

FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN EN EL CARTEL DE DISEÑO



**Jose Miguel
Martín Durán**



FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN EN EL CARTEL DE DISEÑO

José Miguel Martín Durán



2009. José Miguel Martín Durán

Portada diseño: Celeste Ortega (www.cedecelste.com)



Licencia Creative Commons

Edición cortesía de www.publicatuslibros.com. Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciador (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o apoyan el uso que hace de su obra).

No puede utilizar esta obra para fines comerciales. Si altera o transforma esta obra, o genera una obra derivada, sólo puede distribuir la obra generada bajo una licencia idéntica a ésta. Al reutilizar o distribuir la obra, tiene que dejar bien claro los términos de la licencia de esta obra.

Alguna de estas condiciones puede no aplicarse si se obtiene el permiso del titular de los derechos de autor. Nada en esta licencia menoscaba o restringe los derechos morales del autor.



Publicatuslibros.com es una iniciativa de:



Íttakus, sociedad para la información, S.L.

C/ Sierra Mágina,10

23009 Jaén-España

Tel.: +34 902 500 421

www.ittakus.com

INTRODUCCIÓN:

Hoy en día el cartel, en este mundo de las tecnologías y el píxel, sigue siendo una herramienta de comunicación muy útil y demandada. En el día a día, el cartel está presente en todos los ámbitos, ya sea en grandes formatos por grandes empresas y campañas de información, o a menor escala en la comunicación local. Este último aspecto, el local es el que se va a analizar detalladamente.

Antes de nada hay que mencionar tres circunstancias que definen la esencia del cartel: la reproducción masiva de copias, la interrelación de texto e imagen, y el gran tamaño del pliego de papel, cartón, tela o material plástico que sirve de soporte a ese mensaje... Un mensaje que es exhibido y compartido en el espacio público. Porque, no lo olvidemos, el propósito fundamental del cartelismo no es el arte, sino la publicidad, la propaganda y la comunicación del lenguaje.

El cartel está íntimamente relacionado en un indicio con la publicidad para posteriormente y en igual medida con la propaganda e información institucional.

Bori y Gardó, definen del siguiente modo esta práctica publicitaria: “El cartel es indudablemente la parte más difundida de la publicidad exterior, sirviendo para propaganda de productos que tengan un público muy general y para dar a conocer el nombre en la iniciación de una campaña”.

Desde un análisis comunicativo, el cartel tiene una intencionalidad y unas funciones. El principal es el de transmitir un mensaje a través de un código, ya sea Lingüístico o no, mediante recursos artísticos y retóricos de la comunicación. Es difícil encontrar un mensaje que cumpla en forma exclusiva con una función:

Jakobson opina que aunque distingamos seis aspectos básicos del lenguaje, no sería sin embargo difícil hallar mensajes verbales que satisficieran una única función. La diversidad no está en un monopolio por parte de estas funciones, sino en un orden jerárquico de funciones diferentes. La estructura verbal de un mensaje depende, primeramente de la función predominante.

ROMAN JAKOBSON

Nacido en Moscú, inició en esa capital estudios de lenguas orientales y estudió en su Universidad. En su etapa juvenil conoció el auge del gran simbolismo ruso y los poetas vanguardistas.

En 1914, con 18 años, impulsó la creación del Círculo Lingüístico de Moscú, cuya primera reunión se celebró al año siguiente. Ya entonces se ocupaba de cuestiones de poética, dentro del movimiento conocido como Formalismo ruso, e iniciaba su larga relación con el fonólogo Trubetzkoy.

Se trasladó a Praga en 1920 y allí contribuyó a fundar y animar el influyente Círculo Lingüístico de Praga, aunque enseña en la universidad de Brno. Defendió su tesis doctoral en Praga en 1930 pero la invasión nazi de Checoslovaquia le obligará a abandonar la ciudad, a causa de su origen judío, en 1939.

Enseñó a continuación en Copenhague, Oslo y Uppsala. La invasión nazi de Noruega y la amenaza de invasión de Suecia le obligaron a emigrar de nuevo, esta vez a Estados Unidos en 1941. Allí fundó el Círculo Lingüístico de Nueva York. Enseñó en Columbia, Harvard y en el MIT. En la ciudad de acogida tuvo ocasión de tratar a Claude Lévi-Strauss, entonces exiliado, y de influir en sus planteamientos estructurales de la antropología.

Su teoría de la información, constituida en 1948 y articulada en torno a los factores de la comunicación (emisor, receptor, referente, canal, mensaje y código), Jakobson dedujo la existencia de seis funciones del lenguaje:

1. Función referencial. Se usa cuando pretendemos meramente transmitir una información, sin hacer valoraciones sobre ella ni pretender reacciones en nuestro interlocutor, por ejemplo cuando decimos “está lloviendo”, o “la capital de Marruecos es Rabat”. Esta función se centra, dentro de los elementos de la comunicación, en el mensaje, aunque también hay quien dice que se centra en la realidad exterior o referente.

2. Función emotiva. Es utilizada cuando el emisor (elemento en el que se centra esta función) pretende dar cuenta de su estado físico o anímico, como cuando soltamos un “¡ay!” al pillarnos la lengua con la tapa del piano, cuando decimos a nuestra novia que la echamos de menos o cuando decimos que odiamos las espinacas.

3. Función conativa. Mediante el uso de esta función normalmente pretendemos provocar una reacción en el receptor, que es el elemento fundamental aquí. Es decir, queremos que haga algo, o que deje de hacerlo. Es la función principal cuando, por ejemplo, decimos “vete a tomar el aire”, “abre la ventana, por favor” o “cállate”.

4. Función fática. La usamos para comprobar que el canal (elemento fundamental) sigue abierto, es decir, que la comunicación es físicamente posible. Por ejemplo, cuando hablando por el móvil preguntamos si nos oyen, o cuando usamos coletillas. Ejemplos de coletillas, en cursiva: “Te quedas ahí quieto, ¿eh?”; “ayer lo pasé genial en la fiesta, ¿sabes?”.

5. Función poética o estética. Se pretende crear belleza usando el lenguaje. Es la función principal en poemas, novelas, obras de teatro y canciones. También es una de las principales funciones en los refranes. Esta función, al igual que la representativa, se centra en el mensaje, pero al contrario que ella, en su forma y no en su contenido. Cualquier poema es un ejemplo de la función estética del lenguaje. Por ejemplo: “Y yo me la llevé al río, / creyendo que era mozuela, / pero tenía marido.” (Federico García Lorca)

6. Función metalingüística. Se utiliza cuando se usa la lengua para hablar de la misma lengua u otra cualquiera. Por ejemplo, cuando decimos “burro se escribe con b”, o “the es el artículo en inglés”. Esta función se centra en el código, es decir, en la lengua respectiva de la que se hable.

Estas funciones se pueden reflejar en cualquier expresión comunicativa, ya sea en texto, imágenes fijas, movimientos, carteles....

A continuación analizaremos las obras de José Miguel Martín Durán desde este punto de vista teórico y comunicativo.

BREVE HISTORIA DEL CARTEL COMO COMUNICACIÓN

El desarrollo del proceso litográfico de tres colores de Cheret abrió una brecha que permitió que los artistas alcanzaran cada color del arco iris con tan sólo tres piedras -generalmente rojas, amarillas y azul - impresas en un registro cuidadoso.

Esta capacidad de combinar palabra e imagen en un formato tan atractivo y económico, finalmente hizo al cartel litográfico, una innovación de gran alcance. Comenzando en 1870 en París, se convirtió en el medio dominante de la comunicación de masa en las ciudades de Europa y América. Las calles de París, Milán y Berlín fueron transformadas rápidamente en la "galería de arte de la calle," entrando de lleno en la edad moderna de la publicidad.

Durante el 1890, En plena belle Epoque en Francia, la afición por el cartel estaba en plena floración. En 1891, el primer cartel de Toulouse-Lautrec's, "Moulin Rouge", elevó el estado del cartel al la categoría de arte.

El cartel fue introduciéndose lentamente en otros países pero a partir de 1880, se aceleró su popularidad. En cada país, el cartel fue protagonista también de todos los eventos culturales de importancia de la sociedad europea. En España las corridas de toros y los festivales; en la literatura y los productos para el hogar; en las ferias comerciales.

La Primera Guerra Mundial y la revolución bolchevique significó un nuevo papel del cartel: la propaganda. De hecho, la guerra supuso la campaña publicitaria más grande hasta la fecha, desde recaudar dinero, a soldados de reclutamiento y de alzar esfuerzos voluntarios, a estimular la producción o provocar ultraje y atrocidades en las líneas enemigas.

Entre las guerras mundiales: Modernismo y Art-Deco. Después de la Primera Guerra Mundial, la inspiración orgánica del Art Nouveau parecía inaplicable en una sociedad cada vez más industrial. Las nuevas realidades fueron expresadas mejor en los movimientos modernos del arte del cubismo, Futurismo, Dada y del expresionismo, que tendrían una influencia profunda en el diseño gráfico.

Segunda Guerra Mundial y el final de la litografía de piedra

El cartel jugó otra vez un papel importante en la comunicación de la Segunda Guerra Mundial, pero esta vez que compartió el trabajo con otros medios, principalmente la radio y la impresión. Por este tiempo, la mayoría de los carteles fueron impresos usando la técnica de offset, que permitía grandes y rápidas tiradas.

El ascenso de la Era de la Información en la postguerra. La dominación de Suiza del campo del cartel continuó creciendo en los últimos años '50 con el desarrollo de un nuevo estilo gráfico que tenía raíces en el Bauhaus. Debido a su confianza fuerte en elementos tipográficos en negro y blanco, el nuevo estilo vino ser conocido como el estilo tipográfico internacional (International Typographic Style). Refinado en las escuelas del diseño en Zurich y Basilea, el estilo utilizó una rejilla matemática, reglas gráficas determinantes y una fotografía negra y blanca para proporcionar una estructura clara y lógica. Se convirtió en el estilo gráfico predominante del diseño en el mundo en los 70s, y continúa ejerciendo su influencia hoy.

Post-Modernismo y la era del ordenador. El estilo tipográfico internacional comenzó a perder su energía en el `70s y el ` temprano 80s. Muchos lo criticaron por ser frío, formal y dogmático. La era digital a dado paso a un sinfín de posibilidades, sin predominar ningún estilo específico y siendo el referente el mestizaje de estilos y escuelas.

ANÁLISIS DE LAS OBRAS:

José Miguel Martín Durán, nacido en 1978 en la localidad de Plasencia (Cáceres), estudió la Licenciatura de Publicidad y RR.PP. en Málaga para posteriormente completar su formación como Técnico Superior en Diseño y Producción Editorial en Madrid.

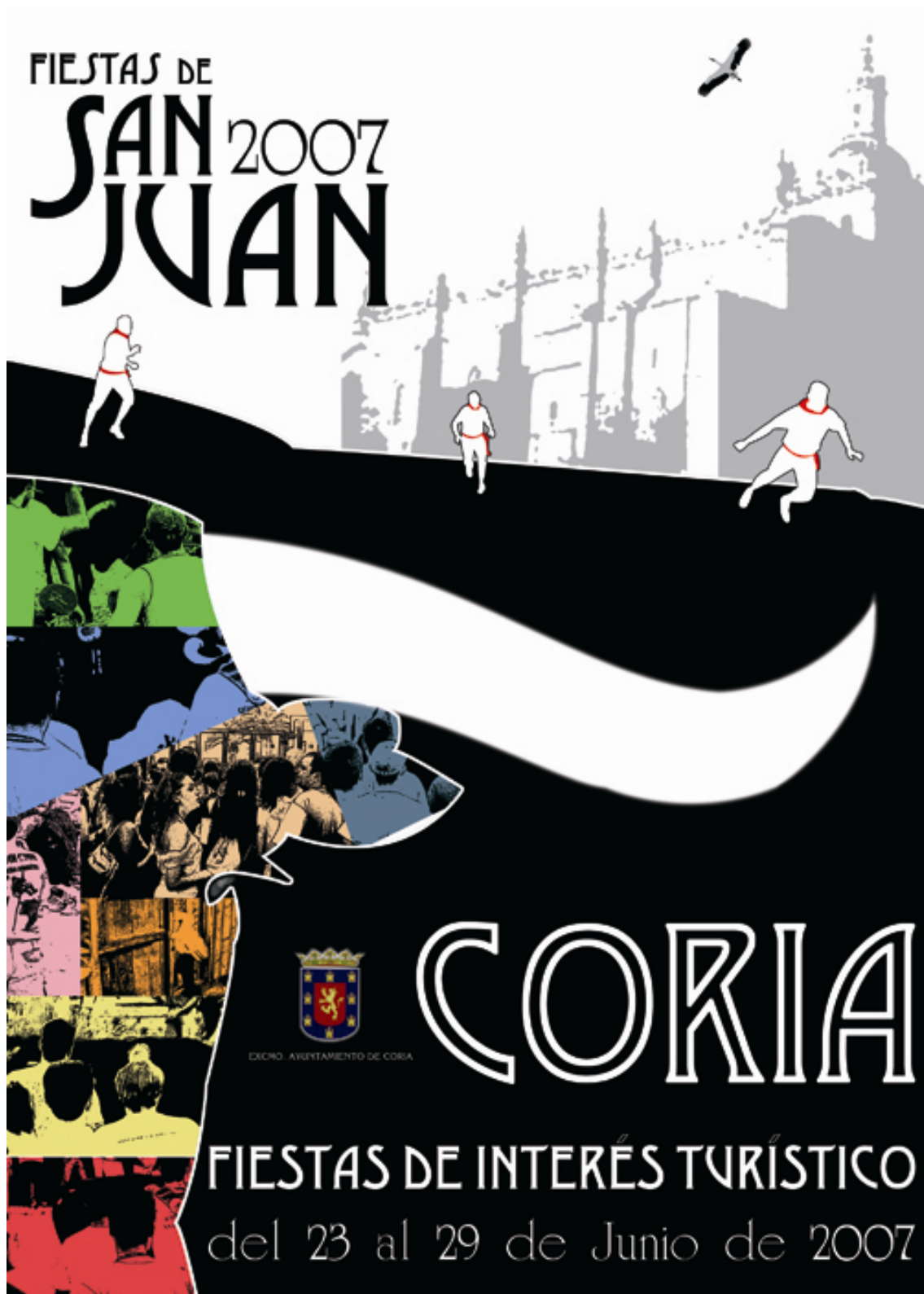
En el año 2000 disfrutó de una Beca Internacional Intercampus de dos meses en la Universidad Católica de Manizales de Colombia en el campo de comunicación y publicidad.

Sus obras se han centrado principalmente en la cartelería y fotografía, sin olvidar el diseño corporativo.

Los carteles de José Miguel Martín Durán son de temática localista de Extremadura. Sus diseño reflejan la realidad culturas, festiva y social de la provincia de Cáceres, en las comarcas de Plasencia, Coria, Navalmoral de Plasencia y Cáceres. Son obras que cubren diferentes estilos y temáticas, y se ha reconocido su trabajo con diferentes premios, tanto en cartel como en fotografía.

Un profesional que ha participado en el campo de comunicación, prensa y publicidad y que ahora miso se está introduciendo en la actividad docente.

Cartel: Fiestas de San Juan 2007
Tamaño: 50x70 cm
Técnica: Diseño por ordenador
Color que predomina: Negro



Cartel: Fiestas de San Juan 2007

Descripción y uso de figuras retóricas:

El color que más resalta es el negro, al ser un cartel taurino que anuncia la festividad local declarada de interés turístico regional de San Juan de Coria.

Para contrarrestar la seriedad del negro, acompaña una gama multicolor que refleja el tono festivo y multicultural del festejo. Las fotografías empleadas con efecto fotográfico de tampón son propias de San Juan.

La tipografía empleada es de ornamentación taurina, y se da el protagonismo total a la figura del toro copando el 70% de la superficie, pues el toro es el rey de estos festejos. La marca, en este caso Coria tiene un tamaño y presencia relevante, además de acompañarse del escudo de la ciudad.

La cabeza del toro está compuesta por el mosaico de fotografías, pues la festividad del toro la hace posible la gente y su carácter.

Al fondo se refleja la catedral de Coria, monumento emblemático, acompañado por la cigüeña y la figura de los corredores del toro.

Funciones de comunicación:

Función referencial: Fiestas de San Juan 2007

Función emotiva: diseño por ordenador

Función conativa: la evocación de la acción que transmite el diseño

Función fática: diseño por ordenador

Función poética o estética: el diseño y su configuración

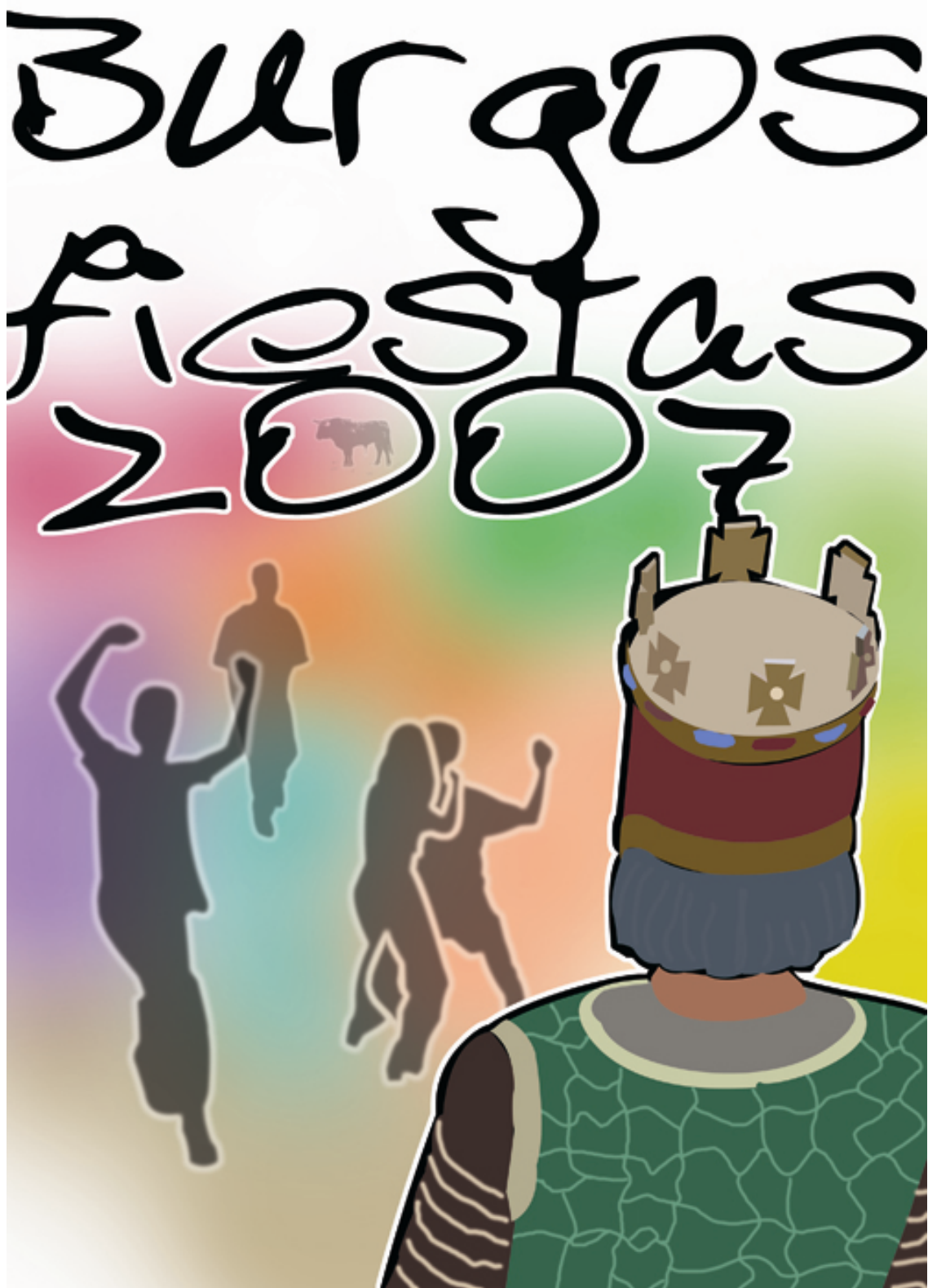
Función metalingüística: texto del mensaje, fechas, días

Cartel: Fiestas de Burgos 2007

Tamaño: 50x70 cm

Técnica: Diseño por ordenador

Color que predomina: multicolor, gama de verdes



Cartel: Fiestas de Burgos 2007

Descripción y uso de figuras retóricas:

No hay un color dominante, hay gamas diversas, tanto de cálidos como fríos, con la clara intención de reflejar la festividad y las luces de baile y movimiento del jolgorio.

En la parte inferior derecha, la figura del cabezudo tiene gran protagonismo, eso se debe a que es tradicional en Burgos la figura del gigante en los festejos.

Las siluetas del toro sirven como evocación de la presencia de festejos taurinos. La tipografía es de mano alzada irregular y dinámica.

Funciones de comunicación:

Función referencial: Fiestas de Burgos 2007

Función emotiva: diseño por ordenador

Función conativa: la evocación de la acción que transmite el diseño con el baile y la fiesta.

Función fática: diseño por ordenador

Función poética o estética: el diseño y su configuración

Función metalingüística: texto del mensaje

Cartel: Feria y Fiestas de Plasencia 2007

Descripción y uso de figuras retóricas:

Los colores predominantes son el magenta y verde, colores institucionales de la localidad de Plasencia y además reflejan colores de vida como el verde, festividad y verano como el magenta, tonalidades que coinciden con las fiestas y la época de año junio.

La figura gráfica que domina es el punto de color magenta, alrededor de él se aglutinan imágenes representativas del patrimonio de la localidad, además de sus gentes.

En la parte inferior se ubica la fecha bajo la tonalidad verde con puntos de fondo estético.

Funciones de comunicación:

Función referencial: Feria y Fiestas de Plasencia 2007

Función emotiva: diseño por ordenador

Función conativa: la evocación de las imágenes alrededor del punto central

Función fática: diseño por ordenador

Función poética o estética: el diseño

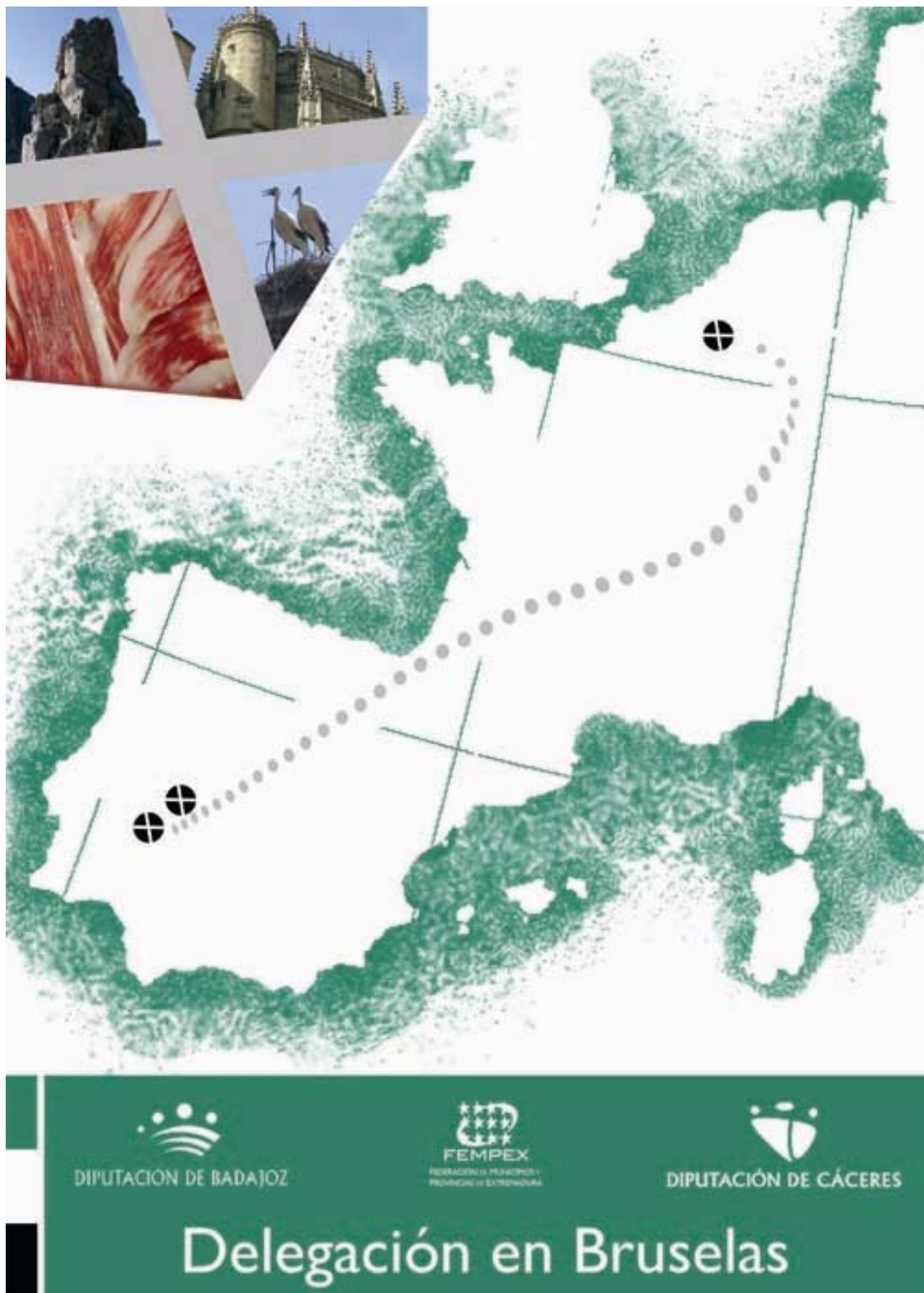
Función metalingüística: texto del mensaje

Cartel: Stand Extremadura en Bruselas 2007

Tamaño: 100x140 cm

Técnica: Diseño por ordenador

Color que predomina: verde



Cartel: Stand Extremadura en Bruselas 2007

Descripción y uso de figuras retóricas:

El color predominante es el verde, símbolo de Extremadura, de una tierra virgen por conocer y ecológica. La figura que ocupa todo el espacio del cartel es el mapa de Europa con un efecto de pastel en las orillas dejando el interior en blanco. En el mapa se aprecia una línea de comunicación directa entre Mérida y Extremadura.

En la esquina superior derecha hay una X con imágenes de productos típicos de la región.

La finalidad es la de ubicar Extremadura en el mapa de Europa para decir que ya estamos aquí.

Funciones de comunicación:

Función emotiva: diseño por ordenador

Función conativa: eclosión

Función fática: diseño por ordenador

Función poética o estética: el diseño

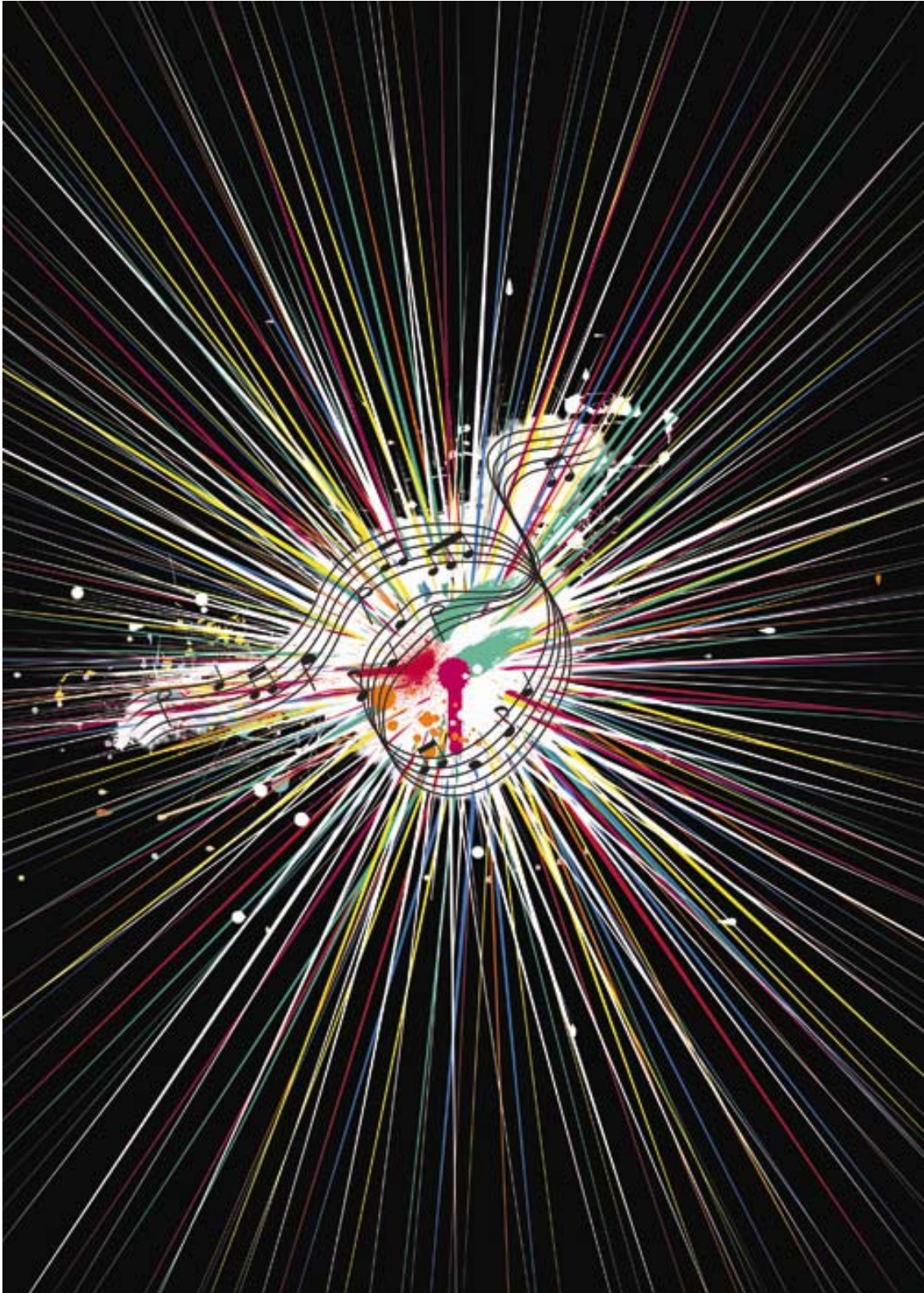
Función metalingüística: texto del mensaje

Cartel: Festival Folk Plasencia 2008

Tamaño: 50x70 cm

Técnica: Diseño por ordenador

Color que predomina: negro



Cartel: Festival Folk Plasencia 2008

Descripción y uso de figuras retóricas:

El color predominante es negro, pero resulta engañoso al acumularse en el centro una explosión de color que se expande por toda la superficie. EL cartel transmite un nacimiento de música multiétnica como si fuera un Big Bang.

En el centro se aprecia una partitura musical con notas dispersas, un pentagrama en movimiento.

En este cartel no hay texto, el mensaje es completamente visual.

Funciones de comunicación:

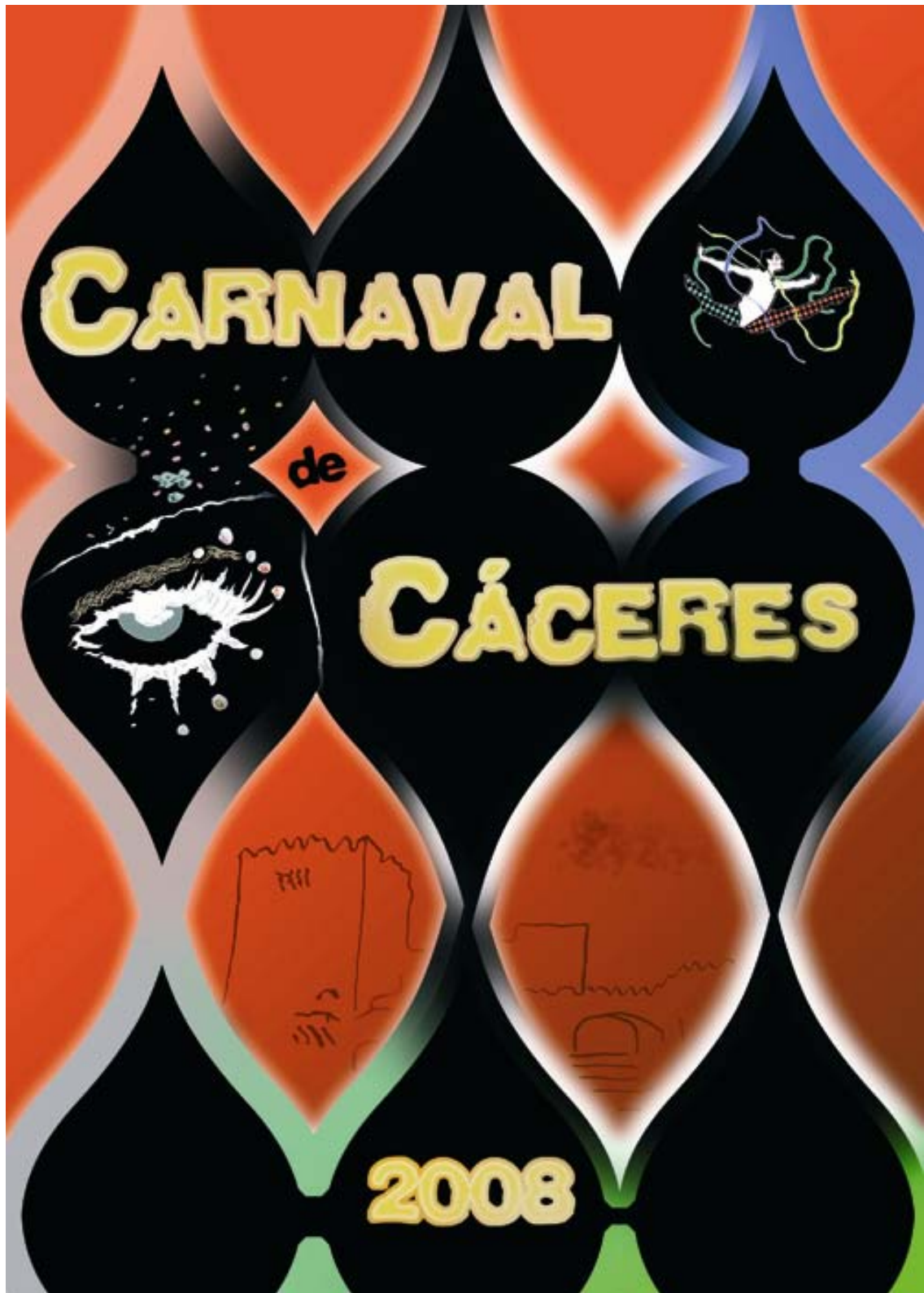
Función emotiva: diseño por ordenador

Función conativa: un mensaje de que Extremadura ya está aquí

Función fática: diseño por ordenador

Función poética o estética: el diseño

Cartel: Carnaval de Cáceres 2008
Tamaño: 50x70 cm
Técnica: Diseño por ordenador
Color que predomina: rojo y negro



Cartel: Carnaval de Cáceres 2008

Descripción y uso de figuras retóricas:

Los colores predominantes son el rojo y el negro, evocando a los arlequines carnavalescos con las forma de rombos. A estos les acompaña colores secundarios en tonalidades verdes y blancas. EL fondo es negro y hay una figura orgánica de un ojo carnavalesco que observa, además de un bailarín en la parte superior.

El texto es de color amarillo haciendo un gran contraste con el negro. En los dos rombos inferiores rojos se aprecia la silueta mediante una línea a mano alzada, del monumento de Cáceres conocido como arco de estrella.

Funciones de comunicación:

Función referencial: Carnaval de Cáceres 2008

Función emotiva: diseño por ordenador

Función conativa: la evocación de la acción que transmite el bailarín

Función fática: diseño por ordenador

Función poética o estética: el diseño y su configuración

Función metalingüística: texto del mensaje

Cartel: San Jorge de Cáceres 2008
Tamaño: 50x70 cm
Técnica: Diseño por ordenador
Color que predomina: blanco y rojo



Cartel: San Jorge de Cáceres 2008

Descripción y uso de figuras retóricas:

Los colores predominantes son el blanco y rojo, la cruz de San Jorge, patrón de la ciudad de Cáceres. En la zona central se ve a San Jorge matando al dragón en el arco el Arco de Cristo. El logotipo de Cáceres 2016 se basa en este arco, por eso su representación, evocando este evento. La técnica utilizada es una mezcla entre dibujo por ordenador mediante tableta digital y fotografía.

Funciones de comunicación:

Función referencial: San Jorge 2008

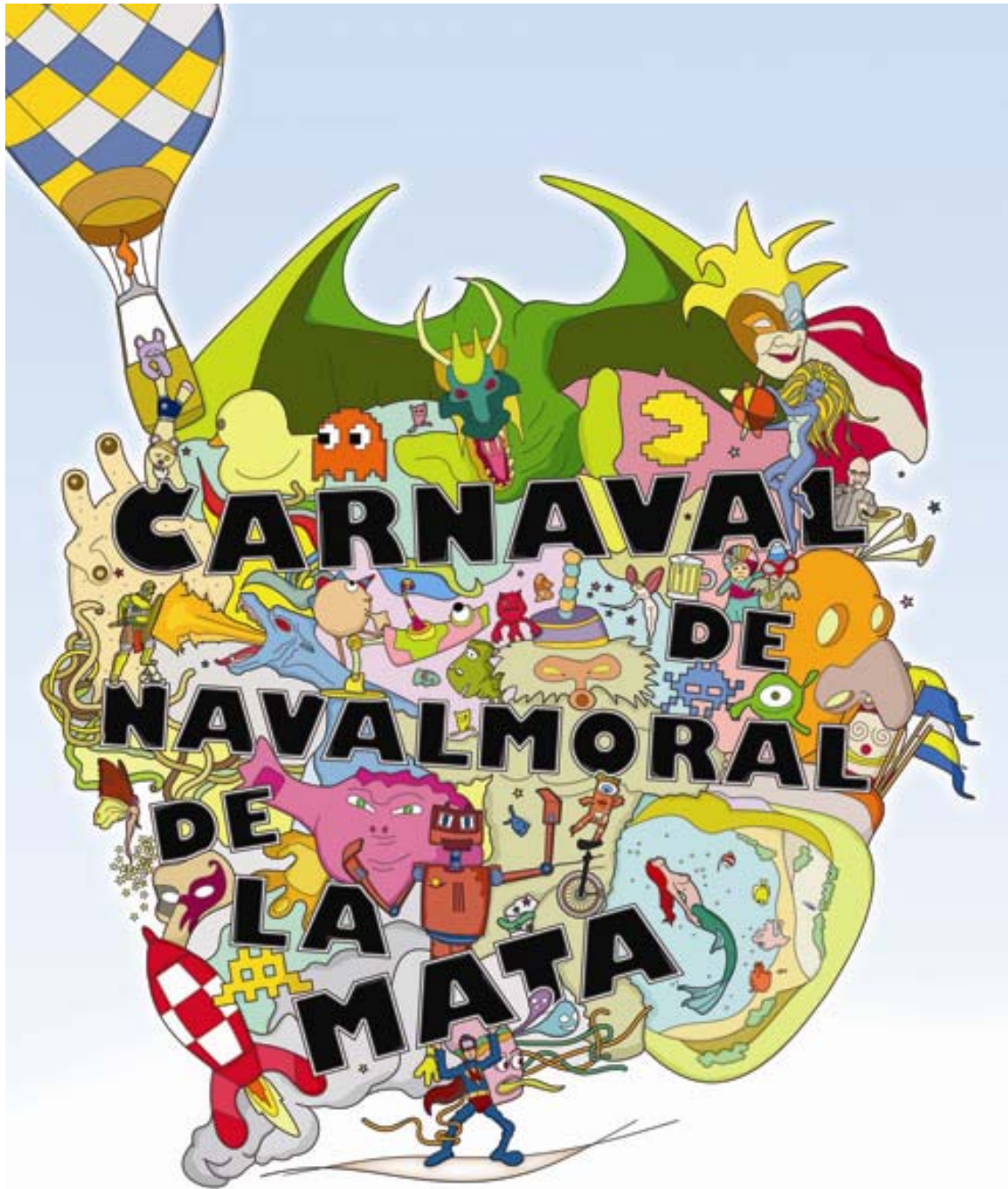
Función emotiva: diseño por ordenador

Función conativa: la evocación de la acción

Función poética o estética: el diseño y su configuración

Función metalingüística: texto del mensaje

Cartel: Carnaval Navalmoral 2009
Tamaño: 50x70 cm
Técnica: Diseño por ordenador
Color que predomina: multicolor



del 20 al 25 de FEBRERO de 2009

Cartel: Carnaval Naval Moral 2009

Descripción y uso de figuras retóricas:

Cartel multicolor con composición coral de personajes para el famoso Carnaval de Navalmoral de la Mata.

Funciones de comunicación:

Función referencial: Carnaval Navalmoral de la Mata

Función emotiva: diseño por ordenador

Función conativa: la evocación de la acción

Función poética o estética: el diseño y su configuración

Función metalingüística: texto del mensaje

Cartel: PRL Consejería de Igualdad y Empleo Junta de Extremadura

Tamaño: 50x70 cm

Técnica: Diseño por ordenador

Color que predomina: rosa

Premio II Certamen de PRL de la Junta Extremadura

PRL

Prevención de Riesgos Laborales

en Igualdad de Género

El Plan de Fomento y Calidad del Empleo de Extremadura, cuya vigencia será desde 2008 hasta 2011, articula una serie de prioridades, estrategias y medidas dirigidas a favorecer el acceso al empleo y la integración laboral de todas las personas, sobre todo de quienes más dificultades tienen; las **mujeres** en especial.

En este sentido, se hace una apuesta clara por la **igualdad** entre mujeres y hombres, a través del reconocimiento del principio de transversalidad de género en el diseño y aplicación de las políticas públicas como compromiso político. Queremos construir una sociedad más justa, equitativa y solidaria en la que todas las personas puedan desarrollarse de acuerdo a sus competencias y deseos. **El empleo** es un buen camino para ello.

JUNTA DE EXTREMADURA
Consejería de Igualdad y Empleo

Cartel: PRL Consejería de Igualdad y Empleo Junta de Extremadura

Descripción y uso de figuras retóricas:

Cartel con el color rosa como predominante en el que se aprecia la silueta de una mujer embarazada en su puesto de trabajo y de fondo un mural de imágenes que potencial la PRL en igualdad de género.

Funciones de comunicación:

Función referencial: PRL

Función emotiva: diseño por ordenador

Función conativa: la evocación de la acción

Función poética o estética: el diseño y su configuración

Función metalingüística: texto del mensaje

BIBLIOGRAFÍA

- Philip B. Meggs

Historia del Diseño Gráfico. Mexico, Mc Graw Hill, 2000

- Claudia Anahi

Cuales son las funciones de la comunicación, Universidad Francisco Marroquín, 1999

- Eva Quintas

Origen y proliferación de los concursos de carteles a principios del siglo xx, Vigo, 2008

WEBGRAFÍA

www.guzmanurrero.es