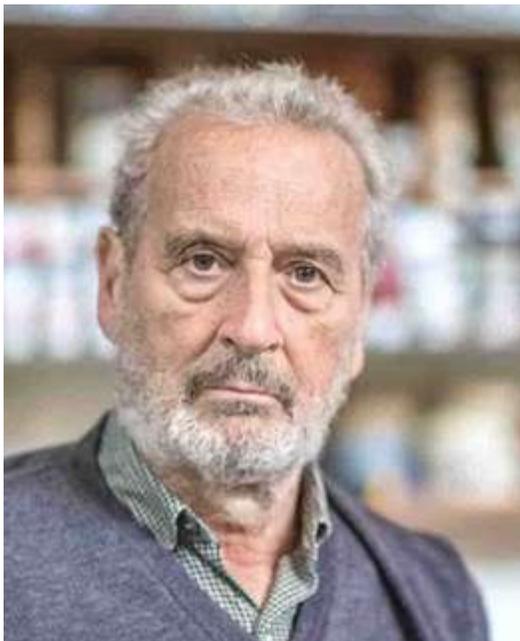


Figura 11. Vicente Rojo.

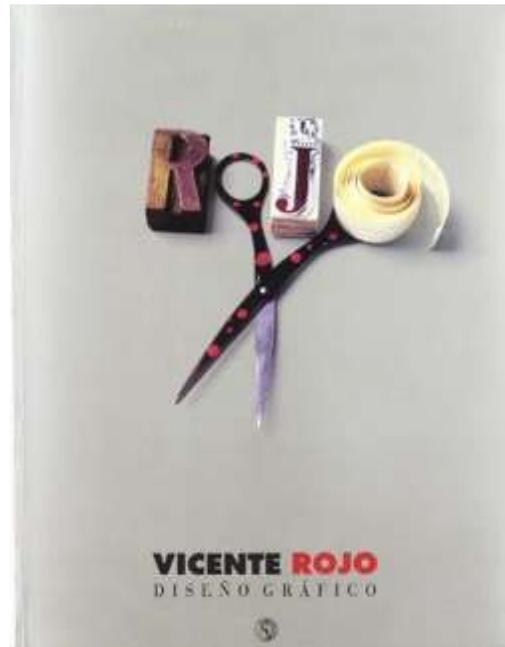


Figura 12. Catálogo sobre la obra gráfica de Vicente Rojo.

⁷ Para leer más sobre Vicente Rojo. (Revisado el 23 de mayo de 2021 en: <https://prezi.com/xtxopwcdgesr/vicente-rojo-y-la-imprensa-madero/?frame=f0720a339596790c6e9092886dd2439e46ac2fa9>)

⁸ <https://gatopardo.com/arte-y-cultura/neus-espresate-ediciones-era/>

En los años 70 se integró a Imprenta Madero un grupo de jóvenes diseñadores (Figs. 13 y 14), entre ellos Rafael López Castro, Adolfo Falcón, Bernardo Recamier, Germán Montalvo, Efraín Herrera, Peggy Espinoza, Azul Morris, María Figueroa, Alberto Aguilar, Pablo Rulfo y Rogelio Rangel, mismos que con el paso del tiempo fueron teniendo una importante presencia en el ámbito universitario y en actividades extramuros como foros, encuentros, jornadas y coloquios de diseño en varios estados. La semilla de Vicente Rojo empezó a diseminarse en las universidades mexicanas durante los años 80 y 90: floreció el cartel y, con él, la aparición de dos nuevos ingredientes: el concepto creativo y la síntesis discursiva.

Simultáneamente al desarrollo del cartel influenciado por el trabajo de Vicente Rojo y sus “discípulos” de Imprenta Madero, en las universidades se acuñaron las nuevas propuestas transferidas al cartel que favorecían un producto de diseño fuerte, contundente y expresivo en los medios.

Si bien el cartel ya contaba con sus características de origen (aspectos materiales, técnicos, funcionales, sobre su hábitat y estratégicos), durante el proceso de profesionalización y mediante el trabajo de los cartelistas salidos de Imprenta Madero se



Figura 13. Vicente Rojo y diseñadores. Fotografías (ambas) de Lourdes Almeida. Polaroid. 1998.



Figura 14. Atrás: Rafael López Castro, Luis Almeida, Germán Montalvo, Bernardo Recamier, Efraín Herrera. Al frente: Pablo Rulfo, sentados: Azul Morris, Vicente Rojo y Peggy Espinoza.

sumaron los elementos “concepto creativo” y “síntesis”, mismos que se trasminaron hasta los programas de estudios universitarios que incluían en su matricula la materia de Cartel.

La presencia de concepto creativo y síntesis de la imagen impregnaron la estética de los últimos cincuenta años en los carteles creados en México por cinco generaciones de diseñadores, de 1970 al 2020 (Fig. 15). En este cartel se observa que la característica más importante es incluir un concepto o lo que frecuentemente llamamos “idea” en el diseño.

Pero ¿qué es una idea a diferencia de un concepto? José Ortega y Gasset (Diez, 2017) sostiene que las ideas son los pensamientos y razonamientos sobre determinado tema, que a un sujeto le surgen, de manera original o inspirándose en las ideas de otro. Idea es el término que usamos para denominar el resultado de la actividad intelectual.

Basándonos en la propuesta de Gasset, la idea en el diseño de cartel puede estar constituida por razonamientos en torno a la forma de abordar un tema y traducirlo a un lenguaje gráfico.

Por su lado David Hume (2010) define idea como “una misteriosa potencia de la mente y una circunstancia extraordinaria del pensamiento”. Sin duda este autor concibe en torno a la idea, una estrecha relación entre el pensamiento, lo creativo y aquello que está fuera de lo ordinario y lo común. En ese sentido podemos considerar que la idea en el cartel



Figura 15. Tres carteles con conceptos creativos y síntesis. Izquierda: Rafael López Castro, al centro: Alejandro Magallanes. A la derecha: portada de revista de Germán Montalvo.

es representada por un mensaje gráfico que propone, con la integración de sus componentes, un discurso creativo con una dosis de originalidad.

Mientras, en el Diccionario Filosófico Marxista (M. Rosental, 1946), idea es literalmente “lo que se ve”, es la imagen; y designa (diseña) el “sentido”, la “significación”, la “esencia” y está vinculada estrechamente con las categorías de pensamiento y ser. Por lo tanto, esta tercera definición de idea proveniente de Marx, nos traza la “idea” como una imagen diseñada con un sentido y un significado relacionado con el razonamiento.

En ese sentido valdrá la pena aclarar que existe una notable diferencia entre *la idea en el cartel*, que es un concepto vertido en una imagen creativa a partir de un planteamiento racional, y *la idea de cartel*, que es el cartel en sí mismo, concebido como un objeto para hacer público un mensaje en el ámbito urbano.

Un término relacionado con la representación del pensamiento a través de la imagen construida, es el “concepto”. El mismo diccionario marxista (M. Rosental, 1946) lo describe como: “una forma del raciocinio humano mediante la cual se expresan los rasgos generales de las cosas”. Marx alude a que el conocimiento de la naturaleza del ser humano comienza con las percepciones y el concepto es el resultado de una síntesis perceptiva abstracta para formar nuevas conexiones y propiedades de los fenómenos y de las cosas. Es decir, el concepto es el hecho de expresar o recrear un discurso a través del razonamiento para representar una cosa nueva u original mediante la imagen. De manera inductiva, en el presente trabajo propongo que ambos términos, idea y concepto, están relacionados en cuanto a la vocación creativa, intelectual y discursiva en la imagen. En consecuencia y por mero afán metodológico, recurriré a un esquema para establecer la diferencia que existe entre el cartel académico/profesional y los carteles realizados por necesidad o urgencia (cualquiera que fuera) y que son resueltos por personas que no tienen una formación profesional o académica en el diseño gráfico; a este cartel lo denominaré “cartel vernáculo” (Fig. 16), cuyo opuesto sería el realizado por personas profesionales que adquirieron ciertos conocimientos de tipografía, composición e ilustración de conceptos en el aula para diseñar un cartel. A este cartel lo llamaré “cartel académico/profesional” (Fig. 17).

Aclaración: la asignación de los nombres académico/profesional y vernáculo no tienen una intención peyorativa o discriminatoria; vale la pena reconocer que existen carteles vernáculos



Figura 16. Carteles “vernáculos” en una pared de Xalapa, Veracruz.

En la actualidad muchos de los carteles que se observan en las calles son impresos en tamaño doble carta, de ahí su denominación de Cartel tabloide.

que son más efectivos que determinados carteles profesionales, y que, cuando quieren decir algo, lo dicen de manera literal y clara.

El cartel vernáculo es un caso muy interesante de analizar ya que su existencia ha soportado el paso del tiempo y los embates de todo tipo, incluyendo la economía y la tecnología; de hecho, se ha fortalecido con ellas, ya que hoy día su creación no requiere la inversión económica para contratar a un profesional.

Este tipo de cartel requiere satisfacer tres necesidades primordiales para existir:

1. Estar ubicado en un soporte bidimensional (papel principalmente).
2. Tener un carácter público.
3. Emitir un mensaje.

El cartel vernáculo puede ser visto con cierto desprecio por los diseñadores profesionales. De hecho, frecuentemente se le suele llamar letrero o anuncio.

Por su lado, con el paso del tiempo el cartel académico/profesional ha ido desapareciendo; su presencia ha disminuido notablemente en las calles y las nuevas



Figura 17. Carteles del tipo académico/profesional expuestos en el Museo Franz Mayer.
Actividad de la 16ª Bienal de cartel en México.

Imagen tomada del sitio ADN Cultura (Por Lourdes Gómez, 24 noviembre, 2020)

tecnologías digitales lo han transformado en otras expresiones distintas que se alejan del soporte impreso. Este cartel requiere la presencia de los siguientes elementos:

1. Estar ubicado en un soporte bidimensional.
2. Tener un carácter público.
3. Ser un mensaje.
4. Incluir un discurso que exprese una idea original.

A diferencia del cartel vernáculo, el académico/profesional es más costoso, requiere una mayor inversión en la contratación de diseñadores profesionales y en su reproducción, ya que la impresión de formatos medios o grandes aumentan el presupuesto.

Estos dos tipos de cartel evidencian implicaciones ideológicas en torno a las antinomias profesional-vernáculo, creativo-común, grande-pequeño, entre otras, lo que extensivamente produce variables de orden estético en el área del diseño, pero también dan cuenta de una incidencia de la visión capitalista, que prioriza los aspectos comerciales por encima de los humanos.

Es esencial para esta investigación, incluir la relación entre el objeto (cartel) y el sujeto (creador y observador) para analizar su forma de interactuar, así como los procesos

sociales, artísticos o políticos que a partir de ahí se producen, más su función como un medio para promover el diálogo colectivo⁹ y la conciencia social¹⁰.

Podríamos observar las relaciones del cartel partiendo de una narrativa que incluye veinticinco puntos durante un circuito –en la experiencia propia– en que se concibe el cartel como un medio de comunicación. Al final del circuito incluiré algunas posibilidades relacionadas con lo que Charles S. Peirce llama pragmatismo¹¹.

El circuito inicia en la necesidad del encargado o motivo (1), que da la encomienda al diseñador (2), quien realiza una investigación inicial sobre la información a anunciar (3), propone un planteamiento creativo (4) para traducir la información en signos gráficos (5), buscando establecer una idea (6), mediante el trabajo técnico personal para representar el mensaje (7), que a través de los diversos elementos del diseño (8), crea el cartel (9), mismo que requiere de los materiales (10) y la tecnología (11) para ser reproducido de acuerdo con los fines que convengan (12). Y luego el cartel debe tener un hábitat (13) para cumplir su cometido, que es comunicar (14) a través de un mensaje (15) y por lo tanto se dirige a un espectador (16), mismo que traduce o decodifica el mensaje (17), y a partir de ahí –sucede lo que considero más complejo de analizar–, quién recibe el mensaje toma una postura (18) que podrá o no derivar en acciones (19), que si suceden (20), podrán ser reflejadas en la conducta del individuo (21) y en la sociedad (22), para que a su vez, se produzcan nuevas mediaciones (23) en las que podrán suceder –o no– hechos multiculturales ilimitados (24) que trascienden a nuestra vida cotidiana (25). A partir de este punto, se puede reiniciar el ciclo.

9 El “diálogo colectivo” es un concepto que propongo abordar de manera heurística en el taller de “Cartel Co+Diseño” para incentivar la participación discursiva, creativa y activa de los diversos habitantes de una comunidad. Este concepto se aborda a través de la palabra, desde la experiencia de cada participante y parte de la reflexión individual, que conforme se replantea va adquiriendo un carácter colectivo y colaborativo.

10 Propongo en concepto de “Conciencia social” como aquello que puede definirse como el conocimiento que una persona tiene sobre el estado de los demás integrantes de su comunidad. El individuo con conciencia social está informado y dispuesto a ponerse en acción para favorecer su entorno y no perjudicar a otras personas que ahí habitan.

11 El pragmatismo es quizá la doctrina peirceana que ha adquirido más notoriedad, pues llegó a convertirse en el movimiento filosófico dominante en América a finales del siglo XIX y principios del XX. Lejos de interpretaciones que ponen el énfasis en lo útil o en lo práctico, el pragmatismo original propugna que la validez de cualquier idea debe basarse en sus consecuencias para la conducta. El pragmatismo surge inicialmente como un método lógico para clarificar conceptos con la siguiente formulación escrita por Peirce en 1878: “Considérese que efectos, que pudieran tener concebiblemente repercusiones prácticas, concebimos que tiene el objeto de nuestra concepción. Entonces nuestra concepción de esos efectos es la totalidad de nuestra concepción del objeto”. (Revisado el 7 de mayo de 2021 en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5738605.pdf>)

Esta narrativa tiene intervenciones de diversas disciplinas y pudiera ser una definición pragmática que incluye una gran cantidad de procesos que no se reflejan en una descripción convencional, incluso apertura procesos complejos con áreas como la lingüística, antropología de los objetos, metodología de la investigación, semiótica, estética, técnicas de materiales, nuevas tecnologías para impresión, medios digitales, mercadotecnia, pragmática, sociología, filosofía, psicología, ética e inclusive política. De aquí surgen varias relaciones del diseño de cartel con su entorno sistémico, por lo que me propongo realizar la siguiente descripción personal de cartel:

Mi proceso definitorio del cartel inicia en la consideración del encargante o motivo creativo, mismo que implica al diseñador realizar una investigación inicial sobre la información a anunciar para proponer un planteamiento creativo y traducirla en signos gráficos, buscando establecer una idea o concepto mediante la representación del mensaje a través de diversos elementos del diseño, procesándolos mediante materiales análogos y/o tecnológicos de acuerdo con los fines estéticos que convenga. El cartel debe tener un hábitat para cumplir su propósito de comunicar a través de un mensaje dirigido al espectador, que traduce o decodifica el mensaje; y quién recibe el mensaje, toma una postura que podrá o no derivar en acciones eventualmente reflejadas en la conducta del individuo y en la sociedad para que, a su vez, se produzcan nuevas mediaciones en donde podrán suceder –o no– fenómenos multiculturales ilimitados que trascienden a nuestra vida cotidiana.

En nuestro actual mundo tecnologizado, que da cabida al teléfono celular, por ejemplo, no se necesitan paredes ni avenidas para anunciar un cartel. Tenemos *bits*, muchos, infinitos, más que calles para anunciar y los tenemos a la distancia de la mano, a lado de nuestra almohada, en la mesa y hasta en el baño. Hoy la tecnología y los teléfonos celulares nos saturan constantemente de anuncios publicitarios y nos convierten en una especie de *seres bitsuales*¹². Y es que en el teléfono celular se hace de todo y cada vez menos llamadas telefónicas; en ese universo casi todo es anuncio y publicidad; funciona como un enlace para

12 Término personal que asigno a las personas que tienen por costumbre estar constantemente en contacto visual con los bits de la imagen digital.

llevarnos a otro lado con fines comerciales y de consumo: marcas, anuncios, textos, películas, videos, educación, clases, comida, revistas, noticieros, servicios, bazares y otros.

El espacio virtual en el teléfono celular abre nuevas posibilidades ontológicas al cartel, que puede ser observado como la imagen fija original, pero también se puede transformar en imagen animada, en movimiento, interactiva, entre otras variables.

Esta “nueva pared digitalizada” le demandó al cartel despojarse de algunas características principales, como, por ejemplo, ser ubicado en un soporte físico con una adecuada y preconcebida distancia entre el ojo y el cartel. Al omitir esto, entonces deja de ser un cartel para llamarse *gif* animado, meme, *banner*, *post*, *flyer*, *landing page*... Esta nueva condición le requiere al diseñador actual de carteles abandonar los conceptos tradicionales establecidos desde la teoría, la academia y la visión pragmática arraigada en la costumbre del saber hacer carteles.

Por su lado, el cartel social de manera característica convoca al ejercicio de la reflexión y la conciencia, traduce gráficamente una determinada preocupación que recurrentemente proviene de un problema o situación en crisis. Es un acto visual que convoca, pero también provoca e invoca, llama y denuncia. El cartel social es entonces un acto político de reflexión que implica otros campos disciplinares.

Cuando llegué a la Maestría en Estudios Transdisciplinarios para la Sostenibilidad (METS), registré un proyecto que tenía el objetivo de crear carteles sociales y analizar la relación entre el creador, el mensaje del cartel (medio-artificio) y los efectos (acciones) producidos. Mi trabajo en el cartel y mis dudas sobre una “comunicación real” en mi oficio me llevaron a revisar el concepto de pragmática hace apenas algunos años. Ahí surgieron dudas que me planteé al egresar de la licenciatura en artes plásticas y emergió también la necesidad del análisis y la reflexión en torno a la imagen, su percepción y su relación con quien la observa. Esto me acercó a la maestría con una perspectiva transdisciplinar. Tenía yo un interés en saber qué sucede con quien observa, su interpretación y la acción que la persona puede efectuar –o no– después de ver un cartel. Representó esto un motivo prioritario para iniciar esta investigación.

Supuse entonces que, para atravesar, sumergirse y surgir de otras disciplinas, habría que indagarlas, o por lo menos acercarnos a ellas y a una cantidad importante de autores. Creí

—en ese momento— en la posibilidad de un gran problema derivado de revisar la psicología, sociología, filosofía y hasta la antropología social.

Posteriormente concebí una cercanía a teorías que narran preocupaciones similares a mi búsqueda, sobre todo aquellas ubicadas en la semiótica, lingüística y comportamiento de masas. Incluso imaginé realizar encuestas y entrevistas en una galería con carteles expuestos, para recabar información relacionada con el acto de observar mediante formularios. En todos estos procesos me ubicaba de manera individual fuera de las situaciones, a lo lejos, como un observador y analista.

Revisar estas intenciones previas me provoca reconocermelo inmerso en un universo en donde es común recurrir al interés individual, desde un pensamiento igualmente individual, y claro, en consecuencia, con soluciones individuales. Una especie de *pin pon* en la pared.

Con el paso de los días en la METS, fui observando una serie de paradigmas aprendidos y prejuicios bien acomodados sobre mis hombros. Poco a poco me fui replanteando la conjugación de mi interés en la imagen y la oferta que me hacía la maestría con relación a la transdisciplinariedad y la sostenibilidad. Estas dos intenciones fueron dejando en mí algunas palabras claves: cartel, imagen, redescubrimiento, disrupción, reflexión, conciencia, acción, unidad y esperanza (Figs. 18 y 19).



Figura 18. Actividades de la METS. Izquierda: Actividades de la materia Eco Horticultura en el huerto alimenticio del Centro Ecodiálogo. Xalapa, Ver. (2017)



Figura 19. Derecha: Imagen de yunta y campesino, tomada durante los recorridos en la materia “Trabajo de campo I”. Xalapa, Ver. (2017)

Empecé a advertir que las inquietudes de mi presente no están desligadas de mi pasado, sino todo lo contrario; me han forjado y orientado hacia lo que hoy me conforma, sin atavismo alguno. En ese sentido, hoy retomo planteamientos que tienen su origen en algunos escenarios de crisis que hoy decido confrontar. Tal hecho, indefectiblemente contribuye a crear una percepción crítica y adversa de la realidad, ya que mis primeros 20 años transcurrieron en medio de incontables antagonismos, lo que ahora es distinto, pero no tan desigual, porque de hecho me reconozco inmerso en un entorno que, entre espejos y reflejos, me informa que vivimos en una sociedad que se deteriora por múltiples factores, es decir, de prácticamente toda índole, desde lo social y político, hasta lo económico, pasando por cuanto hay que pasar como individuos, grupos o sociedades en franca desventaja.

De alguna manera, el cartel me regresó a Xalapa; aunque ahora mi intención tiene un sentido distinto al de crear carteles. Me dispongo a revisarlo desde sus componentes más básicos, hasta indagarlo desde una posición más compleja.



Figura 20. Litografía de Alphonse Mucha, 1897.
Influencia del arte (Art Nouveau) en el cartel.



Figura 21. Alan Aldridge, Cartel de cine para
Chelsea Girls de Andy Warhol. 1968.
Influencia del surrealismo.

Anteriormente me he referido al cartel social, denominación que surge de una categorización que responde a temas de esa índole. La taxonomía del cartel se ha diversificado con el paso del tiempo debido a la multiplicación de sus sentidos y temas; sin embargo, hoy parece que la distinción entre tipos de cartel es más diversa.

Durante la segunda mitad del siglo XX se clasificaba al cartel de acuerdo a su función o al tema preciso del que trataba; en 1972, John Barnicoat publicó su libro *Los carteles, su historia y su lenguaje*, una importante compilación que narra la vida del cartel desde sus inicios. En él menciona algunos tipos de cartel, entre ellos los que se elaboran bajo la influencia del arte, en particular del *Art nouveau* (Fig. 20), el simbolismo, el movimiento *hippie*, el expresionismo, realismo y surrealismo (Fig. 21). En este texto se hace referencia a la importancia del contexto social del cartel como reflejo del habla popular, el humor, la política, la revolución y la guerra. Sin duda este documento es una importante contribución para recuperar la memoria gráfica del cartel. Aunque menciona algunos tipos de cartel, no establece propiamente una taxonomía.

Para finales del siglo XX, se hablaba ya de una tipología del cartel en las universidades. Durante ese tiempo podíamos encontrar y reconocer los de cine, el taurino, lucha libre, circo, box, ecológico, político, social, cultural y comercial (Fig. 22), por mencionar algunos. Los tipos de cartel eran definidos de acuerdo con su carácter temático, aunque ya se empezaba a considerar una tipología basada en su propósito.

Si hoy buscamos en internet, encontramos información sobre la taxonomía del cartel basada su propósito y los describe como “informativo, publicitario, normativo, promocional, artístico o decorativo y de protesta” (<https://www.caracteristicas.co/cartel/>); e incluso, los encontramos organizados según su mensaje “publicitario, educativo, propagandístico, cultural, de autor y social” (<https://www.paredro.com/6-distintos-tipos-cartel-segun-tipo-mensaje/>); y en algunos casos, hasta por su tamaño.

La organización temática inicial era directa y clara, aunque insuficiente; por su parte, la reciente organización que considera el propósito o mensaje, puede provocar confusiones, ya que, como planteamos antes, todo cartel informa, publicita y propaga.

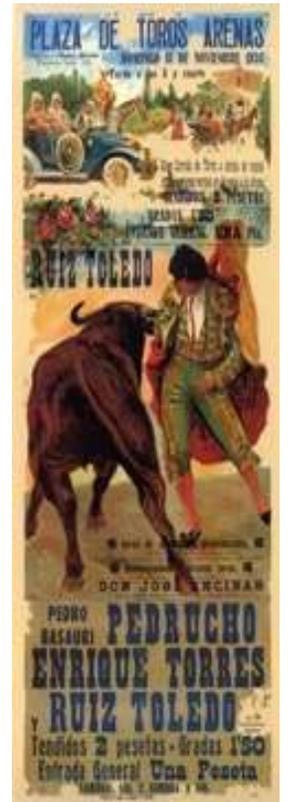
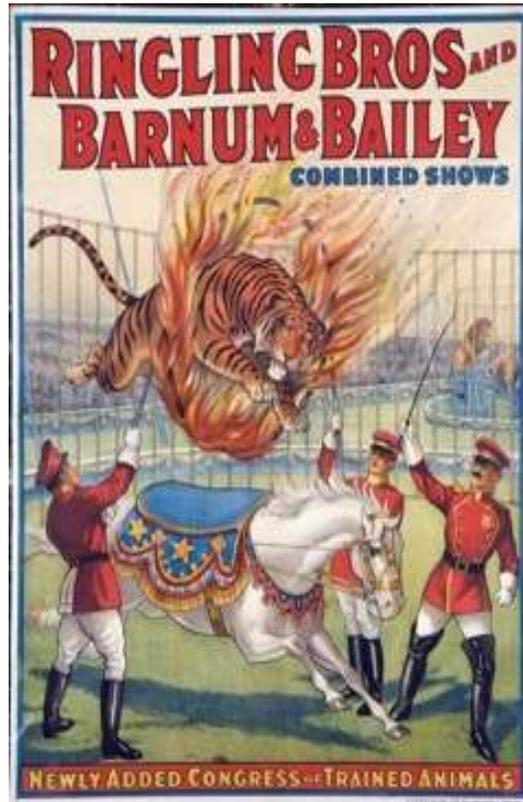
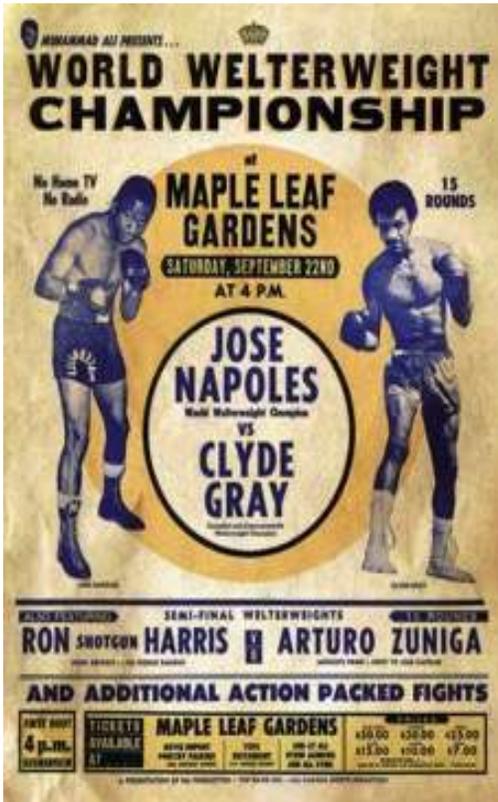
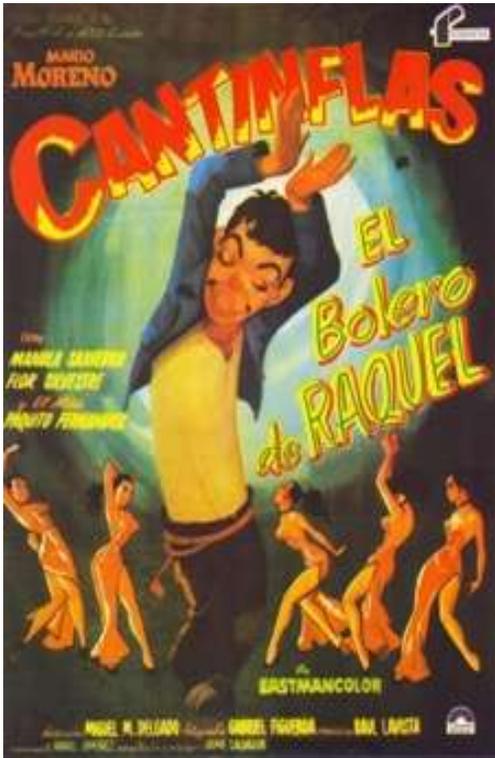


Figura 22. Seis carteles correspondientes a una taxonomía de la segunda mitad del siglo XX. Arriba: carteles de cine, lucha y político; abajo: carteles de box, circo y toros.

Valdrá la pena realizar un esfuerzo ante tales consideraciones y correr el riesgo de proponer una diferente clasificación del cartel. De acuerdo con lo anterior estableceré seis variables, mismas que confío que puedan abarcar la vasta existencia de esta pieza de diseño:

1. Cartel cultural: habrá que partir de que este género incluiría a todos los carteles, sobre todo si consideramos que la cultura es la expresión globalizada de la sociedad y que aquí caben todos los temas. Para fines de clasificación, sin embargo, pudiéramos incluir aquí únicamente los carteles que tienen la finalidad de promover actividades relacionadas con las manifestaciones artísticas o sus derivaciones hacia aquello que conforma la vida cultural, como el arte, artesanía, gastronomía, oficios, historia, lectura, entre otros; así como cualquier parte de los procesos de las áreas antes citadas: lectura de poesía, taller de pintura, exposición de escultura, muestra gastronómica, seminarios de diseño de interiores, elaboración de talabartería, etcétera (Fig. 23).
2. Social: alude a su nombre y aborda una temática de carácter social y tiene la intención de informar a la comunidad sobre eventos, actividades o acciones de concientización sobre el bien común. Por ejemplo, aquellos bajo los temas de salud, derechos humanos, ecología, medio ambiente y educación, por mencionar algunos (Fig. 24).
3. Político: transmite una ideología política y frecuentemente recurre a difundir mensajes de un partido, personaje, consigna o evento ligado a un tema político. “En cualquier contexto, ya sea ideológico, político o religioso, el cartel de carácter político apunta un cambio, expresa el malestar social y el derecho a la disidencia de una comunidad, una organización o un partido político.”¹³ Por ejemplo, el cartel de un candidato a un puesto de elección popular, un cartel que promociona un partido político o un cartel con una consigna o frase de identidad de un movimiento político, entre otros (Fig. 25).
4. Entretenimiento o espectáculo: son los que tienen el objetivo de anunciar un evento relacionado con el espectáculo y el entretenimiento, entre ellos, cualquier evento deportivo, corridas de toros, circo, conciertos, lucha libre, cine, ajedrez, billar y carnavales, por mencionar algunos (Fig. 26).

¹³ El género del cartel político: sus principales características (Revisado el 17 de agosto de 2021 en <https://www.infodesign.org.br/infodesign/article/viewFile/720/431>.)



Figura 23. Cartel cultural,
Wieslaw Walkuski.



Figura 24. Cartel social,
Sergio Grande.



Figura 25. Cartel Político,
Shepard Fairey, 2008.

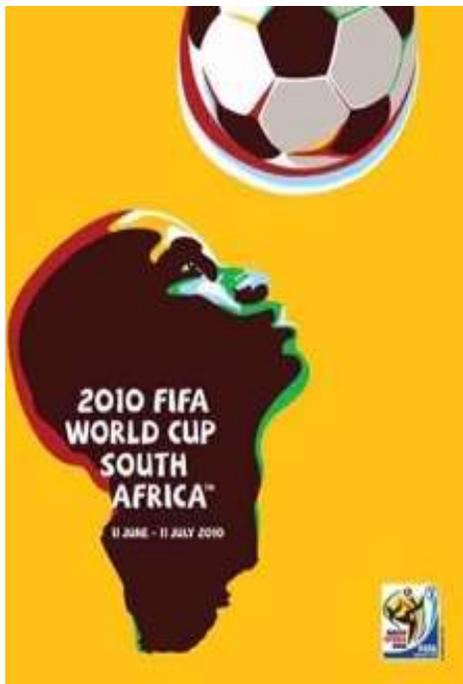


Figura 26. Cartel de espectáculos,
Agencia Switch.



Figura 27. Cartel comercial,
Norte Branding.



Figura 28. Cartel de autor,
Gran OM & Co, 2018.

5. Comercial: este tipo de cartel promociona la venta y consumo de productos o servicios. Constantemente hace uso de imágenes reales para incentivar la compra; informa sobre el producto y promueve la marca de la empresa a los consumidores (Fig. 27).
6. De autor: éste puede tener un vínculo con cualquiera de los anteriores y se caracteriza por ser realizado sin la necesidad de tener un encargante o alguien que solvamente económicamente el servicio de diseño (Fig. 28).

Esta tipología o taxonomía que planteo, busca incluir la mayor parte de los carteles existentes, aunque cabe mencionar que casi toda clasificación es arbitraria y presumiblemente inexacta, ya que no es suficiente para representar el extenso ecosistema del cartel¹⁴ que existe en la realidad actual, en donde con frecuencia suceden migraciones, derivaciones y variaciones que abren una recategorización casi *ad infinitum*.

Cabe la posibilidad de que un cartel pueda presentar características de dos o más tipos. Tal puede ser el caso de un cartel que difunda la frase del Ché Guevara “Hasta la victoria siempre”, que tendría una carga política, sí, pero a su vez, una carga semántica hacia lo cultural y lo social.

Además del tipo de cartel, también existe el género del mensaje, es decir, aquellas características generales de la información que tienen una forma determinada en su manera de comunicar, mismas que pueden estar representadas en las siguientes variables:

1. Sensibilización: aquélla que nos hace reflexionar sobre determinada cosa, sea ésta de índole comercial, social, política o cultural (Fig. 29).
2. Inducción: aquélla que a través de su mensaje nos induce a realizar determinada acción, como comprar, asistir, votar o reunirnos, por mencionar algunos casos (Fig. 30).
3. Homogeneización: género del mensaje que busca crear un sentido de pertenencia o identidad masiva o grupal con determinadas uniformidades. Por ejemplo, promover una identidad moderna mediante productos de moda, ser responsable con la salud a través de

¹⁴ Término utilizado para hacer alusión a un sistema amplio del cartel para relacionarse con todas las posibilidades materiales, lingüísticas, discursivas, estéticas, sociales, temporales, ontológicas, éticas, políticas y aquellos que procesos que migran del área del diseño o la comunicación para establecer otras relaciones epistemológicas.



Figura 29. Sensibilización sobre la deforestación.
Maja Zurawiecka.



Figura 30. Induce a no caminar y rentar un auto.
Empresa Hertz.



Figura 31. Homogeniza el deber de ayudar.
Amnistía Internacional.

una campaña de vacunación, o, exaltar el sentido de pertenencia a un estatus económico con la compra de determinadas marcas de autos, entre otros (Fig. 31).

En el cartel también hay algunas categorías discursivas:

1. Carteles que evocan: se enfocan en la memoria, el recuerdo de la historia, un personaje, lo conmemorativo o alguna festividad tradicional, por mencionar algunos. (Fig. 32)
2. Carteles que convocan: anuncian públicamente un acto para que las personas interesadas participen o formen parte de él: para responder a convocatorias, asistir a conciertos, comprar algún producto, por mencionar algunos (Fig. 33).
3. Carteles que provocan: producen mensajes con cierto estado de ánimo o sentimientos hacia el público o persona para generar una reacción. Por ejemplo, aquellos mensajes que nos inducen para unirnos a una causa social (el agua se acaba, cuidala), discursos que detonan ir a votar por un cambio político, personaje o de partido (necesitamos un cambio, vota por Morena), nos informan de un problema para reunirnos y lograr un



Figura 32. Cartel que evoca la paz.

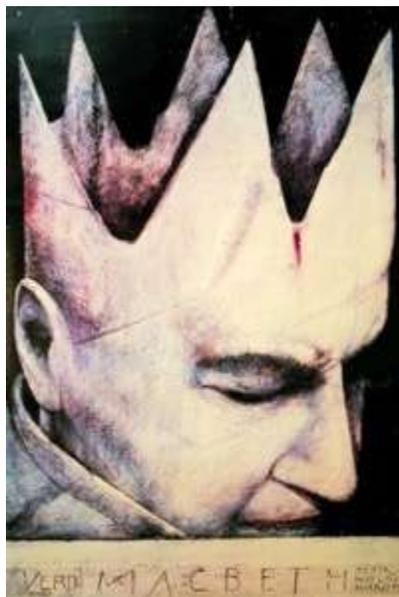


Figura 33. Cartel que convoca a una obra de teatro.



Figura 34. Cartel que provoca responder la pregunta ¿Dónde estoy?

objetivo en específico: ¿eres un joven valiente? hagamos una marcha para reclamar nuestros derechos humanos, por mencionar algunos ejemplos (Fig. 34).

También podemos mencionar algunas estrategias discursivas¹⁵, mismas que pueden estar conformadas por aspectos retóricos, lingüísticos (manejo y sentido de las palabras) y visuales (en la representación de la imagen). Algunos conceptos a considerar son:

1. Figuras retóricas: la retórica es un conjunto amplio de reglas o principios, hay quien afirma que existen mas de 250 figuras (<https://www.actualidadliteratura.com/figuras-retoricas/>) que se ocupan de estudiar y sistematizar las técnicas de utilización del discurso. Aunque corresponden al ámbito literario, también se utilizan en el diseño gráfico. Entre las figuras más comunes se encuentran: hipérbole, personificación, metáfora, hipérbaton, paradoja, antítesis, onomatopeya, ironía, pleonismo, perífrasis, símil o comparación, hipérbaton, hipérbole, anáfora, metonimia, blanco, oxímoron y aliteración, entre muchas más (Figuras 35 a la 37).

¹⁵ En diseño se entiende por discurso la construcción del mensaje lingüístico, gráfico o híbrido, mismo que puede tener diferentes intensiones de acuerdo con los objetivos.



Figura 35. Figura retórica
Sinécdoque:
Es cuando una parte de algo es
usada para representar el todo.



Figura 36. Elipsis: Consiste en la
supresión de algún elemento, que
aun en su ausencia se sobreentiende
por el contexto.



Figura 37. Figura retórica
Antítesis: Es cuando se utilizan
dos elementos opuestos en su
significado.

2. *The reason why* o “la razón por la cual” (<https://www.reasonwhy.es/reportaje/que-es-reason-why-publicidad-marketing>): es la razón que ofrece un mensaje para que las personas creen lo que se dice. Estrategia en la cual se exponen las razones para convencer. Por ejemplo: Leer 10 libros al año “amplia tu capacidad intelectual” o si usas este calzado “tus pies se sentirán ligeros”.

Existen algunos elementos semióticos para analizar el comportamiento del mensaje y sus signos de representación, entre ellos podemos incluir:

1. Pretexto: es el conjunto de razones que incluye argumentos y objetivos para existir. El cartel puede tener un pretexto geográfico, temporal, político, social, formacional y ambiental, entre otros.
2. Texto: es toda la información materializada que corresponde a los campos semánticos (significado del mensaje lingüístico), sintácticos (componentes gráficos del mensaje: tipografía, ilustración y color) y pragmáticos (sentido del discurso, que establece la relación del emisor con el receptor, a través del mensaje).

3. Contexto: conjunto de circunstancias geográficas, de recintos, espacios, políticos, materiales, entre otros, que rodean al cartel, lo matizan y alteran en su significación. Por ejemplo, el contexto urbano puede dimensionarlo; el académico inviste su lenguaje; el político crea relatos ideológicos o similares; el digital provoca una lectura más acelerada, por decir algunas.
4. Subtexto: es el mensaje que subyace en el texto y no es visible de manera directa. Es implícito, no explícito. Un subtexto puede ser el racismo, cuando solo se utilizan modelos blancos y con el estereotipo occidental para una campaña publicitaria.

La taxonomía, el género del mensaje, las categorías y estrategias discursivas, más los elementos semióticos del cartel, nos muestran una parte de la amplia existencia de elementos que se relacionan con él. Sin embargo, creo pertinente pensar en el concepto de “ecosistema del cartel” (o de la imagen), sobre todo si consideramos que se pueden insertar aquí, mediaciones en torno a lo social, profesional, educativo, biológico y antropológico, por mencionar algunas derivaciones. Esto me invita a considerar que la presencia de algunos procesos que intervienen actualmente en este contexto (ecosistema), rebasan la actual definición del cartel en la que se define como un mero objeto publicitario. Una visión opositora y diversa puede trascender hacia un amplio espectro en donde se perciba el cartel como un medio relacionado con comunidades de seres vivos que se comunican entre sí y en contextos múltiples.

Si la biología es la ciencia que estudia los procesos naturales de los organismos vivos en diversos campos especializados, quizá deberíamos hablar de una biología discursiva del cartel –y por tanto de la imagen– en donde se revisen las relaciones entre imagen, cuerpo y pensamiento humano, y después los contextos, procesos y sus múltiples relaciones; más lo que haya que sumar de acuerdo con quien mire o se involucre.

La actualidad y los medios digitales imponen a la imagen lenguajes veloces y renovables; el cartel que conocimos en sus definiciones y presentaciones originales ha disminuido su presencia en las calles y ha adquirido un comportamiento migratorio hacia el nuevo nicho digital en internet. Hoy el concepto de imagen que comunica rápida, sintética y creativamente –de alguna manera– se relaciona con el concepto de cartel y actualmente su ADN discursivo es utilizado en diversos soportes transmedia. Así se traslada el cartel a un

campo expandido en donde se diversifica de acuerdo con su contexto económico, social y digital, o todos ellos juntos.

Durante los últimos 50 años la estrategia visual del cartel se ha utilizado para crear portadas de revistas, libros y todo tipo de publicaciones editoriales. En la calle también hemos podido observar que el cartel ha influido en los anuncios luminosos, vallas publicitarias, Mupi (mobiliario urbano para información), anuncios espectaculares o panorámicos, cartel 3D y todo tipo de anuncios ubicados en transportes y vehículos.

Si de migración del cartel hablamos, hoy el dispositivo electrónico es su lugar inmediato. La imagen se reproduce vertiginosamente en teléfonos celulares, *IPads*, *tablets*, computadoras y todo tipo de pantallas en espacios interiores y exteriores. La imagen fija se traslada al ámbito de narrativas transmedia y se despliega a través de múltiples plataformas de comunicación en donde los consumidores asumen un rol interactivo durante ese proceso. Picar botones y hacer *scroll* con el dedo índice es lo de hoy. La aduana obligada de estas migraciones es internet a través de sus páginas web y las aplicaciones (Apps) de una gran variedad de temas, giros comerciales y formas de comunicación. Ahí se encuentra casi todo.

El cartel actual se convierte en imagen digital y le dice adiós al papel. En este nuevo contexto todo es transmedial, sonoro, animado o interactivo. Se publica, copia, pega y comparte; y a través de la segmentación se puede publicitar –con costo, claro– para informar a públicos específicos, por edad, sexo, lugar y gustos, entre otras categorías. Los datos (*Big data*) son lo de hoy en el mercado digital. De aquí se desprenden otros temas muy importantes sobre el nuevo consumo de la imagen.

El diseñador que realiza *community management* o responsable de la comunicación de una empresa en internet, utiliza un sinfín de estrategias digitales y es un profesional de *marketing* digital –más que de diseño–; es responsable de la gestión y desarrollo de la comunidad “en línea” de una marca o empresa en el mundo digital. En todo caso, este es otro contexto de la imagen que amerita ser considerado por los “diseñadores de cartel” en la actualidad, que, por cierto, ya no harán carteles sino derivaciones de él, con nuevos nombres y apellidos. No más soportes impresos para adherir en las paredes.

Estas imágenes se podrán utilizar en modalidad *post* para aplicaciones como Facebook e Instagram (entre otras), pasando por su versión de *flyer* digital (utilizado en campañas por email, por ejemplo), el poderoso meme, la *landing page*, el *banner*, el *sticker*,

el *GIF* animado, video, código QR, audios e imagen 3D, hasta abordar conceptos más complejos como la realidad virtual y la realidad aumentada. Mucha palabrería en inglés por obvias razones. Correteamos la tecnología que viene de otras latitudes.

Así llegamos a esta era digital, atropellados y con nuevos procesos que se han establecido en las sociedades de todo el mundo. La comunicación nos modifica el idioma, la forma de ver y de percibir. De convivir. La velocidad y el tiempo son un elementopreciado para el gran mercado global digital. Hay que ver más rápido, hablar menos, comprar sin salir de casa, escribir en teclados y no con lápiz y papel; apretar botones, muchos. Nos automatizamos y nos acercamos más a lo ajeno que a lo propio. Todo nos parece familiar y real en esta gran aldea global en donde con frecuencia se llama inteligencia artificial a la actividad automática. ¿Será que *Siri* —el asistente de iOS— responda a las preguntas en un acto inteligente y reflexivo? En la actualidad hay grandes avances tecnológicos en la inteligencia artificial que siembran admiración e incluso temor.

Por cierto, la “rapidez” como un factor importante que ha acompañado al cartel desde su origen para que fuera visto velozmente en el ámbito urbano, hoy es aumentada desde la tecnología y le afecta a tal grado que lo hace transformarse en otros productos de diseño, de alguna manera le regresa el *puñetazo en el ojo*¹⁶.

Hablando de comunicación veloz, en las décadas de los 70 y 80, la TV se volvió un potente y poderoso medio de comunicación que contribuía con una gran parte de la información que se consumía y producía una dependencia casi placentera y somnífica para muchas familias. La enajenación cognitiva¹⁷ provocada por este dispositivo electrónico ha contribuido al comportamiento sociocultural en una buena parte de nuestro país, ya que alrededor de 32.2 millones de hogares cuentan con al menos un televisor, es decir, el 92.9% de la población total (<https://www.forbes.com.mx/la-television-en-mexico-ya-se-consume-diferente/>).

16 Frase atribuida al diseñador Santiago Pol: “El cartel es un golpe en el ojo cuyo hematoma queda en la memoria del transeúnte”. Frase en la que, por cierto, pareciera que los significados de golpe y hematoma son utilizados para connotar a la imagen como elemento de poder y agresión hacia el observador.

17 Menciono la “enajenación cognitiva” como un concepto que alude al aturdimiento del conocimiento, de la conciencia y la razón, por lo tanto, puede estar vinculada a una distracción y a la falta de atención. Esta intención excluye su otro significado referente a la transacción sobre un bien o una propiedad. (Consultado en <https://definicion.de/enajenacion/>)

Desde mediados del siglo XX se instaló en nuestro país algo que parecía ser una cruzada cultural que distrajo la conciencia colectiva, aquello que Sartori (1998) denominó *Hommo Videns* y consistía en la apoderación del pensamiento a través de la televisión, cosa que desencadenó en un estado de somnolencia social, superficialidad y dependencia cultural hacia contenidos banales. Esta forma de somnolencia social contribuyó con la falta de participación social y política por parte de la población. Durante décadas se sistematizó en nuestro país una dependencia hacia la información televisiva, que también fungía (hasta la fecha) como una extensión del área de comunicación social del gobierno, para quien tan valioso era lo que se comunicaba, como lo que ahí se omitía.

La oferta de la TV en México, durante los 60 y hasta los 90, formó una sociedad ávida de ver narrativas facilonas y clichés románticos que enmarcaron la puerta perfecta para escapar a la crisis social, económica y laboral. Esta oferta pudiera suscribirse perfectamente a la “Teoría de los usos y gratificaciones” de Elihu Katz, en donde se plantea que la sociedad tiene necesidades diversas, cognoscitivas, afectivas y estéticas, de personalidad, de integración social y de evasión, mismas que satisfacen a través de los medios de información. (https://www.youtube.com/watch?v=_UeEq8cMdMA)

Poco a poco, la aparición del internet fue provocando el declive en el consumo de la televisión. La primera conexión a internet en México fue en 1989 en la UNAM (<https://www.fundacionunam.org.mx/unam-al-dia/mexico-se-conecta-a-la-red-mundial-con-internet/>), pero fue hasta la primera década del siglo XXI que se intensificó y popularizó su uso en casi todas las áreas de la vida pública y privada. Algunos conceptos televisivos fueron migrando a esta nueva carretera digital y a ella se sumaron los consumidores de todas las edades. En esta nueva realidad se crearon espacios, informaciones y relaciones que establecieron una colmena ocupacional cada vez más extensa y variada relacionada con la comunicación en México y el mundo. La globalización se consumó a través de la tecnología.

Esta realidad tecnológica (misma que a partir de aquí llamaré tecnorealidad) crea nuevos procesos y formas de percibir de la realidad de nuestro mundo cotidiano, nos aleja de la “realidad real” (a partir de aquí la denominaré real-realidad). Desde estos conceptos, los nuevos sistemas de comunicación nos sumergen en un mundo saturado de interacciones entre personas y la tecnología a través de dispositivos electrónicos que han disminuido el contacto humano-humano.

Hoy existen formas accesibles para comunicarnos desde/hacia/en cualquier parte del mundo, a través de la tecnorealidad y lo podemos hacer en las modalidades de audio, video, imagen y texto. Nuestra forma de comunicación actual se está determinando con la emergente modalidad a distancia que, paradójicamente, se realiza aun estando en una misma localidad.

Esta modalidad a distancia de la tecnorealidad nos produce una preocupante relación con lo virtual y con la presencia de disminuir la necesidad de reunirnos presencialmente para intercambiar información. Pero ¿es posible que el diálogo pueda efectuarse a un nivel íntimo desde la imagen digital? Leonardo Boff aborda la profundidad de la comunicación y su relación con la realidad concreta, sus olores, colores, temperaturas, pesos, resistencias y contradicciones. Ante tales amenazas propone la necesidad urgente de lo que él llama un “Cuidado Esencial” (Boff, 2002). El autor sugiere buscar respuestas múltiples basadas en procesos complejos y diversos, incorporando otras dimensiones que enriquezcan nuestra visión. Recomienda rehusar a la razón única y orientarnos hacia un nuevo sentido de vivir y actuar para una nueva percepción de la realidad y por una nueva experiencia del ser.

Nos estamos diluyendo dentro de la tecnorealidad. Nuestra presencia en el espacio cibernético tiende a homologarse con las demás “presencias” y cada vez restamos a estas *tecnopresencias* nuestras propias esencias; terminamos convertidos en una imagen carente de propiedades biológicas y físicas palpables entre los participantes del espacio virtual. Somos imagen y audio filtrados a pantalla y bits.

Actualmente los atributos propios del cartel presentan una limitante para efectuar un intercambio de información profunda (diálogo), ya que el cartel se concibe principalmente como un medio de comunicación que establece un mensaje representado en un soporte bidimensional que se adhiere a superficies públicas y que frecuentemente incluye una idea o concepto creativo. Su campo de estudio está ubicado en el área de la comunicación y desde ahí se puede observar su comportamiento, sus estrategias y su estado actual; mientras que su área creativa y de elaboración se encuentra situada en el diseño de la comunicación visual. Desde ahí se pueden considerar sus aspectos técnicos, estéticos, creativos y de lenguaje.

Todo parece indicar que existe una gran cantidad de información teórica sobre la comunicación y la información, pero la realidad es que mientras más nos aproximamos a textos de diversos autores, más complejo se vuelve entender la diferencia entre ambos términos. En todo caso, se presentan algunas definiciones que no me son suficientes para

aludir a un “intercambio profundo” de informaciones, sentidos, reflexiones o, incluso, discusiones.

En su texto llamado *Modelos de comunicación*, Ernesto César Galeano empieza mencionando que nunca ha existido una teoría de la comunicación, lo que tenemos es un sinnúmero de resultados de investigaciones con esquemas y modelos personales (Galeano, s.f.). Para adentrarnos al tema, mencionaré que “comunicación” deriva del latín *communicare*, “compartir algo, poner en común”, y es un fenómeno inherente a la relación que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo, se comunican de manera extralingüística dentro de un campo de sentidos y de significados, siendo así un proceso más complejo y menos inmediato que la información.

Respecto a la información (poner en forma algo), es “una estructura con forma específica que se puede almacenar y transmitir en datos o noticias a través de discursos que serán interpretados fuera de su propia estructura”. Los medios informativos (radio, prensa y TV) y programas (noticiarios, actualidad o avances noticiosos) transportan la noticia o información. La información es lo nuevo, inédito y desconocido hasta el momento. En alguna medida, es conocimiento. (Costa, 1998)

Comunicación, información y diseño son áreas afines; se relacionan con estudiar o producir procesos de transmisión y recepción de mensajes e informaciones, en donde dos o más personas intercambian códigos semejantes para comprenderse y entenderse.

Con estos antecedentes aplicados al cartel, podemos observar que este intercambio de información se torna de manera distante y separada en sus partes, nunca en forma de un intercambio metapersonal, como aquello que sucede “además de lo personal, más allá de lo personal o después de lo personal”, (www.redalyc.org/pdf/347/34702204.pdf), dejando de lado las acciones que promueven una interacción dialógica de todos los elementos durante su circuito, así como tampoco deriva en una presencialidad tangible de los participantes en donde puedan fluir sentidos, saberes y sentimientos que abonen a un escenario de intercambio más íntimo. Algo similar a lo que Harold Laswell planteó a inicios del siglo XX en su *Teoría de la aguja hipodérmica*, en donde afirma que “los medios de comunicación bombardeaban a una audiencia pasiva, homogénea y masificada, que a su vez es incapaz de responder a los mensajes y sentencia que los medios crean un estímulo que se inyecta en el receptor sin una instancia de intermediación.” (www.youtube.com/watch?v=_UeEq8cMdMA)

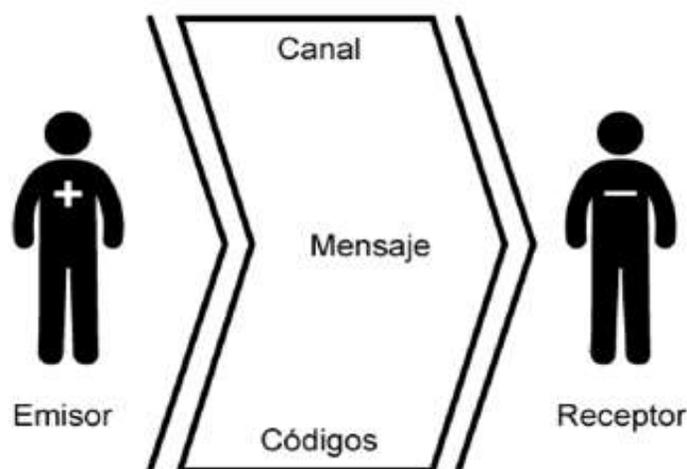


Figura 38. El presente diagrama nos muestra como fluye la dirección de la información o comunicación en un solo sentido. Me parece importante observar que el flujo, al no permitir el intercambio de información, promueve una forma de poder sobre quién recibe la información.

Justamente la *aguja hipodérmica* me hace pensar en el concepto de diálogo y su opuesto, el monólogo: el discurso con uno mismo. Menciono esto porque la ausencia de interacción o falta de diálogo en el observador del cartel hacia el emisor, me parece que puede determinar la existencia de dos monólogos alimentados por un tema en común, pero separados totalmente.

Otro elemento importante de revisar para comprender la *monologicidad* en el cartel, es la unidireccionalidad empleada en su forma de comunicar (Fig. 38), en donde el mensaje se traslada del pensamiento a la idea, luego al cartel o medio y posteriormente al receptor.

Esta monologicidad del cartel nos deja entrever un ensimismamiento del emisor que envía sus mensajes hacia un receptor pasivo que no puede responder dialógicamente. Tal sentido individualista se pudiera relacionar con una intención (o sistematización) egocéntrica (a la que no le importa el otro y lo otro) que, a su vez, proyecta una figura de poder que busca posicionarse en el otro, a manera de mensaje a través del cartel. Por ello me parece importante redefinir el significado del cartel y sustituir los conceptos de “medio de información o comunicación”, para emplear el término “diálogo” o “medio dialógico”.

El diálogo significa para Bohm, algo más que un flujo de palabras entre dos personas, “es una corriente de significados que fluye entre, dentro y a través de los implicados”, a partir de la cual puede emerger una nueva comprensión o algo creativo que no existía al momento

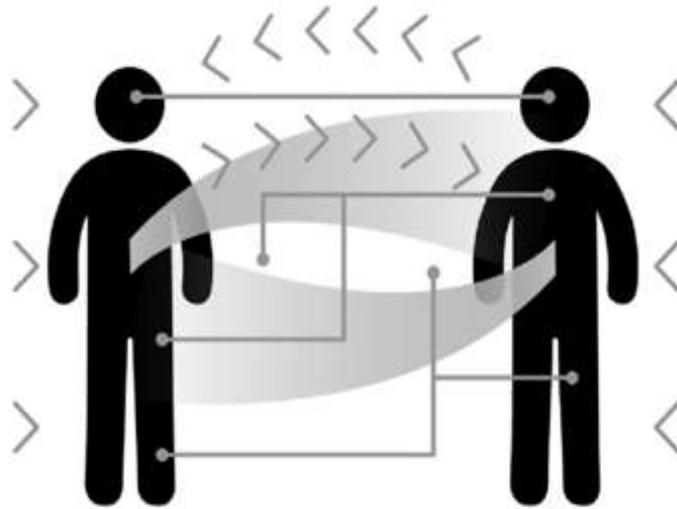


Figura 39. La presente gráfica ejemplifica como el diálogo puede permitir un intercambio profundo de significados, conocimientos, saberes, experiencias, sentimientos y expresiones.

de iniciar (Bohm, 1997). Es un hecho sociocultural que se aleja de ser un proceso mecánico. El hecho de involucrar a dos o mas personas para efectuarse, implica ser observado como un proceso de humanos para humanos (Fig. 39).

Una forma de complejizar y abrir el diálogo a otras dimensiones puede experienciarse en lo que denomino “Ruta historiológica colectiva”, que propone una vivencia indeterminada y subjetiva en donde la configuración del sujeto está determinada por la intersubjetividad (Hernández & Galindo, 2007) y la variantología (Zielinski, 2021).

Al integrarlas, ambas aportaciones producen un estado radical de la concepción de la realidad dialógica que sucede entre personas, pero también entre sus historias, pensamientos, acciones o “reflejos indirectos y subjetivos” (Fig. 40).

En la intersubjetividad, el “aquí” se define porque se reconoce “un allí”, donde está el otro. El sujeto puede percibir la realidad poniéndose en el lugar del otro, y esto es lo que permite al sentido común reconocer a otros análogos al “yo”. Es en la intersubjetividad donde los sujetos perciben fenómenos que escapan al conocimiento de su yo, pues los sujetos frecuentemente no pueden percibir su experiencia inmediata pero sí las de los otros, en tanto le son dadas como aspectos del mundo social (Pech, Rizo & Romeu, 2009). Mientras que en la variantología se integra la suma imaginaria de todas las posibles genealogías de fenómenos

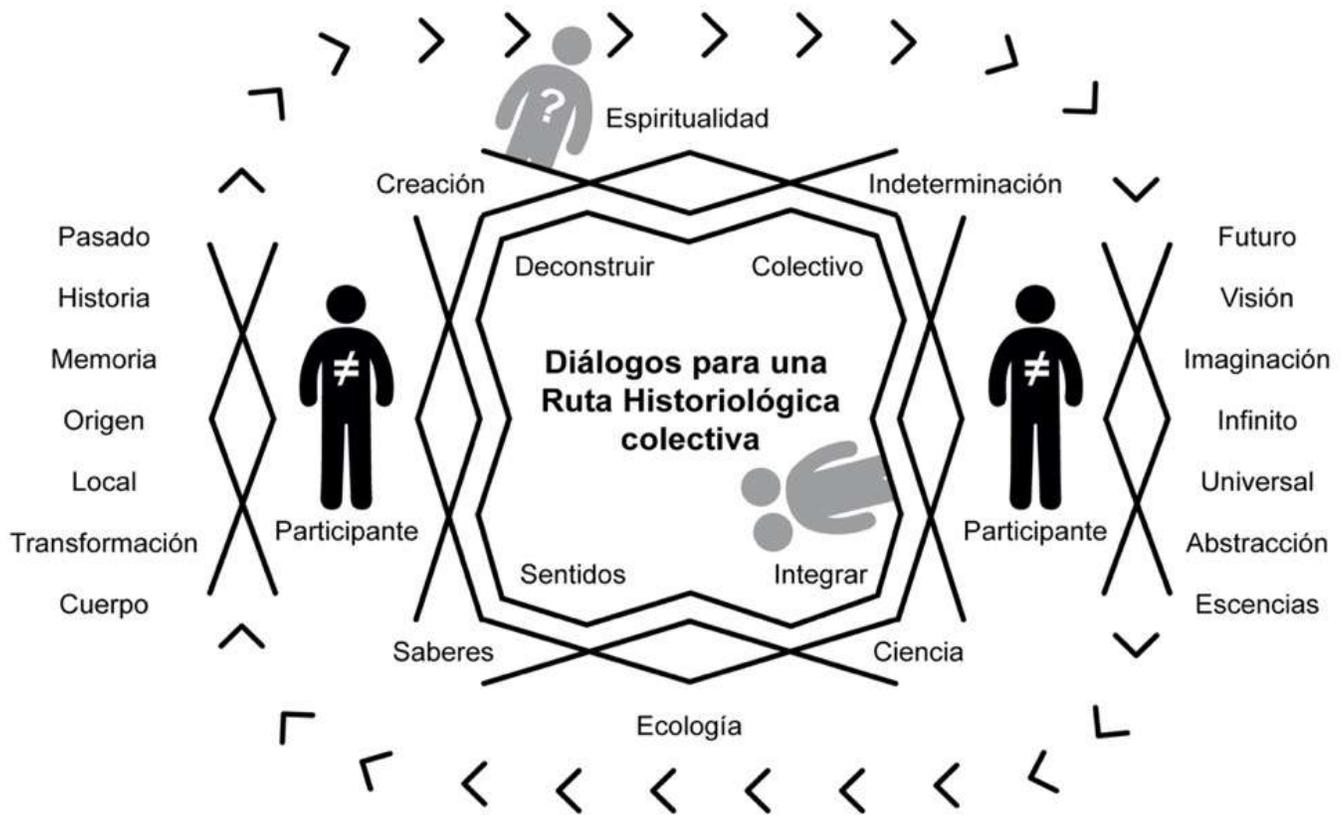


Figura 40. El diálogo en esta “Ruta historiológica colectiva” puede abrir una posibilidad infinita de correlaciones y por tanto de interpretaciones de la realidad. Pueden suceder en esta ruta metapersonal una serie de intersubjetividades que podrán concebir la posibilidad de nuevos contextos.

mediales, que puede resumirse como las relaciones de tiempo profundo que existen entre arte, ciencia y tecnología¹⁸.

Con estas formas complejas de dialogicidad, pretendo influir en mi propia forma de percibir el intercambio de informaciones y sus mediaciones; sin embargo, en la actualidad el concepto de comunicación ahora se efectúa a través de artificios digitales y electrónicos, como la televisión, la radio, la computadora, el iPad y los teléfonos celulares, por mencionar algunos. Nos estamos comunicando a través de medios electrónicos digitales que influyen en la comunicación y el diálogo. Basta observar que con frecuencia algunas respuestas o

¹⁸ Arqueología de medios (Revisado el 4 de agosto de 2021 en <https://editorial.centroculturaldigital.mx/glosario/arqueologia-de-medios>)

comentarios en aplicaciones de mensajería instantánea se resumen a una imagen de emoji o emoticón que representa “me gusta”, risa, llanto, pena o amor, entre otros tantos.¹⁹

La estrategia para comunicar de manera masiva y desde cualquier dispositivo no humano, facilita la multiplicación del mensaje –uno de los objetivos más importante de la publicidad– para lograr la memorización y, con ello, la proximidad y el consumo. Estamos hablando aquí de una forma de comunicación con fines publicitarios, comerciales o de consumo.

El propósito de impactar de manera masiva en la publicidad instauro procesos que crean una problemática particular en la comunicación. Este conflicto radica en la necesidad de sustituir la presencia humana con medios materiales o artificiales, ya que lógica y económicamente (otra vez) es imposible difundir masivamente un mensaje en la modalidad cara a cara. Las formas de comunicación publicitaria se efectúan de manera vertical, a través de dispositivos y elementos materiales creados para lograr una información masiva, en serie, en donde el mensaje es vertido en un objeto análogo o digital, también reproducido en serie. En este tipo de comunicación publicitaria parece más importante el discurso como detonante del consumo que los aspectos profundos de la comunicación y la relación entre quienes se comunican. Insisto, en ese sentido me parecen inadecuados para mis propias intenciones los términos *información y comunicación*.

Al hablar de medios de comunicación y/o información, realmente nos enfrentamos a la presencia de un sistema que puede utilizar el poder del discurso mediático para difundir mensajes con trasfondos a conveniencia de ciertos intereses, mismos que pueden influir a un gran número de ciudadanos con lo que se dice y con lo que no se publica.

El término “discurso”, lo define Teun Van Dijk (1994) como un "evento comunicativo específico" en donde la sociedad es el espacio donde se materializa la interacción y se producen los discursos. Por lo regular, afirma este autor, quien emite un discurso pretende convencer y cambiar la mentalidad de los receptores; lo hace mediante la comunicación de creencias, actitudes y valores. Es a partir del discurso como se ejerce un

¹⁹ Emoji o emoticón son imágenes simbólicas que permiten expresar emociones fácilmente en las redes sociales y aplicaciones de mensajería instantánea. Su uso ha crecido considerablemente en los últimos años y son utilizados en varias redes sociales, principalmente en Facebook, Twitter y WhatsApp.

control sutil sobre las mentes de un grupo determinado. Se consume una forma de poder con una comunicación hegemónica.

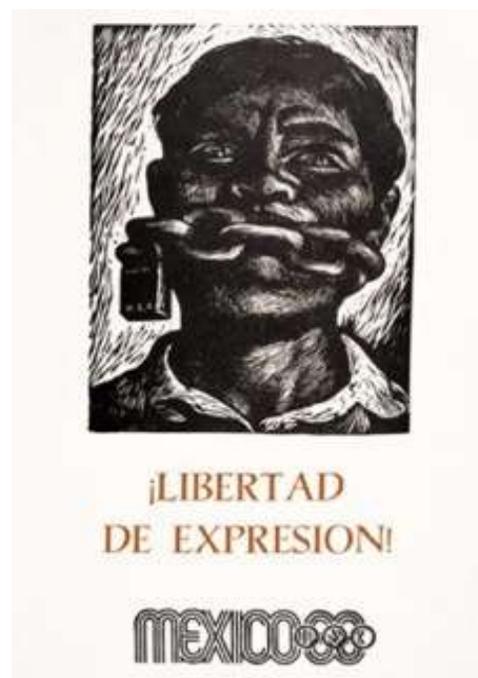
Si consideramos que el discurso es parte fundamental de la comunicación y a través de él se ejerce el poder en la construcción y reproducción de las ideologías, entonces podemos afirmar que cualquier concepto de comunicación, sobre todo aquél dirigidos a las masas con fines sociales o políticos, son una estrategia que connota y denota control sobre las formas de pensamiento. Más aún, cuando analizamos que la condición de comunicación establecida en la relación objeto a humano (a través de material análogo o dispositivo electrónico), impide la creación de un intercambio de información y entonces el discurso es vertical y fluye en un solo sentido, de arriba hacia abajo. Desafortunadamente, una vez recibido el discurso o mensaje, el receptor únicamente podrá tener pensamientos sin posibilidad alguna de retroalimentar el flujo de información. Se anula el sistema de intercambio o diálogo. Ante la recepción del mensaje, el sujeto se ve limitado a reflexionar, o no, de manera individual, hecho que, en el campo profesional publicitario, demanda preparación y especialización para fortalecer la eficacia del emisor y su mensaje. Se especializa el comunicador con estrategias para seducir y persuadir al receptor casi de manera bélica.

Josep Renau Berenguer, pintor, artista gráfico y militante comunista español, utilizó el *collage* y el fotomontaje en sus carteles y su obra gráfica, misma que colocaba en las paredes de las calles. Ahí advirtió la importancia de la imagen en el ámbito urbano, incluso se le atribuye frecuentemente la autoría de la frase: “El cartel es un grito en la pared”, aunque Hinojosa (2012) la atribuye a Eugeni d’Ors²⁰. En todo caso, el sentido de la frase alude a la fuerza de la imagen en el ámbito público.

En los espacios sociales y políticos, el cartel ha sido una pieza muy efectiva. El contexto urbano, el lenguaje sintético y la facilidad de reproducción, lo situó como un potente medio de comunicación dirigido a las masas. El cartel ha sido utilizado para difundir información sobre diversos sucesos históricos bélicos, políticos y sociales (Figuras 41 a 44); como, por ejemplo, la primera y segunda guerra mundial, la Revolución Rusa y la Guerra Fría; la Guerra de Corea, la Revolución Cubana, la Guerra de Vietnam y la Guerra del Golfo Pérsico. En México se ha utilizado para referirse a la Revolución Mexicana y la Guerra

²⁰ (Dato tomado de la tesis doctoral: Morelos, J. M. (s.f.) *El cartel político como memoria, identidad y patrimonio de la cultura mexicana*)

Cristera; así como también en torno a los movimientos sociales y políticos como la Masacre de Tlatelolco (1968), la Matanza del Jueves de Corpus (1971) y el Levantamiento Zapatista en 1994, por mencionar algunos.



Figuras 41 a 44. El cartel social y político es una expresión memorística y reflejo ideológico que nos muestra parte de la realidad histórica.

El cartel social y político en México (y el mundo) ha generado una importante memoria gráfica que describe diversas formas de creación, la presencia de distintas ideologías, relata hechos dramáticos, conflictos crueles y, además, expone aspectos de identidad cultural de diversos lugares.

Hemos visto que se define el cartel como un medio para comunicar en el ámbito de la publicidad; también habrá que mencionar que, a lo largo de su existencia, el cartel y la publicidad se han transformado para dirigirse en su contexto actual, hacia una carretera digital. La realidad es que cada vez hay menos carteles en las calles.

Antes mencioné algunas definiciones sobre el cartel y aunque he realizado una definición propia desde el ámbito publicitario, éstas no me son suficientes para complejizar el terreno del diálogo hacia donde quiero dirigirme, por lo que recorro a algunas consideraciones *metapersonales* para realizar una redefinición del cartel en un contexto libre de prejuicios epistemológicos que me ayude a reconstruirlo como un dispositivo que detone el dialogo y la acción participativa y comunitaria en un contexto social y político, mismo que creo necesario para emancipar la forma tradicional de comunicación en el cartel.

Para iniciar este proceso, propongo partir de las definiciones establecidas del cartel. “Definir”, dijera Norberto Chaves, es “delimitar un universo en función de un elemento común a todos sus miembros” (Chaves, 2020). Bajo esta premisa, se define lo que se conoce y sus relaciones con lo que se sabe. Partiendo de ahí, ubico mi interés en el lado opuesto de la definición, es decir, en la redefinición y la indefinición. En la presente exploración busco relacionar el cartel con áreas, procesos y disciplinas que de manera convencional no están conectadas o que se encuentran en una sutil y ligera proximidad. Para ello hay que sumergirse en la revisión de significados, procesos, relaciones e interacciones del cartel; y a partir de ahí dudar, analizar, criticar e incluso cuestionarnos en relación a los significados de las cosas y como son estas cosas entendidas y asimiladas en el mundo y en el pensamiento humano.

Cada cosa nos puede ofrecer nuevas informaciones si la observamos de manera distinta y desde diferentes ángulos a los habituales. El descubrimiento y la admiración suceden en uno mismo y no en la cosa que se observa. En gran medida, pensar que todo esto dicho, es una forma muy triste de percibir que hemos perdido la capacidad de sorprendernos. Parece que el miedo va poblando nuestra mentalidad en medida que crecemos.

La iniciativa de elaborar una redefinición del cartel, surge cuando reviso su estado actual y percibo que sus significados, dimensiones y campos de acción lo describen, hasta hoy en día, como un elemento frío y esquemático reducido a ser un medio publicitario. En resumen, estos significados se reducen a cosas técnicas y materiales, aluden a un producto mercantil y minimizan o anulan el acto de interacción humana y el intercambio de informaciones y pensamientos entre sus elementos emisores y receptores.

Por lo general estas descripciones del cartel se refieren a tecnicismos despersonalizados cercanos a conceptos de producción y valores de mercado, en donde se prioriza la función del objeto y no de quienes interactúan en torno a él; un ejercicio que se acerca a aquella visión del capitalismo económico en donde importan los fines comerciales por encima de los humanos. Por ello me parece necesario renovar esa esencia del cartel, misma que pretendo definirla, desmantelarla, asignarle nuevos significados y recomponerla para que vaya más allá de sus definiciones tradicionales; liberarla de la dictadura del conocimiento establecido y de los prejuicios epistemológicos que permean en esta disciplina.

En ese sentido, me identifico con la propuesta llamada “Arqueología prospectiva” (Zielinski, 2021), en donde propone una construcción táctica desde las relaciones de pasado, presente y futuro, mismas que pueden generar tipos nuevos y estimulantes actividades, transversalizando el conocimiento y la cooperación transdisciplinaria. Este autor plantea su intencionalidad por crear un espacio del hacer y del pensar para poner en práctica una poética acompañada de una praxis cognitiva-especulativa; observa también la necesidad de incluir otras formas en el conocimiento a través de una *metodología anárquica* que incluya un entramado narrativo con perspectivas transdisciplinarias para buscar una riqueza de variantes. A esta propuesta la denomina “Variantología” (Zielinski, 2021). Este texto me ayudó a confiar en mis intenciones de buscar “lo otro”, complejizar desde fuera de lo normado y, sobre todo, reconocirme en una búsqueda que tiene un valor que va más allá de mi interés individual.

El cartel y la imagen parecen necesitar de otros métodos y opciones que valoren la importancia de las personas incluidas en su circuito de comunicación (encargante, creadores y observadores) y lo lleven a nuevos territorios en donde se horizontalice e incorpore componentes que promuevan la sostenibilidad desde la práctica de las relaciones humanas.

Edgar Morín (2005) argumenta en *Los siete saberes necesarios para la educación del futuro*, la importancia de integrar a quien conoce, en el conocimiento (mismo que nombra como “conociente”), lo describe como una necesidad y un principio derivado de la ética humana o eso que llama antropoética, es decir, aquello que puede considerarse como una ética de la consciencia compleja del género humano que comprende la triada individuo-sociedad-especie, donde las interacciones entre cada uno de ellos los hace sostenerse, retroalimentarse y religarse. (Alvarado & Manjarrez, 2009). En ese sentido, el “conociente comunitario” o de los pueblos, solo existe en las comunidades o los pueblos. Por lo que, si presento un interés en dialogar con las comunidades sobre sus saberes, me parece que lo mas congruente es encaminar mi trabajo de indagación hacia las comunidades con las que quiera entablar un diálogo. No me parece ético y honesto hablar a nombre de las comunidades desde afuera de las comunidades.

Por otro lado, he planteado que la forma de la comunicación publicitaria en el cartel funciona para aquellos fines que desean obtener algún beneficio o consumo de valor emocional, profesional o intelectual, sin embargo, hoy me es necesario buscar otra forma de crear carteles, una que sea dirigida hacia la interacción con el devenir social, por lo que habrá que abordarla desde otras perspectivas o métodos, con otras necesidades distintas a las publicitarias, o que, en su caso, publiciten lo humanitario y lo sostenible. Ese pretexto me hace pensar en democratizar los medios creativos, descontextualizarlos e integrarlos como alternativas para atender la necesidad de construir un diálogo comunitario. Sin sujetarnos forzosamente a los conceptos previos consolidados por la historia y la academia.

Sin duda, esta iniciativa puede conformar una nueva territorialidad del cartel con otros procesos creativos, además de posibilitar otras consideraciones estéticas que sitúen la imagen y el cartel como medio dirigido a la reflexión comunitaria; por ello recurriré a la organización de estrategias metodológicas que promuevan otras formas de comunicarnos con/en las regiones, quizá deberé reflexionar sobre una perspectiva sostenible que se dirija a los aspectos sociales, políticos y visuales. Una ciencia comunitaria emergente para martillar los principios absolutistas del saber.

Las limitaciones que subrayo anteriormente en relación a la comunicación en el cartel, son el resultado de un proceso de enseñanza-aprendizaje que generalmente se centra en promover aspectos históricos y argumentos técnicos, además de un cúmulo de paradigmas

muy bien afianzados en una plantilla docente que, muchas veces no es un ejemplo a seguir en aquello que enseña. Las aulas se vuelven, con cierta frecuencia, cápsulas de pasado y memoria, en donde hay que hacer y recordar cosas que ya no suceden en la realidad cambiante que vivimos.

Aunado a esto, permea hoy –en estudiantes y profesionales del diseño gráfico que realizan carteles–, la búsqueda de una perspectiva o personalidad artística, esta pretensión incentiva una dinámica “más individualista”, ya que se crea con prácticas de aprendizaje introspectivo y bajo una constante búsqueda de la expresión original y autentica valiosa para el mundo del arte. Esta perspectiva de “diseño artístico” crea una fuerte intencionalidad en el diseñador de cartel que con cierta frecuencia intenta crear obras que lo acerquen a galerías o museos. Es habitual que algunos de esos carteles producidos para la galería presenten una notable calidad en el planteamiento ilustrativo y creativo, aunque –en algunos casos– hay carteles que presentan problemas en la estructura de la información. Es decir, están muy bonitos, pero no se les entiende nada.

En el tema de la educación, pareciera que algunas instituciones académicas padecen –desde hace unos 30 o 40 años– un gran retraso que afecta la calidad de la enseñanza. Es lugar común que algunos contenidos en los programas de estudio son obsoletos o que la bibliografía requerida tenga muchos años de haberse publicado, cosa que no es menor, sobre todo si consideramos que actualmente la brecha de información se modifica con mayor rapidez. A esto le podemos sumar la capacidad pedagógica de docentes o facilitadores, que traen sobre sí, como todos, situaciones emocionales, profesionales o laborales que influyen en los aspectos pedagógicos, por mencionar algunos casos.

Aquí cabe preguntarnos ¿Cómo plantear desde la academia, una visión de futuro sobre la materia a estudiar? Al parecer hoy más que nunca es importante incluir en los planes de estudios la planeación estratégica, experiencia profesional, saberes todos, innovación, evolución, horizontalización del conocimiento, compromiso social, pedagogía constantemente evaluada, ética, filosofía, perspectiva inter, multi y transdisciplinaria, y finalmente reflexionar sobre nuevas rutas que promuevan un conocimiento holístico, humanista y sostenible.

Parece que el significado de universidad, derivado de “universalidad, totalidad, universo; además de: girar, cambiar o verter; y luego *universitas scholarium*, la colectividad

de los estudiantes” (<https://etimologia.com/universidad/>), ha ido reduciendo su propia geografía de conocimiento, cuando las fronteras de la información a través de la tecnología digital se han expandido.

No es un espíritu pendenciero o pesimista *per se* el que me empuja a cuestionar, sino una preocupación hacia el devenir del conocimiento y su presencia en nuestra vida cotidiana. Y es que de verdad, hay que preguntarse ¿un docente de tiempo completo ha sido elegido por su vocación, capacidad pedagógica y experiencia en la materia? ¿Los planes de estudio son un reflejo de las necesidades actuales de nuestro mundo? ¿Es una garantía profesional estudiar una licenciatura de cinco años? O ¿invertir 10 o 12 años de estudios serán suficientes para crearnos una solvencia social, económica y profesional?

Más allá del ámbito académico, actualmente nuestro mundo está colmado de amenazas. Enrique Vargas-Madrado (2016) plantea que “la crisis del conocimiento se fragua en la racionalidad académica que omite revisiones profundas en el contexto real del mundo”, y agrega que: la institución educativa separa y encapsula “lo académico” como si esta profesión, por sí misma, fuera una garantía de éxito. En efecto (afirma el autor), “debemos reconocer que lo academicista no triunfará por el solo hecho de tener un título, se necesita la participación de mujeres y hombres con una alta vocación humanista, ética y política para enfrentar las complejas formas de crisis en que participamos y desde donde, reproducimos los vicios del elitismo académico y el epistemicidio cultural.”

Acotaciones con las que coincido, ya que desde hace algunos años he observado que el diseño gráfico, como disciplina académica, está volando en círculos y rebotando con sus propios límites. Se concibe profesionalmente como una actividad que tiene la finalidad de informar o comunicar a través de sus diversos productos. Reducimos al diseño gráfico como un proveedor de servicios integrado a un sistema comercial, como una mera transacción de beneficios, sin considerar sus posibilidades sociales o humanistas.

Advierto que, ante las amenazas sociales, políticas y ecológicas de nuestro mundo, hace falta debatir desde todos los escalones de la praxis del diseño gráfico y del cartel en particular, me parece necesario revisar el estado actual, evaluar la saturación profesional, reflexionar sobre la producción y capacitación docente, repensar el mapa curricular y su nivel de actualización en relación a la vida profesional. La saturación profesional demanda revisar las posibilidades de interrelacionar la comunicación con otras disciplinas, ampliar y

complejizar sus campos de creación, investigación y educación, y, sobre todo, ponderar un enfoque sostenible. Es algo urgente.

La saturación en la vida profesional del diseño gráfico también se vuelve campo fértil y una oportunidad para ofertar programas de especialización que animan a continuar estudiando, cuando evidentemente no hay trabajo digno que alcance para cubrir la cantidad de egresados de las universidades, que nos realizan una oferta de estudios más amplia, pero muchas veces con más contenidos de lo mismo; mas licenciaturas, especialidades, posgrados y maestrías principalmente, promoviendo el conocimiento específico del diseño gráfico. También se ofertan algunos doctorados relacionados con esta disciplina, aunque no se dirigen hacia nuevas necesidades sociales, cuando en el mundo nos encontramos en estado de emergencia. Bien valdría la pena enfrentar estas urgencias del mundo desde otras ópticas y mediante nuevos procesos que atiendan de la emergencia global y local.

Parece que, para la academia, el camino correcto es parcelar el conocimiento, dividirlo y crear especialidades por áreas. Por ejemplo, en el caso del diseño gráfico encontramos una gran cantidad de posgrados y maestrías en tipografía, diseño editorial, ilustración, diseño en movimiento, diseño publicitario, diseño por computadora y diseño de marca, entre otras; y luego en diseño web, publicidad política, dirección de arte, diseño en artes gráficas y diseño digital; y ésta a su vez da apertura a las especialidades en: informática gráfica, diseño 3D para entornos visuales, MKT web, Diseño de redes sociales, diseño multimedia y transmedia, diseño interactivo y diseño de programas, incluso hay especialidades sobre diseño de cartel y de marca; y por si fuera poco, hay estudios de Maestría de Ciencias en Diseño Gráfico, Informática gráfica y desarrollo de Juegos y hasta Master de diseño gráfico por computadora (<https://www.master-maestrias.com/MasterPosgrado/Dise%C3%B1o-Gr%C3%A1fico>). Las casas de estudio nos ofrecen amplios espacios para especializarnos en las cuestiones técnicas que demanda un mercado estimulado por el capital financiero y las tendencias de consumo. Desafortunadamente la academia no basa su oferta educativa en las necesidades sociales y humanas que requieren campos de estudios con una perspectiva sostenible y en consideración a los actuales tiempos de crisis. Lo tenemos y cotidianamente lo padecemos.

En efecto, en el diseño gráfico parecería que solamente se requiere conocer sobre aspectos técnicos, materiales, semióticos, estéticos y lingüísticos; así como de conocimiento

sobre software de diseño y sistemas de impresión; estrategias creativas, de mercado y consumo, nuevas tecnologías y ecosistemas digitales. Para luego especializarse en las áreas tecnológicas que surgen, que, dicho sea de paso, son las que imponen el ritmo de los nuevos aprendizajes.

Los nombres de las licenciaturas son bastante diversos y comúnmente son llamadas: Licenciaturas en comunicación gráfica, ciencias de la comunicación visual o simplemente en diseño gráfico. Aunque también hay tendencias hacia títulos como: Licenciatura en diseño de la comunicación gráfica, diseño de la información, diseño multimedia, diseño web, diseño de medios informativos, diseño editorial, diseño publicitario, por decir lo menos.

La enseñanza del diseño gráfico en México ha cambiado muy lentamente; actualmente hay programas académicos que muestran un retraso significativo en relación con la realidad de la profesión, y por lo general en el cuerpo docente existe un desconocimiento de los aspectos tecnológicos y creativos necesarios para un desempeño laboral vanguardista y competitivo en un mercado altamente cambiante.

En los noventas, el diseño gráfico se volvió una carrera de moda y propició una sobrepoblación de escuelas y de diseñadores con título, cuyo impacto social, cultural y económico no parece terminar de ajustarse a la fecha. La vida profesional del diseñador gráfico, hoy en día vive una proclive devaluación. Según el Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO) en 2018 había alrededor de 145,200 profesionistas en el país que estudiaron diseño gráfico, y 62,450 estudiantes cursando una licenciatura universitaria (www.arenapublica.com/articulo/2018/04/27/11305/empleo-disenador-grafico-mexico-trabajo-dia-del-diseno) en un universo de 332 universidades²¹.

La profesión del diseñador gráfico esta considerada dentro de las diez peores pagadas en México (2020), en promedio perciben al rededor de \$7,000.00 pesos mensuales (\$29.16 pesos la hora de la jornada laboral diaria) y comparte la lista infame, con periodismo, artes plásticas, nutrición, artes escénicas y psicología.²² La saturación del ámbito laboral provoca

21 Diseño gráfico, ¿carrera prometedor? (Revisado el 17 de noviembre de 2021 en <https://www.forbes.com.mx/cual-es-el-panorama-del-diseno-grafico-en-mexico/>)

22 Los empleos peor pagados en México (Revisado el 18 de noviembre de 2021 en <https://elpulsolaboral.com.mx/mercado-laboral/20581/los-empleos-peor-pagados-en-mexico>)

una oferta salarial devaluada para esta disciplina. Sin embargo, escasamente planteamos una revisión que ofrezca alternativas distintas.

En el área profesional del diseño gráfico y en particular del cartel, se han creado sistemas de competencias profesionales y académicas que incentivan el ejercicio del diseño a través de concursos, exposiciones y premios. En nuestro país, la institución más importante sobre cartel es la Bienal Internacional de Cartel en México, misma que inició sus actividades en 1990²³, mientras que a nivel internacional una de las bienales con mayor tradición es la Bienal Internacional de Carteles de Varsovia (en Polonia), que tuvo su primera emisión en 1966²⁴. Aunque se habrá de mencionar que actualmente existen concursos, bienales y trienales en varias partes del mundo y con mucha aceptación en el ámbito del diseño de cartel.

Estos eventos han contribuido de manera notable en la difusión y producción de carteles elaborados por diseñadores de todo el mundo. Han sido, son, una referencia obligada para observar los planteamientos estéticos en esta disciplina y vistos en conjunto pueden crear una iconografía histórica sobre temas particulares.

Es frecuente que estas actividades convoquen a elaborar colecciones de diseños de carteles bajo algunas temáticas específicas de carácter cultural, social o político, o de reconocimiento hacia algunos personajes que se consideran pertinentemente homenajear en el universo del diseño o en cualquier otra área. Ahí, concurre una gran cantidad de diseñadores que aspiran a ser premiados, seleccionados o publicados en el catálogo del evento. Codearse con la crema y nata del diseño de cartel, maestros, profesionales y estudiantes universitarios, sin duda todos hacen su mejor esfuerzo para aparecer en la vitrina.

Este circuito de interacción entre el cartel, su difusión y sus observadores tienen algunas dinámicas específicas; cuenta con un público mayormente estudiantil que observa los estilos y las formas de comunicar de “los mejores carteles” (y probablemente sucedan ahí algunas influencias), estas muestras se realizan frecuentemente en espacios de galerías o museos que exhiben cientos de carteles, estas exposiciones se dirigen solamente a quienes frecuentan visitar galerías o museos (aunque en otras ocasiones se busca que algunas

23 Historia de la Bienal del Cartel en México (Revisado el 19 de noviembre de 2021 en https://issuu.com/bienalcartelmexico/docs/historia_bienal)

24 Veintisiete edición de la Bienal Internacional de Carteles de Varsovia (Revisado el 20 de noviembre de 2021 en <https://xn--diseocarteles-lkb.com/27-bienal-internacional-varsovia/>)

colecciones se expongan en ámbitos urbanos o peatonales²⁵), y finalmente, estos eventos funcionan como un espacio profesional e internacional que genera, para muchos, la línea a seguir en la forma de hacer carteles. Una especie de academia que exhibe y premia “lo mejor” del mundo del diseño.

En relación a estos eventos de diseño se producen algunas derivaciones y comportamientos culturales que me parecen pertinente observar. Sobre todo, si consideramos que los concursos se sustentan en la evaluación de un jurado (conformado aproximadamente por una cantidad que puede variar entre siete y quince integrantes) que dictamina los carteles que merecen ser seleccionados y premiados, así como cuales no. El hecho de evaluar para seleccionar y premiar es una actividad que otorga valor a componentes determinados por un jurado y cuando estos componentes no aparecen en el cartel, resultan calificados de manera negativa. Lo cual me hace pensar en un ejercicio poco democrático para la creatividad; para decirlo mejor, la evaluación es una democracia acotada al criterio de los integrantes del jurado.

Se instaura en los concursos una “democracia selectiva” o una “dictadura de la forma” que impone estándares delimitados por la aceptación de lo profesional y creativo. En todo caso, se consume un ejercicio de poder que por un lado acepta y premia aquello que está alineado con los estándares profesionalmente requeridos, mientras que por otro lado discrimina y elimina aquello que no cumple con las exigencias. Hablamos de gusto y cualidades estéticas. De estilos y formas que se van amalgamando y entretejiendo durante varios años y que, en algún momento determinado, aparecen como ejemplo consolidado, un paradigma creativo retomado y perseguido por las jóvenes generaciones de diseño. Sucede en la selección una especie de privatización de la mirada estética y, por tanto, de la creatividad.

Líneas antes, me referí a la taxonomía del cartel y mencioné también la diversidad de posibilidades creativas que produce un campo expandido en donde las propiedades principales migran hacia nuevos territorios de la imagen. Deberían incluirse a esta taxonomía del cartel, otras derivaciones que se usan de manera frecuente, pero no se mencionan por parecer que se contraponen a la esencia publicitaria del cartel y sus aspectos éticos.

25 Las llamadas “galerías peatonales” regresan el cartel a las calles y a su vez conforman un “espacio artificial” que evidencia que el cartel necesita apoyo institucional para tener presencia en el ámbito urbano.

A continuación, y con cierta dosis de ironía, menciono una taxonomía ampliada en el universo real del cartel actual:

1. Cartel *in situ*: Es aquel que únicamente se encuentra en el lugar del evento. Únicamente se le ve cuando se llega al lugar convocado por el mismo cartel y normalmente se crea para economizar, pero tiene la firme pretensión de apantallar a los asistentes. Se acostumbra imprimir una serie de 1 de 1.
2. Cartel tabloide. Este es uno de los más exitosos desde hace 15 años aproximadamente y desplazó el cartel de gran formato sustituyéndolo por uno de tamaño doble carta (de donde proviene su nombre). Por su economía y rapidez de reproducción seduce al encargado. Su pequeño tamaño le proporciona la facilidad de ubicarse en vitrinas, baños, mamparas, postes, camiones, y casi cualquier espacio de anuncios. Se reproduce tan fácil como en una fotocopidora por lo que es accesible a cualquier persona.
3. Cartel de galería: Es aquel que se realiza para ser exhibido dentro de una galería o espacio de exposiciones y no tiene ninguna otra función publicitaria. Comúnmente se encarga a amigos para participar en proyectos de diversas temáticas culturales, sociales, homenajes o conmemoraciones, entre otros temas. Con cierta frecuencia, estos carteles saltan de la galería a catálogos y libros.
4. Cartel digital: Puede ser creado a través de cualquier técnica o estrategia, pero su difusión es únicamente en medios digitales. Este tipo es uno de los más frecuentes en la actualidad, ya que se transforma de acuerdo a la plataforma donde se difunde. Puede ser imagen fija, animado, 3D, realidad aumentada, meme, políptico, etc.
5. Cartel egoteca: Este cartel es realizado para participar en concursos locales, nacionales o internacionales. Comúnmente tiene la finalidad de obtener un premio, una mención especial o quedar seleccionado para aparecer en los catálogos del evento. Su objetivo muchas veces es compartir espacio con la crema y nata del diseño.
6. Cartel de amigos: Es el que se encarga entre amigos y no se paga. Puede realizarse para participar en proyectos que frecuentemente están relacionados con fortalecer presencias profesionales de determinados grupos, o bien, se encarga para difundir actividades que tienen una causa noble a los ojos del diseñador o para eventos que no tienen la capacidad de cubrir su costo.

Esta taxonomía ampliada está sustentada en la vida cotidiana del cartel, es real. Muestra algunos comportamientos que, en lugar de avivar la presencia del cartel en la sociedad y en el ámbito público, lo confina a espacios específicos como museos y galerías, incluso, algunos de estos tipos de cartel promueven la cercanía con lo privado, lo selectivo y el interés particular de algunas instituciones o empresas, que casi siempre obtienen un beneficio.

En realidad, hoy podríamos aseverar que muy pocos profesionistas viven de hacer carteles. La profesión se ha venido a menos, ya que mediante las nuevas tecnologías digitales se ofertan opciones para crear diversos materiales gráficos de manera gratuita a través de los dispositivos electrónicos (teléfonos celulares y iPads principalmente). Quién requiere un diseño lo resuelve desde las aplicaciones y programas que ofrecen alternativas a través de *templates* (plantillas) que resuelven las necesidades inmediatas para las empresas o encargante.

La disminución del uso del cartel se debe en gran medida a que nos hemos vuelto observadores indiferentes del presente y de los procesos tecnológicos que desplazan este y otros oficios. Con todo y ello, no hemos creado estrategias de respuesta a esta nueva sistematización que afecta al cartel y al diseño. Al respecto, un amigo muy querido me decía sobre este tema: “Desafortunadamente se está perdiendo el sentido de combatividad en las nuevas generaciones”.

Por cierto, la materia o experiencia educativa (como comúnmente la llaman ahora) sobre cartel, se ha eliminado de casi todos los mapas curriculares de las licenciaturas de diseño gráfico en México. Parece que es más fácil eliminar u ocultar el problema que abordarlo.

Algunas páginas atrás mencioné el significado del cartel y su forma de interactuar con el creador, describí los elementos del mensaje y los aspectos interactivos del observador. También planteé que estos elementos abonan de manera muy limitada al objetivo de dialogar; este último proceso está relacionado con la pragmática y nos impide revisar si los mensajes en el receptor provocan algún tipo de acción a partir de la observación.

Charles S. Peirce en su tratado sobre la pragmática²⁶, ubica este problema (sobre el observador a partir de interpretar imágenes o mensajes) en el terreno de la intencionalidad. Lo ubica en el circuito de la comunicación y propone que la validez de cualquier idea debe basarse en sus consecuencias para la conducta. Pierce valora en su teoría las repercusiones prácticas o efectos que suceden en las personas derivados de la concepción del objeto (percepción). Según él, las ideas deben ser prácticas y no mantenerse solo en una forma abstracta, sino que deben tener una relevancia en las acciones del ser humano²⁷. Podemos observar que esta aportación de Peirce ubica la acción práctica del observador; desde ahí me surgen varias dudas que incentivan mi necesidad de revisar algunas consideraciones en la creación de cartel que incluyan dinámicas dialógicas y un activismo social y político.

Incluir el diálogo comunitario como un componente del cartel, implica –desde mi óptica– resignificarlo y transformarlo para complejizar e imaginar otras rutas de la comunicación, visualizar otros escenarios, cuestionar conceptos establecidos y desprenderme de paradigmas y prejuicios arraigados en esta disciplina. Este tipo de cartel representa un quiebre epistemológico que transversaliza el conocimiento.

Ante esta necesidad, me parece necesario sustituir el concepto de comunicación por el diálogo, para que realmente pueda efectuarse entre dos o mas personas durante el proceso creativo del cartel y que a partir de este hecho, puedan surgir acciones –preferentemente colectivas– por parte de quienes cocrearán estos nuevos discursos gráficos, mismos que nombraré *Dialografías*, que pueden ser representadas mediante el ejercicio del Cartel Co+Diseño.

Redefinir el cartel, requiere una intensión deconstructiva, para ello me permitiré realizar tres acciones que generen un nuevo sentido al Cartel Co+Diseño. Mismas que enumero a continuación:

1. Ubicar los elementos principales que integral al cartel.
2. Separar los elementos principales para verlos desde su unidad.

26 Charles S. Peirce. Un pensador para el siglo XXI. (Revisado el 6 de octubre de 2020 en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5738605>)

27 Ibid.

3. Insertar y reorganizar nuevos elementos que abonen a un particular sentido de comunicación e identidad del Cartel Co+Diseño. Tales como algunas dimensiones éticas, sociales, políticas y geográficas que nos ayuden a tener una orientación inicial en la nueva forma de creación de carteles.

Para iniciar el proceso de deconstrucción, primero me daré a la tarea de ubicar y describir los elementos principales del cartel, entre ellos se encuentran los siguientes elementos:

- a) Materiales: Están constituidos por soportes de papel, láminas u otros.
- b) Técnicos: Sus elementos principales son letras, ilustraciones y colores.
- c) Funcionales: La función del cartel es informar y comunicar.
- d) Sobre su hábitat: Es un medio de comunicación de la publicidad para ser ubicado en las calles o lugares públicos.
- e) Estratégicos: Debe captar la atención, por lo que es diseñado con ilustraciones llamativas y pocos elementos que faciliten la memorización.



Figura 45. Componentes separados del cartel. Aquí podemos observar cada uno de los elementos de manera independiente y evaluar la pertinencia de mantenerlos en la propuesta de Cartel Co+Diseño.

La separación de conceptos (fig. 45) me permite observar cada componente desde su unidad, así como su valor intrínseco. Esto me permitió visualizar el sentido de la comunicación que se realiza a través del cartel.

Con esta separación de elementos pude detectar que, para los fines propios de mi búsqueda por crear procesos de participación comunitaria en donde se produzcan interacciones e intercambios entre emisor, mensaje y receptor, debería de agregar otros elementos que promovieran la integración del pensamiento, el discurso y las reflexiones de una comunidad, en su propia comunidad (fig. 46). Es decir, conversar, dialogar y reflexionar sobre determinados temas en el lugar en donde suceden, con las personas que suceden y tratar de entender las incidencias.

Para redefinir el concepto de cartel, inicialmente habrá que considerar sus definiciones, sus dimensiones y su forma de interactuar en su propio ecosistema. Partamos de que la idea de cartel –es decir, el cartel mismo– fue concebida para crear un objeto material reproducido en serie (aspectos materiales y tecnológicos) que fuera un medio de comunicación (aspectos discursivos y lingüísticos) a través de emitir mensajes sintéticos (aspectos semánticos) que se adhieren a paredes o superficies en el ámbito público (aspectos



Figura 46. La deconstrucción y redefinición del cartel social devino en la creación del Cartel Co+Diseño que contempló la inserción de diversos componentes que abonen en la creación desde un contexto dialógico, reflexivo, discursivo, comunitario, social, político y de expresiones auténticas. Se mantuvieron las características de los mensajes sintéticos, su soporte material y su representación a través de ideas o conceptos creativos.

de su contexto y ecosistema). Por lo tanto, estamos hablando del cartel como un medio de comunicación que se circunscribe a emitir mensajes e informaciones, pero no a intercambiar opiniones.

Este apartado tiene para mí, una particular importancia hacia el presente trabajo de indagación y a las dudas que aquí me asaltan. Debo decir que hoy me empuja una causa genuina por explorar la forma de “dialogar” entre el diseñador, el cartel social y quienes lo perciben, pero, sobre todo, reflexionar en torno a las acciones que se derivan –o no– del hecho de observar las imágenes en el cartel. Por supuesto, existe este cuestionamiento desde una concepción viva y práctica derivada de la vida cotidiana que no corresponde solamente al ámbito teórico, sino que parte de las experiencias propias al detectar que algunos procesos comunicativos del cartel no son del todo eficaces en un contexto social (frecuentemente en crisis). Por lo que me parece adecuado referirme a su carácter epistemológico, en donde el hábitat actual del cartel parece haber topado con sus propios límites y se encuentra ensimismado en su perspectiva publicitaria, individual, egocéntrica y hegemónica. Desde aquí, advierto que existen otras posibilidades que pueden avivar la vida y el ecosistema del cartel en la actualidad. Esta intuición me hace sumergirme en mis dudas.

Aunque parece que todo esta dicho en materia de comunicación y diseño, existen informaciones valiosas de las que me apoyaré para redefinir el cartel, por ejemplo, la teoría de deconstrucción propuesta por Jaques Derrida, que ejerce un reclamo a la verdad absoluta y homogénea. La deconstrucción en Derrida es entendida como la intensión de reorganizar el pensamiento –sobre todo, de aquellos paradigmas occidentales– por lo que recurre a la estrategia de reconstruir a partir de lo establecido, introduciendo cuestionamientos y contradicciones que promueven el juego libre, la abolición de las jerarquías, la desmitificación y la desideologización de lo establecido, a través de procedimientos indefinidos e ilógicos.

Me parece idóneo partir de esta aportación, sobre todo si lo trasladamos al contexto del cartel actual, en donde existen paradigmas que sujetan la posibilidad de crear un ecosistema amplio y diverso que pluralice la visión del cartel.

El diseño gráfico académico ha generado algunas prácticas que se vuelven reglas difíciles de transformar. Durante mi relación con el diseño gráfico, y con el cartel en particular, he podido percibir algunos paradigmas que a continuación mencionaré:

1. La educación en las escuelas de diseño se imparte de manera lineal. Es especializada, jerárquica, de carácter temporal y desvinculada de una realidad profesional. La educación se genera dentro de las aulas y está basada en la experiencia de un cuerpo docente que no siempre es el más productivo en el ámbito profesional.
2. Los programas de estudio escasamente consideran experiencias que puedan adquirirse fuera de las universidades. No se involucra a empresarios y especialistas que constituyen el sector que oferta la demanda laboral. Aunado a esto, la universidad misma se considera una esfera de poder que genera círculos académicos hegemónicos que controlan el conocimiento, que, a su vez, rápidamente se vuelve obsoleto en nuestros tiempos cambiantes actuales.
3. La educación del diseño es individualista. Escasamente se concibe a esta disciplina como un área de oportunidad para recrearse en entornos colectivos, sociales, comunitarios o colaborativos. La creación profesional del diseño gráfico se torna unipersonal, y con ello, se crean procesos paradigmáticos que solo involucran al demandante y al diseñador como un proveedor de servicios.
4. El diseño se concibe como un producto de valor mercantil especializado. La producción del diseño está considerada una disciplina híper específica y no como un medio que pueda ser considerado de carácter multidimensional, desde donde se puedan crear procesos de carácter colectivo, colaborativo, político o social, por mencionar algunos escenarios. La escuela enseña que el diseño es un producto comercial definido y limitado a sus propias acciones, descarta la posibilidad de concebirlo como una oportunidad para diversificarlo y transformarlo hacia diferentes enfoques.
5. El diseño es un medio de comunicación. En ese sentido no se concibe al diseño como un elemento para el diálogo que implique la participación del observador para retroalimentar el discurso e incluso para promover la acción práctica en la vida cotidiana. La escuela nos enseña de manera tradicional que el diseño de diversos productos funciona de forma vertical, no se profundiza o valora la participación activa de quien recibe el mensaje.
6. El diseño es disciplinar. Se le considera en el ámbito universitario como un proceso con normas que llevan a lugares preconcebidos y que está basado en estándares de calidad determinados. Estos estándares comúnmente están basados en reglas y contenidos de

libros o autores que frecuentemente provienen de otros países. Lo anterior propicia la creación de estéticas y narrativas visuales que se sujetan a criterios establecidos previamente en los programas de estudio para su ejecución en el aula. Las universidades abordan mínimamente conocimientos de otras áreas que inciden en el diseño gráfico, tales como la psicología, filosofía, matemáticas, tecnología, experimentación y visión de futuro, entre muchas otras más. Cuando esto sucede, se hace de manera superficial, perdiendo así la oportunidad de transversalizar el ejercicio del diseño.

Hoy puedo observar que el diseño gráfico académico se ha concebido desde una preocupación estética y aunque eso no me parece algo negativo en una etapa inicial de estos estudios, deja de lado la posibilidad de planteamientos que amplíen el conocimiento y propicien la posibilidad de una ruptura epistemológica necesaria para incluir otros saberes.

Si consideramos que la epistemología estudia el conocimiento, su fundamento, naturaleza y alcance, entonces la “ruptura epistemológica” (concepto introducido por el filósofo y poeta Gastón Bachelard) buscará romper con las estructuras del sentido común de la ciencia precedente. Este término hace referencia a aquella capacidad de un método disruptivo para enfrentar la crisis de los paradigmas dominantes e impide al conocimiento retornar a las estructuras de un saber anterior.

No es de mi interés criticar la disciplinariedad del diseño gráfico, sino revisar algunas posibilidades que nos ayuden a atender las diferentes realidades del mundo actual, así como sus múltiples formas de relaciones y conexiones que lo integran. El diseño gráfico, al igual que otras disciplinas, debe considerarse como una alternativa para enfrentar las expresiones de la actual crisis civilizatoria. Incorporar la multiplicidad de nexos y correlaciones en el diseño gráfico para indagar una experiencia que vaya más allá de la concepción tradicional de comunicación, es uno de los vacíos que hoy me parecen simbólicos en esta crisis de la híper especialidad. De ahí que esta profesión sea considerada solo en función de sus valores estéticos y de su esquemática consideración como un producto de intercambio en el mercado.

Los paradigmas en el diseño de cartel son una serie de comportamientos que se asumen como un modelo a seguir y como verdad absoluta. Estos se encuentran reflejados en sus aspectos metodológicos y estéticos, pero también están inmersos en las áreas de enseñanza-aprendizaje, investigación y planeación académica. Estos espacios bien pudieran

ayudar a prever diferentes problemáticas emanadas de profesionistas egresados de las universidades.

La estética en el diseño de carteles dentro de la academia no está ajena a la presencia de paradigmas, involucra a quien enseña y a quien aprende, más aquellos canales en donde puedan suceder informaciones y relaciones que funcionan como influencias para los estudiantes. Durante la etapa formativa es común que estas influencias incidan en el diseñador y su trabajo gráfico. Por lo regular, en las aulas se citan frecuentemente ejemplos de algunos diseñadores exitosos, de movimientos o corrientes, escuelas y teorías admirables por su contribución a la profesión. En el aula sucede todo un bombardeo de estilos y conceptos para intentar ser aquello que parece exitoso. Cabe mencionar que la mayoría de estos ejemplos provienen del extranjero, de eventos internacionales (en donde principalmente participan diseñadores extranjeros) o de proyectos y campañas del ámbito comercial que se muestran en estos eventos internacionales, aunque también en revistas y páginas web. En resumidas cuentas, nos enseñan a diseñar con ejemplos de lo que sucede en el extranjero, mediante diseñadores que provienen de países comúnmente llamados desarrollados o de primer mundo: Son ejemplos universales la tipografía suiza, la marca alemana, el diseño italiano o el cartel polaco, por decir lo menos.

Parecerse a alguien prestigiado o pertenecer a alguna corriente (sin importar el tiempo en que haya sucedido) pareciera ser un buen inicio para el estudiante. Aunque hay que decirlo, una vez que se aprende a diseñar y la estética aprendida se enraíza y toma una característica particular en el trabajo de un diseñador, será muy difícil de abandonar esta influencia que lo identifica en su quehacer.

Vale la pena preguntarnos ¿por qué no se respeta la cultura visual de cada estudiante en su etapa formativa? ¿Acaso no sería enriquecedora aquella creación gráfica auténtica y libre de prejuicios? Dejar de parecerse a los demás para parecerse a nosotros mismos podría ser un reto importante, respetando los aspectos funcionales del diseño. La estética de la imagen no es un asunto menor y la autenticidad tampoco. Involucra una serie de eventualidades relacionadas con el aprendizaje que trastoca nuestra forma de ver y, por lo tanto, nuestra forma de pensar y sentir.

Una posibilidad para crear expresiones diferentes a los cánones establecidos por la academia, puede realizarse solo desde un planteamiento distinto al habitual. Si incorporamos

el elemento dialógico al proceso creativo de personas “no profesionales”, bien pudieran explorarse nuevas formas expresivas, libre de ataduras para elaborar imágenes y carteles.

III. El cartel como un dispositivo dialógico para accionar y cocrear discursos sociales y políticos en la participación colaborativa y comunitaria

Los hombres no se hacen en el silencio, sino en la palabra,
en el trabajo, en la acción, en la reflexión.

Paulo Freire

En este apartado refiero que las principales dudas de esta investigación, se encuentran en la posibilidad dialógica entre el diseñador de carteles y el observador o interpretante, y también en la acción –o inacción– derivada de observar carteles. Ello me produjo la necesidad de deconstruir y redefinir el cartel para intentar emancipar la forma dominante de su tipo de comunicación. Retomo aquí algunos elementos desde la transdisciplinariedad que me guiarán para complejizar la función del cartel desde los ámbitos sociales y políticos. En esta narrativa incluyo reflexiones sobre la concreción, la autenticidad, lo colectivo y un trazado de estrategias ludosociales para aplicarlas en el taller de Cartel Co+Diseño.

Estamos expuestos a marejadas de identidades globales y globalizantes, extranjeras y extranjerizantes, más la incesante manifestación de procesos informativos que nos sitúan en franca desventaja de opinión ante prácticas neoliberales y neocoloniales que se apropian de las verdades absolutistas sembradas en los medios de comunicación en internet. Por ello me parece necesario incentivar formas de interacción social que incluyan regionalismos y localismos que cotidianamente son invisibilizados por una sociedad preocupada por la actual búsqueda de conexión WiFi (*wireless fidelity*) que sustituyó a la TV abierta. Creo pertinente incluir nuestras regiones cotidianas en un tablado de expresiones libres de ataduras y dogmas profesionalizantes, para ello, el ejercicio de crear carteles puede ser una coartada para horizontalizar y diversificar el conocimiento. Esto nos dará la oportunidad de indagar otras formas de relacionarnos en un diferente ecosistema del cartel y de la comunicación, lo cual me invita a fomentar el diálogo a través del Cartel Co+Diseño y trazar una búsqueda de

posibilidades que integren distintos procesos y dimensiones al cartel social y a la convivencia cotidiana entre seres humanos.

La propuesta que denomino “Cartel Co+Diseño” se orienta a evolucionar el carácter individual –particularmente el mío– en el diseño gráfico, para proponer una acción creativa mediante diversos procesos colaborativos que promuevan la convergencia de la imagen, lo colectivo y el diálogo, este último, como un eje esencial en el proyecto, por lo que retomo el planteamiento de Bohm (1996), en donde se describe al diálogo como un proceso multifacético que trasciende las nociones típicas de la charla y el intercambio de comunicación. Desde la óptica de este autor, el diálogo es un proceso que explora un rango muy amplio de la experiencia humana y que incluye nuestros valores más queridos, la naturaleza e intensidad de nuestras emociones, nuestros procesos de pensamiento, las funciones de la memoria, los mitos culturales, la forma de nuestras estructuras neurofisiológicas y, tal vez lo más importante –afirma Bohm–, el diálogo, que explora la forma en que el pensamiento es generado y sostenido colectivamente.

En este sentido puedo definir la evolución de mi propuesta como un proceso personal de búsqueda, con cambios graduales de conducta, de actitud y de intenciones en torno a las nuevas posibilidades epistémicas del cartel y de la comunicación, proponiendo una metodología compleja que traduzca la “necesidad personal de crear” en “diálogo y acciones comunitarias a través de la creación gráfica”, con el propósito de generar narrativas auténticas y diversas de saberes en las comunidades.

Esta propuesta mantuvo una dosis de indeterminación ya que la incertidumbre fue uno de los componentes que generó diversidad de conocimiento, experiencias y procesos. Esta indeterminación (por ejemplo, en la elección de los temas a tratar en el taller) ayudó a incentivar la participación individual y colectiva en el taller, incluyendo todos los saberes posibles de los participantes.

Propongo el Cartel Co+Diseño como un detonante para el diálogo y la reinterpretación del orden social comunitario, para nuevas valoraciones de nuestra cotidianidad, lo que implica poner en práctica una metodología para la observación y la conciencia social, con la intención de interactuar en las comunidades a través de un trabajo en colaboración, para que ahí suceda la participación reflexiva, crítica y propositiva que redefine nuestro entorno.

Se trata de crearnos una nueva forma de participación en nuestra territorialidad a partir del análisis social y político, de la reflexión sobre nuestras identidades, valores y opiniones personales sobre los aspectos cotidianos que nos conforman en nuestro espacio vital.

Otro pretexto en mi trabajo está relacionado con la exploración de una perspectiva transdisciplinar, que me conduce a reflexionar acerca de los diferentes niveles paradigmáticos que presenta el diseño gráfico de manera habitual –en particular sobre la creación de carteles–. En donde su tradicional proceso creativo e individualista lo separa comúnmente de otras posibilidades y oportunidades que pudieran nutrir el sentido de lo colectivo y lo diverso; aspectos que creo necesarios poner en el mapa para revitalizar algunas áreas del diseño que –creo– se encuentran en crisis.

Plantearme una perspectiva transdisciplinar en el diseño gráfico y en particular en el cartel, tiene la intención de revisar sus formas de interacción, complejizar sus procesos, detectar lo que considero su “zona de opresión” (aquella que considero como el espacio-tiempo con limitaciones teórico-prácticas y humano-objetuales que oprime la diversificación del conocimiento, reprime la creación libre de prejuicios y sujeta el pensamiento lúdico e informal), además de revisar su “tradición paradigmática” (aspectos culturales del pensamiento que son regidos por una serie de normas establecidas como verdad absoluta), para posteriormente adentrarme en una ruta de posibilidades diversas en las que pueda incluir e integrar otros saberes, disciplinas y campos de acción, que de manera tradicional no se vinculan con el diseño gráfico y con la comunicación.

Nicolescu (1996) describe a las investigaciones desde la transdisciplinariedad, como algo que hace *resurgir la esperanza* en relación a los diversos peligros de la humanidad actual, y llama “extravíos” a aquellos riesgos comerciales o de dominación. Plantea la transdisciplinariedad desde una posición *gnoseológica* (derivada de la teoría o tratado del conocimiento-ciencia) y propone que el saber humano no se circunscribe solamente al conocimiento científico; enfatiza la urgencia de un cambio de visión que surja del reconocimiento de los excesos de la “ciencia sin conciencia”, que coloca a la humanidad en una situación paradójica al poseer simultáneamente un potencial creativo y destructivo (Nicolescu, 1996).

Al respecto del conocimiento como una forma de contradicción humana, Nicolescu nos dice:

El crecimiento contemporáneo de los saberes no tiene precedente en la historia humana. Hemos explorado escalas inimaginables en otra época: de lo infinitamente pequeño a lo infinitamente grande, de lo infinitamente breve a lo infinitamente largo. La suma de los conocimientos en el Universo y los sistemas naturales, acumulados durante el siglo XX excede, de lejos, todo lo que se ha podido conocer en todos los demás siglos reunidos. ¿Cómo es posible que cuanto más conocemos de qué estamos hechos, menos comprendemos quiénes somos? ¿Cómo es posible que la proliferación acelerada de las disciplinas vuelva cada vez más ilusoria la unidad del conocimiento? ¿Cómo es posible que cuanto más conocemos el universo exterior, más insignificante -incluso absurdo- se vuelve el sentido de nuestra vida y de nuestra muerte? ¿Será que la atrofia del ser interior es el precio que tenemos que pagar por el conocimiento científico? La felicidad individual y social que el cientificismo nos prometía se aleja indefinidamente como un espejismo. (Nicolescu, 1996. pp13-14)

Estas interrogantes sembradas por Nicolescu nos dejan ver una preocupación acerca del sentido del conocimiento científico clásico; lo cuestiona y lo describe como insuficiente para atender la crisis profunda de nuestro mundo actual. En ese sentido, la comunicación en el presente (y durante los últimos 50 años) se ha constituido como un “extravío”, sobre todo si consideramos que funge como una forma de dominación a través del “manejo” de la información en la sociedad. Por su lado Edgar Morín (2001) señala que el conocimiento padece “algunas cegueras”, entre ellas la racionalidad, que produce la posibilidad de error e ilusión. Agrega que cuando una doctrina es impulsada por un modelo mecanicista y determinista, no es algo racional, sino racionalizador, ya que la razón no puede ignorar a los seres, lo subjetivo y lo afectivo. Eso sería algo irracional. Y agrega: “La verdadera racionalidad se distingue por la capacidad de reconocer sus insuficiencias” (Anaya, 2005). Por ejemplo, durante mis estudios de diseño, pese a estar ligado a la percepción sensorial y a los sentidos, el diseño gráfico no se relacionaba con áreas como la biología o incluso, la filosofía. No se intentaba en aquellos tiempos, conectar desde la academia con otras áreas disciplinares como la sociología o la antropología, por mencionar algunas.

Las preocupaciones dentro de la academia se enfocaban en el análisis del objeto publicitario, sus efectos y beneficios comerciales, profesionales o emocionales. Al respecto, Morín describe una segunda ceguera: la paradigmática, que está presente en las teorías, doctrinas o ideologías y que a través de una doble mirada separa el objeto del sujeto, dividiendo el conocimiento en mundos separados: el mundo de los objetos (sometido a su análisis y manipulación) y el mundo de los sujetos, preocupados por problemas de vida, conciencia y destino (Anaya, 2005). Por lo que valdrá la pena reflexionar sobre los procesos que surgen a partir de nuestra relación (humana) con los objetos y como frecuentemente actuamos en favor de satisfacer la funcionalidad del objeto, dejando al sujeto de lado.

Con tales antecedentes, me detengo a pensar en torno a la relación de la triada academia-profesionista-porvenir en el ámbito del diseño. Los procesos que se viven en el entorno académico y sus efectos en el plano profesional, sin duda, repercuten en el ejercicio del diseño gráfico, el cual ha cambiado en los últimos años y ha diversificado su forma de vida en relación a la tecnología, pero no ha volteado a observar el devenir de los diseñadores, la sociedad y su papel en el mundo.

El contexto profesional en las nuevas generaciones manifiesta tendencias hacia una disciplina tecnologizante del diseño, olvidando de un plumazo las perspectivas sociales y políticas. Humanas. Se trata de una postura que privilegia los mercados desde ámbitos académicos y creativos: el diseño gráfico como un brazo para las empresas. Braceros creativos.

Mi interés en la presente investigación surge de mi profesión como comunicador gráfico y de mi ejercicio en el área del cartel social en donde he realizado un trabajo sobre diversas temáticas. Si bien la estética es una preocupación en mi oficio, con el paso del tiempo me he interesado en otros aspectos: la función social del comunicador, la efectividad de la comunicación a través de la imagen, la participación del observador y la huella del autor en un circuito de comunicación.

Mi postura política me induce una preocupación referente a mi papel como comunicador. Observo una región-país-mundo cada vez más deteriorada y en dinámicas sociales que me hacen reflexionar en torno a la necesidad del diálogo, la conciencia y la confrontación a la crisis planetaria. La palabra crisis se ha vuelto un referente en nuestro entorno y es común percibir frustración cuando platicamos de ecología, economía, política,

sociología, educación o cultura, en donde el vocablo frecuentemente aparece. La información que nos influye en los medios de comunicación nos tiene abrumados porque suele crear percepciones de orden negativo. En términos ontológicos, Boaventura de Sousa (2009) plantea que “la crisis referente a la limitación del conocimiento y su infinitud de saberes, representa una crisis global en un mundo que presenta una forma dominante, occidental y capitalista, racionalista, liberal, secular o patriarcal”. En su libro *Epistemologías del Sur*, Sousa menciona la importancia de la acción hacia un “mundo incluyente de diversidad infinita”. Nos habla de un mundo que se compone de múltiples mundos y múltiples realidades, mismas que han sido excluidas de la experiencia occidental y eurocéntrica. Desde esta injusticia de conocimientos, las *Epistemologías del Sur* plantean una ecología de saberes que no desecha el conocimiento del norte global, sino que lo sitúa en una posición de igualdad, características que las hacen ser concebidas, por quienes ejercen el poder, como un acto de resistencia. En ese sentido, mi búsqueda personal se relaciona con desarrollar una labor esperanzadora que surja desde diferentes comunidades (rurales y urbanas) en donde se produzca la oportunidad de reformar la voz para hablar de las realidades auténticas y las experiencias culturales de las comunidades en el territorio que nos tocó vivir.

La ruta del Cartel Co+Diseño propone escuchar, dialogar, reflexionar y tomar decisiones colectivas para transformar el discurso (sentido y pensado) en imágenes y carteles, se trata de darle vida gráfica a las expresiones comunitarias con pretextos sociales y políticos, interacciones que denomino *Dialografías*.

El cartel se puede convertir en un medio más humano por *un otro* sentido reflexivo y como un elemento valioso por su contenido, elaborado desde lo regional, comunitario y colectivo. El cartel Co+Diseño también puede ser una mediación que integra saberes múltiples relacionados con otras formas de comunicar y dialogar.

Transitar en la creación individual del diseñador gráfico, hasta atrevernos a punzar otras formas rebeldes de creación en el cartel, mediante la praxis colectiva y cocreativa, es un enfrentamiento a la tradición académica que puede y debe incidir en la forma de reflexionar sobre el devenir humano y sostenible. Sobre todo, si consideramos que las necesidades creativas en las comunidades también son parte de las necesidades creativas en nuestro mundo. Hoy más que nunca parece necesario trazarnos un viaje hacia lo incluyente, lo cual requiere un acto de conciencia humana y planetaria.

Morín (2002) advierte sobre la crisis ambiental y su articulación con la pobreza, la violencia organizada y las migraciones compulsivas, lo cual ha sido un reflejo del fenómeno capitalista exacerbado denominado globalización, un fenómeno paradójico que contiene ingredientes autodestructivos pero que, al mismo tiempo, tiene también los propios que pueden movilizar a la humanidad para la búsqueda de soluciones planetarias. Es real: estamos en un momento de crisis global y por tanto habrá que intentar responder desde ese contexto, en el que nuestras herramientas emancipadoras se advierten escasas e insuficientes. ¿Cómo? Quizá desde la construcción esperanzadora de un tinglado creativo y cocreativo que siembre el territorio con otras prácticas en las relaciones sociales. Cultura es cultivo.

Nuestra creatividad no puede estar hoy sustentada en la frivolidad del ego, ni en una ética, ni en una estética teorizada para evadir las urgencias planetarias que nos acomodan entre los juegos y los juguetes de las jerarquías sociales, académicas y profesionales. No podemos dejar de cuestionar las prácticas corporativistas y tecnócratas. La demanda es dudar y sumergirnos en esas aguas turbulentas de la incertidumbre y, desde ahí, crear estrategias que atiendan las urgencias para recuperar nuestros territorios y nuestras identidades.

Pensar que la tierra es nuestra y que todos somos la tierra, deviene en identidad y pertenencia, pero también en compromiso. Cuando tenemos identidad acerca de nuestro territorio nos sentimos más seguros de nosotros mismos y de nuestro accionar. Por el contrario, sentirnos extraños o ajenos, provoca que nuestro ánimo se distraiga en sensaciones de duda y extravío. Sin embargo, frecuentemente adoptamos esos extravíos, distanciamientos o lejanías como parte de nuestro ejercicio cotidiano. El diseño y el arte no están exentos de esa práctica, sino todo lo contrario: en nuestra etapa formativa aprendemos aquello que nos era ajeno para asimilarlo y, a partir de su aplicación, ser alguien notable, o quizá noble. Estamos a expensas de nuestros entrenadores (docentes) del conocimiento cultural y universal, necesitamos formadores sobre la ética de lo social y político. En las aulas aprendemos estilos, formas, corrientes e informaciones de artistas sobresalientes, pero nunca se propone aprender a partir de nosotros mismos y de nuestras experiencias propias, así como tampoco sobre las amenazas globales y mucho menos sobre la posibilidad de formular respuestas a los desafíos y a las preguntas profundas que nos suceden o embisten.

Me parece prudente hacer mención del trasfondo de mi discurso y considerar que mis referencias hacia los temas aquí vertidos, son obtenidos mayormente a través de

informaciones contenidas en medios impresos y audiovisuales, así como de influencias directas. Por lo que cabe preguntarse ¿qué tan auténtica es mi preocupación? ¿Cómo puedo hablar de conciencia sociopolítica si no la vivo a profundidad en un contexto sociopolítico cotidiano? Esta pregunta me orilla a reflexionar sobre la autenticidad de mi propio discurso, a revisarme en mis propias necesidades, así como también me induce a reflexionar sobre la forma de expresión (imagen y discurso) a través del cartel. Por tanto, me propongo realizar un trabajo comunitario para hacer un contacto más profundo que me permita percibir las motivaciones auténticas de diferentes personas en diferentes territorios.

El presente trabajo no pretende ser parte de una metodología tradicional, ni tampoco aspira a ser una investigación académica como aquellas donde se plantean hipótesis o cuerpos de estudio determinados para reproducir información que termina siendo tesis de biblioteca o bodega de anhelos. Esta investigación pudiera ser, en todo caso, una propia experiencia de reaprendizaje hacia lo colaborativo (un tanto indeterminada) que transita mediante ejes temáticos más o menos entendidos, desde lo fenomenológico y desde el hacer personalísimo de quien suscribe, con todo y sus periplos introspectivos. Quizá también sea algo próximo a la ocurrencia (de lo que ocurre), al juego, la irreverencia y la confrontación hacia aquello que sucede casi siempre para nada. Aquí respondo, en principio, a un entusiasmo que involucra al corazón y el espíritu –dos lugares comúnmente resignificados a modo– de quien suscribe, para que luego pueda extenderse y crear experiencias que ayuden a la reflexión desde lo posible.

Un día, caminando en la comunidad El Naranjal, cerca de Xalapa, mientras buscaba un lugar para realizar los talleres de Cartel Co+Diseño, me acerqué a platicar con algunos campesinos que araban el campo con una yunta y dos toros negros de una presencia impresionante. Mientras nos invitaban a desayunar, nos fuimos formando alrededor del fogón. Había algunas tortillas de maíz hechas a mano que luego recibieron los alimentos. Ese mediodía platicamos sobre la milpa y los tres elementos que mantienen la tierra fértil (maíz, frijol y calabaza). Comentaron que rentaban ese terreno para sembrar y que ya necesitaban que lloviera para beneficiar la tierra y las semillas. Ahí me resonaron las preguntas ¿para qué dialogar? ¿Con quién dialogar? ¿Qué dialogar? Estos cuestionamientos se mantuvieron en mí varios días. Sin saberlo tácitamente, me estaba yo sumergiendo en el territorio con el que

pronto habría de entablar una relación a través de los talleres de Cartel Co+Diseño que deseaba impartir en alguna comunidad rural.

Durante esas caminatas alrededor de la ciudad capital del estado de Veracruz, emprendí un viaje en el cual me estaba despojando del sentido individualista de mi oficio. Me encontraba recorriendo el territorio para encontrar el “lugar ideal” donde impartir mi taller comunitario, me propuse ir a dónde se encontraba el sentido real de lo que piensan los pueblos y desde ahí escuchar las verdades y las realidades contadas por el pueblo mismo.

Lo colectivo demanda hacer comunidad, despojarse de lo cercano para establecer una relación con lo otro y los otros; con eso que es lejano porque hemos decidido mantenerlo distante de nuestra realidad cotidiana. Lo colectivo es diverso por naturaleza; ahí se pueden encontrar saberes trascendentales que ignoramos, se mantienen ocultos o nos negamos a conocerlos por el atavismo a paradigmas y prejuicios. Por que culturalmente nos gusta la individualidad.

Para quien se dedica al diseño gráfico o al diseño de cartel, es común definir este oficio como un medio de comunicación, con todos sus procesos y elementos que describimos al inicio de este trabajo, con sus definiciones generales y conceptos básicos. Pensar en la integración del diálogo en el proceso creativo del cartel es algo que parece muy complicado y quizá hasta poco creíble. Parecería otra cosa, de alguna manera lo es. Pero ese paradigma se forma porque no nos habíamos propuesto dialogar a través del cartel, no había sido algo necesario hasta ahora. Esta acción dialógica nos ofrece una inusitada alternativa para construir otras formas de comunicación más fraterna que sirve para eliminar el poder ejercido en las formas tradicionales de los medios de comunicación e información. Esto abre la pauta para redefinir el cartel social, mismo que llamo Cartel Co+Diseño:

El cartel Co+Diseño es un medio dialógico para accionar y cocrear discursos sociales y políticos a través de la acción colaborativa y comunitaria, que abone a la construcción de imaginarios auténticos. Su estética emerge de la necesidad de representar un discurso y puede ser creado gráficamente a partir de las habilidades comprendidas en la experiencia propia.

Esta concepción particular del cartel se aproxima a un escenario creativo entretelado con: 1) las dimensiones sociales, éticas y políticas que me parecen necesarias para realizar un intercambio profundo de informaciones, sentidos, reflexiones e incluso discusiones, en relación a las formas de pensar en las comunidades; 2) promueve la pulverización de paradigmas que impiden la diversificación del conocimiento del diseño; y 3) crea una motivación hacia la creación libre de prejuicios académicos.

El nombre de Cartel Co+Diseño fue asignado a partir de las premisas anteriores. Las palabras empleadas representan el planteamiento de estrategias colaborativas y comunitarias, más el propósito de realizar acciones codiseñadas y cocreadas hacia el interior de cada taller (de ahí que se utilice el prefijo “co” antes de la palabra diseño). Se utilizó el signo “+” para hacer evidente el objetivo de sumar, ampliar o integrar. Considero que el cartel Co+Diseño es la parte práctica de una expresión más amplia que llamo Dialografías, misma que reúne una serie de experiencias que suceden mediante el surgimiento de procesos vivos de participación colectiva en donde poco a poco se van transformando en conceptos, ideas, imágenes y finalmente en el Cartel Co+Diseño.

En la taxonomía actual del cartel no existe un concepto sobre esta propuesta de cartel dialógico o cartel comunitario; y aunque en internet podemos encontrar carteles que anuncian eventos que tienen una finalidad dialógica o comunitaria, en esencia no hay algo parecido a esta iniciativa, lo cual me hace pensar en una amplia veta de posibilidades en el diseño gráfico y diseño de cartel, con perspectivas complejas, multidisciplinares y transdisciplinares.

Para crear las Dialografías y el Cartel Co+Diseño, me pareció necesario y pertinente planear un taller que incluyera una metodología que conecte aspectos reflexivos, discursivos, creativos, de saberes locales, lúdicos, somáticos, complejos, artísticos, sociales y políticos de las personas asistentes, con el fin de crear discursos que reflejen las prácticas culturales vivas en un determinado territorio. La propuesta consiste en crear un espacio donde se convoque al diálogo comunitario para que, desde un acto de reflexión profunda, se elaboren discursos de carácter social y político, con la participación colectiva, a efecto de producir y transformar, a través de un trabajo de codiseño, las imágenes que dan expresión a los carteles de cada taller.

Una vez que realizamos tres talleres de Cartel Co+Diseño, cada una de ellos requirió un programa de trabajo distinto, ya que presentaron características diferentes en cuanto a

tiempo, integrantes, actividades y lugares. Se mantuvieron, sin embargo, algunos elementos como base para la experiencia, mismos que fueron fundamentales para la propuesta de trabajo:

1. Proponer el arte y el diseño como un medio para la conciencia social.
2. Abordar temas de carácter social o político de interés para la comunidad.
3. Crear procesos dialógicos en un ambiente colectivo.
4. Promover la participación colaborativa y fraterna en el territorio.
5. Facilitar la creación de discursos y lenguajes auténticos en las comunidades.
6. Valorar los aspectos identitarios para crear un rostro local y regional.
7. Crear documentos testimoniales que despierten interés, información y reflexiones como antecedentes y marcos de referencia de los participantes.
8. Reconocer la importancia de los saberes comunitarios para insertarlos como voz de las comunidades.
9. Incluir espacios de indefinición didáctica para buscar alternativas de acción comunitaria propuestas por los participantes.
10. Realizar acciones de codiseño en la creación de carteles para promover una autoría colectiva y una diversidad creativa.
11. Incentivar las expresiones creativas libres de prejuicios estéticos y académicos.

Como parte de la estrategia de reaprendizaje en los talleres, propuse una serie de actividades para desarrollarse por lo menos en cinco días. Esta forma de trabajo fue organizada a través de estrategias didácticas, las cuales describo abajo, acompañadas de notas sobre diversos procesos de los talleres.

De manera breve argumento que los tres talleres tuvieron una planeación, desarrollo, características y resultados distintos, ya que los tres grupos de asistentes eran de distinta edad, localidad y por consiguiente presentaban diferentes aspectos de identidad.

El primer taller impartido en la Escuela Primaria Agustín Arriola de La Paz, Baja California Sur y se realizó en muy poco tiempo (4 horas durante dos días), se enfocó a indagar los aspectos de identidad de los niños que viven en la Colonia Ciudad del Cielo en donde se ubica la escuela. Los niños participaron activamente en las actividades pero el segundo y

último día no llevaron los materiales de trabajo, cosa que dificultó la elaboración de los carteles y el codiseño. De este taller resultaron 4 Carteles Co+Diseño, sin embargo me ayudó en gran medida a evaluar mi propio comportamiento y a rediseñar algunas actividades.

El segundo taller se impartió en la Escuela Telesecundaria Juan Amos Comenio en el área rural de Rancho Viejo, Veracruz. Este taller tuvo una mejor planeación y se destinaron aproximadamente 20 horas de actividades. Los asistentes fueron 8 adolescentes: 7 mujeres y un joven que se incorporó a medio taller. Al inicio, las niñas mostraban mucha pena para participar en las actividades del taller, incluso les costaba mucho trabajo entablar una conversación pero poco a poco fueron integrándose de manera activa. Aquí fue muy importante que los participantes definieran algunos temas a desarrollar durante el taller, ya que eso les proporcionó mayor confianza y al parecer, eso los volvió conocedores confiados de los discursos que ahí se producían. En este taller, a diferencia de el primero en La Paz, se creó una dinámica participativa significativa, el tiempo permitió corregir y modificar algunas dinámicas ludosociales y al final se crearon varias propuestas de Cartel Co+Diseño con discursos auténticos de esta área rural.

El tercer y último taller se trabajó con estudiantes del noveno semestre de la licenciatura de Medicina Veterinaria de la Universidad Autónoma de Baja California Sur, ubicada en La Paz. La actividad se trabajó en un total de 16 horas durante 8 sesiones y los estudiantes (a punto de egresar de la carrera) aunque participaban en los procesos, también mostraban cierta reticencia ante actividades y contenidos que parecían lejanos a su carrera universitaria. Se planteó abordar los Carteles Co+Diseño desde la temática de enfermedades transmitidas de animales a humanos que cada estudiante estaba investigando en su carrera. El proceso inicial del taller demandó improvisar y modificar algunas actividades de carácter somático, lúdico y corporal, ya que les creaba cierta incomodidad y extrañeza que afectaba el desarrollo de algunos contenidos. Este grupo de trabajo se sintió más cómodo con actividades de desempeño técnico y teórico, aunque durante la parte creativa en el trabajo con la imagen, mostraron una gran capacidad creadora. Al final del taller me quedó la impresión de que mientras más grandes de edad eran los alumnos de los talleres, mayores eran sus prejuicios hacia el conocimiento específico de sus áreas.

Una vez concluidos los tres talleres en Veracruz y Baja California Sur, puedo argumentar que los tres grupos, con distintas características, presentaron aspectos favorables

que permitieron la convivencia, reflexión y creación de discursos auténticos alusivos a sus comunidades, así como también lograron integrar una serie de experiencias memorísticas, reflexivas, creativas y colectivas, que se tradujeron en una serie de imágenes que crean narrativas prístinas de cada autor en su comunidad.

De los tres talleres realizados, el de la Escuela Telesecundaria Juan Amós Comenio de Rancho Viejo, Veracruz, permitió elaborar estrategias que detonaron significativas experiencias para el reaprendizaje del diseño, así como para indagar diversas posibilidades para construir otras formas de entablar relaciones discursivas en la comunicación a través del diálogo.

A continuación enlisto las estrategias ludosociales más significativas del taller de Cartel Co+Diseño en Rancho Viejo, Veracruz:

1. Motivos de nuestra presencia. Al iniciar el taller me presenté a detalle y comenté los objetivos y las metas que queríamos lograr durante la actividad. Esta introducción ayudó a los participantes a comprender la esencia del taller, la organización en general y a incentivar la confianza.
2. Mi entorno y yo. Como primera actividad se plantearon dos preguntas directas: ¿qué me gusta del lugar donde vivo? y ¿qué no me gusta de mi comunidad? Se les solicitó que por lo menos dieran tres respuestas diferentes a cada pregunta. El objetivo fue reflexionar sobre nuestro entorno y nuestra presencia en él, además de percibirnos de manera integrada en la comunidad y de buscar respuestas que expresaran la identidad genuina de cada participante, sus gustos y sus disgustos.
3. Voces de nuestra comunidad. Una vez respondidas las preguntas, se escribieron en el pizarrón las tres cosas que les agradan y la tres cosas que les disgustan, se reflexionaron y se comentan grupalmente. Elegimos las de mayor importancia para cada quién con la aceptación de todo el grupo. Mediante este ejercicio pudieron observar en lo colectivo la forma de sentir y pensar de todos los participantes y se sensibilizaron a través de conocerse mejor.
4. Del eco a la escritura. Una vez elegidas, las respuestas se convirtieron en el tema a abordar y se planteó un esquema de escritura que facilitara la expresión discursiva a través de una frase organizada de la siguiente manera:

- a. Incluir la palabra “Soy” en la frase, lo cual crea relaciones entre pensar, sentir, identidad, proyección, pertenencia y vinculación con lo reflexionado en la comunidad donde se vive.
 - b. Continuar la frase con “algo que me gusta”. Pueden incluir la fauna, flora, lugar, momento, situación, alimento, etcétera. Tiene el objetivo de nombrar aquello que nos agrada, disfrutamos y relacionamos como parte de nuestro buen vivir en comunidad.
 - c. Agregar un verbo de acción a la frase. Este verbo puede resaltar el sentido de aquello que nos gusta, describirlo de manera personal y promover el juego y la imaginación de cada participante.
 - d. Describir una atmósfera para la frase. Cada participante podrá incluir palabras que describan una atmósfera o situación, para apoyar el contexto de la imagen y relacionarla con los momentos de disfrute que los hacen sentir bien (de esta dinámica resultaron frases como: “Soy la milpa a la que voy feliz a caballo”).
5. El azar de la palabra. Una vez escrita la primera frase, se realizaron dos variantes, con respecto a las cuales de manera intuitiva y azarosa se cambió el orden de las palabras; por ejemplo: la primera frase “Soy la milpa a la que voy feliz a caballo”, devino en: “Soy caballo feliz cuando voy a la milpa” (frase de Catalina Hernández Vázquez).

El cambio de palabras modifica el sentido de la frase; con ello, los participantes tienen diferentes opciones para representar su imagen principal en el cartel.

6. Imaginar, sentir y representar nuestras ideas. Se promovió la incursión a la experiencia somática, en la que los participantes se vendaban los ojos para representar la figura principal del tema que eligieron. Esto creó en los alumnos cierto desconcierto, timidez y nerviosismo al principio, por lo que tomé el papel de guía: cuando se taparon los ojos, improvisé algunas indicaciones a seguir.

Al inicio les costó mucho trabajo participar pues se sentían observados –incluso comenzaron a hacerse bromas y a empujarse–, pero poco a poco se fueron acostumbrando a la situación. Comenzaron a escuchar la voz que daba la pauta a una nueva acción para llevarla a cabo; empezaron a caminar en círculos y cuando alguien se sentía impedido a realizar su figura, yo guiaba sus posiciones y sugería la creación de sonidos para representar su imagen-pensamiento-acción.

Fue muy enriquecedor observar el cambio de comportamiento de los participantes en esta dinámica somática, en donde me parece que se integraron varios planos de realidades, ya que durante esta experiencia intervinieron la expresión corporal en comunión con la mente, el juego, la imaginación, lo sonoro y la improvisación; pero, sobre todo, me parece que el ejercicio provocó una transformación en la capacidad expresiva y en la integración a un grupo de trabajo creativo. Recuerdo en particular el proceso reticente de Ángel –el único hombre del grupo– para representar un árbol, acción potencial que llevó a término al permanecer quieto con los brazos abiertos, interpretando además los sonidos de la copa del árbol. Tengo presente también a Yaquelin (*sic*), que interpretó los sonidos del aire, que le provocaban alegría.

7. Un salto del objeto al sujeto. Una vez que los participantes pudieron recrear la imagen de su frase mediante la interpretación somática de las figuras, pasaron a la etapa de complementar su representación con objetos. Para ello, se dieron a la tarea de pensar y conseguir elementos objetuales que enriquecieran el contenido de sus frases y sus imágenes. Se les encargo traer uno o varios objetos para el día siguiente y así iniciar con el diseño de cartel.

Aquí se establece una relación multidimensional entre la imaginación, la experiencia individual y la memoria personal del participante en relación con los objetos-cosas que le rodean. Este ejercicio lo he abordado a través de algunos talleres que he llamado “Construcción de la imagen”, solo que en esta ocasión fue planteado a través de procesos sensoriales y de introspección somática.

8. Caminar para encontrarme. Es una estrategia emergente que responde al hecho de que el encargo de objetos no fue cumplido. Se trata de realizar una caminata por la comunidad para buscar elementos u objetos que nos puedan ayudar a representar el cartel o elementos que apoyen el discurso visual.

Por ello salimos de la escuela y caminamos por Rancho Viejo hasta el Rio Pixquiac. Durante ese recorrido fuimos recolectando diversos elementos, entre ellos una mazorca de elote, piedras de rio, un molcajete que vendían en una banqueta, flores del campo, ramas de árboles, hojas, masa y granos de maíz que nos facilitaron en una tortillería, basura de la calle y un vaso de cristal que nos prestaron en una casa. Esta

actividad promovió la reflexión, la introspección y el autoconocimiento para observarse reflejados en los elementos recolectados a manera de símbolos personales.

Esta caminata la disfrutamos todos. Fue como irnos de pinta y entre la tarea de recolección y observación nos deteníamos bajo un árbol o platicamos en el río, además de interactuar con otras personas de su misma comunidad.

9. La expresión que transforma. De regreso al taller, el grupo se dio a la tarea de repensarse frente al objeto-cosa recolectado, y a partir de sus reflexiones manipuló los objetos para hacerlos más personales y de mayor cercanía a su frase. Este proceso propuso realizar un acto reflexivo para posteriormente efectuar, en el plano tridimensional del objeto, la transformación del “yo” mediante la expresión y la emoción, a través de las acciones de rayar, pintar, transformar, manipular, unir, amarrar, además de otros. El objetivo fue espejear el modelo con nosotros.
10. La atmósfera de mi imagen. Una vez que los objetos-cosas fueron elaborados, transformados o intervenidos, nos dimos a la tarea de crearle una atmósfera para representar el ambiente idóneo a través de texturas, luz o la incorporación de otros elementos visuales.

Fue interesante observar como cada escenario armado por ellos para cada cartel reflejaba parte del entorno cotidiano de su creador. Incorporaron a los escenarios el cielo, el sol, montañas, nubes, ríos y árboles, reconociendo a la naturaleza como parte esencial de su territorialidad.

11. La fotografía como puente. Una vez concluida la manipulación de todos los elementos, realizamos la sesión fotográfica como parte final del trabajo de taller. La fotografía se realizó en colaboración con cada autor y se buscó efectuar una composición que fortaleciera el mensaje de cada cartel.

Durante este proceso creativo para el Cartel Co+Diseño, los participantes mostraron entusiasmo, ya que la fotografía reflejaba un gran avance del cartel.

12. Codiseñando el Cartel Co+Diseño. La parte final de este taller requería la incorporación de la tipografía, las frases, los ajustes de color, la manipulación digital de la imagen y la preparación de archivos para impresión; ello implicó tener conocimientos sobre el manejo de programas de edición de fotografía y de diseño, cosa que por la breve duración del

taller fue imposible trabajar con ellos, por lo que propuse realizar yo mismo esta etapa, tratando de respetar el sentido creativo de cada cartel y su autor.

Al codiseñar los carteles recordé el proceso de cada imagen, en quien lo creó y en el intercambio de experiencias en el grupo. Pensé en las frases y también en la personalidad de cada participante. Me hubiera gustado que esta parte final la hubiéramos realizado en conjunto, pero las condiciones de tiempo y espacio no eran favorables para ello.

13. Un cierre que abre. Como parte final del taller, se organizó una actividad de cierre. Para ello preparamos la exposición de los carteles y la proyección de unos videos realizados por Espora Producciones²⁸, que documentaron parte del proceso del Taller de Cartel Co+Diseño. Para mí fue muy significativo ver los 14 carteles expuestos en el patio de la escuela mencionada y me dio más gusto observar los rostros sorprendidos y orgullosos de quienes participaron al ver sus carteles.

Cabe mencionar que, para socializar estas estrategias, me apoyé en mi experiencia como docente de diversas materias del área de diseño gráfico, más algunas consideraciones relacionadas con el pensamiento complejo, el diálogo de saberes, la búsqueda de una perspectiva transdisciplinar en el diseño gráfico y una intención hacia la sostenibilidad en nuestro territorio, que frecuentemente se encuentra amenazado por el secuestro y la apropiación del conocimiento.

Proponer el Cartel Co+Diseño como una estrategia para la sostenibilidad requiere diluir las fronteras epistemológicas del cartel –incluso abre la posibilidad de “dejar de ser” cartel– y también exige considerar la inclusión “de quienes” son/serán parte de esa sostenibilidad. Contrarrestar los hábitos dominantes y residuales representa una difícil práctica, por lo que es necesario promover estas acciones al interior de uno mismo para luego exteriorizarlas.

28 Espora Producciones esta formado por David Donner Castro y León Felipe Mendoza, quienes de manera fraterna produjeron un video sobre las experiencias del Taller ¡Ponte Trucha! Arte y buen vivir en Rancho Viejo, Veracruz, que puede ser visto en: <https://mapeosdelsur.wordpress.com/talleres-de-buen-vivir/>

IV. Dialografías y Carteles Co+Diseño como una estrategia sostenible

El paradigma cartesiano separa al sujeto del objeto con una esfera propia para cada uno: la filosofía y la investigación reflexiva por un lado, la ciencia y la investigación objetiva por el otro. Este paradigma determina una doble visión del mundo, por un lado un mundo de objetos sometidos a observaciones, experimentaciones, manipulaciones; por el otro un mundo de sujetos planteándose problemas de existencia, de comunicación, de conciencia, de destino.

Edgar Morin

En tiempos en donde las formas de comunicación se realizan bajo esquemas de manipulación masiva y con un interés organizado desde el capitalismo, es común encontrar que estas conveniencias hegemónicas nos inducen a relacionarnos con procesos que significan una forma de comercio con beneficios económicos, profesionales o emocionales. Este escenario me hace reflexionar sobre la posibilidad de otros procesos de comunicación que beneficien la convivencia humana. En este capítulo tracé una ruta a través del Cartel Co+Diseño, en donde me propuse incluir algunos elementos didácticos y estrategias ludosociales que constituyan una acción sostenible desde la participación social y política.

Los elementos incluidos como estrategia didáctica ludosocial en el taller de Cartel Co+Diseño, me dieron la oportunidad abrir un espacio dialógico con experiencias que permiten indagar otras formas no tradicionales para la creación de carteles. Diseñé un programa de actividades que incluyó los trece puntos antes mencionados. Estos elementos promueven manifestar los aspectos sociopolíticos de cada participante a través de ejercicios reflexivos, creativos, colectivos, lúdicos y somáticos.

Las actividades de este taller incentivaron una participación dialógica y en colaboración con la comunidad en donde viven los asistentes, así como también se analizaron

los aspectos que les identifican y se detectaron aquellos sucesos que les afectan de manera positiva y negativa. Dialogar sobre lo que sucede en su comunidad, discutirlo y asimilarlo como algo que forma parte de nuestras vidas, se vuelve un acto discursivo valioso y valiente, que se hace visible en su imaginación y pensamiento. Trasladar estas valoraciones, reflexiones y preocupaciones a la creación de carteles, solidificó sus posturas sobre los distintos temas que abordaron para materializarlos y transformarlos en imágenes.

El diálogo se activó en cada participante desde su entorno cotidiano (casa, familia, escuela, amigos y comunidad, entre otros), incluyó interactuar con personas conocidas, amigos y familia, a través de revisar una parte de su pasado registrado en fotografías familiares, preguntando a su familia sobre el quehacer de sus ancestros y conociendo los saberes practicados desde la historia familiar.

Después el diálogo se trasladó a sus intereses en la comunidad, conversando sobre las cosas que les gustan y disfrutan en su vida. Reconocieron el interés genuino sobre el disfrute de sus sentidos y aquello que los hace sentir felices: sonreír, disfrutar el aire en el rostro, observar el atardecer, caminar en la milpa, visitar el río o comer tamales en familia, por mencionar algunos casos. Reconocer el interés por el bienestar y decidir que aquello que nos gusta se vuelva un discurso con la finalidad de preservarlo, me parece una expresión auténtica digna de insertarse en una nueva valoración social y política dentro de las comunidades.

De igual manera sucede con aquellas situaciones que les afectan de manera negativa o les desagradan. Tal puede ser el caso de la contaminación, la basura, la tala de árboles, la extinción de la fauna silvestre y la amenaza de la huella humana en el mundo. Aquí el diálogo sucedió desde un paradigma sociocrítico (Alvarado & García, 2008), que introduce los aspectos ideológicos y la autorreflexión crítica como parte del conocimiento que busca la transformación de las estructuras sociales.

Este diálogo construido por los participantes durante el taller de Cartel Co+Diseño, contribuyó –hacia el final del taller– en la creación de carteles que dieron forma a un rostro plural y diverso, con preocupaciones y deseos genuinos identificados y expresados en la comunidad de Rancho Viejo.

Las estrategias didácticas durante el Taller de Cartel Co+Diseño fueron contempladas para incentivar contextos reflexivos, discursivos, creativos, de saberes locales, lúdicos, somáticos, artísticos, sociales y políticos. A manera de pretexto (antes del texto) fue necesario

previsualizar algunos escenarios posibles y también algunas estrategias que incitaran a la colaboración, que despertara la creatividad y provocara una motivación en los participantes de cada taller. Por ello me di a la tarea de involucrar algunos elementos didácticos que convocara el sentido lúdico, de exploración y descubrimiento que los animara a una participación entusiasta.

Llamo “estrategias ludosociales” a aquellas actividades que a través de lo relacionado con el juego contribuye a la concienciación sobre aspectos sociales. Estas estrategias me parecen adecuadas para utilizarlas en un contexto de iniciación en ambientes nuevos y desconocidos, sobre todo cuando existe la presencia de niños o jóvenes. El juego me parece un elemento importante para fortalecer las relaciones interpersonales, la duda o el posible nerviosismo de los participantes. Por ejemplo, la estrategia “El azar de la palabra” requiere realizar el intercambio impensado de palabras, casi de manera instantánea, en donde sucede la recreación y la resignificación de las frases a partir de una sustitución azarosa. Ello nos permite revisar otras posibilidades creativas a partir del azar, e incluso, en algunas ocasiones estas nuevas composiciones o estructuras lingüísticas se aproximan a la poesía.

Aunque la integración de azar, arte y poesía no es algo nuevo (recordemos la obra *Los campos magnéticos* de André Breton en 1921 en el movimiento surrealista, o *Siete manifiestos Dadá* de Tristán Tzara en 1924 en el dadaísmo, por mencionar algunos), el recurso del azar en la creación se vuelve un ingrediente refrescante por lúdico y desconocido.

En el caso de la estrategia “Imaginar, sentir y representar nuestras ideas”, esta contiene un alto nivel de exploración de nuestra corporalidad integrada a la imaginación, se trata de una expresión somática a través del juego y la actuación. Actuar como una cosa que decidimos importante para nosotros, provoca sentir duda cuando no somos actores, sin embargo, esta experiencia nos ayuda a imaginar como es aquello que nos representa, como puede verse, sentirse o comportarse esa “cosa” u objeto dentro de la imagen pensada. El discurso que representaba una postura social o política del participante es representado a través de movimientos y sonidos. Característica presente en diversas propuestas de teatro colectivo y participativo, por ejemplo, en el *Teatro del Oprimido* (Boal, 2018).

Cuando platicamos de manera previa y preguntamos a manera de ejemplo introductorio ¿Cómo interpretaría yo, a través de mi cuerpo, la imagen del árbol para mi

cartel? ¿Es grande o pequeño? ¿Hace ruidos? ¿Cómo es?, de manera inmediata provocamos a la imaginación y a la creatividad.

Si bien es cierto que las estrategias didácticas posibilitan un intercambio de experiencias de manera integradora hacia el interior del taller, también me parece muy importante considerar la vocación pedagógica relacionada con la función de mediador de experiencias o facilitador del taller. Sobre todo si consideramos que la labor pedagógica muchas veces se encuentra insertada en un cuerpo docente de matiz corporativista. Sesgado por paradigmas institucionales.

Freyre (1987) nos dice que “la pedagogía dominante es la pedagogía de las clases dominantes”. En ese sentido, en las sociedades gobernadas por intereses de grupos, clases y naciones dominantes, es necesario explorar diferentes formas de educar, poner en la experiencia aquello que Freyre llamó “La educación como práctica de la libertad”, en donde expone que la “pedagogía del oprimido” no está dirigida a él, sino que debe surgir de él.

La pedagogía estudia –desde lo social e interdisciplinar– la investigación, reflexión, metodologías y técnicas para la educación en todas las etapas de la vida y se nutre de conocimientos emanados de diversas áreas. Considero que la pedagogía es una arteria muy importante de la educación y debería de incluir también, la vocación para procurar el cuidado humano, como una condición vital para quienes están a cargo de transmitir e incentivar el conocimiento en las universidades y en las aulas. Hablo de personas preocupadas por el devenir de la humanidad.

La educación requiere en los timones de las universidades y en las aulas, un perfil que incluya a “buenas personas” con un alto sentido de empatía y no solo “prominentes rectores” y “educadores doctos” que repitan y siembren el conocimiento al servicio de la corporación. Se necesita involucrar una visión y vigías de la sostenibilidad que se preocupen por el devenir de los estudiantes, de la sociedad y del país en constante camino hacia la utopía.

Ante estos escenarios, necesitamos responder con la misma dosis de complejidad, buscar alternativas incluyentes que horizontalicen y diversifiquen el conocimiento. Freyre (1970) hace un planteamiento sensible cuando habla de la “autoconfiguración” del conocimiento, de incluir procesos en donde “los oprimidos han de ser el ejemplo de sí mismos y de su lucha por su redención”. Incluye el diálogo como un elemento valioso en la enseñanza, lo considera un ingrediente que no impone, no manipula y no domestica. Propone

construir el conocimiento desde la participación colectiva y comunitaria. Solo ahí sucede la realidad de la comunidad, de los grupos o los pueblos.

En buena medida, los aspectos pedagógicos deben incluir también un carácter sociopolítico, sobre todo si consideramos que la educación actual requiere tratar una conciencia que primero atienda lo humano y después lo relacionado con el conocimiento.

Ambas áreas son prioritarias desde la propuesta que denomino Cartel Co+Diseño, en donde los aspectos pedagógicos fueron concebidos para generar alternativas reflexivas y discursivas que ayuden a visibilizar la existencia de –posibles– formas de opresión en la comunidad, así como también para reconocernos a través de experiencias que posibiliten la inserción y el reconocimiento de las identidades personales en la propia historicidad, como sujetos que íntimamente buscamos nuestra afirmación dentro de la comunidad.

Francisco Weffor afirma que, “si la toma de conciencia abre camino a la expresión de las insatisfacciones sociales, se debe a que éstas son componentes reales de una situación de opresión. (Freyre, 1969)” Esta aportación me pareció sumamente valiosa y me dio la pauta para crear algunas estrategias que permitieran expresar, a los participantes, una postura crítica en relación a la percepción de insatisfacción sobre algunos temas presentes en su vida y en la comunidad.

Antes de realizar el taller, algunas maestras de la METS, compañeros de la maestría (Rafael Rodríguez Toral y Efraín Morales) y yo nos dimos a la tarea de caminar durante varias semanas en diversas zonas al rededor de Xalapa. Este tiempo fue muy significativo ya que durante las caminatas fuimos conociendo la periferia rural, su geografía, características, algunos habitantes, actividades predominantes de la zona, formas de organización e incluso algunos temas que las comunidades observan como problemas para ellos.

Durante febrero, marzo y abril, visitamos las comunidades de Xolostla, La Olmecca, Mesa Chica, El Naranjo, Rancho Viejo, San Andrés Tlanelhuayocan y Tixtla. En esos recorridos hicimos contacto con la Escuela Primaria Niños Héroes de Chapultepec, platicamos con habitantes de la colonia La Olmecca. Nos entrevistamos en una reunión con los organizadores de La Feria del maíz, la Red de Custodios de Bosques de Niebla, con integrantes de Sendas A.C. y con miembros de la Red de Agricultura Urbana y Periurbana de Xalapa; posteriormente con los responsables de Cañadas del Pixquiac y finalmente con la

presidenta Municipal de San Andrés Tlaxnelhuayocan. Con todos ellos revisamos la pertinencia de realizar los talleres y que se pudiera efectuar con jóvenes.

Durante una actividad organizada por la Red de Custodios de las Áreas Naturales Protegidas de Xalapa, en San Andrés Tlaxnelhuayocan, conocimos a la maestra Alicia García Medina, directora de la Escuela Telesecundaria Juan Amós Comenio, ahí tuvimos una primera entrevista y ese día comentó que se habían conformado bajo la denominación de Eco Escuelas y que existían tres en todo el municipio. Estos espacios nos parecieron atractivos y fuimos invitados a conocer físicamente el plantel y los estudiantes.

En la primera visita a la Telesecundaria de Rancho viejo asistimos en grupo y ahí me pude percatar del trabajo grupal que practicaban, era visible la convivencia y la participación comunitaria de los alumnos. La escuela rural es pequeña, con siete aulas –una de ellas como cabaña de madera– con vegetación alrededor, muchos árboles y grandes áreas que me parecieron ideal para practicar juegos. Realizaban ahí actividades colectivas de limpieza, reciclado y manutención de las áreas comunes. Tienen un área de huerto comestible –que en ese entonces estaba desatendido–, implementaron talleres artísticos de música, artes plásticas y fotografía por las tardes, cuentan con una tienda de alimentos –sin comida chatarra– para alumnos y docentes, y en general percibí un entorno saludable y con actividades que fomentan valores favorables para la conciencia ecológica y la sana convivencia.

Rancho Viejo es una comunidad rural ubicada a unos cinco kilómetros de Xalapa, pertenece al municipio de Tlaxnelhuayocan y cuenta con casi mil habitantes que aún viven con costumbres de rancho; muchos de ellos se trasladan a Xalapa a realizar trabajos diversos. Podemos respirar en Rancho Viejo un ambiente agrícola, ganadero y lleno de tradiciones locales, por ejemplo, se siembra la milpa para consumo familiar –maíz, calabaza y frijol– y se practica la ordeña para abastecer de leche a los hogares y al pueblo. Las cocinas son en su mayoría de leña, se monta a caballo, las casas son de una planta –escasamente de dos–, tienen grandes terrenos y hay muy pocas tiendas comerciales; también ahí se introdujo el cultivo comercial, tanto de la Trucha Arco Iris –que dio oportunidad a la apertura de restaurantes en la zona– como de la Nuez de Macadamia para fines productivos y de exportación. En esta comunidad se siente la presencia de la urbanización y aunque es difícil conocer a precisión sus datos estadísticos, se puede apreciar que casi todas las casas cuentan con electricidad, agua entubada, excusado y refrigerador; en menor cantidad tienen acceso a la televisión,

automóvil y teléfono celular. Muy pocos cuentan con computadora e internet, de hecho, no hay señal para la telefonía celular y por consiguiente tampoco para las redes sociales tan atractivas para la actual juventud.

Los jóvenes de Rancho Viejo tienen acceso a la educación a través del Jardín de Niños Francisco Gabilondo Soler, la Escuela Primaria Gral. Mariano Arista y la Escuela Telesecundaria Juan Amós Comenio, esta última en dónde impartí el taller de Cartel Co+Diseño.

Rancho viejo representó para mí, un territorio que mantiene la vida cotidiana llena de tradiciones rurales y ancestrales dignas de apreciar en estos tiempos. El hecho de estar ubicada a cinco kilómetros de distancia con Xalapa, propicia un flujo de habitantes que constantemente transita hacia la ciudad con fines laborales, económicos o familiares. Al estar situada a las orillas de una ciudad grande, genera ritmos, necesidades y procesos que influyen en las características de sus habitantes, imponiéndoles nuevos componentes culturales. Esta zona periférica y sus intercambios con la urbe, matiza algunas características del rancho. La capacidad de transformación de los poblados étnicos y rurales ante el intercambio de mercancías y personas en áreas periféricas, crea un flujo que erosiona socialmente algunas comunidades, mientras que otras se adaptan y sobreviven hasta hacerse fuertes en el proceso transcultural. (Bartra, 2002)

Este vaivén en la periferia al centro, muestra al transeúnte la visión de desarrollo que se reproduce en la ciudad, le expone una relación entre el trabajo y el estatus económico, en donde habrá de emparejarse con aquella aspiración de vivir como se vive en la urbe, claro algunos medios como la TV hacen lo suyo en relación a este tema. El deambular de las y los trabajadores rural-urbanos pronto encuentra la necesidad de accesorios que se utilizan en la ciudad: celular, auto y tecnología, entre otras cosas. El uniforme –como prenda y representación capitalista– se vuelve metáfora y realidad de la homologación de la clase trabajadora. En Rancho Viejo y en la periferia, se adopta el uso del uniforme, se utiliza en la escuela, en algunos trabajos y hasta en aquella –metafórica– forma de pensar de algunos jóvenes que buscan vestirse con una imagen que represente el progreso.

Anteriormente he realizado comentarios sobre la visión capitalista que incide en la creación del diseño gráfico y en particular en el diseño de carteles, mencioné también que los aspectos creativos, en su mayoría, son impulsados por una imperiosa necesidad de beneficios

–económicos, emocionales o profesionales–, más algunas tasaciones encaminadas a la búsqueda de la excelencia profesional. Del *rankeo* del conocimiento.

La profesionalización del diseño concede sus espacios de enseñanza y aprendizaje a personajes simbólicos provenientes de una meritocracia evaluada comúnmente por los “regentes del éxito”. Esos personajes enfundados en puestos con poder que les permite decidir aquello que se evalúa, enseña o premia. Sea en la escuela o en la vida profesional, los *regentes del éxito* se apropian y privatizan los componentes de la creatividad en aras de administrar lo que conciben como profesional.

Esta “práctica clasificatoria” excluye la participación de aquello que no se asemeja a sus cánones paradigmáticos de lo creativo. De hecho, la sociedad capitalista define y empareja en un mismo nivel los conceptos de “arte” y “objeto de arte”, los trata como sinónimos y no permite visualizar el arte como una forma de actuar, sino que lo reduce a una forma de producir (Camnitzer, 2018). De esta misma manera, la creación de carteles está enfocada a su producción y a la validación del comportamiento de sus componentes para ser considerados como algo grandiosamente creativo. Esta validación no incluye expresiones gráficas que al prejuicio parecen “no profesionales”. Las excluye del sistema productivo.

Por ello me parece pertinente la inserción de otra concepción creativa que no sea estimulada por un sistema de premiación y competencias, sino de preocupaciones sociales que no solo valoren el objeto de diseño, sino que incluya lo concerniente al sujeto del diseño. Aquí habría que agrietar algunos espacios pedagógicos monopolizados por los afanes profesionales y por el conocimiento que gusta de licenciar, maestrear y doctorar con un valor numérico en las calificaciones.

Esta consideración no pretende excluir o eliminar lo profesional –tiene una función tácita y valiosa en nuestra sociedad–, si no que se dirige a la inclusión de los saberes y planteamientos creativos que no tienen un valor profesional, pero aun con ello, no merecen ser desaprobados y anulados.

La visión de socialismo creativo me permitió observar de manera más amplia e incluyente, todos los planteamientos elaborados en el taller de Cartel Co+Diseño, en donde propongo que la imagen sea concebida desde un espacio sin prejuicios académicos, estéticos o de valoraciones profesionales.

Los talleres de Cartel Co+Diseño fueron planeados para efectuarse en espacios de una territorialidad representada por grupos minoritarios que –quizá desde un prejuicio personal– presentaran alguna manifestación de crisis. Inmediatamente pensé que caminar “de norte a sur” sería adecuado para integrar experiencias que provinieran de culturas diferentes y de grupos distintos. Por ello consideré impartir los talleres en comunidades ubicadas al norte y al sur de México, y también pensé en mi condición migrante, en donde viví durante 28 años en el estado de Veracruz (al sur) y posteriormente me trasladé a Baja California Sur (al norte), lugar en donde hasta la fecha resido.

En este ritual migratorio que identifica parte de mi ruta historiográfica, me propuse abrirle puertas y ventanas donde fluyeran experiencias de otras personas, me propuse trazar una ruta colectiva y compleja en donde se integraran saberes, experiencias y pensamientos diversos. Los talleres de Cartel Co+Diseño se impartieron en la Escuela Primaria Agustín Arriola de La Paz, B.C.S., la Escuela Telesecundaria Juan Amós Comenio en Rancho Viejo Veracruz y en la Universidad Autónoma de Baja California Sur, en la ciudad de La Paz.

A continuación, incluiré parte de los procesos en cada uno de los espacios en donde se impartieron los talleres, realizaré una breve introducción, mostraré los carteles cocreados y comentaré sobre algunos aspectos que me parecen valiosos para los fines del presente trabajo.

Escuela Primaria Agustín Arriola en La Paz, Baja California Sur

En algún momento de mis estudios de maestría, me encontraba en un espacio vacacional y la Dirección de SEP-Cultura B.C.S. me solicitaron apoyo para participar y asesorar unos talleres de arte para niños de escuelas primaria que promovía la Secretaría de Educación Pública en La Paz, Baja California Sur.

Me pareció muy atractiva la posibilidad de poner en práctica algunos de los contenidos que me encontraba planeando de manera previa para los talleres de Cartel Co+Diseño. La invitación consistía en realizar algunos ejercicios con niños de tercer año de primaria durante dos sesiones de dos horas cada una (cuatro horas totales impartidas en dos días), al inicio me pareció muy corto el tiempo frente a grupo, pero no quise dejar pasar la

oportunidad de poner en practica algunas acciones de lo que, de manera anticipada, me permitiría acercarme a algunos aspectos de los talleres de Cartel Co+Diseño.

Aunque en este taller no podía abordar conceptos a profundidad, me propuse construir estrategias muy ágiles que me permitieran indagar sobre la territorialidad y la identidad de los participantes.

Iniciamos con un círculo de la palabra en donde se presentaban y comentaban en dónde vivían. Inmediatamente pude percatarme que la mayoría de las alumnas y alumnos vivían en la colonia Ciudad del Cielo, un lugar cercano a la escuela que tiene fama de ser un lugar muy riesgoso por asaltos, narcotráfico y un clima de violencia en general. Sin darme cuenta, mis prejuicios comenzaron a manifestarse.

Durante esa primera sesión, me propuse efectuar una plática-debate en donde fueran surgiendo temas que tuvieran impacto en el interés de los niños. Les tiraba una pelota y a quien le caía le hacía una pregunta: ¿Qué es lo que más te gusta de el lugar en donde vives?, el alumno respondía y después él tiraba la pelota a alguien más, a quién yo le hacía la siguiente pregunta: ¿Que es lo que menos te gusta del lugar en donde vives? y la persona respondía. La pelota se lanzaba después de cada respuesta y en cada atrapada yo lanzaba preguntas. Algunas preguntas buscaban profundizar algún tema en particular, por ejemplo, alguien respondió que no le gustaba la violencia en su colonia y tampoco que hayan asesinado a alguien en las escaleras públicas (para subir hasta lo alto de la colonia), por lo que, en la siguiente vez, yo preguntaba ¿Que piensas sobre esto? o ¿Qué harías para que eso ya no sucediera? Los niños de tercer grado de primaria respondían que deberían de eliminar las drogas en su colonia o que las escaleras deberían de estar mejor iluminadas, alguien mencionó: "Siempre debería de haber vigilancia para sentirnos más seguros".

Después de abordar algunos temas, les solicité que escribieran las dos preguntas y las respondieran en sus cuadernos. Al concluir, me percaté de que había más respuestas sobre aquello que le gustaba en su colonia. Tomé una frase de ejemplo y propuse algunas formas de crear la imagen que representara a su frase-respuesta. Les pedí que para el siguiente día trajeran materiales para dibujar o pintar y que buscaran una cosa que pudiera representar o relacionarse con su respuesta. Todos confirmaron estar de acuerdo.

Al siguiente día casi nadie trajo el material acordado, por lo que tuvimos que improvisar con materiales y elementos que pudieran usar para crear su imagen. Lo cual

provocó que el tiempo fuera menos fructífero, ya que tuve que regresarme a revisar las respuestas y conjuntamente tratar de encontrar una forma de resolver la imagen para nuestro cartel. El tiempo se volvió un elemento en contra del taller.

De los quince alumnos que había en el grupo, cuatro de ellos estaban muy interesados en desarrollar el ejercicio, por lo que les apoyé de manera más directa y en ese par de horas nos dimos a la tarea de codiseñar sus carteles. Durante esta parte del trabajo, yo lanzaba preguntas constantes que les ayudaban a tomar decisiones para concluir su escenario gráfico y construir su imagen.

En este taller pude implementar las estrategias “Mi entorno y yo”, “Un salto del objeto al sujeto”, “La atmósfera de mi imagen”, “La fotografía como puente” y “Codiseñando el Cartel”. Es decir, medio tiempo para el diálogo y la reflexión, y la segunda mitad para el trabajo plástico.

Finalmente, de este breve taller resultaron cuatro carteles, pero obtuve mucha información para considerar algunos nutrientes pedagógicos y didácticos, pude observar los aspectos dialógicos iniciales y me permitió tomar notas sobre el tiempo, los materiales, el seguimiento al trabajo en casa y la forma de cierre. Este taller, aunque fue breve, me ayudó a “sentirme” dentro del espacio dialógico y a observar mi fluidez dentro de esta comunidad.

Los carteles que a continuación muestro, no incluyen los nombres de los niños, se me solicitó por parte de la Dirección, no mencionarlos por no contar con los permisos de los padres.

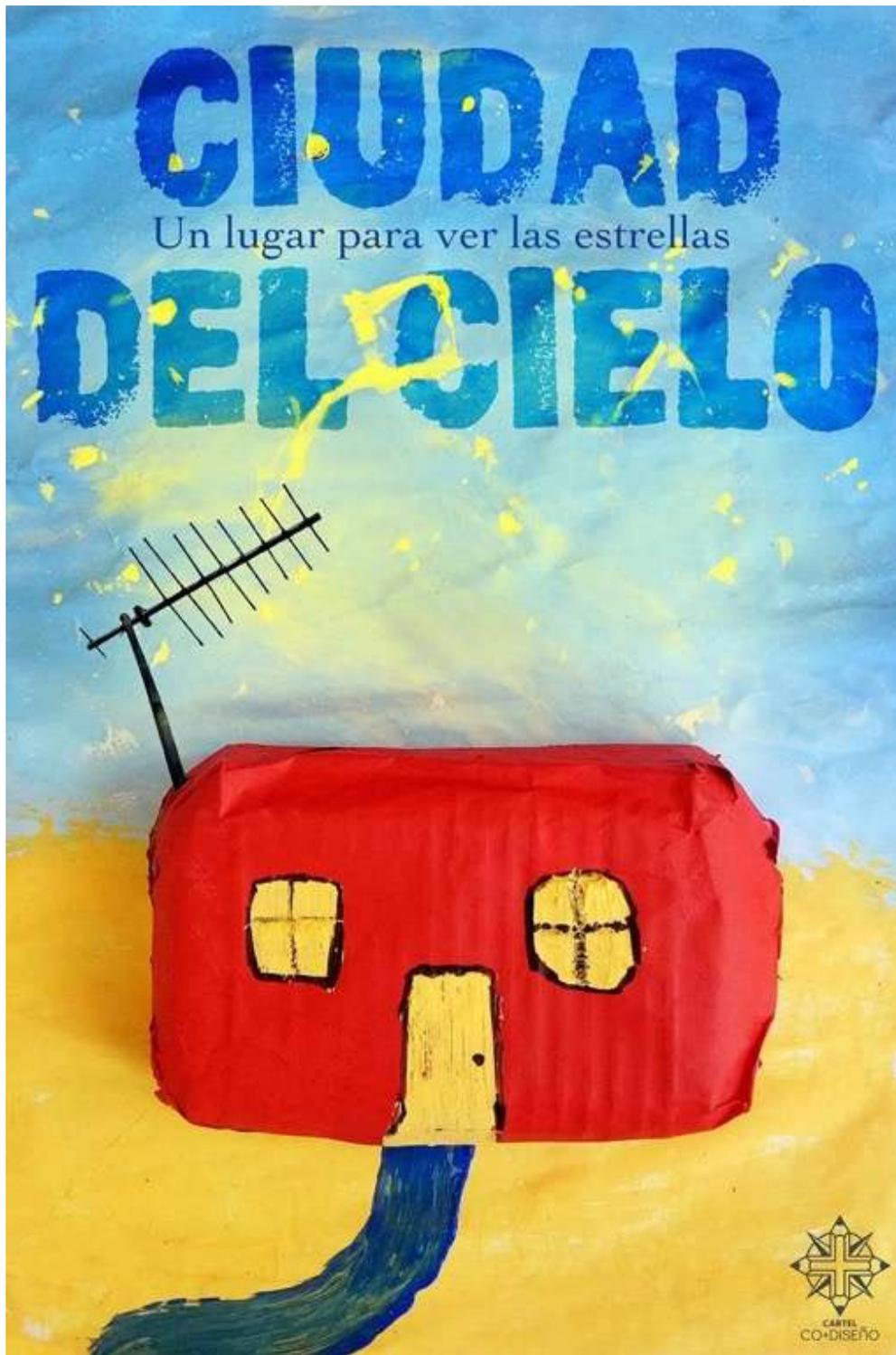


Figura 47. El presente cartel fue creado a modo de respuesta que surge de la pregunta ¿Qué es lo que mas me gusta del lugar en donde vivo?. La imagen nos habla del disfrute que el joven autor tiene, cuando observa desde su colonia las estrellas durante las noches. La imagen fue construida con una lonchera forrada de papel y pintada para representar la casa del estudiante. Mi participación se centró en fortalecer el lenguaje visual y la idea del alumno, más la aplicación tipográfica.
¿Observar las estrellas en la noche puede ser una forma de reflexión, liberación y admiración por la belleza de aquello que nos hace sentir bien en contextos adversos?

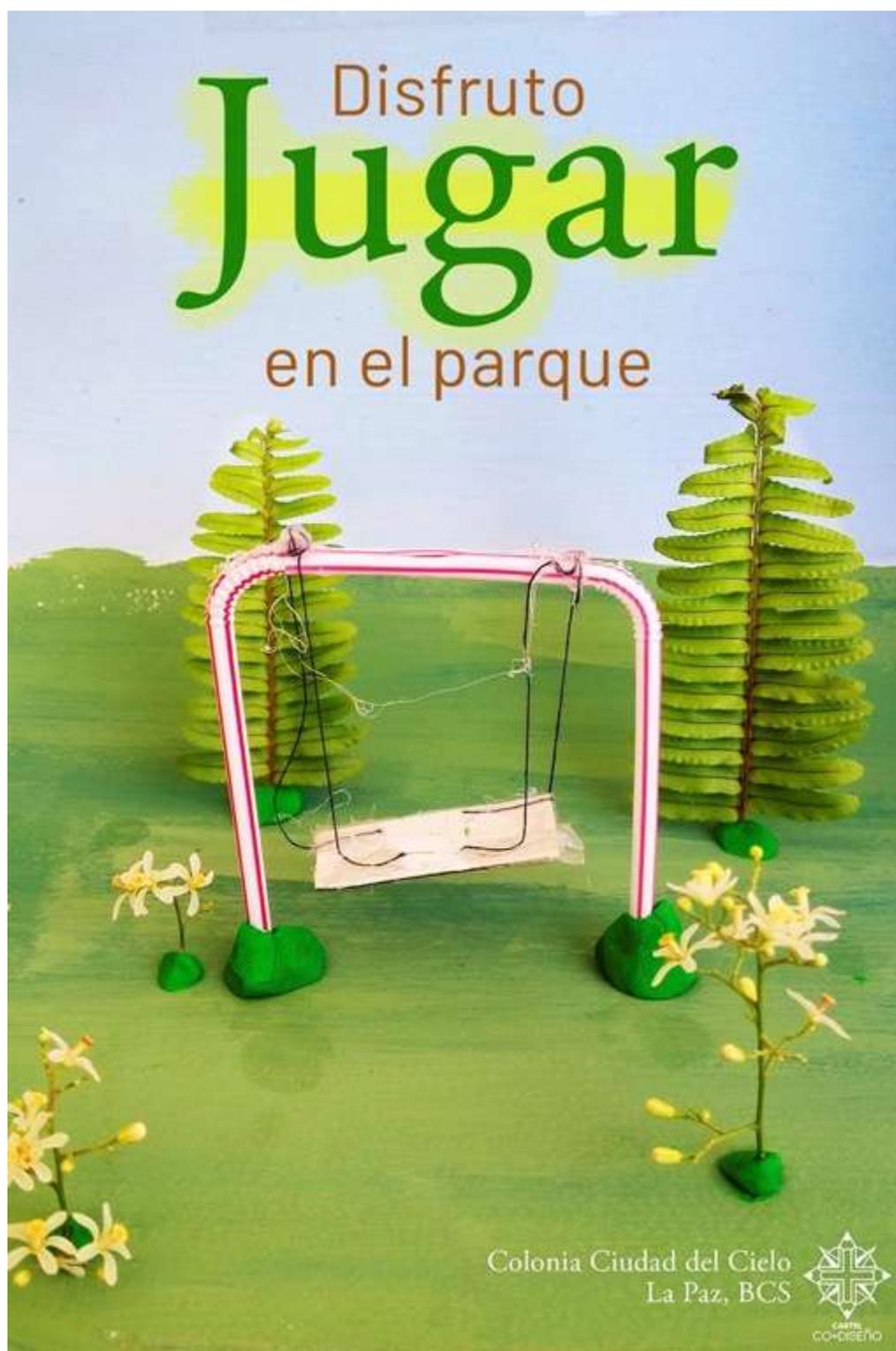


Figura 48. “Disfruto jugar en el parque” fue la respuesta de esta alumna cuando le preguntamos ¿Qué le gustaba de su colonia? El cartel hace referencia a los juegos que hay en el parque de la colonia “Ciudad del cielo” y la creadora comentó que le gustaba ir con su familia al parque, pero le daba miedo que ahí hubiera violencia y asaltos. La imagen fue construida con materiales de reciclado sobre un cartón pintado.



Figura 49. Cartel codiseñado para representar el gusto por observar el momento en que se encienden las luces de la ciudad y como se combinan con la luz de las estrellas del cielo. Esta imagen pintada con acrílico e intervenida con diversos elementos, nos muestra la casa del alumno y los postes de luz de las calles de la ciudad. Los elementos fueron dispuestos sobre un gran fondo azul que nos habla de la majestuosidad del cielo como un elemento de identidad; se incluyeron unas nubes de algodón que frecuentemente aparecen en el paisaje sudcaliforniano.

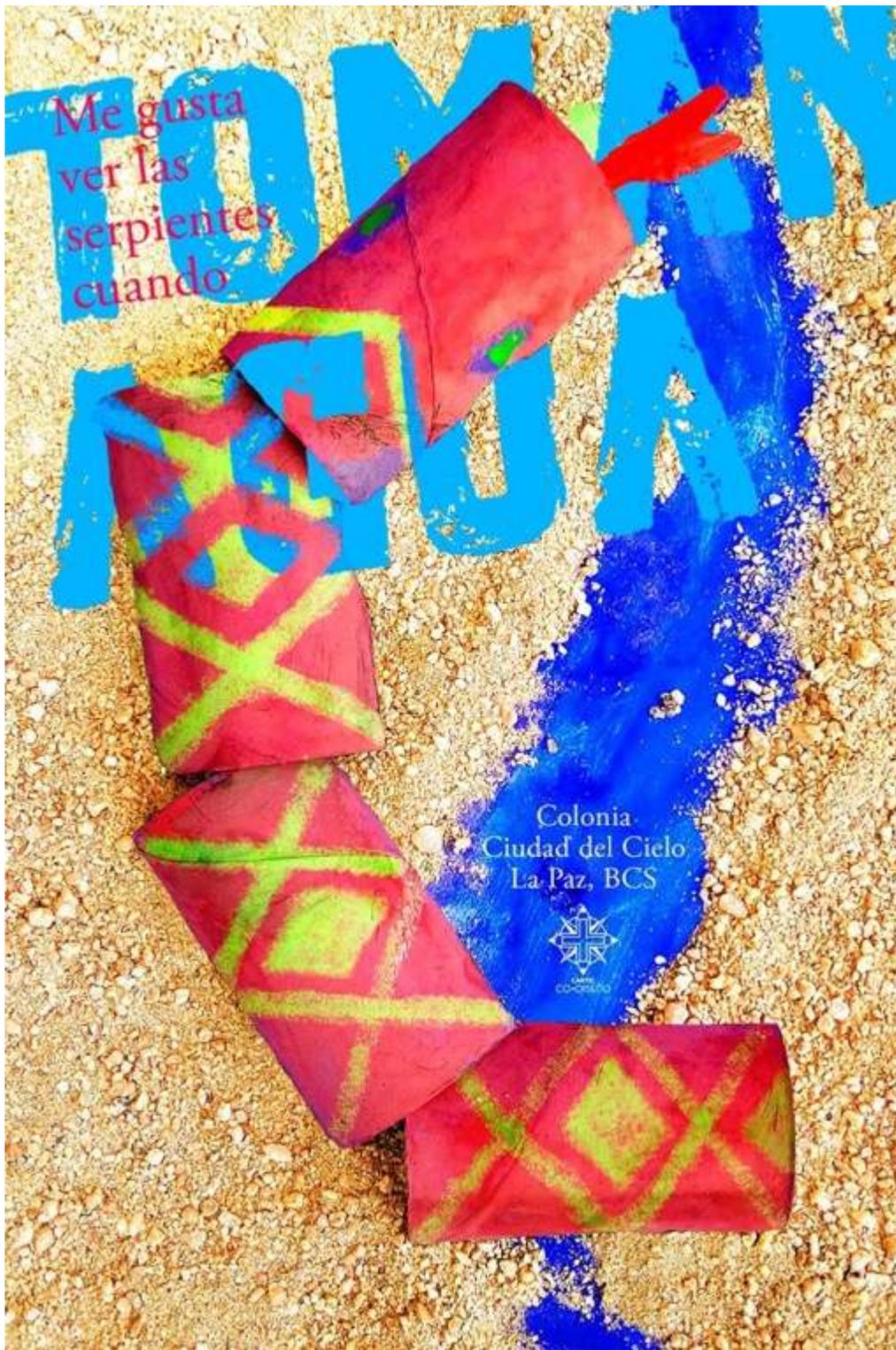


Figura 50. “Me gusta ver las serpientes cuando toman agua”. Pese a lo extraño que pueda resultar esta respuesta, fue la aportación de uno de los estudiantes del tercer grado que participaron en el taller de cartel. Lo cual nos habla de la diversidad de gustos y las particulares formas de disfrute que puede haber en una comunidad. La imagen se construyó con rollos de cartón del papel de baño pintados con pintura acrílica, sobre una base de cartón pintado y con arena adherida para representar el arroyo del desierto.

Sobre este taller de cartel Co+Diseño efectuado con alumnos del tercer grado de la Escuela Primaria Agustín Arriola, puedo comentar que, pese al corto tiempo de duración, pude poner en mi experiencia la importancia de incluir la voz de los integrantes de la comunidad en un espacio que es habitado y vivido por ellos.

Observar la interacción discursiva y la práctica de diseño de carteles, me proporciona –como mediador– varios nutrientes para este trabajo. Observo a través de esta práctica comunitaria, la presencia y predilección por elegir mensajes e historias con una narrativa emocional y esperanzadora que presta especial atención a los sucesos relacionados con el disfrute de la naturaleza, el juego y el paisaje presente en el lugar en donde viven.

Las particularidades del taller, sobre todo aquellas relacionadas con el corto tiempo de trabajo práctico, dieron oportunidad a una emergencia creativa que pudo resolver las contingencias técnicas y creativas. Al final, las imágenes de los carteles presentan un lenguaje prístino, desprejuiciado y libre de ataduras, digno de reflexionar en lo social y estético.

Escuela Telesecundaria Juan Amós Comenio en Rancho Viejo, Veracruz

El segundo taller de Cartel Co+Diseño se realizó en la comunidad de Rancho Viejo, Veracruz. Para este taller se contó con una mayor planeación y se desarrolló durante seis días en sesiones de 3 horas diarias (dieciocho horas totales).

Los alumnos que participaron son jóvenes de secundaria y algunos de ellos tienen la necesidad de trasladarse con frecuencia a la ciudad de Xalapa y eso les pone en contacto con la cultura urbana y con prácticas ciudadinas que incluyen el uso del teléfono celular, consumo de internet, escuchar música de *reggaetón* y banda –aunque también gustan de los corridos y la música norteña–, hay quienes modifican su forma de hablar e incluyen modismos de la ciudad y otros tienden a adquirir nuevas modas en la vestimenta y en los accesorios. Tatuajes y aretes empiezan a marcar la figura de algunos jóvenes.

Durante mis visitas previas a Rancho Viejo, me pareció que a los estudiantes de esta escuela se les ha despertado un interés por la cultura de la ciudad y las relaciones socioculturales que ahí se producen. Rancho Viejo está situado en un ámbito rural y tiene la característica de ser periferia del área urbana, por lo tanto, es un lugar en situación de constante transculturización. Por lo que me pareció idóneo crear ahí un espacio para el diálogo comunitario con jóvenes que pudieran tener una mirada fresca y desprejuiciada, para

que, a través de la creación de un taller de carteles, pudiera conocer de manera más cercana su forma de percibir la realidad, gustos, desagradados y preocupaciones, pero, sobre todo, que pudieran crear un discurso identificado con su comunidad.

En una primera etapa, previa al taller, se propusieron procesos de integración grupal para promover el ejercicio del buen vivir a través de un trabajo codiseñado grupalmente entre las tres maestras de la Comunidad de Epistemologías del Sur y Diálogo de Saberes (a la que en algún momento pertenecí), Rafael Rodríguez (compañero de la comunidad Creatividad Social y Comunidades Sostenibles), David Donner (integrante del Colectivo Espora) y yo. También participaron durante el taller León Felipe Mendoza, también integrante del Colectivo Espora y Fernando Luján en la creación de bitácoras.

El taller previo sobre buen vivir, propone que las actividades que ahí se realizan, incluso pensar –desde lo somático–, sucede en el cuerpo, con el cuerpo y desde el cuerpo. Situación que en ocasiones nos puede crear cierta extrañeza, ya que en la cotidianidad de la vida difícilmente nos percibimos como seres integrados a nuestra corporalidad, sino todo lo contrario, nos percibimos separados desde la infancia.

Entre las actividades de buen vivir que realizamos en el taller se encuentran:

1. Círculo de la palabra: Fue importante como un primer acercamiento entre los participantes. Ahí sucedieron algunas manifestaciones que me parece importante mencionar. Por ejemplo, durante la primera actividad grupal, cuando se realizó el círculo de la palabra, pudimos conocer la personalidad de los jóvenes asistentes, su capacidad de locución y su forma de pensar. Iniciamos este ejercicio a través de las primeras preguntas ¿cuál es mi nombre? ¿en dónde vivo? y ¿qué me gusta? Fue algo que despertó cierto nerviosismo entre los participantes. Por ejemplo, la primera niña al tratar de responder fue invadida por una inseguridad que casi le provocaron un colapso nervioso. Las siguientes respuestas de los demás jóvenes fueron dadas con voces temblorosas y casi imperceptibles por su volumen y dicción. Al parecer los jóvenes se sintieron confrontados e inseguros con esta dinámica que seguramente no practicaban con mucha frecuencia.

Otra característica que pude percibir durante este ejercicio fue que los jóvenes se organizaban en grupos de hombres y mujeres de manera dividida, y organizarlos de forma

integrada, armónicamente, mujer, hombre, mujer, hombre... les generó cierta inconformidad.

Después de las actividades iniciales con todo el grupo, pasamos a los talleres de música y diseño, como primer paso propusimos la organización de los asistentes, mismo que se acordó dividir en dos grupos para asistir a los talleres de diseño y música. Como sorpresivo resultado, de los dieciocho participantes resultaron dos grupos, el primero para asistir al taller de música con 10 participantes ¡Todos jóvenes hombres! y el segundo para el taller de diseño con ocho integrantes ¡siete niñas y un niño! Ese día fue mas clara la separación que existe entre niñas y niños. Lo cual nos dejó ver que el tema de género les impone una división social.

2. Telaraña con estambre: La intención del ejercicio es poner en práctica la actividad de la mente de manera improvisada con el complemento de la acción corporal y propiciar el desarrollo de procesos de carácter heurístico; conectar distintos niveles de realidad, pensamiento y espiritualidad.

Esta actividad fue creada como un espacio integral en donde se combina el juego, la creatividad, la agilidad mental y la práctica de rimas. Lo anterior pudiera ser una metáfora sobre la forma de relacionarnos en la vida cotidiana y de percibirnos como la parte de un todo.

Trataba de lo siguiente: al iniciar una persona tenía sus manos una bola de estambre, decía una palabra y posteriormente lanzaba la bola de estambre a otra persona. Al cazar la bola de estambre, la otra persona tenía que decir la palabra mencionada con anterioridad y agregar una nueva palabra que rimara con ella. Al terminar, esta persona decía una nueva palabra y lanzaba el estambre alguien más dentro del círculo, y así sucesivamente.

3. Bitácoras de la experiencia: Se propuso la realización de cuadernillos con material reciclado para registrar la información generada en el taller, tales como registro de experiencias, mapeos, ideas, observaciones y notas. Las portadas se ilustraron bajo la encomienda de representar algún elemento animal, planta o cosa que fuera representativa para cada participante. Se les pidió que incluyeran palabras y líneas a manera de mapa, con las cosas de mayor importancia y representatividad para ellos dentro de su comunidad, casa y escuela. Al final se produjeron bitácoras con una serie de anotaciones,

comentarios y dibujos realizados durante el taller que sirvieron como puerta de entrada para sus trabajos de cartel.

4. Del objeto al sujeto: el cuerpo de la idea: Se planteó el ejercicio de responder ¿quién soy? y ¿Cómo es mi familia? Una vez trabajadas las respuestas, se hacía un trabajo de síntesis y cada joven tuvo la encomienda de buscar o recolectar algún objeto o cosa que representará la respuesta escrita a estas dos preguntas. Identificarse con un objeto fue un proceso un poco complicado para ellos ya que casi nadie cumplió con el propósito del ejercicio. Al parecer a los jóvenes no les gustaba que les dejáramos tareas o quizás tampoco querían dedicarle tiempo a la reflexión introspectiva fuera de la escuela.
5. Juego de islas: Esta dinámica se planteó como un ejercicio de integración para identificar las afinidades y gustos con los demás compañeros. Se trataba de hacer un círculo central con todos los participantes y posteriormente, por elección, conformar grupos de cuatro o cinco personas. A estos grupos resultantes se les daba algunos temas a elegir para realizar un debate o discusión de manera grupal. Se buscaba que de manera libre se coordinaran para exponer a todos el tema elegido.
6. Mapeo comunitario: Se realizó un mapa comunitario en donde cada participante aportaba el conocimiento sobre su territorio, incluyendo los lugares más importantes y significativos de cada participante. Asimismo, se incorporaron los elementos de mayor identidad en la comunidad de Rancho Viejo y las características geográficas cotidianas para ellos.

Este ejercicio resultó sumamente importante ya que el resultado produce una especie de cartografía que incluye la ubicación de sus casas, sus sitios de interés y los elementos de mayor importancia para ellos.

7. La garrapata maya: Este fue un ejercicio que se realizó para valorar la importancia del trabajo en equipo. Los dieciocho participantes se dividían en dos grupos y cada uno de ellos se formaban a manera circular, rodeándose con una cuerda para posteriormente realizar un recorrido avanzando y girando al mismo tiempo. Los integrantes del círculo con muchas patas debían de coordinarse para avanzar sin caer, además se debía realizar con mayor velocidad que el otro equipo para ganar la competencia.
8. Son de los panaderos: La presente dinámica se realizó con la finalidad de producir una integración colectiva mediante el juego, además de realizar una introducción a la música

tradicional de la región. De manera improvisada se fueron escribiendo en un pizarrón, algunas frases que tuvieran la característica de rima para posteriormente cantarlas al ritmo del son Jarocho con la participación de todo el grupo. Al igual que en otros ejercicios los jóvenes mostraban cierta reticencia a la exposición personal y creativa frente al grupo, pareciera que sentían vergüenza y pena de mostrar sus sentimientos, aunque poco a poco y a través de las bromas fueron surgiendo las participaciones.

9. Caminata y Diálogo de saberes: Hacia el cuarto día de trabajo previo a los talleres de cartel, se planteó realizar una caminata grupal para recorrer el territorio de Rancho Viejo, identificar situaciones que llamaran la atención de los alumnos y conocer parte de los oficios tradicionales que se realizan en la comunidad. Para ello se invitó a tres adultos mayores: Don Cándido García (que se dedica a la milpa y la ordeña), Don Carlos morales (dedicado a la ordeña) y Don Eugenio Torres (adulto mayor con mucho arraigo y conocimiento de la zona).

El recorrido inicio en la escuela y se encaminó hacia el rancho donde labora Don Carlos Morales, una vez llegados al lugar, Don Carlos y Don Eugenio nos platicaron acerca de su trabajo realizado durante varios años en Rancho Viejo, nos contaron anécdotas e historias, platicaron de su juventud, de las actividades que realizaban, de como creció Rancho Viejo, del origen de su nombre y bromearon sobre sus épocas de noviazgos.

Una vez concluida la plática, nos dirigimos al campo de béisbol del pueblo, ahí se incorporó don Cándido, que junto con Don Eugenio nos platicaron acerca de la milpa y sus cuidados, además de conversar sobre las labores de ordeña. Finalmente nos dispusimos todo el grupo a comer unas gorditas preparadas por Doña Irene mientras chacoteábamos tirados en el pasto bajo la sombra de un árbol.

Estas indagaciones se realizaron a través de actividades reflexivas, lúdicas y creativas que conformaron estrategias para la integración de la mente, el cuerpo y la emoción en el participante, también plantean la búsqueda de una percepción sobre la comunidad a la que se pertenece.

La puesta en práctica de la comunión cuerpo-mente a través de ejercicios somáticos, fue una acción de este taller previo que considero muy significativa; esta acción se apoya en

la capacidad del practicante, de sentir su propio cuerpo en movimiento, así como en la capacidad de percibir por observación, tacto y proyección, lo que sucede dentro de la vivencia de la otra persona. Esto, como si uno pudiera vincular su propia vivencia sobre la vivencia de otro sistema vivo para realizar una obra de educación según las estrategias propias de cada método. Por lo tanto, una gran parte de este trabajo educativo se apoya en la capacidad intuitiva del practicante, con su capacidad de pensar fuera del campo de las palabras y dentro de un universo preverbal (Joly, 2001), en intimidad con la conciencia del cuerpo.

Estas actividades fueron de mucho provecho para la convivencia de toda la comunidad ya que provocó un flujo de saberes muy importante y nos ayudo a sentirnos en confianza a todos en este espacio. Los alumnos y alumnas tuvieron una participación activa que fue de menos a más y este lapso de tiempo sirvió para sentirnos integrados en un trabajo de equipo.

Al concluir esta etapa de taller previo, iniciamos el taller de Cartel Co+Diseño, que impartí del 26 de junio al 3 de julio de 2017. Este taller tuvo como propósito promover la práctica del diálogo, el reconocimiento de las identidades, la observación de la territorialidad, los saberes de los pobladores, la reflexión sobre diversas problemáticas y charlas sobre aspectos que les gustan; para ello propuse crear un espacio de reflexión que incluyera la creación de narrativas que retomen la raíz de los valores locales mediante de la expresión artística.

A continuación, presentaré los carteles creados en colaboración y a través de un trabajo colectivo con los alumnos de Rancho Viejo.



Figura 51. Cartel codiseñado con Yaquelin Hernández Durán. El diseño se concibe a partir de la frase: “Soy los días que con aire me alegro”. La imagen fue construida con un abanico (en referencia al aire) que representa el aire relacionado con plantas y flores y se agregó el dibujo de un ave para crear una mayor ambientación de lo natural. El significado de la respuesta posiciona “el aire” en la naturaleza como un elemento de disfrute que proporciona alegría al ser percibido.



Figura 52. Cartel codiseñado con Catalina Hernández Vázquez. La imagen se crea a partir de su frase “Soy caballo feliz cuando voy a la milpa”. El elemento principal es un caballo hecho de masa con granos de maíz coloreados digitalmente, el fondo está ilustrado con gises de colores sobre una cartulina. El paisaje de Catalina nos habla de su contexto rural y de su derecho a mirar la (otra) riqueza de su entorno. Los aspectos regionales y locales son un elemento esencial en esta bella imagen.

Rancho Viejo

*Soy los días que en el río
hay mucha felicidad*



Ana Valeria Hernández Arellano

Figura 53. “Soy los días que en el río hay mucha felicidad” es la frase y cartel de Ana Valeria Hernández Arellano, en donde se emplea la metáfora como figura retórica para representar la biodiversidad del río a través de un vaso con agua. ¿Será que el vaso –como un objeto creado y utilizado por los seres humanos– plantea la relación humano-naturaleza para equilibrar y preservar la biodiversidad de los ríos?

Rancho Viejo



Figura 54. Lizbeth Hernández codiseñó este cartel recreando la imagen de un árbol con fragmentos de muchos árboles, flores y plantas. Su frase “Soy árbol que cuando salgo me lleno de alegría” nos hace reflexionar sobre la simbiosis reflexiva de la autora y el árbol, que se expresan a través del pensamiento que narra su felicidad cuando ambos brotan (salen) o florecen.

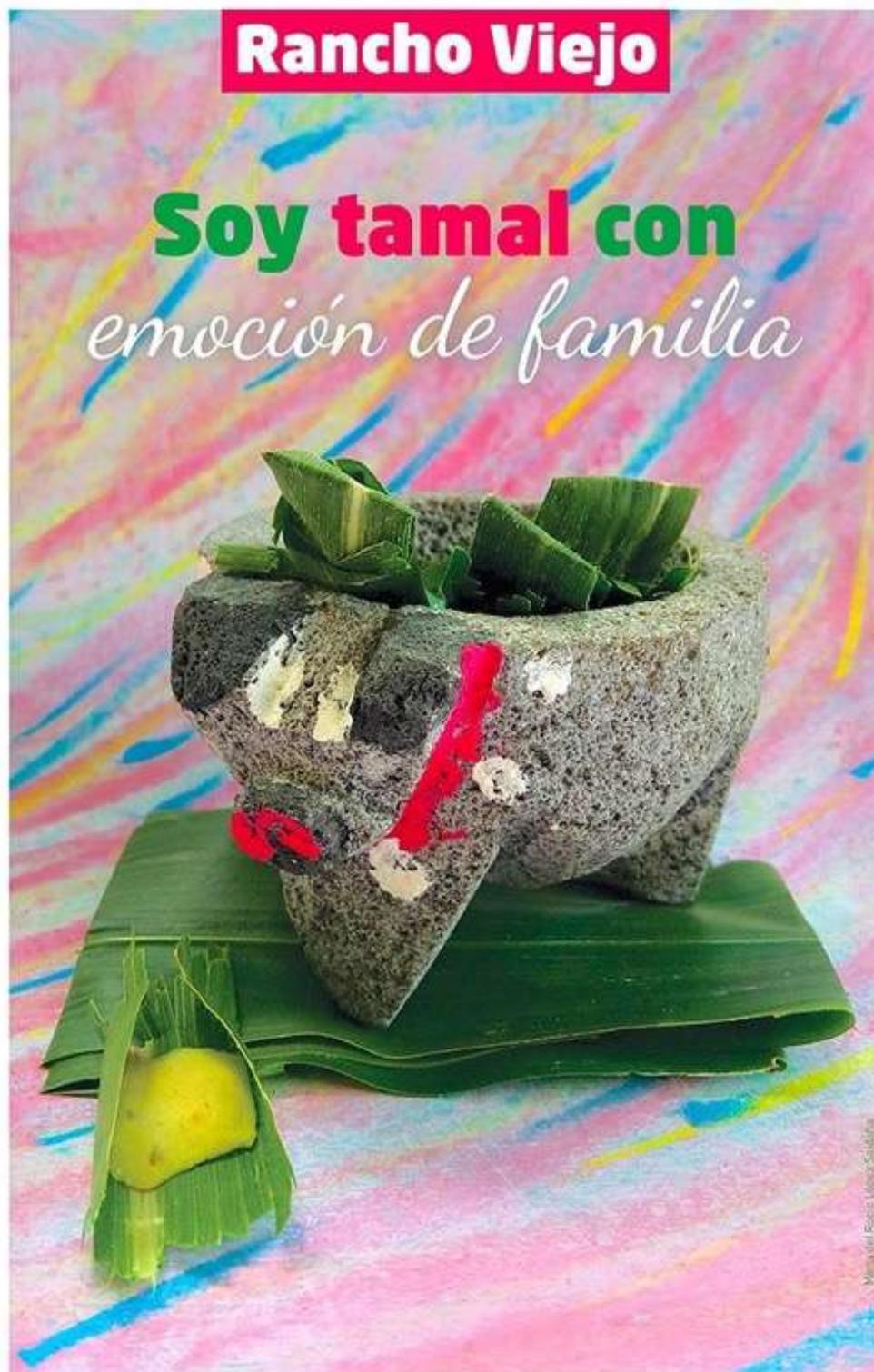


Figura 55. María del Rocío López Saldaña disfruta la convivencia familiar que sucede en torno a la preparación y degustación de tamales, por lo que, a través de su frase “Soy tamal con emoción de familia” crea un alegre cartel que nos habla de valores familiares y disfrute de las tradiciones.

La imagen fue creada a partir de utilizar un molcajete con “tamales” hechos de hojas de maíz.

El localismo como identidad y factor de reconocimiento en nuestra comunidad nos proporciona autenticidad y riqueza cultural.



Figura 56. Laura Janeth García Ávila codiseñó este cartel partiendo de su frase “Soy milpa que espera la tarde y el aire”. Con una narrativa clara, su cartel nos envía un mensaje que habla del maíz y de la cultura del rancho en donde se cosecha la milpa. Pero también del sentimiento alegre y festivo de la autora al convivir con estos elementos y experiencias.

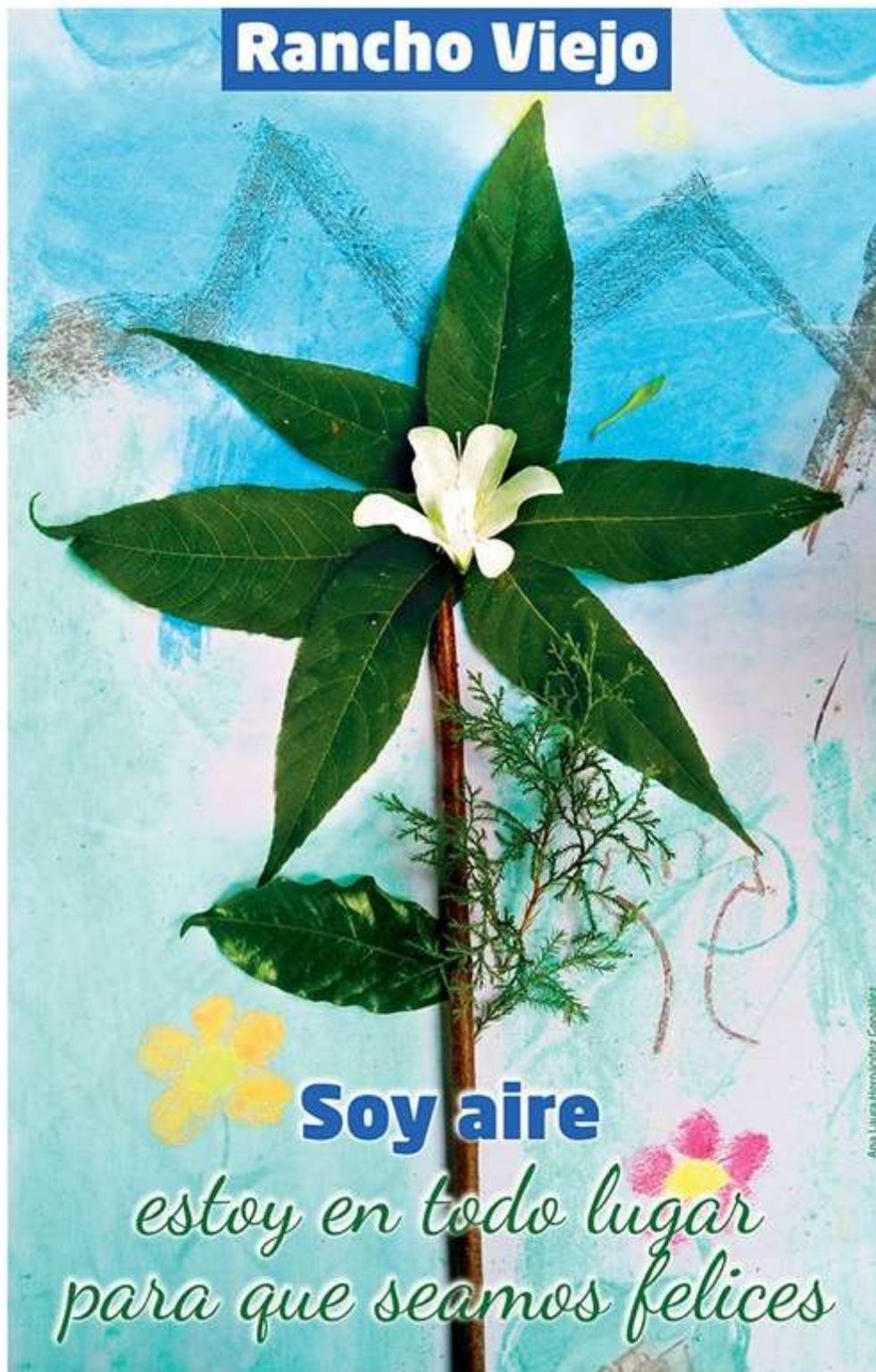


Figura 57. Ana Laura Hernández González respondió a la pregunta ¿Qué es lo que me gusta de mi comunidad? con la frase “Soy aire, estoy en todo lugar para que seamos felices”. Su cartel recurre a la imagen de un árbol-rehilete que produce aire en el bosque. La interpretación de la naturaleza en una imagen hecha con propios elementos naturales (hojas, ramas y flores) nos habla de la identidad y gusto por lo natural.

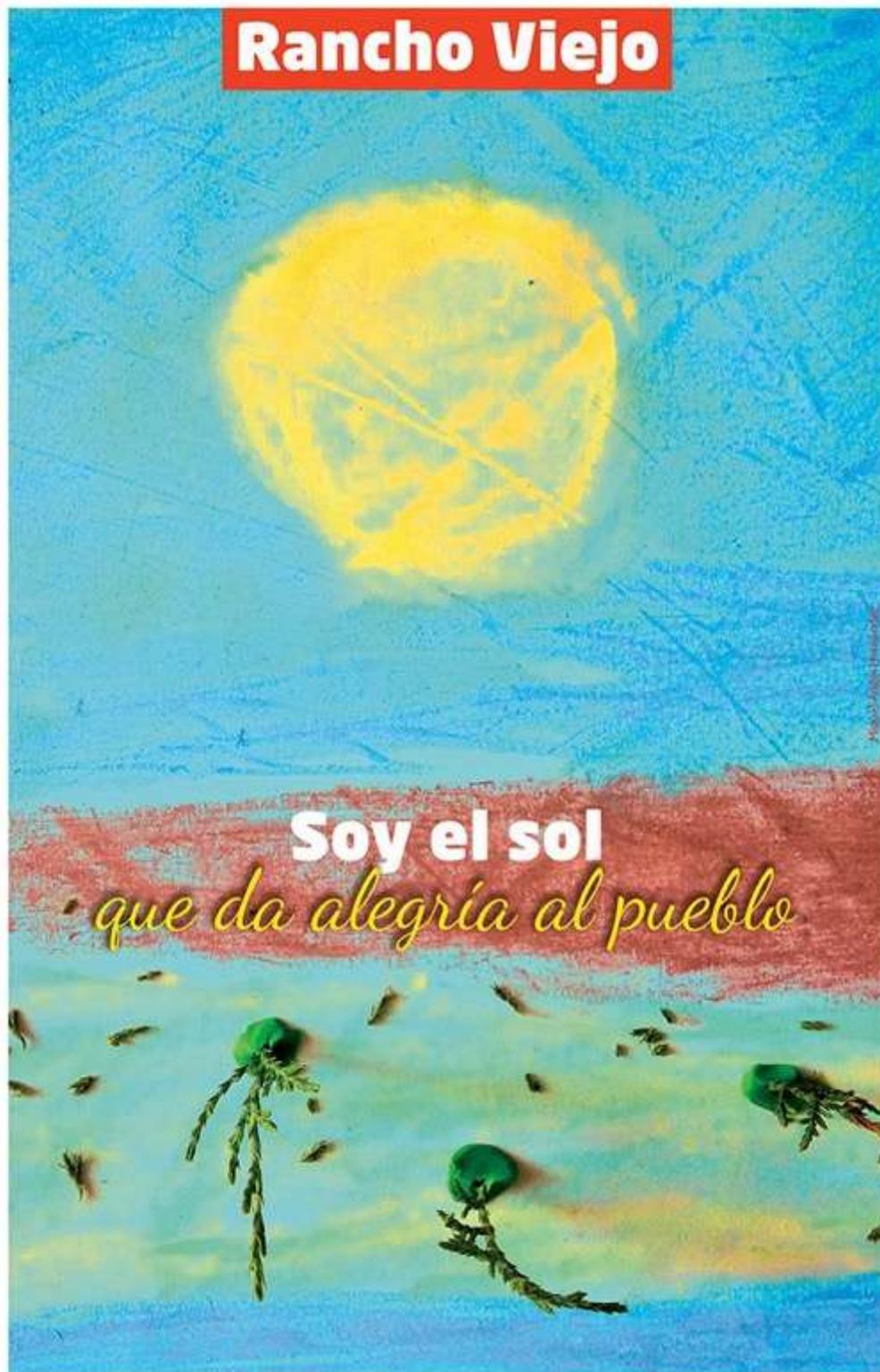


Figura 58. “Soy el sol que da alegría al pueblo” es la frase elegida por Miguel Ángel Hernández para hablar de lo que le gusta de su territorio. Miguel realiza una interpretación muy particular –casi abstracta– de un paisaje que integra el sol, los árboles y el cielo; crea una composición muy atractiva por diferente, con una gama de tonos azules y verdes. Su cartel fue construido con ramas naturales, plastilina y colores pasteles sobre cartulina blanca.



Figura 59. Ana Valeria Hernández Arellano codiseñó este cartel basándose en su texto “Soy la calle que todos los días la basura me contamina”. Para expresar las situaciones que le desagradan en Rancho Viejo, reflexionó sobre el tema de la contaminación y la basura en las calles. Para representar gráficamente su frase, se dio a la tarea de crear un escenario con basura sobre una calle dibujada con gises y pasteles de colores.



Figura 60. La tala de árboles en Rancho Viejo es una preocupación ecológica de Laura Janeth García Ávila, que creó este cartel a partir de su reflexión sobre el abuso y la sobre explotación de los recursos maderables. Laura construyó esta imagen con trozos de ramas que recopiló en la escuela y las organizó sobre un ciclorama coloreado con colores pastel. Realizar una denuncia a través de la gráfica establece una posición social y política de compromiso con su comunidad.



Figura 61. María del Rocío López Saldaña realiza una crítica social a las acciones de los seres humanos que afectan nuestro mundo, su frase “Soy la gente que matamos al mundo lentamente” nos deja ver su preocupación por un mundo violentado y en crisis, que refleja una lucha de poder. El cartel nos muestra una composición caótica en donde una masa humana (representada por muñecos luchadores) se encuentra abatida a los pies de “un vencedor” poderoso ubicado en un contenedor de basura. Los elementos están ubicados sobre un dibujo texturizado de mundo que acentúa el caos.



Figura 62. La caza de animales silvestres, entre ellos, el armadillo o “toche” (como lo llaman en esa zona), ha provocado que cada vez se vea menos en Rancho Viejo y sus alrededores. Con su cartel, Catalina Hernández Vázquez hace un reclamo a quienes sacrifican esta especie para comercializar su caparazón creando bolsas o artesanías. En el cartel se utilizó una de las bolsas –que hacen con estos caparazones– y se le agregó un dibujo a línea sobre un fondo que alude a los colores del bosque.

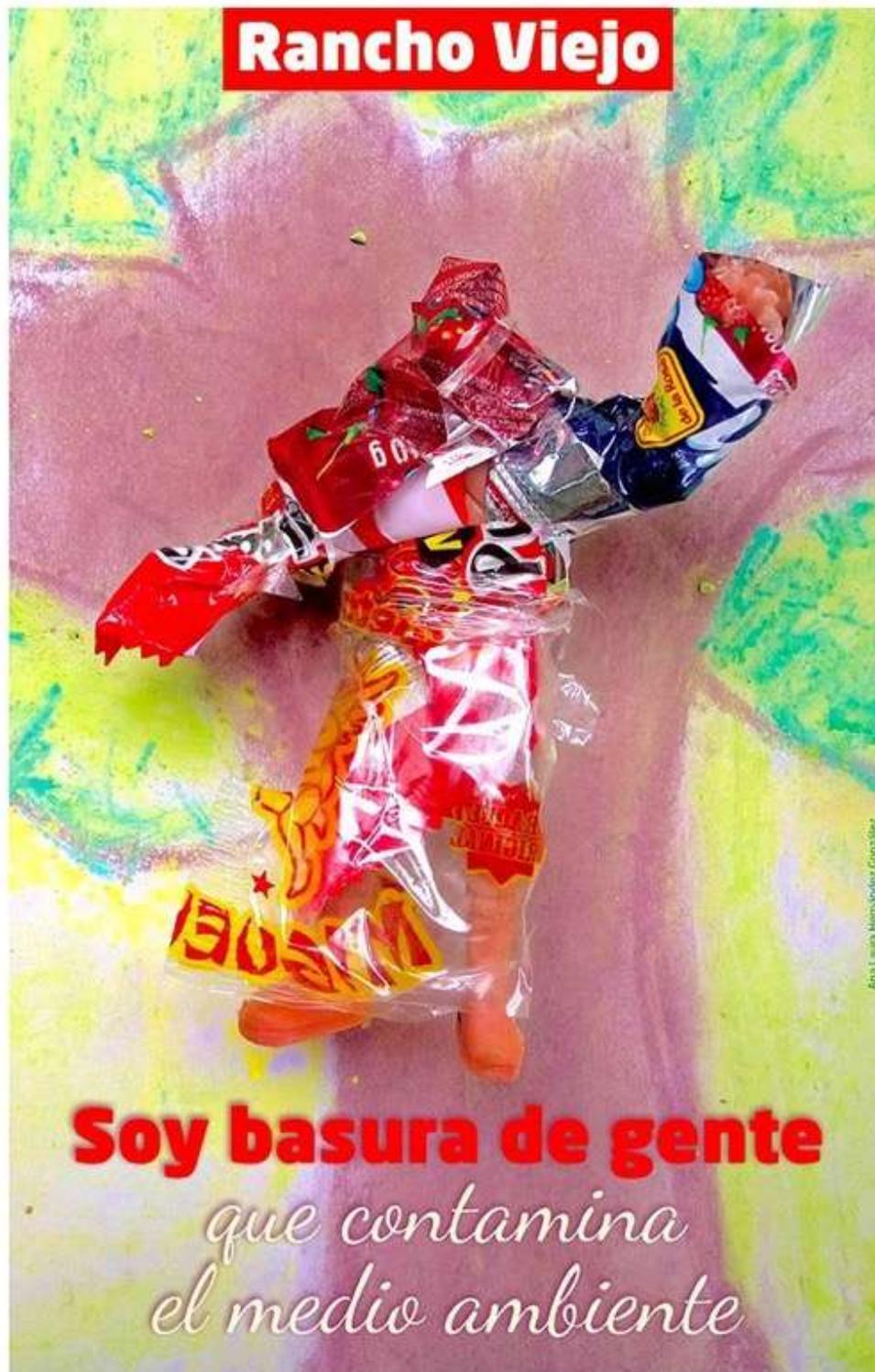


Figura 63. Ana Laura Hernández González crea su cartel a partir de su frase “Soy basura de gente que contamina el medio ambiente”. En una imagen que reúne síntesis y espontaneidad Ana Laura estructura un discurso fuerte y claro, literalmente forra a una persona (representada en un muñeco) de basura y la superpone a la figura de un árbol, creando un contraste importante entre lo natural y lo artificial. Para crear este cartel se utilizaron un muñeco, basura de la escuela y el dibujo del árbol con gises y pasteles secos de colores sobre una cartulina.

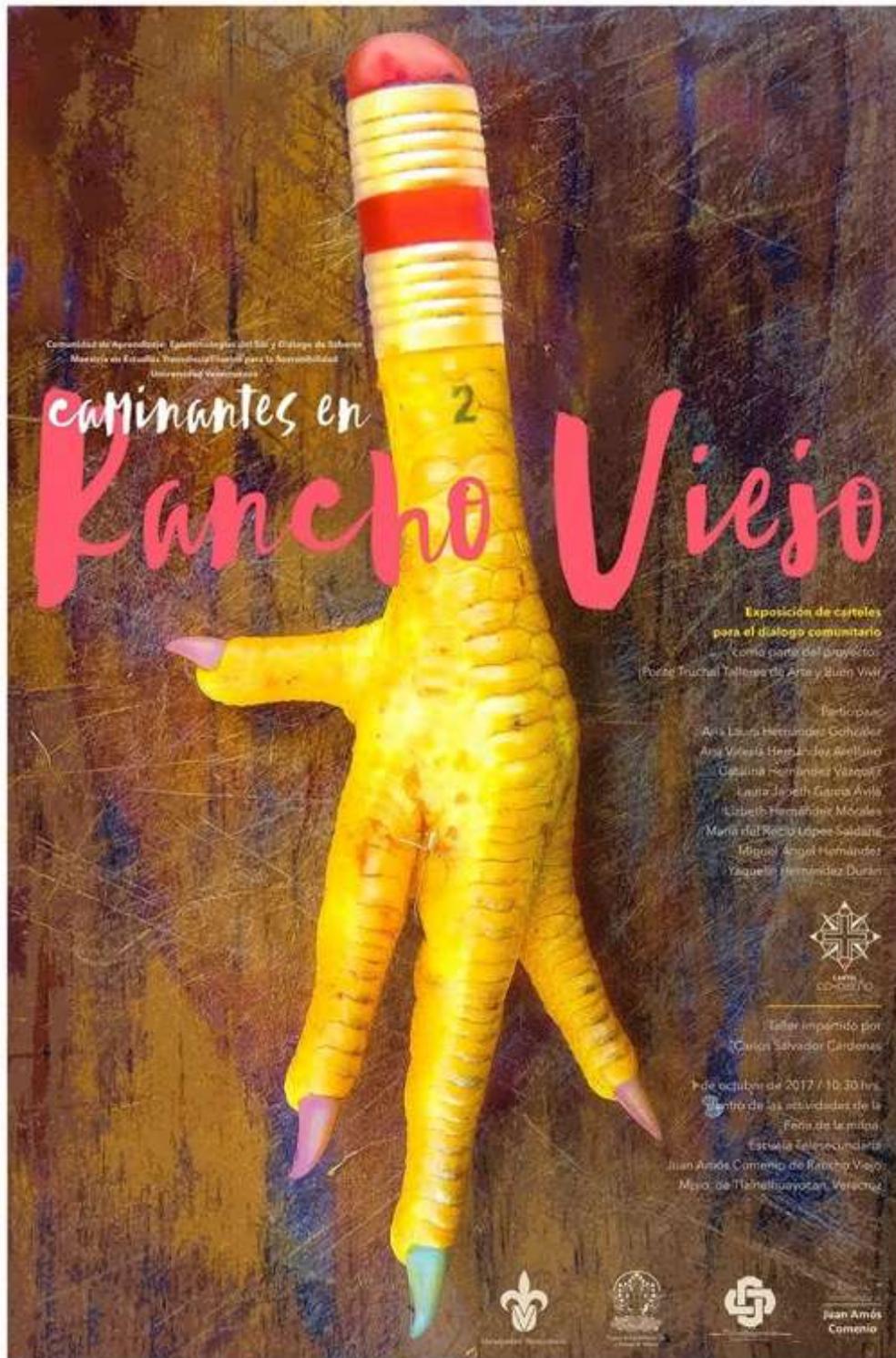


Figura 64. Después de cada sesión del Taller de Cartel Co+Diseño –al rededor de las 2 de la tarde–, comíamos en la cocina de la señora Irene, ubicada a unos metros de la telesecundaria. Afuera de la cocina, sobre la banqueta, Irene tenía una mesa con piezas de pollo que ahí vendía. Entre las piezas sobresalían a mi mirada las patas de pollo, que –por alguna extraña razón– siempre me han parecido manos humanas. Al finalizar el taller, acordamos hacer una exposición de carteles para mostrarlos a la comunidad y la llamamos “Caminantes de Rancho Viejo”... La imagen de la pata de pollo, surgió inmediatamente.

El Taller de Cartel Co+Diseño impartido en Rancho Viejo me provocó una satisfacción muy especial y también me hizo reflexionar sobre algunas valoraciones en la forma de comunicarnos cotidianamente. Ahí pude advertir que los aspectos más significativos de la comunicación no se encuentran en los elementos materiales y creativos de los mensajes que estructuraron los jóvenes que participaron en el taller, considero que lo valioso se localiza en promover el diálogo relacionado con las dimensiones éticas, sociales y políticas, aquello que acontece en sus vidas como parte de una comunidad integrada a un sistema plural, diverso y de conexiones múltiples. Solamente podemos afirmarnos en el territorio, cuando pertenecemos y colaboramos ahí.

Una de las aportaciones del taller que considero valiosa por integrar nuestras dimensiones corporales, mentales y creativas, es incluir el cuerpo como lenguaje para la imaginación, ya que durante la estrategia “Imaginar, sentir y representar nuestras ideas”, sucedieron lo que considero *actividades creativas disruptivas* en los participantes, ya que la imaginación fue alimentada por sus propias concepciones, intuiciones, dudas, temores y experiencias para representar una figura a través del cuerpo con ojos vendados. Para mí fue un momento extraordinario (fuera de lo ordinario) percibir esos cuerpos en búsqueda de representar la idea a través de un acto que integró mente, cuerpo y creatividad.

El acto de pensar sucedió en el cuerpo, con el cuerpo y desde el cuerpo, es algo que me generó mucho interés por su posibilidad integrativa y me parece que esta experiencia bien podría integrarse a los aspectos didácticos de la educación del diseño gráfico, sobre todo, si observamos que de manera histórica hemos aprendido a separar el pensamiento del cuerpo.

Al final, este taller me otorga la oportunidad de percibir otras posibilidades para relacionarnos con nuestro mundo y nuestro entorno. Me provoca varios cuestionamientos sobre las formas de comunicación que prevalecen actualmente en nuestro contexto social y cotidiano, aunque también en los limitados y verticales procesos de enseñanza aprendizaje en las aulas.

Al observar la exposición de los carteles en conjunto, tuvimos la oportunidad de observar la forma de pensar y sentir de un conjunto de personas, de una comunidad que expresa sus reflexiones en relación a sus gustos y preocupaciones sobre el territorio en donde viven. Naturalmente, el pensamiento de esta comunidad es diverso y amplio, sus expresiones —a través de los carteles— ahora se insertan de manera consciente al contexto social-colectivo

al que pertenecen, y desde ahí, pueden observar el interés del resto del grupo, conocerse, entenderse y convivir. Detenernos a reflexionar sobre aquello que nos une a un todo, es insertarnos en un todo. Significa concebirnos como una parte de la comunidad en donde es importante interactuar con sus integrantes para el accionar colectivo.

Me gustaría agregar algunos comentarios sobre el cartel codiseñado de Catalina Hernández Vázquez (figura 61). Su imagen creada a partir de la frase “Soy caballo feliz cuando voy a la milpa” contiene una dosis de expresiva que surge de un proceso creativo que vale la pena revisar. Durante el taller, cuando solicité -para el siguiente día- que trajeran objetos que representaran la frase que crearon y nadie los trajo, pensé en el motivo por el que habían incumplido y debo comentar que mi reacción primera fue de molestia, ya que afectaba a los resultados que “yo esperaba” que sucedieran en esa sesión. Sin embargo, pude imaginar lo desatinado que podía parecer para ellos, que yo (una persona ajena a su comunidad) les encargara un objeto que los representara. Y hasta pensé en la posibilidad de la burla que pudiera surgir al decir alguien es una pelota, o una cuchara o el objeto que fuera.

En ese momento replanteé el ejercicio, puse de ejemplo un objeto que me representaba a mí y me dispuse a integrar, con ellos, un grupo de caminata en el pueblo para buscar algunos objetos que pudieran representar sus frases, revisarlo en conjunto y comentarlo entre todos. Fue muy interesante que el inicial encargo a distancia se convirtió en una caminata de observación, reflexión y juego para vernos reflejados en los objetos de nuestro entorno.

Caminamos por las calles de Rancho Viejo, nos deteníamos en los árboles, nos preguntábamos cosas sobre nuestras frases, sus elementos principales y las posibilidades de incorporarlos a nuestra imagen. Entre esos momentos, risas, bromas, juego. Llegamos al río y jugamos un rato, nos preguntamos ¿cómo llevar el río a nuestro cartel?, alguien sugirió que en un vaso y así se hizo. Y luego surgió ¿Cómo debe ser el vaso? ¿Cómo puede parecer más un río que un vaso de agua?

Caminando de regreso, Catalina no había encontrado su objeto y mostraba cierta preocupación. Llegamos a una tortillería atraídos por el rechinado de la maquina y también por algo de hambre, alguien pidió algo de beber y mientras veíamos la maquina que hacia tortillas. ¿De donde es el maíz? pregunté. Y luego insistí ¿Es de las milpas de acá?... Mientras intercambiaba palabras con la encargada, había un *cuchicheo* entre algunas alumnas que

pensaban en el concepto de milpa utilizado en la frase de Catalina. Así, su elemento para el cartel comenzó a cobrar forma. Me platicó su intención de hacer su caballo de masa, por lo que pedimos masa y unos granos de maíz para llevarlos a nuestro espacio de taller.

Sin prejuicios, ni miedos a representar la forma de un caballo de memoria (sin ver una imagen real) Catalina creó este modelo, y en una actitud de juego, puso primero un maíz como el ojo del caballo y luego llenó su cuerpo de ritmos visuales con varios granos. Este cartel tiene como elemento principal a un caballo de masa con granos de maíz coloreados digitalmente y el fondo está ilustrado con gises de colores sobre una cartulina. Sin duda un gran trabajo creativo y espontáneo.



Figura 65. Cartel de Catalina Hernández Vázquez.

Universidad Autónoma de Baja California Sur en La Paz, B.C.S.

Después de haber realizado un taller muy breve en la Escuela Primaria Agustín Arriola en La Paz, B.C.S. y otro con mayor planeación y duración en la Escuela Telesecundaria Juan Amós Comenio de Rancho Viejo, Veracruz, me parecía atractivo cerrar el ciclo de trabajo práctico con un nuevo taller en el norte del país, con un grupo de características distintas que me permitiera explorar otras posibilidades en mi propuesta del Taller de Cartel Co+Diseño. Con esta intención, entré en pláticas con el Dr. Juan Manuel Ramírez Orduña, jefe del Departamento Académico de Ciencia Animal y Conservación del Hábitat de la Universidad Autónoma de Baja California Sur (UABCS), quién aceptó que desarrollara con ellos este tercer taller para impartirlo a un grupo de estudiantes del noveno semestre de la licenciatura de Medicina Veterinaria y Zootecnia. El taller le pareció atractivo ya que este grupo tenía la encomienda de realizar carteles de divulgación científica, aquellos que con frecuencia plantean un tema “científico” y se crean a manera de periódico mural, con muchos subtemas, textos desarrollados y fotografías descriptivas. Para este taller se me pidió que abordaran el tema de “transmisión de enfermedades a través de animales” que estaban estudiando hacia el interior de una de sus materias. Cosa que me pareció pertinente ya que la enfermedad también es una forma de crisis.

El concepto de “cartel de divulgación científica” tiene características que no tenía contempladas hacia los contenidos del nuestro taller de codiseño en donde la libertad creativa estaba implícita y ello era una limitante inicial. Este grupo tenía una edad que oscilaba entre los 24 a 30 años y su contexto científicista me resultó atractivo para revisar posibles estrategias metodológicas.

Al inicio, el grupo presentó algunas resistencias que en su momento entendí como “normales”, sobre todo si consideramos que nuestra experiencia en la universidad se va enfocando en determinadas áreas del conocimiento y se vuelven estudios cada vez más especializados.

Una primera resistencia consistió en que el grupo necesitaba aprender algo específico como es el diseño de carteles de divulgación científica, cualquier otro concepto de cartel que pareciera lejano a eso, era visto como algo innecesario. Una segunda oposición fue que, todo aquello que parecía fuera del contexto de aprendizaje del diseño de carteles de divulgación científica, no les parecía necesario de abordar, lo cual fue un problema significativo para las

dinámicas lúdicas, proyectivas y de experimentación creativa. Implicar el pensamiento crítico de estos estudiantes hacia los procesos ontológicos, identitarios y de complejización de los temas, fue nadar contra marea en todo momento.

El trabajo de taller con los estudiantes de medicina veterinaria fue muy distinto a lo que ellos esperaban, incluso a lo que yo esperaba. En una de las primeras sesiones me comentaron que les gustaría conocer sobre programas (software) de diseño para aprender a crear sus carteles, así como también esperaban que viéramos algunos aspectos de composición que les ayudara a organizar su información. Les preocupaban las cosas técnicas para representar sus investigaciones.

Ante tales expectativas propuse a los asistentes que nos olvidáramos por un momento de lo que ellos entendían como cartel de divulgación científica y que pensáramos en la mejor forma de sensibilizar a las personas sobre los temas de las enfermedades que querían difundir. Creí necesario plantear algunos ejercicios sobre sensibilización, trabajo colectivo, conocimiento del territorio, conciencia social y finalmente, algunos esquemas creativos y colaborativos para cocrear los carteles.

La observación de nuestro territorio cotidiano puede suceder de mejor manera cuando nos observamos dentro de una comunidad, se diversifica, correlaciona con otros factores de nuestro entorno y con quienes interactuamos; por lo que el ejercicio de mapeo colectivo fue muy importante con este grupo, ya que al dibujar un mapa que incluyó nuestros puntos de interés (casas, escuela, lugares importantes y casas de familiares, entre otros) y entre esos puntos, se señalaran los lugares en donde existía la posibilidad de que estas enfermedades fueran transmitidas por animales, nos generó una gran preocupación. De pronto nuestro mapa de La Paz, se vio señalado con la amenaza y presencia de varias enfermedades transmitidas de animales a humanos.

Durante la creación de este mapa colectivo, empezamos a fluir en grupo y nos fuimos apoyando con preguntas, dudas e informaciones que fueron discutidas y ampliadas con la ayuda de nuestro mapa. Ahí pudimos percatarnos de que el riesgo de la transmisión de enfermedades de animales es algo más peligroso de lo que percibimos cotidianamente.

Las resistencias que se presentaron durante el taller, me hacen reflexionar sobre la especialización en el ámbito académico y sobre el conocimiento paradigmático y separado de otros saberes en carreras con características “de ciencias duras”, como pudiera ser el caso

de medicina veterinaria y zootecnia. Este “estado cerrado” del pensamiento hacia el nuevo conocimiento fue una limitante significativa en el taller, nos impidió poner en práctica algunos de los ejercicios reflexivos, somáticos e introspectivos, y no logramos profundizar en las dimensiones políticas y sociales de los participantes. Estaban ávidos de hablar únicamente de lo científico.

Estas resistencias para incentivar al *ser creativo* en estudiantes con un perfil científico, me llevó a dirigir nuestro diálogo hacia la reflexión de la salud y su impacto social, así como también a los aspectos creativos del cartel. Áreas que, aunque requirieron la implementación de estrategias de sensibilización creativa, me provocaron cierta frustración por no haber podido desarrollar el taller de una manera más compleja. Situación que me hace reflexionar sobre la necesidad de otras estrategias dirigidas al sector de la ciencia. ¿Podiera un médico o científico involucrarse en procesos artísticos o creativos para explorar otras formas de conocimiento? ¿Podrían encontrar diferentes formas de hacer ciencia? Sin duda, estos cuestionamientos abrirían discusiones que me parecen interesantes y necesarias.

Nuestro taller de Cartel Co+Diseño se desarrolló del día 30 de octubre al 10 de noviembre de 2017 y participaron dieciséis estudiantes en total. Todos los carteles codiseñados ahí, tienen el objetivo de preservar la salud humana a través de la difusión y prevención de enfermedades transmitidas por animales que se incluyen en cada una de las imágenes.

A continuación, muestro los carteles codiseñados en La Paz, Baja California Sur, por estudiantes de noveno semestre de la Licenciatura en Medicina Veterinaria y Zootecnia.



Figura 66. Samara Ramírez Romero. Este cartel fue codiseñado para difundir información sobre la enfermedad de Arañazo de gato. Me parece que la vocación científica no debería estar separada de otros conocimientos, por ejemplo, del artístico o creativo. Este cartel fue creado en un ambiente colectivo y su elaboración requirió modelar una mano en volumen para representar lo humano afectado por un arañazo. La mano se modeló con yeso dentro de un guante y al secar se pintó con pintura roja para hacer referencia a la enfermedad. La mano de un gato vivo se posó sobre la mano roja durante la foto.



**Si el mosquito
te ulcera la piel,
Leishmaniasis
puede ser**

La Leishmaniasis es una enfermedad causada por protozoos del género Leishmania, es transmitidas a los animales y humanos por la picadura de una hembra del mosquito (Phlebotomus y Lutzomyia), las tres especies más importantes en América son: L. Mexicana, L. Amazonensis y L. Venezuelensis. Las infecciones por Leishmania que causan la LC se han descrito en varias especies de animales silvestres, sinantrópicos y domésticos.



Figura 67. Claudia Maribel Chaparro Real. Este sorprendente cartel nos habla del peligro de la picadura de una hembra de mosquito que transmite la enfermedad Leishmaniasis. Además de informarnos sobre los riesgos de la enfermedad, nos habla también de una vocación creativa de la autora. Lo cual confirma que el concepto de Socialismo Creativo puede aplicar en cualquier edad y vocación.

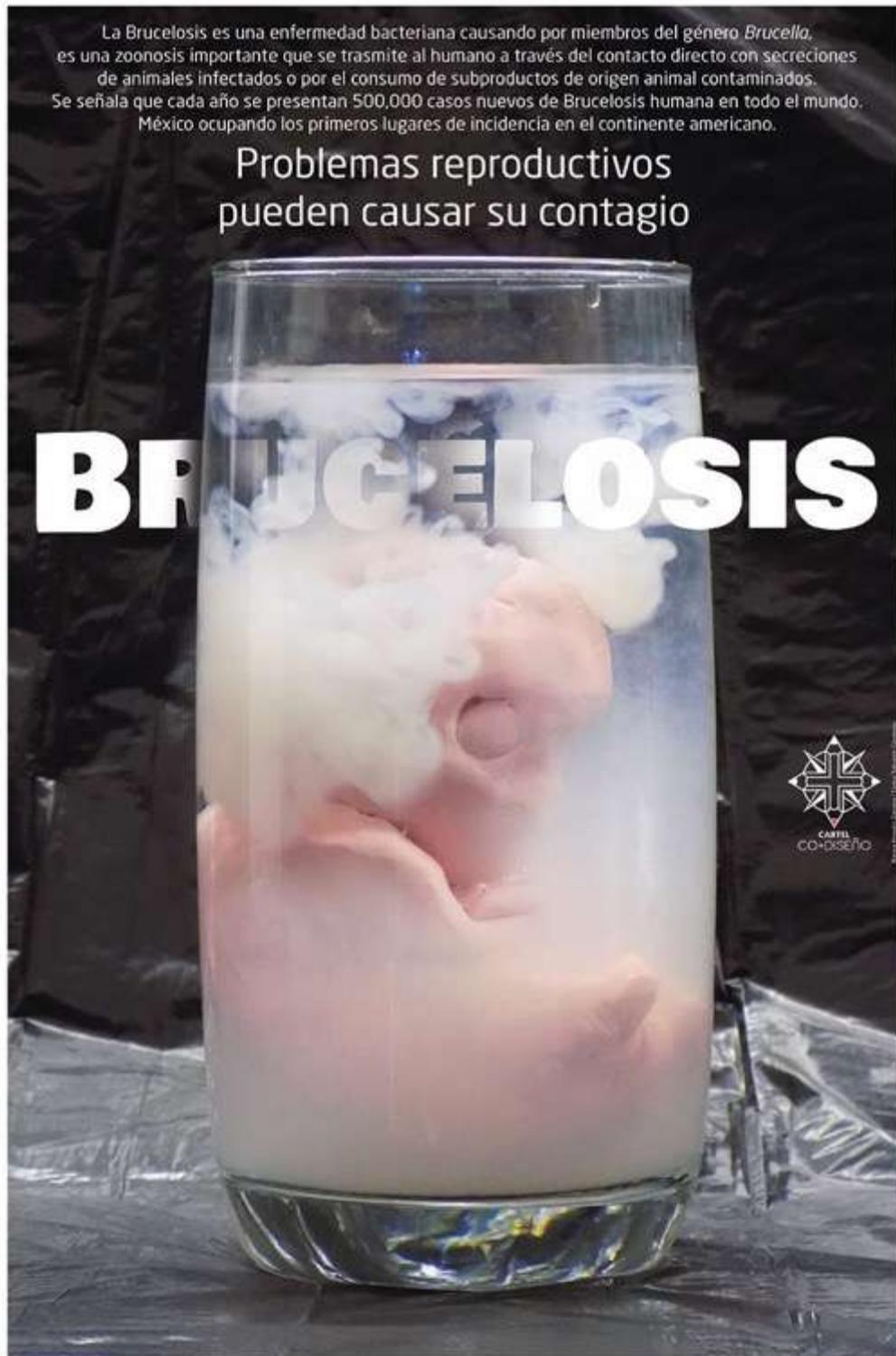


Figura 68. Karina Amador Zamora. La práctica creativa incentiva la imaginación, resuelve problemas y puede provocar reflexiones profundas. Después de revisar varios planteamientos para representar la imagen de la Brucelosis, se llegó al acuerdo grupal de incluir la forma de un feto en periodo de gestación, amenazado por la ingesta de leche durante el embarazo (como uno de los principales medios de contagio). Karina modeló la figura del feto en plastilina, lo metió en un vaso que llenó con agua y con apoyo de otros compañeros agregó un chorro de leche logrando esta impactante escena durante el registro fotográfico.

CHAGAS

CHINCHE VISTA, MUERTE PREVISTA

Se calcula que en el mundo hay entre 6 y 7 millones de personas infectadas por *Trypanosoma Cruzi*, el parásito causante de la enfermedad de Chagas, la mayoría de ellas en América Latina.

La transmisión vectorial se produce en las Américas. Los vectores son insectos de la subfamilia Triatominae (chinchas) portadores del parásito causante de la enfermedad: *Trypanosoma cruzi*.



Figura 69. Kenia Álvarez recurre al registro fotográfico para desarrollar su cartel. Emplea la figura retórica “Metonimia” para decirnos que la Chinche de Chagas nos observa, y cuando la vemos cerca de nosotros, puede haber riesgo de muerte por el peligro que representa su picadura. Las limitaciones para dibujar de Kenia no fueron un impedimento, sino todo lo contrario, había que aprovechar su trazo despreocupado. De hecho, se le sugirió que dibujara el ojo “lo menos realista posible” sin perder su significado.

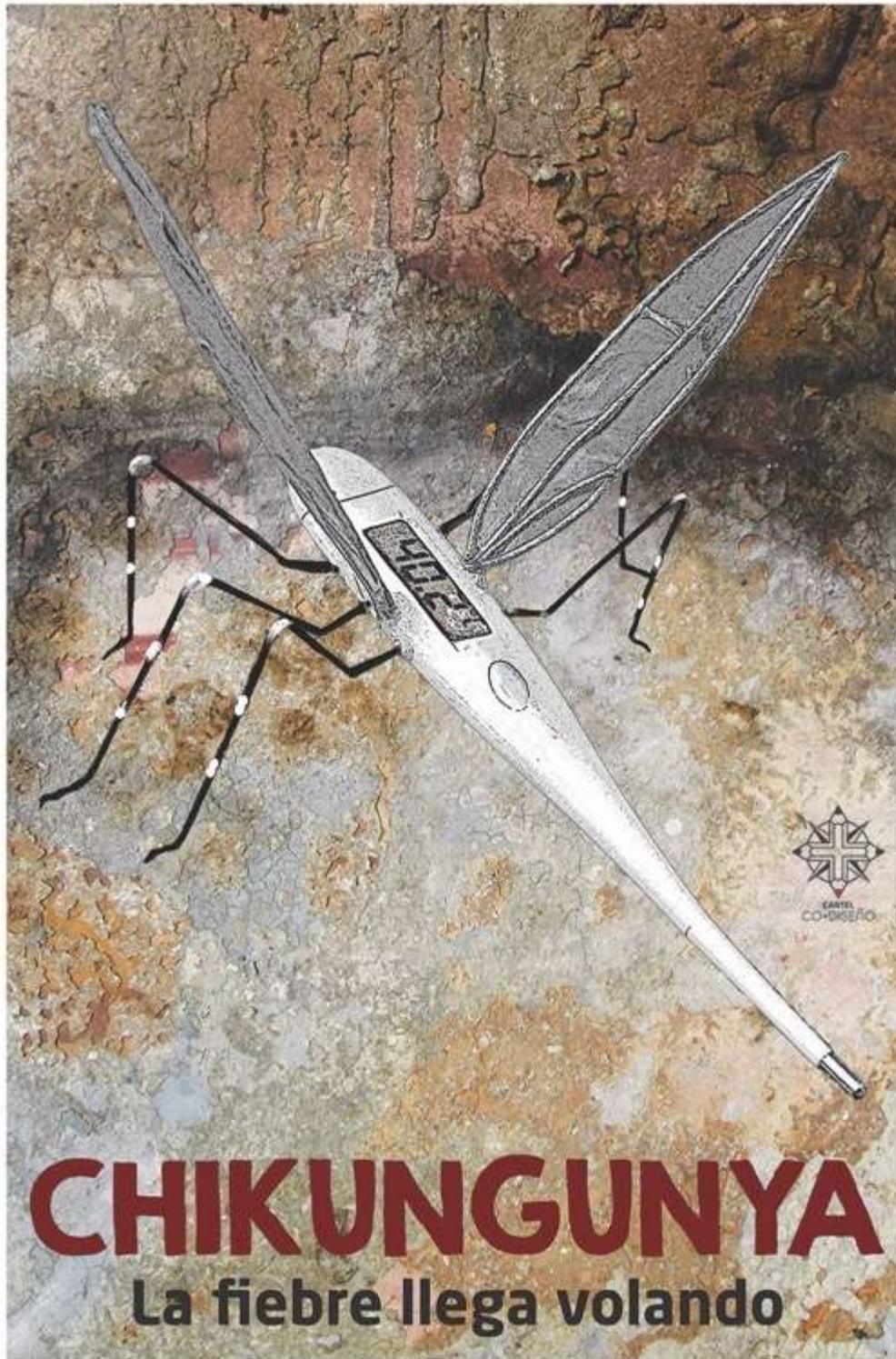


Figura 70. Jesús Camacho Granados ¿Cualquiera puede diseñar? Muchas veces pensé que diseñar era algo complicado y no era un oficio para todos. Hoy creo que el diseño que podemos valorar como profesional, puede ser sorprendente por su destreza técnica o idea creativa, o ambas. Aunque difícilmente imaginamos a un médico con habilidades para el diseño gráfico. Un estudiante a punto de egresar de la licenciatura de medicina veterinaria que llega a esta propuesta creativa derriba varios paradigmas creativos del diseño gráfico y de la medicina veterinaria.

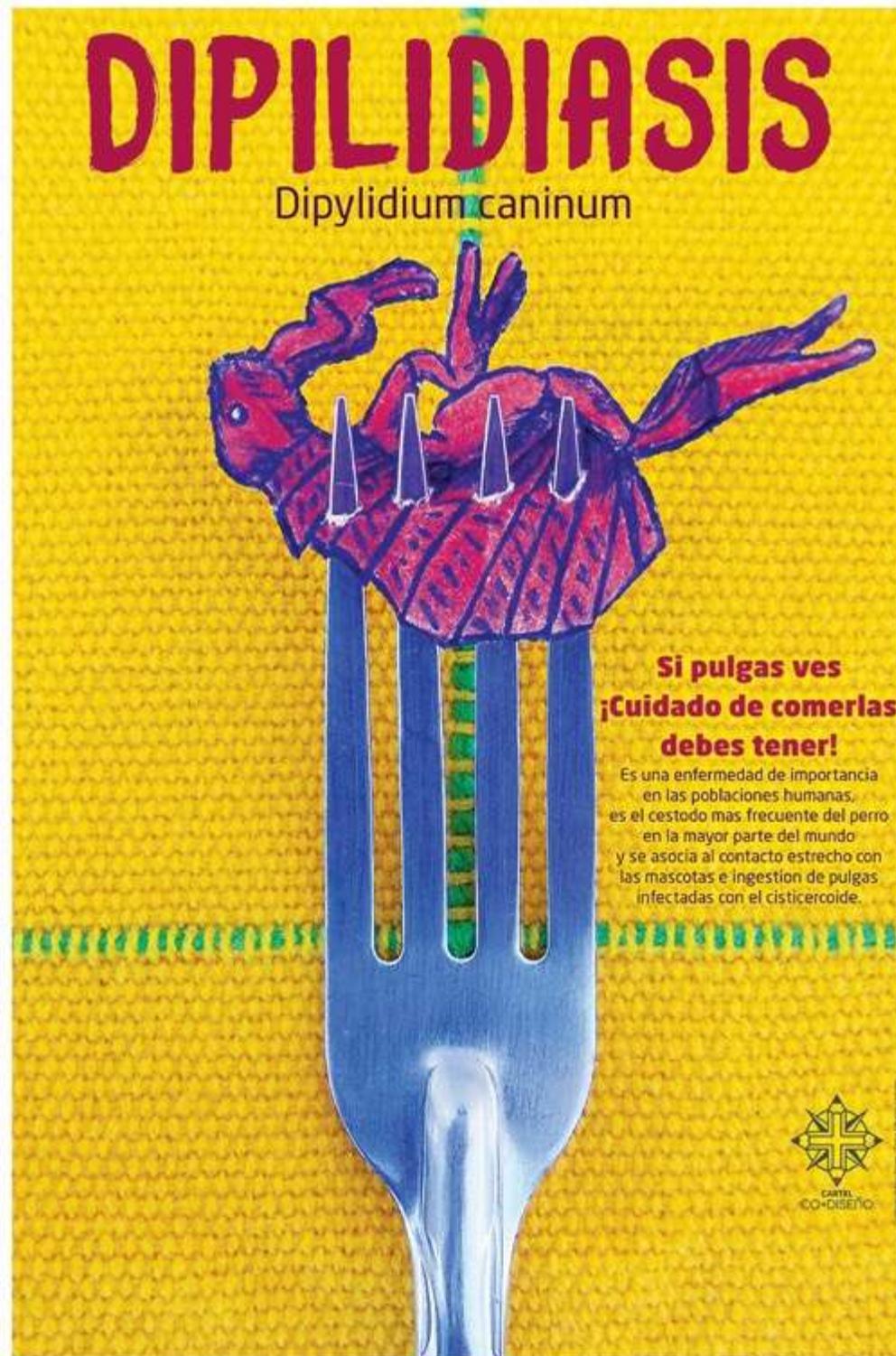


Figura 71. California Robles Nieves. Ensartar una pulga con el tenedor parece algo imposible. Comunicar una idea o un mensaje no solo requiere representarlo de la manera más natural o conocida, la comunicación del cartel implica imaginar escenarios posibles e imposibles. La imagen fue resuelta con el dibujo de una pulga ensartada en un tenedor sobre un fondo de un mantel de mesa. La imagen resulta sorprendente por las proporciones de los objetos alterados.

Dirofilariasis



!Corazones sanos, sin gusanos!

La Dirofilariasis es una enfermedad causada por el gusano (nematodo) *Dirofilaria immitis* el cual llega a su huésped a través de la picadura del mosquito. Dentro de su huésped migra de la piel hacia el corazón y arteria pulmonar. Sus huéspedes naturales son el perro y el gato, sin embargo el humano llega ser huésped accidental.

Figura 72. Ramón Alberto Jiménez García. Este cartel fue codiseñado para representar un corazón con gusanos que ilustre la enfermedad Dirofilariasis. La forma de la manzana suple el corazón y con ello se crea una imagen que produce cierta repulsión. Fue resuelto con la mitad de la fruta y la elaboración de gusanos de plastilina sobre una servilleta de papel.



Figura 73. Yambe Barbosa codiseña su cartel bajo el tema de la Erlichia. Esta enfermedad se transmite mediante la picadura de una garrapata y los síntomas que pueden aparecer en un perro enfermo son muy variados (fiebre, inapetencia, dificultad para respirar, problemas oculares, sangrado nasal y problemas nerviosos, entre otros). El cartel está resuelto de una manera muy sencilla y espontánea, muestra a una pulga bebiendo la sangre del perro. Se resolvió pegando la pulga y el popote sobre una pared, y se acomodó al perro en la parte de abajo.

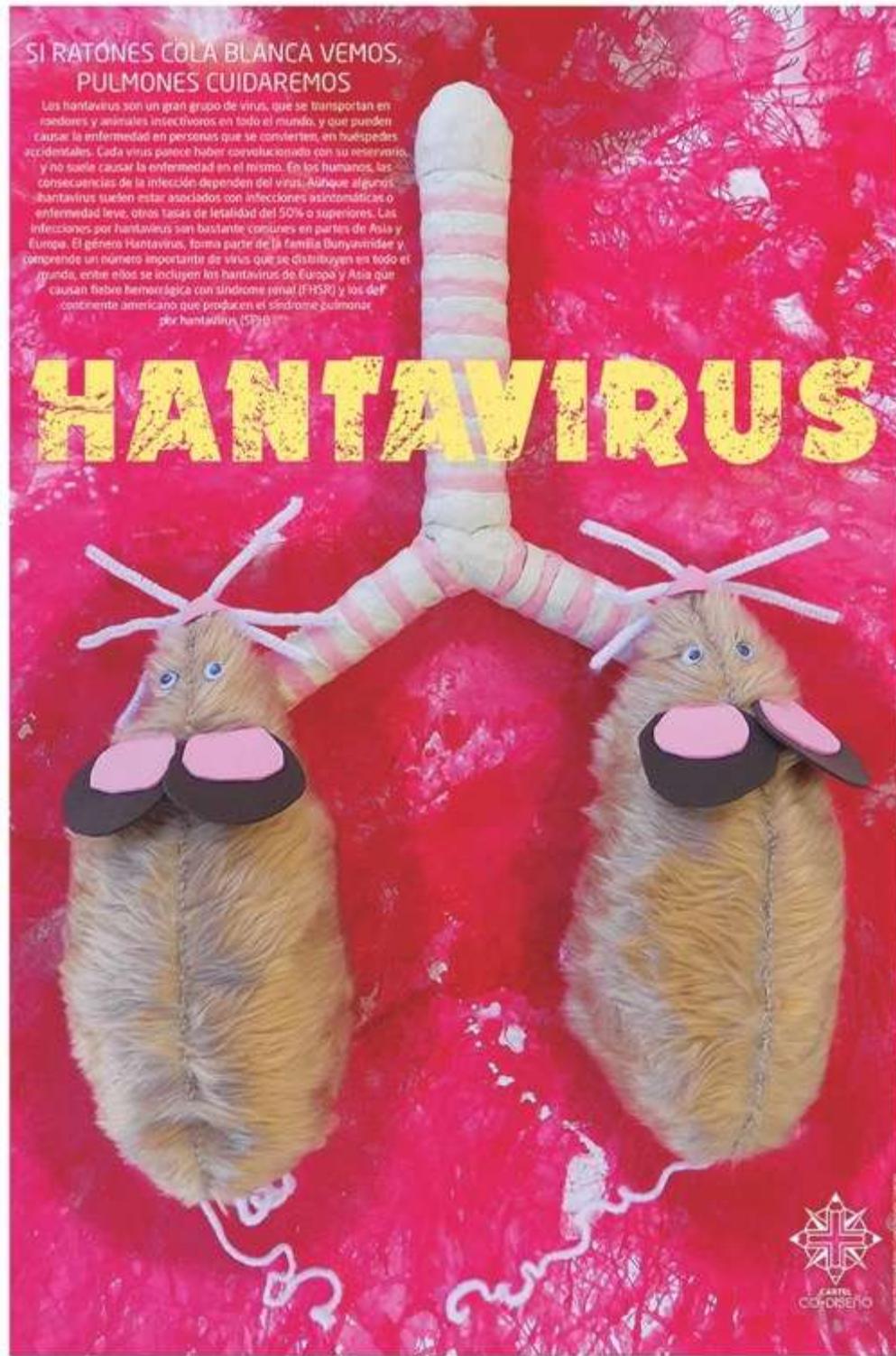


Figura 74. María José Mendoza Patrón eligió como tema de su cartel, el Hantavirus. Es un grupo de virus transportados por roedores y en algunos casos provoca enfermedad pulmonar. Este cartel recrea unos pulmones formados por dos ratones de peluche que están conectados a los conductos pulmonares de plastilina. El fondo fue texturizado con pintura acrílica roja para acentuar esta agresiva enfermedad.

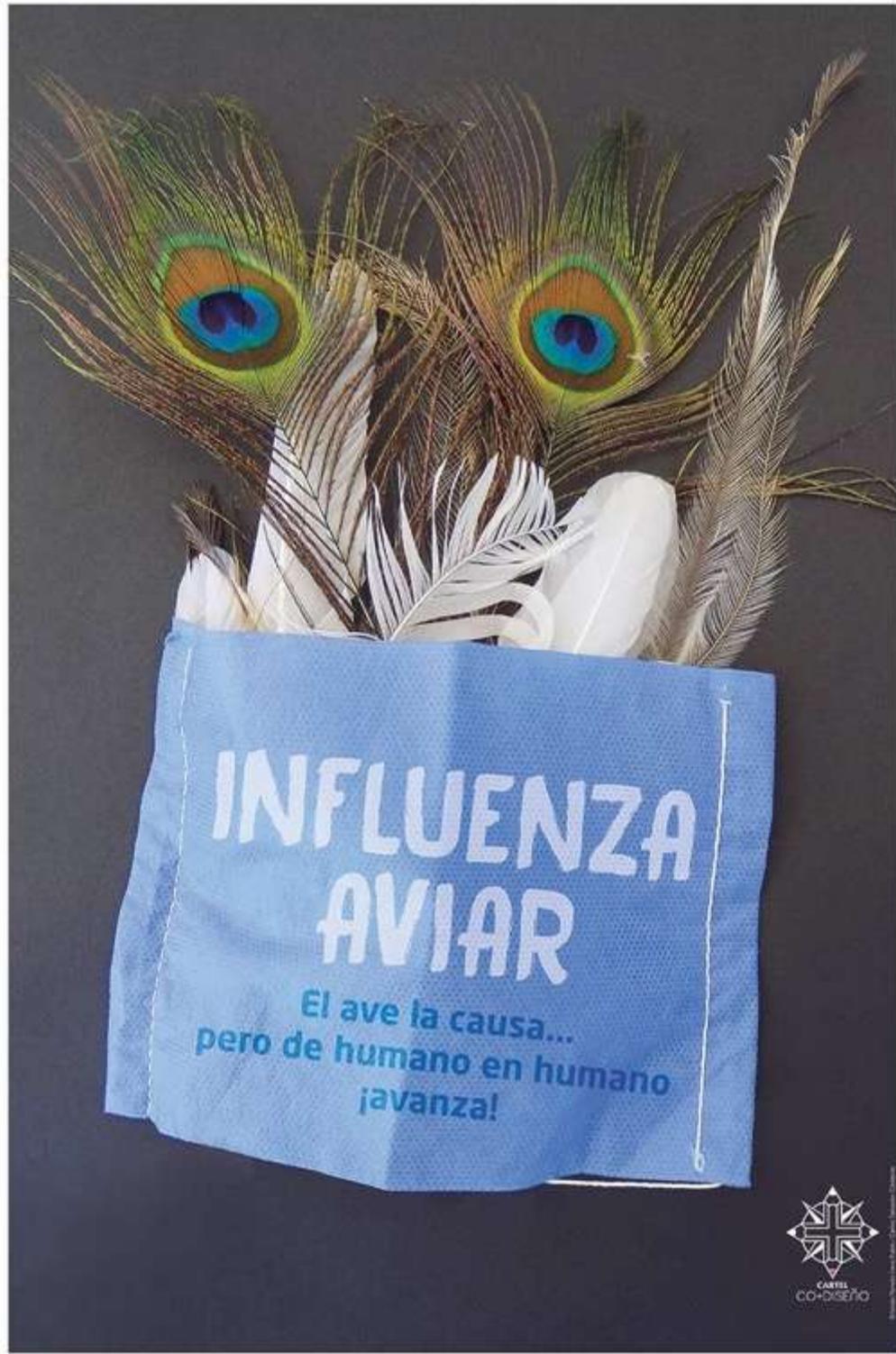


Figura 75. Brianda Pamela Liera Rubio. La influenza aviar es el tema de este cartel para crear una campaña de concientización sobre los riesgos y cuidados de esta enfermedad. Para realizar el cartel se utilizaron varios tipos de plumas para aludir a las aves y un cubrebocas como principal elemento preventivo. La imagen final simula un rostro humano en donde los círculos de las plumas de pavorreal parecen un par de ojos.

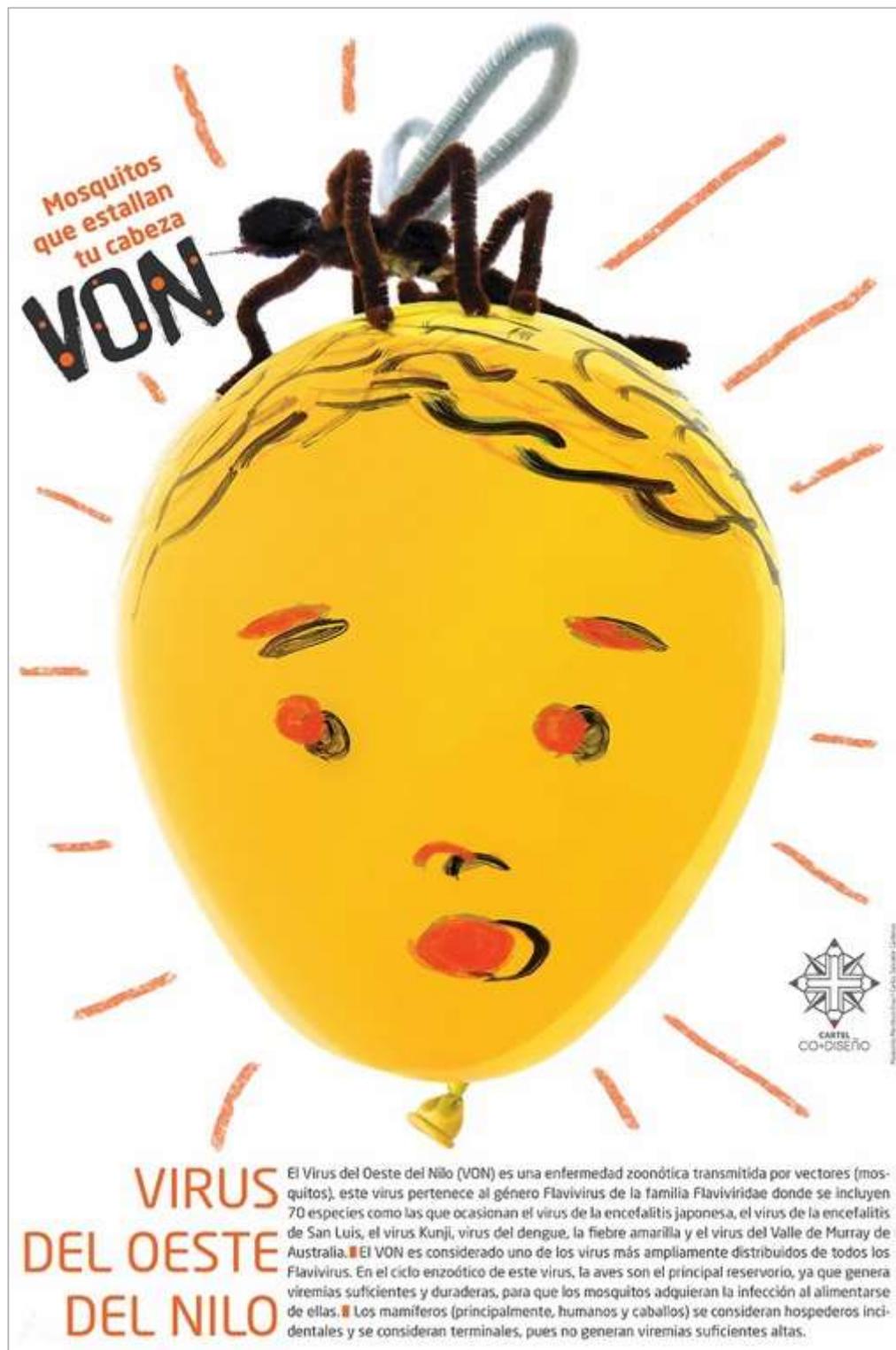


Figura 76. Margarita Mendoza Cruz. La creatividad sin prejuicios se puede convertir en un espacio lúdico y auténtico. Este cartel fue creado para difundir información sobre la enfermedad por el Virus de Oeste del Nilo y de manera desprejuiciada la autora recurre a la representación de conceptos mediante la sustitución de elementos, cosa que produce una sensación divertida y despreocupada. Todos los elementos fueron recreados en el taller de cartel.

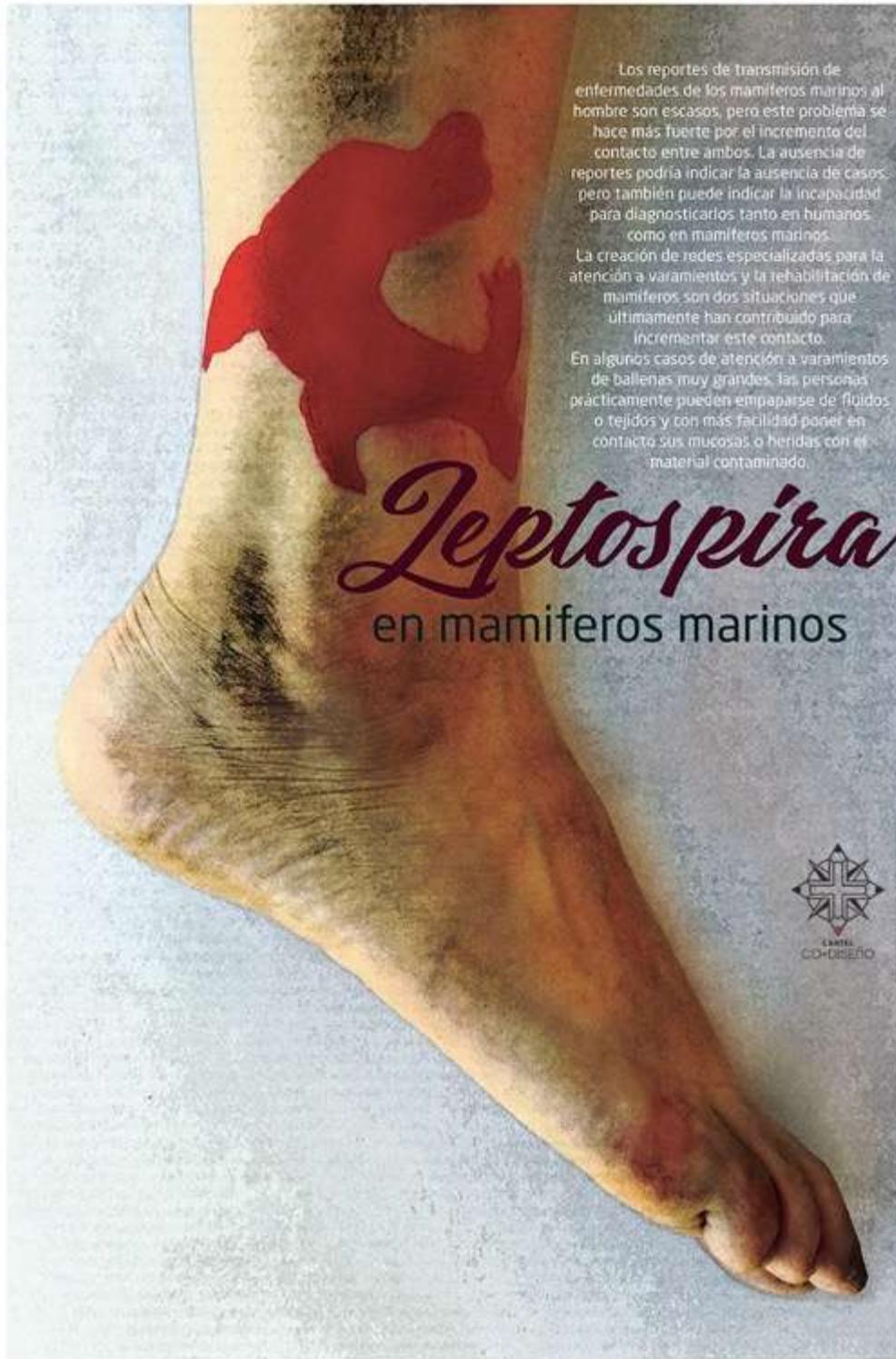


Figura 77. Josué Gerardo Severino Estrada. Este cartel fue dirigido a difundir los cuidados y la difusión de la enfermedad llamada Leptospira, misma que es transmitida a través de fluidos corporales de mamíferos marinos. La imagen presenta una silueta roja de un lobo marino en una pierna para hacer alusión a la presencia de esta enfermedad en los humanos.

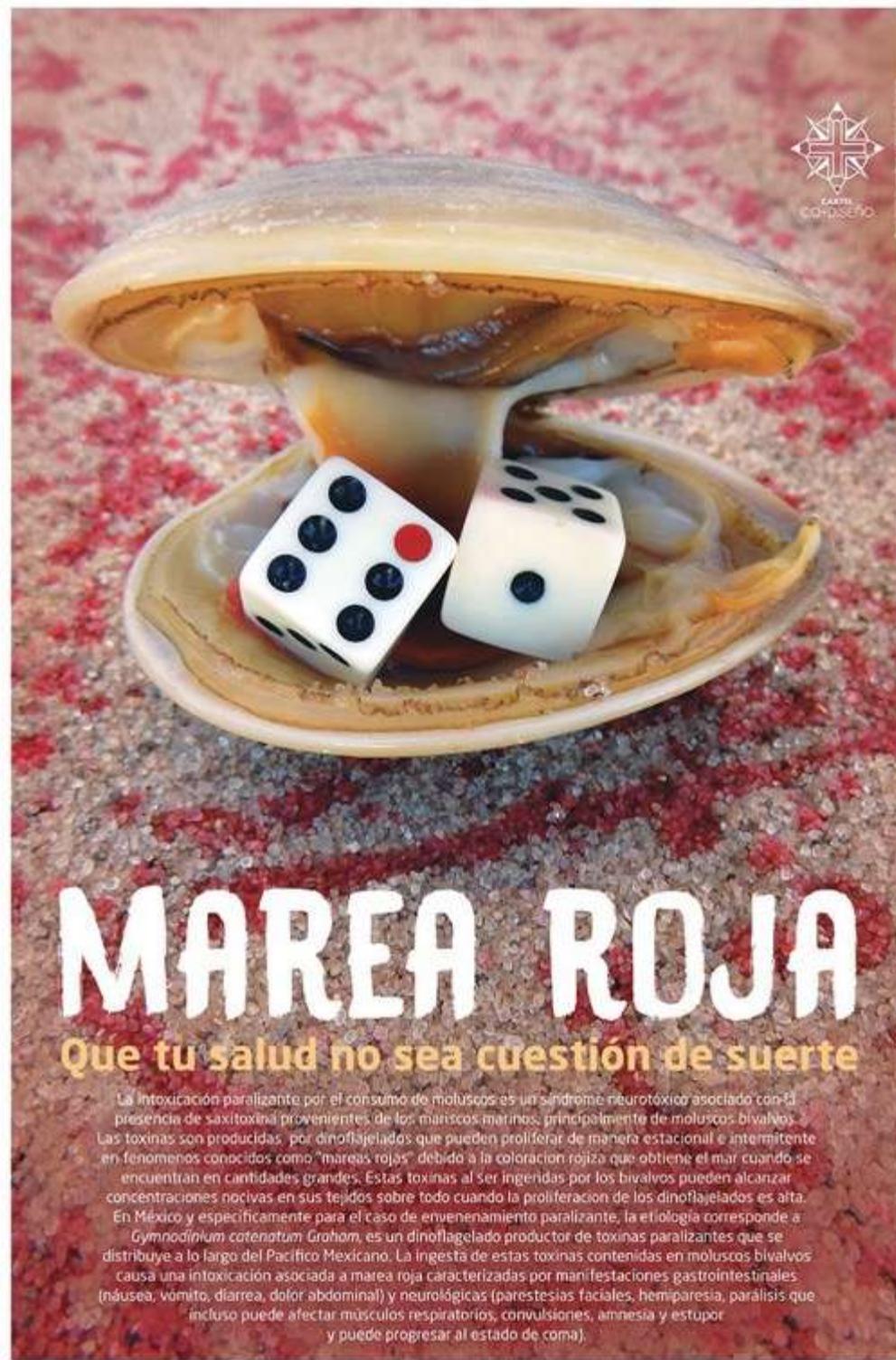


Figura 78. Miguel Ángel Cornejo Manzano. La marea roja es un fenómeno que afecta a moluscos bivalvos (ostras) entre otros moluscos, su ingesta produce intoxicación gastrointestinal y/o neurológica. En La Paz y en todo el estado la ingesta de almejas es muy común, por lo que el cartel convoca a no arriesgar la salud con el consumo de este alimento. Los dados asocian en concepto de juego o azar dentro de una almeja real sobre un fondo de arena pintada que recrea a la marea roja.



Figura 79. Josset Griselda Arenas Genesta “Un rostro del desierto con cubrebocas” es el mensaje preventivo de este cartel que nos habla sobre el Síndrome Respiratorio de Oriente Medio (MERS). La imagen fue formada con arena y dos piedras que fueron acomodadas como si fueran los ojos del personaje desértico. Se agregó un cubrebocas con el nombre de la enfermedad y un camello para referenciar su origen árabe y su propagación en Oriente Medio.



Figura 80. Erick de la Vega Arias. Este cartel se creó para difundir información sobre la enfermedad de Moquillo en perros. La imagen tiene un nivel de expresión casi abstracto, ya que la forma del cráneo vista de manera cenital es un poco confusa. El pañuelo rojo simula ser una hemorragia nasal del perro. Pese a lo complejo de la imagen, el cartel es atractivo por su diferente propuesta de composición.



Figura 81. Carlos Salvador Cárdenas

Este cartel se diseñó para difundir la exposición de carteles del Taller de Cartel Co+Diseño efectuado en La Paz, Baja California Sur. Debido a la vocación protectora (hacia humanos y animales) que tenían los asistentes al taller decidimos ponerle como nombre a la exposición, “Vigilantes para La Paz”. La imagen fue construida con un cráneo de gato y dos termómetros, más la ilustración de la lengua y “los granos” infecciosos de color.

Como comentarios finales sobre el taller de Cartel Co+Diseño impartido en la Universidad Autónoma de Baja California Sur, me gustaría agregar que los hábitos y comportamientos de los estudiantes del taller presentaron cierta formalidad y seriedad, son personas que parecen más adustos mientras “más médicos son”. Pareciera que adquieren una actitud rígida conforme avanza el tiempo de sus estudios y quizás esta imagen los vuelve reticentes para acercarse a un conocimiento sobre algo que les parezca “menos científico”.

Pudiera ser probable que las *ciencias duras* se ablandarían si se despojaban de esos paradigmas profesionales que terminan por trastocar la personalidad bajo la bata de médico y en ocasiones, limitan el aprendizaje de otros saberes más holísticos y transversales.

Esto que observo como limitaciones vividas en el taller, me hace reflexionar sobre la necesidad de una metodología ampliada y emergente en los casos en donde participen personas con perfiles más duros y menos participativos, para involucrarlos de manera más profunda y poder alcanzar los objetivos del diálogo, la conciencia, los cuestionamientos epistemológicos y el trabajo comunitario, entre otras acciones.

En casos como este, considero que “no saber, es un saber valioso”, sobre todo si consideramos que el conocimiento –especializado, otra vez– muchas veces genera hábitos que impiden ver hacia otras formas de conocimiento. En lo que respecta al arte y la creatividad, me pareció que a través de los talleres pudimos observar como personas con muy poca –o ninguna– experiencia en el diseño gráfico, pueden crear planteamientos visuales muy interesantes, propositivos y provocativos. Las estrategias didácticas empleadas hacia el interior del taller funcionaron bien ya que la participación de los estudiantes resultó en proyectos con un lenguaje estético sin prejuicios y formalismos académicos.

La estética en las imágenes presenta características muy particulares en cada caso, mismas que se expresan de manera libre y despreocupada. No tener experiencia en diseñar, modelar en volumen o ilustrar, se vuelve –para este caso– una condición favorable para la creación de la imagen, ya que la estética que se produce, depende de la espontaneidad. No busca parámetros o cánones estéticos a imitar. Se hace lo que se puede, desde lo inmediato. Esa inmediatez y libertad técnica para crear las imágenes, produce un elemento valioso para la creatividad que resulta en lenguajes prístinos y auténticos preocupados por representar de manera más eficaz el mensaje de la imagen.

V. Apuntes sobre la experiencia (a manera de conclusiones)

Cuando creíamos que teníamos las respuestas,
nos cambiaron todas las preguntas.

Mario Benedetti

Las experiencias preconcebidas, imaginadas, creadas y cocreadas en el presente trabajo de investigación han tenido una repercusión importante en mi forma de observar las realidades que me suceden y me rodean. Para concluir este trabajo mencionaré algunas consideraciones personales que me parecen necesarias para intentar revitalizar algunas alternativas del diseño en general, del cartel social en particular y del Cartel Co+Diseño en lo personal.

A lo largo de este documento hemos reunido suficientes definiciones, características y contribuciones que atañen al cartel y su forma de comunicar. He manifestado que la relevancia del cartel, como un producto publicitario, impacta mayormente a quienes necesitan solventar algún beneficio con ese medio de comunicación. En relación a esa necesidad, se identifica frecuentemente a quien observa los carteles como el “objetivo”. A partir de esta premisa, los diseñadores gráficos y los publicistas asignan a su público una categoría de “consumidor” y le dedican una gran cantidad de estrategias para seducirlo y convencerlo de que consuma las mercancías materiales, económicas, profesionales o emocionales que se promueven a través de la imagen del cartel. Estamos hablando de una comunicación que se utiliza como estrategia de convencimiento para promover insumos y consumos. Una danza de intercambios (comercio) de productos, servicios e incluso, emociones.

El cartel social o político, pese a las diferencias ontológicas que tiene en relación a cualquier otro tipo de cartel, también genera consumos de carácter ideológico e involucra otras dimensiones que se ligan con lo ético, social, político, filosófico o moral, en algunos casos. El cartel tradicional, en cualquiera de sus tipos y por sus características propias, no puede generar el diálogo directo entre quién hace y quién ve, así como tampoco alcanza a crear espacios de convivencia en su entorno.

Si consideramos que el cartel presenta características y procesos que promueven el consumo, pero no incentivan la dialogicidad (no promueven el intercambio de informaciones y experiencias múltiples) hacia lo sostenible, entonces pudiéramos afirmar que hay significativos espacios vacíos de carácter comunicacional en estos medios y sus propias mediaciones; por consiguiente, considero que a través del lenguaje tradicional del cartel, no podemos crear respuestas pertinentes a la crisis epistemológica, civilizatoria y planetaria que vivimos en la actualidad. Me parece que diseñar y observar carteles, hoy no es una estrategia suficientemente efectiva (por lo menos para mí) para responder a las amenazas que este mundo hace a sí mismo.

Consciente de estos vacíos, considero que los términos *Dialografía* y *Cartel Co+Diseño*, primero intentan ser una respuesta a los sucesos personales que me anteceden y en segundo plano, también son una reacción a la percepción de diversos deterioros ecológicos y sociales. Por ello, realicé este trabajo como una estrategia –desde mis modestas competencias– hacia una particular integración de saberes que busca resignificar el tradicional concepto de comunicación a través del cartel, para luego colaborar con la construcción de escenarios sociales y políticos en diferentes comunidades.

La praxis cocreada durante los tres talleres, las informaciones de la METS y las reflexiones durante estos años en mi ruta historiológica colectiva, me han provocado la necesidad de indagar otras posibilidades para transformar la conciencia social desde el cartel. Empezar por los cambios propios fue un primer paso que requirió despojarme del sentido individualista disciplinar. Sin embargo, intentar la colectividad en el ámbito social y político de las comunidades y las personas que las integran, es algo que me motivó profundamente. Fue una oportunidad individual y colectiva que sucedió en contribución a la esperanza de que sucedan nuevas realidades en los habitantes de estos territorios de Veracruz y Baja California Sur. Y es que, considero que no hay mayor ejercicio político esperanzador, que escuchar a un grupo de niñas de una comunidad rural tomando la voz para hablar de sus relaciones culturales con el territorio en donde les tocó vivir. Escucharlas reflexionar y poner en la balanza de sus percepciones e identidades, aquello que les agrada o que les disgusta en sus comunidades o ámbitos familiares, es algo que me llena de emoción y me hace creer que existe esperanza para incidir de manera colectiva en la conformación de otras formas de relacionarnos y dialogar.

Durante los talleres, la experiencia y la reflexión se hicieron palabra y después se transformaron en imágenes. Luego en identidad colectiva. Cada cartel es un reducto de vivencias, comentarios y colaboraciones desde lo grupal y local. Cada imagen fue impregnada por las voces de *todos nosotros*. Esto provocó en mí, uno de los aprendizajes más significativos vinculados con la estética de los carteles, la cual radica en la espontaneidad creativa de las imágenes. Ya que todas ellas fueron creadas y resueltas desde la necesidad auténtica de representar gráficamente un discurso (colectivo) y no desde la exigencia de producir “imágenes bellas”. La preocupación creativa provino primero de una emergencia personal y regional, y después se encaminó hacia lo integral y grupal.

Vale la pena mencionar que al final del taller se lograron carteles con un valioso carácter discursivo que convocó una estética genuina y fresca. Y aunque la “calidad estética” no fue una premisa, el conjunto de carteles cuenta con características gráficas muy elocuentes que refrescan el escenario creativo del cartel y del diseño gráfico.

Como una reflexión al cierre de estos tres talleres, me surge el cuestionamiento sobre como pudieran ser más cocreativas, horizontales y dialógicas estas dialogafías, lo cual me hace pensar en la posibilidad de crear un proceso de trabajo “más colectivo”, con la integración de una gran parte de la comunidad e incluso con acciones más indefinidas que fueran cerniéndose en el propio taller. También pienso que posiblemente ello me requeriría mayor tiempo de convivencia con la comunidad o incluso vivir ahí por temporadas. Sin embargo, la realidad a mi alcance en estos momentos, me permitió sembrar el trabajo con las dialogafías en las tres comunidades y poner en mi experiencia estas prácticas que atienden mis cuestionamientos epistemológicos del cartel y de su forma de comunicar.

Por otro lado, es una realidad que en la actualidad estamos expuestos a una gran cantidad de imágenes que proliferan gracias al acceso a internet. Las expresiones creativas y profesionales abundan y se multiplican de veloz manera. Suceden en los diferentes ámbitos de la imagen, influencias y aprendizajes que se reproducen hasta parecer comunes, profesionales pero comunes. Hoy que el cartel mexicano parece polaco y el italiano se empareja con el norteamericano, los estilos y la expresividad se trastocan por ser buenos carteles, se parecen por buenos. Pero pareciera que ya los hubiéramos visto hace algún tiempo atrás. La espontaneidad se ralentiza mientras la brecha de la información se ensancha. La creatividad no necesita de licencias y permisos para suceder, hoy mas que nunca está claro

que no hay que ser licenciado para ser un buen diseñador. Ahora, si de currículum académico se trata, eso es otro asunto.

Me da la impresión que para enseñar a hacer carteles hoy, hace falta *descartelizarse*, es decir, buscar inspiración e información en otras fuentes alejadas del propio cartel, esto para evitar influencias directas nos hagan parecer a los demás carteles y cartelistas, y de paso, para buscar otros nutrientes que diversifiquen el lenguaje, la sintaxis y el campo de acción.

En los aspectos estéticos me gusta el panorama general que ofrecen todos los carteles codiseñados durante el presente trabajo, me gusta como se aprecian en su conjunto y dentro de esta *ruta historiográfica colectiva*, construyen un paisaje en donde importan significativamente los procesos de convivencia y la creación prístina de autores “no profesionales”, mismos que logran un discurso visual autentico y profundamente ligado a su forma de pensar y vivir.

También habrá que mencionar que esta obra gráfica resultante, propiamente no es un cartel, se asemeja más a en lo general a un happening o a un performance. Las obras gráficas codiseñadas son el testimonio final de todo un proceso dialógico, por lo que fue necesario crear un nuevo tipo de cartel dirigido a valorar el diálogo social comunitario.

La creación gráfica desde aquí, se vuelve una expresión espontanea que emerge acompañada de una estética despreocupada de las reglas, y a su vez, establece una confrontación hacia las verticales formas de comunicación consolidadas en los ámbitos profesionales. Las propuestas de Dialografías y Carteles Co+Diseño trazan un campo fértil en donde se puede (es necesario) cuestionar todo aquello que se considera un absoluto en materia de comunicación; ello me hace reflexionar sobre la necesidad de la participación ciudadana para enfrentar al poderoso sistema en el cual se fortifica la hegemonía comunicacional a través de un gran ejercito de empresas e instituciones integradas al sistema del capital económico dominante.

El saber tradicional de la comunicación, en muchos sentidos, es una profesión que genera un gran negocio y difícilmente aceptará cuestionamientos y cambios. Pero ¿Será necesario cuestionar y cambiar las formas de comunicarnos? ¿Es posible?

Ante este escenario complejo nos encontramos participando activa o pasivamente y estos aspectos de la comunicación son inherentes a otros campos de la actividad humana, de hecho, las formas de comunicación establecidas con todo y los avances tecnológicos actuales

no ha sido suficiente para disminuir la degradación acelerada de la ecología, el agotamiento de los recursos naturales, la pobreza extrema o la violencia en las formas de convivencia social, por mencionar algunos ejemplos. Nuestras herramientas y reacciones a estas amenazas, no pueden –ni han podido– configurarse en la proporción adecuada. La solución y la necesidad pertinentes suenan a una desproporción terrible que parece imposible de atender.

Como parte final del presente trabajo, puedo comentar que la intensión primera partió del presupuesto de que el cartel como medio de comunicación es un dispositivo que hace pública la información a través de formas que establecen una relación de coerción y poder en quién recepciona el mensaje. Para revisar esta aseveración, se analizaron los aspectos fenomenológicos del cartel desde sus aspectos históricos y ónticos, hasta las nuevas derivaciones en la actualidad tecnológica; posteriormente se creó una redefinición del cartel que involucrara los términos “diálogo” y “codiseño comunitario”, estos se aplicaron mediante tres talleres en diferentes localidades y con participantes de diferentes identidades para indagar la pertinencia de incorporar algunas estrategias ludosociales que pretendieron suprimir el sesgo de poder implicado a través del acto discursivo. Estas consideraciones abrieron un proceso rizomático que complejizaron la relación entre emisor-mensaje-receptor y trazaron otras alternativas que promovieron la emancipación de la forma dominante de comunicar a través del Cartel Co+Diseño.

Menciono un proceso rizomático debido a que, durante esta parte del trabajo teórico-práctico, pude concebir nuevas correlaciones entre informaciones que comúnmente consideraba desconectadas con la disciplina del diseño gráfico y diseño de carteles. Surgieron de pronto algunas ligaduras durante el proceso que involucraron el pensamiento, la territorialidad y lo corpóreo, esto mediante la reflexión, la crítica, el sentido y la percepción, el efecto de las acciones, el análisis de la discursividad, el ejercicio de la deconstrucción, el análisis semiótico, mas la consideración de diferentes planteamientos creativos y teóricos abordados por diversos autores desde la filosofía, la sociología y el arte.

El pensamiento desde esta posición se entretejió con aspectos de mi propia territorialidad, historicidad, mi condición migrante y los aspectos geopolíticos de cada comunidad en donde se efectuaron los talleres; más los elementos identitarios de cada región y sus integrantes. Fue muy enriquecedor observar como la inercia dialográfica y la creación

de Carteles Co+Diseño de pronto contenían nutrientes que estaban más allá de mis propias consideraciones creativas, emocionales y reflexivas. El Cartel Co+Diseño adquirió una intencionalidad que irrumpió con el individualismo creativo que practiqué durante varios años haciendo carteles.

Durante este periodo de indagación decidí abandonar la cueva de la creación egocentrista para colaborar social y políticamente con los aspectos que observo insertados en algún estado de crisis a mi alrededor, principalmente sobre algunas situaciones relacionadas con mi propia historia y luego hacia algunos contextos que considero presentan desventajas sociales. Aquí comencé a enfrentar mis propios prejuicios sobre lo que yo creía que creía y mi “ser creativo” se fue transformando desde la función de “creador” hacia la de un “mediador de experiencias”, primeramente en relación con lo que sucedía en mí y posteriormente como un cuerpo colectivo que aglutinaba una gran cantidad de sucesos que se entrecruzaban con lo que sucedía en cada taller. Esta corporalidad social fue integrada por el diálogo y la participación de los asistentes de los talleres, todo ello creó una especie de cuerpo colectivo, mismo que democratizó sus propias necesidades para ser atendidas como si provinieran de un solo ser. Una comunidad con un solo rostro.

Trasladarme del egocentrismo creativo hacia la participación comunitaria me provocó reflexionar sobre ciertos paradigmas presentes en algunas áreas, como por ejemplo, la especialización, la fragmentación de los saberes y la sistematización del conocimiento; a su vez, esto me instó a observar informaciones opositoras de diversos autores que me apoyaron en la generación y diversificación del conocimiento, tales como la variantología, la deconstrucción, el socialismo de la creatividad, las epistemologías del sur, el paradigma sociocrítico y por supuesto el arte, desde su acepción más lúdica, utópica y revolucionaria.

Hacia el final de esta ruta, considero que el nivel de complejidad en el presente trabajo radica en contravenir los aspectos epistemológicos propios del diseño gráfico y en particular del diseño de cartel. Esta confrontación dio lugar a la creación de Dialografías y del Cartel Co+Diseño como una forma de creación que motiva el intercambio colectivo de informaciones, experiencias y conocimientos, mismos que en conjunto, agrietan los dogmas académicos especializantes, los paradigmas profesionales en la imagen y las ataduras para ejercer la creatividad sin prejuicios en contextos sociales y políticos.

Esta reflexión sociocrítica se vuelve importante para mi, ante la percepción de que, en un contexto sostenible actual, necesitamos dialogar y debatir ideas para enfrentar las diferentes expresiones de crisis que suceden en nuestro actual periodo geológico-humanizado considerado como antropoceno²⁹, en donde se manifiesta el deterioro desde una concepción geológica y cultural.

Con las acciones antes mencionadas, me aproximé a lo que considero una “comunicación dialógica”, misma que me hace reflexionar sobre la necesidad de indagar diversas áreas de la comunicación desde una perspectiva compleja y transdisciplinar para procurar diseñar estrategias que funjan como herramientas de contestación hacia las amenazas actuales que operan en detrimento de la coexistencia.

Ante tales amenazas, me parece que los habitantes representados en las minorías, solo podemos responder con estrategias a nuestro alcance y pertinencia. Desde lo local y lo micro regional, para que desde ahí, suceda el inicio de una posible y necesaria reconfiguración del pensamiento y de la praxis que renueve el sentido de la existencia y el conocimiento. Crear alternativas que busquen preservar lo humano y dignificar la vida. No se trata de combatir desde una utopía desprolija, sino de radicalizarnos con experiencias que nos lleven a espacios complejos de reflexión que nutran el renacer de un nuevo orden en beneficio de todos.

29 Paul Crutzen y Eugene Stoermer acuñaron la idea de que los seres humanos se han convertido en una fuerza geológica poderosa, tan es así, que consideraron necesario designar una nueva época geológica para describir con precisión este desarrollo. Esta nueva “época de los seres humanos”, el Antropoceno, comenzó con la Revolución industrial a finales del siglo XVIII. Estos autores afirman que la humanidad seguirá siendo una fuerza ambiental predominante durante miles de años.

Referencias

- Camnitzer, L. (27 de Febrero de 2018). Sobre el socialismo de la creatividad. Bogotá, Colombia: Universidad de los Andes.
- Cano, A. G. (2019). El cartel y su lenguaje. Ciudad de México, México: Universidad Pedagógica Nacional.
- Chaves, N. (13 de Mayo de 2020). Norberto Chaves expone sobre "Arte, diseño e ideología". Encuentro Latinoamericano de Diseño 2017. Palermo, Italia: Universidad de Palermo.
- Costa, J. (1998). La esquemática. Visualizar la información. Barcelona, España: Paidós.
- Ávila-Fuenmayor, F. (mayo-agosto de 2006). El concepto de poder en Michel Foucault. *Telos*, 8(2), 215-234.
- Acha, J. (7 de diciembre de 2016). Post notes on art in a global context. Recuperado el abril de 2020, de MoMA: <https://post.moma.org/https-post-moma-org-juan-acha-por-una-nueva-problematika-artistica-en-latinoamerica-toward-a-new-artistic-problematic-in-latin-america/>
- Alvarado & Manjarrez. (2009). La conformación de la antropológica a través de la tutoría académica en educación superior (El caso del Posgrado). *Revista Educación*, 167-176.

- Alvarado, L., & García, M. (Diciembre de 2008). Características más relevantes del paradigma socio-crítico: su aplicación en investigaciones de educación ambiental y de enseñanza de las ciencias realizadas en el Doctorado de Educación del Instituto Pedagógico de Caracas. *Sapiens, Revista Universitaria de Investigación*, 9(2), 189-191.
- Anaya, H. A. (Septiembre-Diciembre de 2005). "Los siete saberes necesarios para la educación del futuro" de Edgar Morín. *Ra Ximhai*(3), 654-654.
- Aragón, A., & Ranulfo, O. (2013). La deconstrucción como movimiento de transformación. *Ciencia, Docencia y Tecnología*,.
- Barnicoat, J. (2000). *Los carteles, su historia y su lenguaje*. Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Bateson, G. y. (1994). *El temor de los ángeles*. Barcelona, España: Gedisa.
- Berman, M. (1987). *El reencantamiento del mundo*. Chile: Editorial Cuatro Vientos.
- Boal, A. (2018). *Teatro del oprimido*. La Habana: Fondo Editorial Casa de las Américas.
- Boff, L. (2002). *El cuidado esencial, Ética de lo humano, compasión por la tierra*. Madrid, España: Trotta SA.
- Bohm, D. (1997). *Sobre el diálogo*. (Kairós, Ed.)
- Borda, O. F. (s.f.). *Sentipensante*. Obtenido de YouTube:
<https://www.youtube.com/watch?v=LbJWqetRuMo>
- Derrida, J. (1971). *De la gramatología*. España: Siglo XXI.

- Diez, P. A. (enero-junio de 2017). Más sobre la interpretación (II): ideas y creencias.
Revista de la Asociación Española de Neuropsiquiatría, 37(131).
- Dijk, T. A. (Octubre de 1994). Discurso, Poder y Cognición Social. Discurso, Poder y
Cognición Social. Conferencias de Teun A. van Dijk. Cali, Colombia: Escuela de
Ciencias del Lenguaje .
- Escobar, A. (2014). Sentipensar con la tierra Nuevas lecturas sobre desarrollo, territorio y
diferencia. Medellín, Colombia: Ediciones Unaula.
- Freyre, P. (1969). La educación como práctica de la libertad. Tierra nueva, Montevideo,
Uruguay: Siglo XXI Editores.
- Freyre, P. (1970). Pedagogía del oprimido. México: Siglo XXI Editores.
- Galeano, E. C. (s.f.). Modelos de comunicación. Colombia: Universidad de Antioquia.
- Génova, G. (1997). Charles S. Peirce: la lógica del descubrimiento (Vol. XLV). Pamplona,
España: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra S.A.
- Gómez, A. S. (enero-junio de 2020). Historiología: Edmundo O’Gorman, José Ortega y
Gasset y los fundamentos de la ciencia de la historia. Historia y Grafía, Universidad
Iberoamericana(54), 231-297.
- Gómez, A. S. (enero-junio de 2020). Historiología: Edmundo O’Gorman, José Ortega y
Gasset y los fundamentos de la ciencia de la historia. Historia y Grafía,(54), 231-
297.
- Hume, I. e. (2010). Scielo. Recuperado el agosto de 2021, de Revista de filosofía:
<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-43602010000100006>

- IV, E. m. (s.f.). Multiversidad Real. Recuperado el agosto de 2020, de Multiversidad Mundo Real Edgar Morin: https://doctorado-en-educacion-2-cohorte.webnode.es/_files/200000083-9b0b79c051/EI-Metodo-IV.pdf
- Joly, Y. (2001). Yvan Joly. Recuperado el noviembre de 2020, de Educación Somática y Salud: http://www.yvanjoly.com/downloads/Educ_som_salud-esp.pdf
- Kandinsky, W. (1979). de lo espiritual en el arte. Ciudad de México, México: Premia editora de libros, S. A. .
- M. Rosental, P. L. (1946). Diccionario Filosófico Marxista. Montevideo, Uruguay: Pueblos Unidos.
- Maturana & Varela, H. F. (1998). De máquinas y seres vivos. Autopoiesis: organización de lo vivo. Santiago, Chile: Editorial Universitaria.
- Merleau-Ponty, M. (1993). Fenomenología de la percepción. Buenos Aires, Argentina: Editorial Planeta.
- Morin, E. (s.f.). Edgar Morin Multiversidad. Recuperado el febrero de 2018, de Edgar Morin, el padre del pensamiento complejo: <https://edgarmorinmultiversidad.org/index.php/que-es-transdisciplinariedad.html>
- Nicolescu, B. (1996). La transdisciplinariedad, Manifiesto. México: Multiversidad Mundo Real Edgar Morin, AC. Obtenido de Multiversidad Mundo Real Edgar Morin, AC: <https://www.edgarmorinmultiversidad.org/index.php/descarga-libro-la-transdisciplinariedad-en-manifiesto/29-tematica/basarab-nicolescu.html>

Pastrana, L. A. (2010). XX, Un grito en la pared: algunas consideraciones generales sobre el cartel desde el principio de la Revolución hasta la década del setenta del siglo. *Arte y Políticas de Identidad*. Obtenido de Revistas UM Universidad de Murcia: <https://revistas.um.es/reapi/article/view/117281/110931>

Pech, Rizo & Romeu. (enero-junio de 2009). El habitus y la intersubjetividad como conceptos clave para la comprensión de las fronteras internas. Un acercamiento desde las propuestas teóricas de Bourdieu y Schütz. *Scielo*, 21(41).

Santos, B. D. (2009). Una epistemología del Sur, la reinención del conocimiento y la emancipación social. México: Siglo XXI Editores.

Varela, F., Thompson, E., & Rosch, E. (1997). *De cuerpo presente*. Las ciencias cognitivas y la experiencia humana. Barcelona, España: Editorial Gedisa, S.A.

Vargas-Madrado, E. (2015). Desde la transdisciplinariedad hacia el auto-conocimiento y el diálogo comunitario de saberes: simplicidad ante la crisis. *Polis, Revista de la Universidad Bolivariana*.

Yasmín Hernández Romero, R. V. (2007). El concepto de intersubjetividad en Alfred Schutz. *Espacios Públicos*, 10(20), 234-236.

Zielinski, S. (2021). Arqueología prospectiva. Recuperado el agosto de 2021, de *Revista de historia, teoría y crítica de arte*: <https://doi.org/10.25025/hart08.2021.11>

Zielinski, S. (2021). Arqueología prospectiva. *Revista de historia, teoría y crítica de arte*(8), 217-243.

Anexos

Concebir una *Ruta historiológica colectiva*, me creó la posibilidad de integrar diversos momentos, espacios, reflexiones, conocimientos y dudas. Esta ruta la percibo como un espacio integral ilimitado y complejo, en donde todo puede ser valioso por estar interconectado, conmigo, con todos los integrantes y con la azarosa posibilidad de diversos contextos y formas.

Incluyo en este espacio, una memoria gráfica personal que representa diferentes momentos sobre la creación del presente trabajo. También se puede revisar la bitácora que nombré “Mapeos del sur”, en la cual me di a la tarea crear un registro informal e interpretado sobre diferentes momentos durante el presente trabajo, la presento así, como un espacio memorístico libre, en donde compilo notas, imágenes y documentos diversos, sin pretensiones formales, académicas o estéticas.

(Se puede consultar en: <https://mapeosdelsur.wordpress.com/>)



Figura 82. Recorriendo el territorio norte y sur
La Paz, Baja California Sur. Playa El Saltito (arriba)

Territorio correspondiente al Desierto de Sonora, un lugar árido y con vegetación desértica. Cuenta con bellos litorales del Mar de Cortés y del Océano Pacífico que dan vida a una fauna y flora marina sorprendente.

Figura 83. Tixtla, en la periferia de Xalapa, Veracruz (abajo)

Ubicada en el Archipiélago de Bosques de Niebla, tiene una vegetación exuberante y esta tierra es de una humedad impresionante debido a la constante presencia de lluvia.





Figuras 84 a 86. Rutas del territorio sur. Dulce colonización, un camión de Coca Cola hace entregas en el ámbito rural. Proceso de transculturización registrado en la colonia La Olmecca (arriba).
Puente orgánico sobre un arroyo en el bosque de niebla (centro). Saberes ancestrales en la milpa, arado con yunta en la comunidad El Naranjo (abajo)





Figuras 87 a 89. Aire y tierra. Nubes observadas durante uno de mis viajes a la METS ¿ese aire está conectado a nuestros pulmones? (arriba). Flores en una avenida de Xalapa, una escena contrastada con el desierto sudcaliforniano (centro). Cosechando papas en el huerto alimenticio del Centro Ecodiálogo y observando el comportamiento de la tierra trabajada con antelación. (abajo)





Figuras 90 a 93. Ecos de la ruta. Vida en comunidad y dinámicas de integración comunitaria a través de la imaginación (arriba). Sombrilla-hoja con arañas agrupadas en el corredor de la USBI (centro izquierda). Inicio de mi huerto alimenticio en La Paz, B.C.S. (centro derecha). Palapa del Centro Ecodiálogo, lugar de intercambios de experiencias (abajo)



Figuras 94 a 96. Territorio Rancho Viejo, Veracruz. Milpa con lluvia en el traspatio de la casa de don Candido García en Rancho Viejo, Veracruz (arriba). Caballo “guardado” dentro de una construcción en Rancho Viejo. (centro). Irene en su cocina con su hijo Rafa (cerca de la telesecundaria de Rancho Viejo). Ahí nos brindó alimentos Irene amablemente durante varios días. (abajo)





Figuras 97 a 100. Reaprendizajes en la ruta. Caminata y charla en Rancho Viejo con los estudiantes, don Carlos y don Cándido, ancianos sabios del pueblo (arriba). Laura Codiseñando su cartel sobre la milpa y su gusto por estar cerca de ella (centro izquierda). Exposición de carteles al final del taller de Cartel Co+Diseño (centro derecha). Dinámica somática durante el taller de Cartel Co+Diseño (abajo)





Figuras 101 a 103. De norte a sur... y al revés. Trazando la imaginación y el discurso con niños de la Escuela Primaria Agustín Arriola en La Paz, B.C.S. (arriba). Platicando con los jóvenes de la Telesecundaria Juan Amós Comenio de Rancho Viejo, Ver. (centro). Publicación sobre el Taller de Cartel Co+Diseño en la Universidad Autónoma de Baja California Sur en La Paz, B.C.S. (abajo)



moluscos gasterópodos rópodos, generalmente ubica- depredación por gasterópodos es mayor en las latitudes al posicionan a los como el depredador domi- des del Pacífico mexicano.

UABCS ofrece taller de diseño de cartel a estudiantes de Medicina Veterinaria



Los carteles finales serán expuestos en el IV Encuentro Internacional en Ciencia Animal de Zonas Áridas y Costeras, a realizarse del 22 al 24 de noviembre.

Por Iván Castañón

La Universidad Autónoma de Baja California Sur lleva a cabo un taller de diseño de cartel académico dirigido a estudiantes del noveno semestre de Medicina Veterinaria

El objetivo del taller es que los estudiantes puedan aprovechar el recurso gráfico que representa el cartel, como un vínculo colectivo entre los jóvenes universitarios y la sociedad sudcaliforniana, con la finalidad de exponer conocimientos que necesitan ser difundidos, explicó el Lic. Carlos Salvador Cárdenas, responsable de impartir dicho curso.

En este caso, el tema principal a difundir son las enfermedades transmisibles entre animales y humanos, un problema que en la actualidad genera graves problemas de salud. Entre alguno de los tópicos que abarcarán los estudiantes de Medicina Veterinaria se encuentran la resistencia de los organismos a los antibióticos y algunas enfermedades de nueva aparición; es decir, agentes patógenos que ahora son alarmantes.

"Además de los conocimientos desarrollados en el curso, también queremos que los estudiantes experimenten nuevas formas de percibir la información y de ver las cosas", dijo el Lic. Carlos...

Al finalizar este taller, los 22 participantes que componen este taller exhibirán sus carteles finales en el IV Encuentro Internacional en Ciencia Animal de Zonas Áridas y Costeras, a celebrarse del 22 al 24 de noviembre en el Poliforo Cultural Universitario "Ángel César Mendoza Aramburo".

Por su parte, el Dr. Rafael Ramírez Orduña, profesor-investigador del Departamento Académico de Ciencia Animal y Conservación del Hábitat de la UABCS, señaló que el taller está relacionado con Medicina de la Conservación, una asignatura nueva dentro del plan de estudios de dicha carrera.

"Es una asignatura que prácticamente no se ofrece en otras universidades del país y que pretende darle una visión amplia al médico veterinario, para que considere otros aspectos como lo son la salud ambiental y humana, y no sólo animal; porque todo está estrechamente interrelacionado" comentó el Dr. Rafael Ramírez.



Figuras 104 a 107. Nuestra historia importa. Convivencia e intercambios durante el Taller de Cartel Co+Diseño en Rancho Viejo, Ver. (arriba izquierda y derecha). Realización de mapeo sobre el territorio y su relación con enfermedades transmitidas por animales, La Paz, B.C.S. (centro). Collage de imágenes de Minatitlán y Xalapa, dos contextos diversos de Veracruz importantes en mi ruta de indagación (abajo)





Figuras 108 y 109. Otras formas de crear. Ejercicio “Imaginar, sentir y representar nuestras ideas” durante el taller de Cartel Co+Diseño. Esta actividad somática integró distintos niveles sensoriales de los participantes ya que durante esta práctica se convocó el discurso, la memoria, la imaginación, la expresión corporal y la representación de las figuras conceptuales de los participantes a través del cuerpo y la mente. Las vendas funcionaron como inhibidores de timidez, ya que los estudiantes tenían mucha pena de actuar sintiéndose observados, al vendar los ojos fluyó más fácil la expresión corporal y lingüística para imitar sus imágenes mentales.



Figura 110. Comunidades del territorio. Durante la caminata para encontrar elementos representativos de nuestras ideas y frases. Con las alumnas de la Telesecundaria Juan Amós Comenio, participantes del Taller de Cartel Co+Diseño en el Rio Pixquiac. Rancho Viejo, Veracruz (arriba)

Figura 111. Con los estudiantes de noveno semestre de la Licenciatura de Medicina Veterinaria que participaron en el Taller de Cartel Co+Diseño impartido en Universidad Autónoma de Baja California Sur en La Paz, B.C.S. (abajo)



“Lis de Veracruz: Arte, Ciencia, Luz”

www.uv.mx

