

00265

3
24.

**APLICACION
EN
PUERTO RICO
DE ELEMENTOS
DE ANALISIS
DE
CARTEL TEATRAL**

**UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTONOMA DE MEXICO**

**ESCUELA NACIONAL DE
ARTES PLASTICAS**

**DIVISION DE ESTUDIOS
DE POSGRADO**



**TESIS QUE PRESENTA
CARMEN R.
LEBRON ANAYA**

**PARA OBTENER GRADO
DE
MAESTRIA EN
ARTES VISUALES
ORIENTACION EN
COMUNICACION Y
DISEÑO GRAFICO**

**DIRECTOR DE TESIS
MTRA. LUZ DEL C.
VILCHIS**

MEXICO, D.F., 1997

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

INDICE

Introducción

I. El cartel

1.1. Definición	3
1.2. Antecedentes	4
1.3. Cualidades	5
1.4. Dimensiones	6
1.5. Funciones	9

II. El cartel en Puerto Rico

2.1. Antecedentes	13
2.2. Desarrollo del cartel en Puerto Rico	14
2.3. Propósitos del Cartel en Puerto Rico	16

III. El cartel para obras de Teatro en Puerto Rico

3.1. Antecedentes del cartel teatral	19
3.2. El cartel teatral puertorriqueño	23
3.3. Breve historia del teatro en Puerto Rico	25

IV. Elementos para el análisis formal del cartel

4.1. Consideraciones para el análisis formal del cartel	26
4.2. Análisis formal de 10 carteles del Festival de Teatro Puertorriqueño	33

Conclusión	55
-------------------------	-----------

Bibliografía	56
---------------------------	-----------

Apéndice

* Carteles del Festival de Teatro Puertorriqueño	62
* Biografías de algunos artistas y diseñadores del cartel para obras de teatro Puertorriqueño.	66

INTRODUCCIÓN

**"El cartel en flor sigue siendo
el mejor cartel de la primavera".
Un Romántico**

Juan Antonio Gaya, desde 1962 nos habla de la necesidad de un libro o de por lo menos un catálogo que nos hable del cartel puertorriqueño.

"No comentaré tal o cual afortunado cartel, porque ello requeriría todo un largo libro. Es necesario ese libro aunque no tenga texto, aunque no sea sino una antología de reproducciones. Aunque se limite a ser catálogo del Museo Permanente del Cartel que algún día -estoy seguro de ello- establecerá el Instituto de Cultura Puertorriqueña"¹.

El cartel es una composición gráfica, donde se combina la imagen y el texto, transmitiendo un mensaje destinado a un público. Es un anuncio impreso en papel comúnmente 60 x 90, con imágenes visuales e información escrita. Su colocación en calles y lugares públicos, así como su múltiple reproducción, permiten que el cartel y su mensaje lleguen a un público numeroso.

El cartel es uno de los vehículos fundamentales y más representativos de nuestra cultura moderna, evolucionando hasta convertirse en medio de comunicación principal de una sociedad en pleno auge económico en proceso de transformación urbana y social. "La ausencia de otros medios de comunicación masiva tales como el cine o la televisión, le adjudicaron suma importancia a la función divulgativa en muros de calles y en edificios públicos"².

El principal objetivo de este proyecto de investigación con el nombre de *Aplicación en Puerto Rico de análisis de carteles teatrales*, es el de llevar al lector a conocer el cartel, en específico el teatral por medio de el análisis de 10 carteles del Festival de Teatro Puertorriqueño. Además de conformar una memoria documental de los carteles realizados para el Festival de Teatro Puertorriqueño. Esto ha de servir para formar una fuente documental de datos sobre el cartel de teatro, con miras a que pueda ser usado por los estudiosos e investigadores de este tipo de cartel y por los interesados en el tema.

Este trabajo consta de cuatro capítulos que incluyen fuentes secundarias, material bibliográfico y hemerográfico que alude al tema. Para llegar a un análisis que permita definir y caracterizar el concepto.

En el primero, se nos habla del cartel en general. En el segundo, encontramos como surge el cartel en Puerto Rico, el tercer capítulo nos da el desarrollo del cartel teatral puertorriqueño, y en el último capítulo, pero no menos importante habla de de las consideraciones y el análisis del cartel para teatro en 10 de los carteles del Festival de Teatro Puertorriqueño.

Esperando que este trabajo de investigación sea como dice Gaya, una herramienta para que el artista puertorriqueño y del extranjero conozca sobre el cartel puertorriqueño, en especial del teatral.

↖ 1. Gaya, Juan. (1962). *Teoría y elogio del cartel puertorriqueño*. Revista Instituto de Cultura Puertorriqueña, Año V, Núm. 17, octubre - diciembre, p. 29.

↖ 2. Ramírez, Mari Carmen. (1978). *Notas sobre la serigrafía. Entrevista a Lorenzo Homar*. Exposición retrospectiva Lorenzo Homar. Museo de Arte de Ponce, p. 33.

I. EL CARTEL

1.1 Definición

El cartel es una imagen coloreada, portadora en la mayoría de las veces de un tema único y acompañado de un texto, hecho para ser pegado y expuesto a simple vista del transeúnte.

En el diario vivir podemos observar el cartel en lugares abiertos y públicos, ofreciendo gratuitamente un mensaje en un espacio visual. Muchas veces les vemos distraídamente cuando vamos a un lugar X. En otras ocasiones nos transmite su mensaje y su connotación en algunos segundos. Por esto el cartel debe ser claro, dando en ese pequeño intervalo la esencia del mensaje que lleva, si no el público olvidará enseguida de que se trataba. Ponen en evidencia estos pequeños mecanismos, el por qué el cartel nos propone una frase, un tema, una afirmación, una evocación poética o una iconicidad que el público se identifique con el mismo.

El cartel ha sido definido por muchas personas en el mundo. A continuación presentamos distintas definiciones que podemos encontrar del cartel.

Aunque muchos aludieron al cartel con el nombre de affiche (francés), poster (inglés), manifesto (italiano), se podría empezar definiendo con la célebre frase de Cassandre un *grito en la pared*³. Y en cierta forma es un grito, ya que es una emisión poderosa, capaz de llamar la atención en un instante, y de informar de un solo vistazo su mensaje al público. Es la definición más gráfica y que mejor que ninguna expresa la intención de este medio de comunicación de masas. En la actualidad el cartel no es sólo un *grito en la pared*, es medio que dialoga, sugiere o despierta sin aullar. "Otros aluden al cartel como un *impacto en un ojo*, esto como obligación de aviso, consejo, alerta y persuasión, nos dice Juan Antonio Gaya. Es la necesidad la intención de ver, impactar y llamar la atención al ojo del espectador"⁴.

Por otro lado Vicente Rojo nos dice "que prefiere dar la definición del cartel que aparece en el diccionario: En primer lugar es una "Obra publicitaria ilustrada, generalmente en papel, empleado usualmente en la vía pública". Se inició en el siglo XVIII y adquirió calidad artística a fines del siglo XIX. Es también sinónimo de "Aviso, pasquín". Y se define como "Abecedario o silabario grande utilizado en las escuelas para leer". Pero también un cartel es "un escrito público de desafío", dice: "El cartel ha sido, es y será un desafío para los diseñadores y una enseñanza moral"⁵.

El cartel reafirma el anuncio iniciado por la secuencia televisada para constituir un ambiente de deseo y de satisfacción que podrían convertirse en el sentido mismo de la civilización consumidora. A pesar de nuevos medios de comunicación, el cartel no ha desaparecido. Su solución ha sido considerable por las causas de los modos y los cambios de gusto general, pero también por consideraciones psicológicas y técnicas como: Aumento de tamaño en los anuncios, y la mayor importancia del grafismo fotográfico. El cartel debe concebirse teniendo en cuenta las consecuencias surgidas al ser pegados en la calle o bien en muros exteriores o interiores. Consecuencia como el sol, la lluvia, las manchas, la superposición de otro cartel o de un simple anuncio en blanco y negro.

Lo más importante de esto es que el cartel se concibe de la misma manera que un óleo, con los cinco sentidos que se pudo haber hecho cualquier gran obra de arte. Un cuadro es afortunado, al ser concebido tiene la posibilidad de ser conservado. Al cartel no le basta esto. Tendrá que seducir, incitar, mostrar e imponerse para cumplir con su requisito. También alude las normas de asistencia, resumen, brevedad e intensidad de dicción en lo sugerido por el cartel. Siendo un medio esencial de nuestra

✦ 3. Torres Martínó, José A. (1991). *Expo del Cartel*. Universidad de Puerto Rico. Catálogo de Carteles en el Centro Universitario de la Universidad de Puerto Rico. Rfo Piedras, Puerto Rico.

✦ 4. Gaya, Juan. (1962). *Teoría y Elogio del Cartel Puertorriqueño*. Revista del Instituto de Cultura Puertorriqueña. Año V, Núm. 17, octubre - diciembre. p. 25.

✦ 5. *Primera Bienal Internacional del Cartel en México 1990*. (1991). México: Universidad Autónoma de México y Trama Visual AC. p. 14.

cultura visual, el cartel como una forma más de comunicación es uno de los elementos primordiales de esta forma del mundo exterior llamada *Universo de la Imágenes*, que se construye alrededor nuestro y que constituye la cultura...⁶.

1.2. Antecedentes

Podemos empezar preguntándonos si podríamos pensar en las tablas de la Ley, entregadas por Moisés como el primer cartel, en forma de dístico. Pues es una buena pregunta que nos hace Ernesto Ruiz de la Mata en el artículo *El cartel en nuestra historia del arte*, escrito en la revista *El Sol*, de la Asociación de Maestros de Puerto Rico.

Se podría iniciar la historia de los antecedentes del cartel como las primeras comunicaciones visuales como lo son el pasquín o manifiesto, y edictos que se exponían en las plazas públicas, que de igual forma originaron el periódico.

En la Roma antigua durante las justas electorales y en la hoja libelosa que pegaban sobre el pedestal de la estatua de Pasquino, de donde toma por nombre "pasquín", se puede decir que empieza a tomar forma el cartel propagandístico. En Pompeya se encuentran diferentes tipos de anuncios, entre ellos políticos, otros anunciando tabernas y la propaganda de espectáculos públicos, los teatrales particularmente. Grecia y Roma hicieron también uso primitivo del cartel. Los emblemas o insignias de las antigüedades son formas precursoras del cartel. El hecho es que la antigua Grecia, según parece, tenía las leyes grabadas, con dibujos y tallas sobre piedra, y eran expuestas a la curiosidad pública. El emblema, precursor del cartel, abundaba en la ciudad, hechos mediante dibujos como la cabeza de una cabra, y más de una taberna con la imagen de Baco. En la Roma del Imperio, las representaciones teatrales eran anunciadas mediante *carteles*. Estos eran pintados en negro o rojo, sobre muros blancos por eso se le llamaba *album* y solían encontrarse cerca del foro.

Del primer cartel que se tiene noticia fue impreso por William Caxton para las Pyses of Salisbury en 1477. En 1482 aparecía el primer cartel francés, dedicado a anunciar *El Gran Perdón de Nuestra Señora*.

Desde que Gutemberg inventó la prensa y se facilitó el poder de la escritura, surgieron nuevas técnicas para hacer carteles. El auge del cartel llegó en el siglo XIX, con la popularidad de la litografía inventada por Senefelder.

En Francia se destacaron entre otros cartelistas, Gavarni, Chéret; en Inglaterra Colins, Browne y Herkomer. Seinen también hizo carteles. Pero de la época los más reconocidos fueron Toulouse-Lautrec y el inglés Abreu Beardsley. En España Arcelino Unceta, que realizaba carteles de toros en 1763.

Para el siglo XX, en Francia se destacaban Cappiello y Cassandre; en Alemania, Ludwig Hohlwein, Bruno Paul y Hans Unger; en Estados Unidos William Bradley. Los mejores carteles solían ser japoneses o suizos, aunque destacaban en Francia los carteles de Savignac, Siné o André Francoise; en España Garbayo, Olmos o Cruz Novillo; y algunos polacos, cubanos, norteamericanos, como Saúl Bass, descollaron para la misma época.

Fue Jules Chéret, quien en 1866, empezó a producir en París carteles litográficos en color con su propia prensa. Bal Valentino (1869) fue uno de los iniciadores de los carteles litográficos. Se expone que la forma del cartel que ha llegado hasta nosotros data de estos años y se debe a la coincidencia de dos factores que fueron las mejoras técnicas en la impresión litográfica y la presencia del propio Chéret, que influyó grandemente con este tipo de cartel a todos los cartelistas.

En la España del siglo XVI (Época de Oro) aparece el primer cartelista teatral: Cosme de Oviedo, quien además fue un notable comediante de su época.

Alemania fue el primer país que utilizó los tonos vivos en la impresión de carteles y en el siglo XIX tuvo un gran auge, con la popularización de la litografía inventada por Senefelder, procedimiento que permitía imprimir carteles en colores diversos por un precio relativamente bajo y con bastante facilidad.

❖ 6. Gorka, Victor. (1975). *El Cartel*. Xalapa: Universidad de Veracruz. p.42.

Aunque muchos cartelistas dieron al cartel una visión comercial, podemos ver carteles auténticamente artísticos, que se utilizan para dar promoción al turismo, a los congresos, a las ferias, al cine, al teatro, a la política, a la cultura y hasta para darle prestigio a una empresa comercial, todas estas sin perder su parte artística.

Unos consideran al cartel una rama dentro de la pintura, lo cual es erróneo, otros lo colocan entre las artes decorativas y, en mi opinión, están igualmente equivocados. El cartel no es pintura ni decorado teatral, sino algo diferente, aunque a menudo utiliza los medios que le ofrecen uno a otro. El cartel exige una absoluta renuncia por parte del artista. En este no debe afirmar él su personalidad.

En el año 1889 los aficionados y coleccionistas de carteles empezaron a ser tan abundantes que a fines de siglo surgen las publicaciones especializadas como la parisina *Les Maitrés de L' Affiche* (1896-1900) y la londinense *The Poster* (1898-1900). De esto surge la lógica confusión de que el cartel es *Arte*; Cassandre en 1933 decía: "Es difícil determinar el lugar que corresponde al cartel entre las artes pictóricas. Si lo hiciera actuaría en contra de sus obligaciones"⁷.

Según Barnicoat "El cartel es sólo un medio, por un fin, un medio de comunicación entre el comerciante y el público, algo así como el telégrafo, él no inicia las noticias, simplemente las transmite. Nadie le pregunta su opinión, sólo se le pide que proporcione un enlace claro, bueno y exacto"⁸.

Por extraña coincidencia el gran cartelismo de todas las épocas ha sido cultivado por genuinos artistas de vanguardia. En el pasado inmediato, España y Francia; hoy Polonia, Checoslovaquia, Cuba, Canadá, México y Puerto Rico, dan testimonio del cartelismo más excelso de la hora.

1.3. Cualidades

La cualidad más importante del cartel es la rapidez en que la lectura se da; primero va a ser un mensaje suscito y expresivo para dar al lector el mensaje. Lo que le convierte en lo más riesgoso de la expresión gráfica porque puede quedar invalidado por el exceso de elementos ornamentales o tipográficos. Debe ser captado de un solo golpe visual, por lo menos el mensaje principal; ya que la información del lugar será leída de segunda intención.

El cartel es parte de nuestro mundo icónico. Como en toda manifestación visual, tiene su propio lenguaje, tópicos y convencionalismos que todos aceptamos. Estos son un medio de comunicación masiva, y ésta puede ser heterogénea u homogénea. En su función de anunciar algo en movimiento como lo es la película o hasta una obra de teatro, y congelarlas en una sola imagen, que además nos da sólo una pequeña idea de lo que se verá. Pero por otro lado es una pregunta que aunque nos la hagamos, no hallamos la contestación. Lo importante es que en ese tipo de cartel el artista pueda llevar el mensaje correcto. El artista podrá tener una mejor imagen para éste. Si estudia el guión y se adentra en el tema buscando la imagen que mejor represente el cartel y llame la atención del espectador. Los factores de llamada visual están supuestos por una ilustración original, atractiva y destacada, por un buen acorde de los elementos de línea, tono, color y tamaño y por un efecto simple y claro para que pueda ser visto a la distancia y que sea legible; para la llamada mental debe intervenir la oferta, la satisfacción del interés humano, que brinde algo mejor o más económico con pocas palabras, estimule el deseo de posesión y que el hecho sea expuesto de manera directa al observador.

La importancia del cartel es notable debido a su fuerza como transmisor de ideas. Su producción debe adaptarse a las características del lugar de ubicación, y a las necesidades del auditorio a que va dirigido el mensaje. Su fin es comunicar mensajes gráficos de manera directa, su contenido tiene la

↳ 7. Barnicoat, John. (1975). *Los Carteles, su historia y lenguaje*. Madrid: Gustavo Gilf. p.80.

↳ 8. Barnicoat, John. (1975). *Los Carteles, su historia y lenguaje*. Madrid: Gustavo Gilf. p.81.

misión de llamar la atención rápidamente y su información dependerá de la originalidad, ingenio y creatividad con que se manejen los elementos de su composición.

El diseñador desarrolla el sentido estético del espectador, contribuyendo a crear una consciencia artística cultural en el público. El cartel va a tener impacto dependiendo del efecto sorpresa que el lector tenga sobre él. Podemos también encontrar el cartel de interiores que informa, pero desaparece para tener una función estética y ambientadora o decorativa. Y llega a ser en parte objeto de afecto.

El cartel por la repetición de estímulos, va a darle al lector ciertas modificaciones mentales y en el mayor de los casos lo inducirá a comprar o ver lo que éste anuncia. Debemos de tener cuidado con el estímulo del individuo. La saturación en el ambiente de estas comunicaciones es tal, que ya ni siquiera nos damos cuenta de su existencia, a pesar de que, en gran medida, nuestra vida está afectada directamente.

Un cartel con ideas simples, da un mensaje claro y directo, garantizando la transmisión del mensaje. A diferencia de la información transmitida en folletos o periódicos, según las posibilidades, sólo será visto durante una fracción de segundo por un transeúnte motorizado, suele exhibirse en una zona pública y deberá competir tanto con su entorno como con otros carteles.

El cartel comunica directamente y llama la atención. Lleva la fecha y el lugar en que se celebra lo anunciado y luego pierde la utilidad, y pasará de informativa a decorativa. Su información, poca o mucha, pero debe tener impacto inmediato y luego detenerse a ver la información. Se debe estar conscientes de lo que se quiere comunicar con imagen clara y precisa, para provocar un camino visual al espectador de un elemento a otro, en orden de importancia.

Fuera de esos criterios básicos los carteles no obedecen a ninguna ley. Los buenos diseños de carteles son el resultado de la imaginación, de la originalidad y del análisis acertado de la información que quiere comunicarse. Puede y debe echarse mano de cualquier recurso, porque lo más importante es hacer notar y llamar la atención rápidamente de lo que se quiere comunicar.

1.4. Dimensiones

La obligación del diseñador es más que un lenguaje convencional, a fin de señalar claramente un contenido que es incapaz de imponerse por sí mismo en razón de su estructura rudimentaria. El diseñador tiene la libertad de realizar el cartel; pero su imaginación va canalizada por imperativos, unos internos a la imagen, otros implícitos en los receptores. De esto depende el éxito del cartel.

"En el método llamado *diferencial semántico*, se usa el análisis, técnica que descubre el espacio llamado *semántico*, valor que da un estímulo cualquiera. Con una escala representativa del conjunto de las variaciones que afectan la *significación* del estímulo, el perceptor indica la dirección de emociones que corresponde a éste: positiva o negativa, así como la intensidad de su reacción en las siete casillas de la escala.

banal: -----:-----:-----:--:-----:-----:-----: original
muy bastante poco o poco bastante muy

El análisis factorial es un instrumento matemático que intenta investigar los diferentes componentes subyacentes en un conjunto de observación, tratando específicamente sus conexiones según

su grado de afinidad. Extraídos estos componentes, es posible definir el *espacio semántico*. Mediante este análisis un grupo de personas juzgaron un lote de carteles, guiándose por una veintena de escalas representativas del *espacio semántico* de los carteles publicitarios, permitiendo descubrir la existencia de dimensiones fundamentales⁹.

Son las siguientes: modalidad, el buen gusto, el color, el porcentaje de complejidad, el porcentaje de dinamismo y el porcentaje de exotismo. Añadiendo a las seis dimensiones ya señaladas; el tamaño aparente del cartel y el porcentaje de iconicidad.

MODERNIDAD



El cartel debe superar las formas del pasado, en su estructura aparecerán elementos inéditos, formas audaces, nuevos símbolos en relación con el pasado del cartel que no dejen indiferente al individuo. Sólo se produce un impacto en el público cuando esta de acuerdo con la *moda* o cuando prevee el cansancio por parte del receptor. El cartel tiene que superarse incesantemente, a fin de elaborar nuevos símbolos.

EL BUEN GUSTO



Comprende connotaciones estéticas y morales. En lo estético no se pueden permitir combinaciones anárquicas de forma y color y en lo moral no puede ir en contra de tabúes y prejuicios; aunque tenga que ir hacia adelante y en ocasiones se vea precisado a subvertir esos valores dependiendo de su pretensión. El cartel debe tener presente a quien va dirigido respecto a este punto, para poder llevar bien el mensaje.

COLOR



Poseyendo un alto grado de poder de seducción, el impacto del color, está ligado a fenómenos físicos, pues se dice que la sensación del color es anterior en fracciones de segundo a la forma (fenómenos emocionales y afectivos, cargados de alusiones psicológicas y sociales). Este debe servir para un reconocimiento y a una identificación rápida, para facilitar la interpretación de formas exteriores y la articulación de masas y acelerar la percepción de la forma o de valores táctiles y del movimiento. Sin embargo, Goethe nos habla de *el lenguaje del color*, que significa que el color no solo representa la imagen, sino que también pueden *hablar y sentir*.

⁹ Encl. Francoise. (1977). *El cartel: Lenguaje, Función, Retórica*. Valencia: Fernando Torres Editor. p. 52.

Por ejemplo el llamado contraste máximo (negro sobre blanco, negro sobre amarillo, etc.) o el verde que provoca reacciones emotivas de frescor o de esperanza o el rojo de un semáforo que por convención social significa alto.

Por otro lado, nos ofrece un significado de cada color: *El rojo: sangre, pasión, fuego, entusiasmo, vitalidad, dinamismo, erotismo, violencia; *El verde: tranquilidad, vegetación, calma, lo natural; *El azul: agua, frío, higiene, profundidad; *El amarillo: vitalidad, calor, luz, calidez, expansión; *El violeta: templanza, reflexión, misticidad, ceremonia, majestad, sueños; *El naranja: estímulo, calidez, visibilidad; *El marrón: cosecha, masculinidad, confortabilidad; *El blanco: pureza, castidad, inocencia, paz, bienestar, limpieza, visibilidad, elegancia, fuerza impactante, sofisticidad; *El negro: noche, luto, oscuridad, sofisticidad, sexualidad (combinando al negro con un color cálido o fuerte), miedo, misticidad, magia.

PORCENTAJE DE COMPLEJIDAD



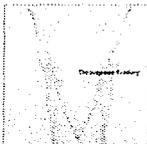
El cartel debe ser accesible y entendible a todos los individuos, independientemente de su edad y nivel cultural; hacer común la transmisión de la información, y hacer común el significado de las experiencias, sensaciones, ideas y conocimientos expresados.

PORCENTAJE DE DINAMISMO



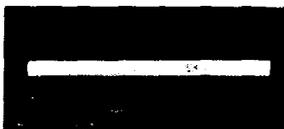
El mensaje debe estar integrado por medio de la composición, de la organización rítmica; por las fuerzas internas que interactúan en el cartel y que engendran tensiones que generan energía, movimiento y dinamismo en la imagen del cartel.

PORCENTAJE DE ERÓTISMO



El cartel erótico debe renovarse sin cesar para pretender este calificativo. Esto se ve confirmado en parte en la realidad. El coeficiente de erotización constituye una dimensión importante para el universo del cartel. A menudo una mujer hermosa, sensual y atractiva cumple con el papel de mediador de la función de persuasión, uniendo los argumentos de orden funcional, ligados al producto otros argumentos más sutiles y sin duda más eficaces.

GRANDEZA O TAMAÑO APARENTE



La dimensión y comprensión del cartel depende también de que recubra parcial o totalmente el campo visual del receptor. El cartel debe llenar la cuarta parte de su campo visual para poseer la dimensión óptica. Si por el contrario se cubre la totalidad del campo visual, al individuo se le hará difícil y tendrá que explorar diversos elementos.

PORCENTAJE DE ICONICIDAD



Corresponde al grado de esquematización o de abstracción de los elementos integrantes del cartel. La iconicidad del cartel debe ser sencilla para que todo espectador pueda llegar a descifrarla rápidamente.

1.5. Funciones

El objetivo del cartel, en primera instancia, consiste en transmitir información a muchas personas en forma rápida y sintetizada, con vivacidad, impacto visual y economía. La importancia del cartel es notable debido a su fuerza como transmisor de ideas. El cartel muchas veces usa los mecanismos psicológicos, para que el lector compre, vaya o adquiera el producto que se le requiere dar por medio del cartel. Por esto el cartel debe ser sugestivo e insinuante y no sólo argumentar.

Con un conjunto de elementos el cartel podrá lograr su tarea. Elementos cognoscitivos y denotativos combinados. Denotación que son los símbolos intencionales y los connotativos que son símbolos interpretativos. Por tanto el cartel propone dar más que un simple comentario, una imagen condensada que va a ser parte de sí mismo. Requiriendo de una participación subliminal en contacto con él, en el proceso social, tocando la parte sensible, humana, tales como el nivel de aspiración e imagen de uno mismo.

Según Françoise Enel, "La función que el cartel se apropia surge con la necesidad fundamental de comunicación que va ganando impulso y características definidas a medida que se afinan las tendencias mercantilistas"¹⁰. Y es en ella donde se originan, con idéntica finalidad a la que tiene hoy, eso que los publicitarios titulan ahora *corporation image*. Veamos a continuación las funciones específicas del cartel:

10. Enel, Françoise. (1977). *El cartel: Lenguaje, Función, Retórica*. Valencia: Fernando Torres Editor. p. 18.

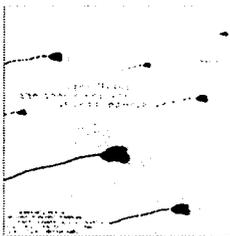
I. FUNCIÓN INFORMATIVA



Una imagen es parte de una red de comunicación entre emisor –agencia de publicidad– con el receptor, el individuo, con miras al reconocimiento de X producto y modificar su comportamiento sobre el producto. La función asume el texto publicitario: el nombre de la marca, un slogan explosivo, el título de una obra de teatro, etc. La imagen por ser polisémica, contiene mucha información, pero al mismo tiempo es imprecisa para asociarla con un producto o cualquier marca. El texto la enriquece con una información precisa, indispensable para una clara interpretación del cartel. Un cartel realista al contener un grado de iconicidad alto, maximiza la comprensión del mensaje y el texto dobla la información ya dada visualmente, creando una redundancia. Por el

contrario el cartel abstracto da una interpretación subjetiva, dándose el caso de la necesidad indispensable de un texto para el entendimiento claro del cartel.

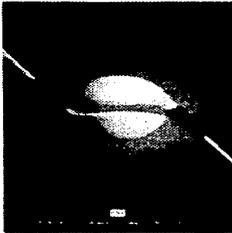
II. FUNCIÓN DE PERSUASIÓN



El cartel debe proponer una publicidad con sutiles argumentos que sugestionen al consumidor. Es proponer un repertorio de ideas y emociones de un producto, lo que lleva al Psquis del individuo, e introduce a esté sentimiento de complejos, como lo es el deseo de compra, confianza en la marca o satisfacción de el mismo. Hay varias técnicas de persuasión, como el ordenar, la amenaza, la convicción, la sugestión, la asociación en serie, la repetición y el juego de palabras, el reflejo condicionado, la apelación a la imagen de sí mismo, la argumentación, el argumento técnico, la atracción surrealista. A esta última técnica hay que añadirle factores fundamentales que van junto a la

imagen, estos son la composición del cartel (ejemplo: conjunto de líneas), el color y los procedimientos retóricos, que tienen una sugestión sobre el individuo.

III. FUNCIÓN ECONÓMICA



El cartel tiene que vender el producto, reclutando nuevos consumidores. La psicología económica da tres tipos de comportamiento ante la compra: un comportamiento irreflexivo, impulsivo, un comportamiento reflexivo ligado a la realización de una función explícita y un comportamiento semi-reflexivo. En este último el factor social juega un papel importante difundiendo una considerable masa de estímulos que influyen en la decisión del individuo. El cartel debe resistir la situación económica real del individuo. También debe resistir la situación económica real del individuo por el nivel de aspiración, a fin de desplazar constantemente al consumidor a tener constantemente nuevos deseos ante la novedad, y progresivamente llevarlo a la compra,

teniendo en cuenta la psicología del consumidor, variando ésta según la edad, el sexo y la clase social a la que pertenece. La función del cartel es aclarar la dinámica comercial.

V. FUNCIÓN EDUCADORA



El cartel, como hemos visto, modifica progresivamente la sensibilidad y el modo de reaccionar ante el entorno. En tanto que estructura dotada de formas y colores, engendra, en el seno del receptor, hábitos perceptivos nuevos. Es una traducción de una realidad humana.

La imagen en el cartel por su contacto inmediato y total respecto al receptor implica nuevas estructuraciones en los hábitos sensitivos y cognoscitivos; constituyendo así un proceso de educación que no hay que subestimar. Junto a varios medios de publicidad el cartel representa hoy en día un instrumento de información y de persuasión mucho más eficaz, que reemplaza las relaciones interpersonales cada vez más.

VI. FUNCIÓN AMBIENTAL



En el escenario urbano, el cartel juega un papel importante. Es difícil pensar en una ciudad sin carteles de variados colores y tamaños. El cartel llena vacíos de muros que le da una cierta intimidad con la ciudad. La multiplicación de estos iconos en muros puede tener tal saturación, que más que saturación, es el caos de la fealdad y la reacción de la intolerancia en los individuos.

VII. FUNCIÓN ESTÉTICA



Más que un medio publicitario, el cartel puede tener un valor estético en el medio plástico. Mediante sus líneas, sus colores y su composición crea un campo de belleza dejando un recuerdo duradero que en la publicidad se ve agotada rápidamente por un contacto repetido con el receptor.

VIII. FUNCIÓN CREATIVA



La repetición del cartel en la búsqueda del estímulo y la habituación del receptor, obliga al diseñador a inventar nuevos medios no justificados y amparados por las costumbres. El artista tiene que recurrir a innovaciones recientes del grafismo, de la psicología, de las técnicas para agradar al receptor. Si el cartelista usa su imaginación, el receptor podrá darle significado e interpretación propia a lo que está contemplando.

II. El cartel en Puerto Rico

2.1. Antecedentes

Al no tener el cartel en Puerto Rico los mismos antecedentes históricos que en otros pueblos, no podemos especificar con exactitud sus inicios. El cartel puertorriqueño ha nacido por generación espontánea. Ninguna tradición isleña, antillana, ni siquiera americana, ha propiciado su nacimiento. Aparece en el momento en que la escuela de pintura boricua constituye todo un renacimiento desproporcionado en número de sus artistas con la población del estado.

Nuestro actual cartel nace sin muestras ejemplares ni maestros de adentro. No recibió ayuda económica de productos industriales o comerciales. Los carteles comerciales de películas, dentríficos o cigarrillos, fueron siempre de tan rampante mal gusto y tan desentonados gritos en la pared, que jamás constituyeron fuente de inspiración. Si en algo nuestros artistas fijaron sus ojos en la obra de los maestros extranjeros en plan de absorber las lecciones plásticas y disciplinarse en la aplicación de criterios de excelencia.

El cartelista de Puerto Rico sigue siendo un estupendo pintor, su técnica es totalmente impecable, absolutamente perfecta, verdadera esencia de cartel, en el concepto, en la realización y en la tirada, se piensa que lo han hecho en Zurich, París o en Barcelona, por su perfección muchos no creen que se hayan hecho en Puerto Rico. Nuestros cartelistas han descollado en el mundo entero. El cartel Boricua anuncia cultura, el negocio que pregonas es la extensión de las dimensiones espirituales¹¹.

Según apunta Juan Antonio Gaya, "El cartel boricua con todo y ser expresivo, se puede permitir una mayor serenidad y belleza. En Puerto Rico, lo normal es que un artista le haga el cartel a la exposición de otro compañero, demostrando la camaradería entre los cartelistas"¹².

Cuando se funda el Centro de Arte Puertorriqueño y la de la División de Educación de la Comunidad (1950) arranca el movimiento cartelista de Puerto Rico. Con Lorenzo Homar a la cabeza, están Rafael Tufiño, Félix Bonilla, Antonio Maldonado, Eduardo Vera, Carlos Raquel Rivera, Meléndez Contreras, Manuel Hernández, José M. Figueroa, Francisco Palacios, Carlos Osorio: pintores que llevan al cartel las capacitaciones de su oficio.

Desde el primer momento estos artistas se plantean la hoja gráfica como un problema de plástica pura, en afán de matrimoniar con éxito y con nobleza, imagen y texto. Dedicán ingente esfuerzo al estudio de los misterios del color y a la comprensión cabal de la ciencia del diseño. Se documentan en la tipografía tradicional para avezar el ojo y la mano en el trazo de la tipografía creativa. Mientras avanzan el movimiento avanzan ellos en su preparatoria.

Con la madurez coincide finalmente el reconocimiento de afuera – ¡siempre de afuera!– que los proclama cartelistas de primera línea en el plano internacional. Así se incluyen sus obras en los álbumes antológicos europeos y en los museos más prominentes del mundo.

En el 1958 un grupo de artistas de Puerto Rico estuvo en México para la Primera Bial de Pintura y Grabado Interamericana. En fraternal camaradería gremial, los más eminentes artistas gráficos mexicanos – Méndez, Beltrán, Aguirre, O'Higgins– adelantaron la observación de que los puertorriqueños habían obrado con gran tino en dos detalles respecto de los carteles.

Uno en la adopción de la serigrafía como método de impresión por la incomparable brillantez cromática que lo caracteriza y dos, el uso tan orgánico y equilibrio de la tipografía, elemento que al ser considerado desde el principio como factor estructural se transforma al final en indispensable ingrediente formal y colorístico.

❖ 11. Gaya, Juan. (1962). *Teoría y elogio del cartel puertorriqueño*. Revista Instituto de Cultura Puertorriqueña, Año V, Núm.17, octubre-diciembre, p. 26.

❖ 12. Gaya, Juan. (1962). *Teoría y elogio del cartel puertorriqueño*. Revista Instituto de Cultura Puertorriqueña, Año V, Núm.17, octubre-diciembre, p. 28-29.

Desde siempre el cartel se vio como una hoja gráfica plástica, para así unir imagen y texto en uno. Empiezan documentando las tipografías tradicionales para trazar tipografía creativa, al mismo tiempo empiezan a analizar el diseño y a estudiar el color. Esto ayudó al reconocimiento en plan internacional.

2.2. Desarrollo del cartel en Puerto Rico

La tradición del cartel en Puerto Rico tiene para las artes plásticas nacionales gran importancia y trascendencia. Estudiar el desarrollo de esta forma de arte permite observar de manera abarcadora algunas facetas de la actividad social, política y cultural de nuestra isla, además de servir como indicador de las tendencias de estilo y corrientes artísticas que se han dado a lo largo de su presencia. El cartel comenzó como medio de difusión en Europa y pronto llegó a América, teniendo propósito comercial y cultural.

El cartel se usó en América para difundir ideas políticas, llegando con este uso a su gran difusión en América. Los carteles de la depresión de Estados Unidos llegaron a la isla y nuestros artistas comenzaron en los años 30 a crear sus ideas de carteles, este es el momento del inicio del cartel en la isla, cuyo arranque ininterrumpido se constituye con el tiempo en tradición. El arranque toma fuerza en el 1940 y desde entonces se ha usado por las agencias gubernamentales e instituciones educativas. La temática está determinada por los fundamentos programáticos de tales instituciones.

Como consecuencia del patrocinio gubernamental, con el endoso de Don Luis Muñoz Marín en ese entonces Gobernador de la isla de Puerto Rico, es él quien apadrina a los cartelistas, por lo que el cartel se independiza de intereses comerciales, y se convierte en instrumento de servicio social. Esa característica indisoluble de nuestra historia, le convierte en reflejo del desarrollo social y cultural de la sociedad puertorriqueña.



El cartelismo en Puerto Rico inició desde 1946, cuando se funda el Taller Cinema y Gráfica de Parques y Recreo Público, que luego de tres años se convierte en el Taller de la División de Educación de la Comunidad (DIVEDCO). Siendo Irene Delano la directora de la sección de Gráficas, que incluía el diseño de folletos y carteles. Este sirvió de portavoz visual a las consignas del movimiento político de justicia social de Luis Muñoz Marín. Así constituido surge el primer cartel educativo propagandístico para ser reemplazado por los años 1950 por el cartel cultural, que dominará el repertorio temático hasta nuestros días.

En 1952 renuncia Delano y Lorenzo Homar pasa a ser la figura principal del cartelismo, dirigiendo el taller. Irene Delano ayudó a incorporar a los artistas de la isla en el diseño del cartel. Usaba la serigrafía como técnica de producción, por su economía, y porque el cartel debía resistir la intemperie y al no usar prensa abarataba la mano de obra. En la década de 1960, fue cuando los artistas, las instituciones y los talleres auspiciaron más el cartel, creando el conjunto más impresionante, variado y excelente que se ha visto en Puerto Rico. Los carteles promovían las actividades del Instituto de Cultura Puertorriqueña. Tales como Efemérides, Teatro, Exposiciones, Ballets, Concursos y Conciertos.



Lorenzo Homar '1961



Antonio Martorell '1967



Lorenzo Homar '1964



Lorenzo Homar '1962

En el diseño del cartel, hay calidad diversa, textura auténtica, similitud, transparencias profundas y riqueza cromática. En los 15 años en que Homar dirige el Taller de Gráficas, se unieron Rafael Tufiño y José Alicea como aprendices, Antonio Martorell, José Rosa, Francisco Rodón, Rubén Oreira, Luis Cajiga y Alivio Cajigas. Fueron Martorell y Rosa los que más persisten en el diseño del cartel.

Mientras en todo el mundo el reconocimiento del cartel como un medio de genuina expresión artística, constituía algo irrefutable, en Puerto Rico, no fue hasta 1964 cuando por primera vez se presentó por El Instituto de Cultura Puertorriqueña la primera exposición de carteles ejecutados en Puerto Rico.

Se crearon otros talleres independientes que marcan una nueva etapa en el desarrollo del cartel de orientación política. Los mensajes de realidad social y político-nacional son de imágenes fuertes y de impresiones de sólo tres tiradas. Predominando en el cartel la economía. Los talleres más importantes fueron: El Taller Alacrán y el Taller Bija. En 1970 se funda el taller Bija, portavoz de las consignas y pensamientos políticos del independentismo.

Antonio Martorell formó el Taller Escuela Alacrán creando carteles políticos, de exposiciones, para cine, teatro y comerciales. Su propósito era acercar el cartel a la popularidad. De su taller nacieron los talleres Peyón, El Seco, El Hanchó de Manuel García Fonteboa, Tiburón y Carmelo Sobrino funda Capricornio.

Rafael Rivera Rosa y Nelson Sambolín diseñan carteles con fines ideológicos. Creaban serigrafías de pocos colores con el rasgo de la síntesis, limitando el mensaje en el símbolo, logrando la selección de elementos significantes y de claridad. También, en este año, surge la vertiente del cartel de denuncias, las organizaciones culturales y educativas pagan a los artistas para crear sus carteles. La fundación puertorriqueña de las humanidades contrataba artistas para el diseño gráfico de carteles, para divulgar sus actividades. Cuando Homar, en 1973, deja su cátedra José Rosa asume la dirección. Durante 22 años Homar formó otros artistas en el arte del cartel y la gráfica. Diseñaron para esta fundación: José Alicea, Lorenzo Homar, Lizette Rosado, Eduardo Vera, Alida Subirá, Rafael Rivera Rosa, Nelson Sambolín, Heriberto Dávila, Isabel Bernal, Homar Quiñones y Antonio Martorell. La Universidad de Puerto Rico tuvo dos talleres, uno adscrito al Centro de Investigaciones Sociales bajo la

dirección de Rafael Rivera Rosa; el otro bajo el Programa de Actividades Culturales donde destacaron Carlos Marichal, Luis Abraham Ortiz, Nelson Sambolín y Luis Maisonet. Estas personas dieron nombre y prestigio con sus carteles en el diseño fuera de la isla de Puerto Rico. Algunos ejemplos son: *Cartelera*, 1977; *Julián Bram*, *Coro U.P.R.*, 1979; *Cabal Encamienda*, 1984; *Oliva*, *Mimo Puertorriqueño*, 1980, de Nelson Sambolín, de Ernesto Cordero, *Entre Amigos*, 1989.

La serigrafía se usa pero está siendo reemplazada por la fotolitografía (offset) por ser más económica. Aunque en los carteles del Festival de Teatro Puertorriqueño del Instituto de Cultura Puertorriqueña nos damos cuenta que esta institución promueve la serigrafía para sus carteles.

En 1985 se *interrumpió* el diseño de cartel por la crisis de difusión al pasar por un período de repetición o formalismos poco atractivos, por lo que se redefinió la función del cartel y se buscaron alternativas. El cartel ha pasado de ser anuncio a ser un objeto de creación, con una carga individual y personal considerada manifestación estética a la par con la pintura, grabados o dibujos.

Para hacer un buen cartel hay que tener talento especial, una cultura amplia e inquietud por los grandes logros. El cartel requiere una preparación de artes gráficas, serigrafía, litografía, xilografía y de los medios de impresión. El cartel necesita el deseo, entusiasmo y experiencia que se adquiere al crecer como grabador, diseñador, o pintor dentro del arte.

El diseño del cartel tiene tanto valor como la pintura. Con la diferencia que la pintura se trabaja directamente en la tela sin intención de duplicarla y puede tener variación de colores y el cartel se hace para duplicarse en dos o tres tiradas por razones económicas, pero esto no le quita su valor estético.

Los carteles de Puerto Rico se han visto en muchas partes del mundo. Han sido reproducidos para la Ciudad de México en el Instituto Nacional de Bellas Artes; en la Revista Graphic de Suiza y ha sido considerado como arte en todos los lugares del mundo.

Todo diseño de cartel cumple con las leyes de la *buena forma*, con una función social. Nunca puede ser obscuro o difícil de entender, el artista no puede expresar ideas personales que las generaciones del futuro no puedan descifrar por lo que tiene que tener contacto directo con el espectador hablando en lenguaje popular para lograr su función comunicativa y decorativa.

El cartel puertorriqueño tiene perfiles propios inconfundibles de acuerdo a las circunstancias que le rodean. En otros centros cartelistas, el artista se limita a diseñar, sin intervenir directamente en el proceso mecánico de la impresión. Sin embargo, la mayoría de los artistas criollos realizan un boceto que, en la mayoría de los casos, no pasa de ser una rudimentaria guía de corte para el proceso serigráfico. Luego, él mismo ejecuta el corte del estarcido que habrá de ser adherido al tamiz de seda. En la fase de impresión está atento a la mezcla de colores. De suerte que la faena creadora, comenzada en los bocetos, termina cuando el cartel está listo para dar el *grito en la calle*. Por esto el cartel de Puerto Rico tiene perfiles inconfundibles, por ejemplo la serigrafía es uno de los métodos de impresión preferido, por su brillantez cromática que los caracteriza, además de el uso tan orgánico y el equilibrio de la tipografía, elemento que al ser considerado desde el principio como factor estructural se transforma al final en indispensable ingrediente formal y cromático.

2.3. Propósitos del Cartel en Puerto Rico

El cartel puertorriqueño surge de necesidades sociales y políticas tanto o más que de impulsos estéticos. Nuestros comerciantes y publicistas nunca le han dedicado esfuerzo digno de nota al cartel como medio

propagandístico idóneo, por lo cual no es aventurado apuntar que en la inepción de nuestro afichismo no intervinó ni remotamente el propósito que según Sontag, dio sentido a la primer etapa del cartelismo europeo: *hacer del comercio algo bello*.

En nuestro medio cultural la importancia del cartel ha sido algo más que un simple objeto artístico, se convierte en una producción de la enseñanza cultural puertorriqueña. Ejemplo de esto son los carteles para conciertos, exposiciones, festivales, películas, deportes, bailes, ferias, teatro y denuncias de índole políticas y educativas. El cartel ha tenido gran importancia en la educación puertorriqueña. Al estudiar el cartel estudiamos facetas sociales, políticas y culturales de la sociedad, además el cartel sirve como indicador de las tendencias de estilo y corrientes artísticas que hemos tenido a través del tiempo. Desde su arranque en 1940 el cartel ha sido el medio de comunicación usado en la educación y el gobierno, determinando la temática en el cartel.

La función primordial del cartel es atraer la atención del público hacia un anuncio impreso con el impacto de la palabra o la imagen plástica con formas abstractas o figurativas. Si el afiche impacta el espectador leerá lo que se anuncia.



Ejemplo cartel de película



Ejemplo cartel de festival



Ejemplo cartel político



Ejemplo cartel efímero



Ejemplo cartel de ballet



Ejemplo cartel de exposición

Es importante notar que estos carteles sólo tuvieron tres cunas: La División, El Instituto de Cultura Puertorriqueña y la Universidad de Puerto Rico. De estos talleres surgieron nuestros carteles puertorriqueños, en circunstancias en que los artistas estaban mal remunerados y los talleres pobremente equipados.

Como bien dice nuestra historiadora del cartel, Teresa Tío Fernández, "el cartelismo boricua es gestión exclusiva de agencias gubernamentales por lo menos en sus comienzos"¹³.

Uno de los primeros diseñadores nativos, Francisco Palacios, estando activo en el Departamento de Salud hacía las postrimerías de la década de los treinta hacia carteles con el propósito de exhortar y advertir al pueblo sobre la salud pública. Se trataba de los primeros ensayos del cartel para enseñar a los campesinos y a personas indigentes, medidas de prevención de enfermedades y de mejoramiento de la salud.

Hay que esperar hasta la posguerra (1946) cuando de un núcleo que se forma como adherencia de la Comisión de Parques y Recreo Públicos, se concentra más tarde el Taller Gráfica de la División de Educación de la Comunidad (DIVEDCO), dependencia del Departamento de Instrucción Pública.

Del seno de ese núcleo inicial de Parques y Recreos Públicos, en que figuran, además del ya mencionado Palacios, Manuel Hernández Acevedo, Eduardo Vera y Juan Díaz y su directora, Irene Delano salen carteles por el estilo de *La Mosca*, *Defiendalos*, *Combata las enfermedades*, *Por Mandato del Pueblo*. Los dos primeros de estos carteles fueron diseñado por Irene Delano; los otros dos, por el conocido pintor norteamericano Robert Guathmey, quien viene a la isla a orientar a los incipientes diseñadores del patio.

La adopción que hace Guathmey en Puerto Rico durante las breves semanas de su estadía representa una prolongación de su trabajo, de toda la vida como artista que era del social realismo norteamericano de la hora. Su estilo, apoyado en un estricto planismo colorístico, se avenía admirablemente con el medio de la serigrafía, técnica de multiplicación que se adopta aquí sin vacilaciones desde el principio, desde los años de preguerra, por ofrecer espléndidas posibilidades cromáticas sin necesidad de maquinas.

Al tiempo que se crea DIVEDCO, regresan al País casi simultáneamente: Rafael Tufiño y Antonio Maldonado de México; Lorenzo Homar y Carlos R. Rivera de Nueva York; Rosado del Valle de Europa, pintores todos, adiestrados en el extranjero, quienes tarde o temprano se unirán a los ya nombrados en el taller de la DIVEDCO. Es lo natural y lógico para quienes regresan de las vanguardias estéticas, dignos hijos de los años más politizados de la posguerra, ansiosos de incorporar su arte a las vivencias del pueblo que se interesen vivamente en crear un arte socialmente útil. Es el cartel un puente de comunicación eficaz, un medio de proyectar, en colonia tan insólita y confusa como Puerto Rico, imágenes de esclarecimiento.

En la década del 60 el cartel retorna en alguna medida considerable a la temática política, con la creación por parte de Antonio Martorell del Taller Alacrán y por parte de Nelson Sambolín y Rafael Rivera. El cartel ha sido uno de los géneros más representativos de nuestra producción artística. A diferencia de otras, desde sus comienzos en 1946, ha tenido un desarrollo continuado.

Los más conocidos artistas y diseñadores han trabajado y desarrollado el vínculo entre la comunicación, diseño y cultura a través del cartel, en un lenguaje cartelfístico propio.

13, Tío, Teresa. (1984). *Texto y contexto del cartel puertorriqueño*. Exposición de Carteles Puertorriqueños de la colección SK&F. Puerto Rico: Impreso por Ramallo Bros. Printing, Inc.p.7.

III. El cartel para obras de teatro en Puerto Rico

3.1. Antecedentes del cartel teatral

Es evidente que la historia de los posters de teatro se enlaza con la historia de teatro, pero eso no significa que le sirva de fiel reflejo.

"En Grecia los hombres libres podían asistir al teatro, que era tan venerado como los Juegos de Olimpia. Hoy nada se conserva de la publicidad de esas representaciones teatrales, tal vez esa publicidad era innecesaria por el prestigio de que gozaba el teatro, considerado como una forma de institución política y de lugar sagrado. En Roma, el teatro era una forma de entretenimiento público. En las excavaciones de Pompeya se ha descubierto propaganda de carácter político, económico y teatral, esto por los grandes dramas que ellos escenificaban"¹⁴.

En la Edad Media la iglesia controlaba el teatro y buscaba concientizar a las personas aunque no se le daba mayor importancia a la publicidad, se conserva el programa de una representación de *La Pasión* en Hamburgo del 1466. Ya para los siglos XVI y XVII, el teatro se hace secular y se dirige a las grandes masas, perdiendo la Iglesia su control.

Los actores desfilaban por la calle con bombos y platillos anunciando los programas. Pero en la medida en que la gente fue alfabetizada y podía leer, los carteles, que eran pequeñas hojas impresas, comenzaron a sustituir los desfiles de anunciar las obras, la fecha y el reparto.

A finales del siglo XVIII, dos acontecimientos que tuvieron lugar hacen nacer el moderno poster del teatro. Uno de ellos fue la de anuncios publicitarios en los programas. Los anunciadores, a cambio de la publicidad, colaboraban con la función. Eso terminó separando los anuncios del cartel, por lo que se crearon los posters para teatro.

El otro gran acontecimiento fue la litografía, inventada en 1789, obra de Aloys Senefelder, era una forma barata de ilustrar y buena para usar varios colores. Se graba la litografía sobre óleo o cera, de esto surge el trabajo de anunciante y la forma del hombre *sandwich*, que anunciaba con carteles pegados al cuerpo, caminando por las calles. Se abusó pegando carteles por todas partes, por lo que hubo que combatir el uso indiscriminado haciendo vallas para pegarlos.

La consagración de los posters de teatro como forma de expresión artística tuvo lugar en 1871 con el cartel con el que el Olimpic Theater de Londres anunció la dramatización de la obra de Wilkie Collin, *The Woman in White (La Dama de Blanco)* que incluye en su especial relevancia la información mínima del título de la obra y el nombre del teatro y el efecto artístico de la imagen de la mujer con efectos de remolinos dibujados en forma casi abstracta dibujados en su capa y el uso único de los colores blanco y negro.

Este cartel procede de un grabado en madera de W. H. Hopper trabajado a partir de un dibujo de Frederick Walker y algunos aspectos que trabajaron en colaboración que reflejan los gustos y las tendencias artísticas contemporáneas. Se trabajaba en colaboración donde uno hacía el dibujo, el grabador lo pasaba a la madera y el impresor lo trasladaba a la imprenta. *The Woman in White* es el modelo que prepara el terreno a los grandes artistas de posters de la



❖ 14. Reid, Arleen. (1991). *Posters The Teatro*. Madrid: editorial LIBSA. p. 6.

llamada *Belle Epoque* entre los que se citan como grandes maestros Jules Chéret y Henri de Toulouse-Lautrec.



Chéret comenzó como litógrafo estudiando en Inglaterra las técnicas para imprimir en hojas de papel. Al regresar a París abre su propia imprenta para realizar sus propios posters convirtiéndose en artista. La influencia de éste creció cuando los artistas jóvenes comprendieron que el cartel, por su propia naturaleza, iba a crear una especie de taquigrafía visual que permitiría expresar ideas de una forma sencilla y directa. En el siglo XIX se desarrolla en París el teatro francés con la gran expansión de la ciudad donde comenzaron las grandes óperas y el teatro clásico de Moliere y Rasini. La ópera cómica, el café concierto comenzaron a exhibir carteles exóticos en 1893. Chéret realiza su mejor poster anunciando a la bailarina americana Loise Fuller que actuó en un espectáculo del Follies - Bergere, en 1893 y causó sensación a ambos lados del Atlántico con su *Danza de Fuego*, usando luces que aparentaban la forma de lenguas de fuego. Chéret hizo el cartel y expresó el espíritu del baile.

Muchos artistas se dejaron seducir por el diseño de carteles, como Henri de Toulouse-Lautrec. En sus obras retrató como el mundo del teatro, dando así fe de su gusto por el teatro. Pintaba con honestidad lo mismo las damas que asistían a las mejores obras de teatro, como a las prostitutas que iban a los burdeles, aún sus posters tienen vigencia y son admirados por su forma artística única.



Toulouse-Lautrec se concentraba directamente en el asunto que quería anunciar (cantante, bailarina, conjunto del Moulin Rouge); lo hacía en forma concisa, elocuente, expresiva, eliminando elementos inútiles o secundarios; imprimiendo inusitado relieve a lo que intentaba destacar. Nunca lo individual había sido delineado de un modo tan llamativo, los personajes por ejemplo son caracterizados hasta las yemas de los dedos y las puntas de los zapatos con un mínimo que precisamente la estilización de la expresión no tiene lugar nunca a cosas de la simple disposición formal.

Tuvo mucha influencia de los carteles japoneses, en particular por la organización espacial que muestran los grabados japoneses. Es llamativa la utilización de contornos negros y de colores brillantes en algunas partes del dibujo. En vez de siluetas pintaba características exactas de los artistas, por eso se recuerdan posters con retratos de artistas famosos como: Mary Belfort, La Goulue, Yvette Guilvert, Jane Avril y Aristide Bruant. Capturaba las características y peculiaridades de los personajes.

Los impresionistas y los expresionistas aportaron a la rama del cartel artístico grandes servicios, pero el más rico florecimiento de este arte corresponde al Art Nouveau.





Otro destacado artista fue Alphonse Mucha quien elaboró innumerables carteles para la publicación teatral; se le considera el gran representante de este estilo, que fue el más moderno y característico del cambio de siglo. Su estilo está caracterizado por la sinuosidad y suavidad de la líneas, los colores exuberantes y las exóticas plantas y flores entrelazadas con las que adorna los mechones de pelo de la heroína, personificada a la perfección con el estilo de Art Nouveau del continente.

El público llegó a oponerse a los carteles que eran exagerados al pintar a las damas de los cabarets, por lo que surgieron los pósters *morales* encargados al eminente pintor Pierre Puvis de Chavanne, en un esfuerzo por contrarrestar los supuestos efectos perjudiciales ocasionados por los *escandalosos* carteles de Montmartre.

Para el 1900, los balletes rusos de Sergei Diaghilev crearon nuevos estilos de carteles para anunciar bailes, pintura y música. Los mejores carteles fueron los de Jean Cocteau, Leon Bakst, Alexander Benois y Alexander Golovin. Lo mismo sucede en Francia con Pablo Picasso y Ludwig Kainer en Alemania.

Aubrey Beardsley retornó a sus carteles en la línea de la obra *La Dama de Blanco*, usando su diseño para enmarcar el texto, considerada como una forma de expresión artística y diferente a los demás cartelistas.

En Londres, las obras de James Pryde y William Nicholson conocidos como los *Beggarsstaff Brothers* manifestaron que los pósters son una rama diferenciada del arte. Su logro fue la uti-

lización de unos pocos y sencillos elementos exquisitamente tratados, sus pósters se realizaban a mano. El más conocido de sus posters fue el realizado para la obra *Cenicienta*. Este cartel era enorme y no cumplía con las exigencias de los directores de teatro. El mismo medía 1.83 metros de alto y 2.75 de ancho. Por lo que encargaron otro a Dudley Harder. Junto a éste John Hassall, supieron supeditarse a los caprichos de los directores de teatro y se hicieron populares en pósters publicitarios para los espectáculos de Candilejas.

Hassall supo aplicar un toque de humor accesible a toda clase de público y tenía en cuenta la claridad e importancia del mensaje impreso. Hardy crea estilos diferentes, lo que le hizo más popular. A fines del Siglo XIX los pósters en Gran Bretaña tenían los mismos defectos que los franceses, eran diseños mediocres de bajo costo o pobres diseños del pasado siglo. En los años 20 del actual siglo XX, el arte del póster se usaba en otros países. En otras partes del mundo se vivía un *Boom*, aunque en menor intensidad del diseño de los pósters de fin de siglo.

En Estados Unidos las convenciones propias de mediados del siglo XIX, sobre el diseño de los pósters teatrales fueron los que prevalecieron hasta bien avanzado el Siglo, incluso si se hacía un póster o retrato de actores o actrices afamados, no se les representaba de una forma muy convencional, y los diseños se hallaban bien influenciados por los *alegres y baratos*.

En 1908 Oscar Kokoschka realizó la representación de su obra *Asesinato, la esperanza de la Mujer* combinando a perfección los aspectos tipográficos y figurativos de sus pósters. Comenzando el



movimiento expresionista. Sus actores usaban el cuerpo pintado con manchas y rayas brillantes y con los efectos de luz y el dramatismo daban intensidad a la obra, cosa que representaba el autor en sus carteles de teatro.

En 1914 al estallar la guerra en Suiza, dejó la forma tradicional provinciana de hacer carteles y comenzó a hacer carteles en masa. El teatro tomó auge y los prisioneros de guerra organizaron actividades teatrales y se crearon pósters. Los artistas profesionales hicieron pósters incitando y persuadiendo a los hombres de enlistarse en el ejército y para que se compraran bonos de guerra. Después de la guerra la vida cultural no volvió a ser como antes. En las actualidades unos creían en un nuevo orden para crear un mundo mejor pensando que esta guerra había acabado con las demás guerras. Otros proclamaban el imperialismo y el teatro reflejó la inseguridad y la diversidad de la vida de posguerra.

En Europa, el estado económico hizo del poster la función de un anuncio comercial, pero los artistas querían hacer carteles que los distinguieran en su vida personal. En Rusia había escasez de recursos y los artistas pintaban con brochas y con madera contrachapada, por lo que a esta época se le denominó *la era del contrachapado*.

Kasimir Malevich fue el ruso de vanguardia en el arte abstracto, que se relaciona con el Futurismo en Italia y el Volticismo en Gran Bretaña que es el Constructivismo que dominó el diseño teatral y la educación artística en la primera década de los 20. En esa época los carteles eran en negro y blanco o en negro y otro color.

En 1924 Yuri Anne Nkov en la obra *La rebelión de las máquinas* hizo cambios añadiéndole lectura política al diseño del poster ruso. En 1925, en París, en la exposición de Artes Decorativas e Industriales Modernas nació el concepto del Art Deco con énfasis en lo moderno y alusiones a la velocidad y a la aerodinámica, a la energía y a la fuerza, a lo exótico y lo decorativo. El Art Deco era divertido antidoto contra los grises y oscuros años de la guerra y la personificación de los felices años veinte. París vio nacer los grandes diseñadores de carteles: Colin y Cassandre.



Colin hizo carteles publicitarios y de espectáculos presentando así la habilidad, el carácter y la imagen de la estrella retratada en estilo cubista con tipografía vanguardista. Muchas veces el nombre de la estrella quedó ligado al del artista como ocurrió con Charles Kiffer y Maurice Chevalier.

Durante los años de depresión se fundó el programa para el fomento de las artes, el gobierno encargaba trabajos a artistas

y fotógrafos para mitigar el desempleo. Los pósters de 1930 reflejaban la austeridad de este período con colores suaves y apagados. Durante la Segunda Guerra Mundial los diseñadores de pósters se concentraron en la propaganda y en la moral. En los años 50 todos los hogares tenían un televisor, el cine resto importancia al teatro, lo que perjudicó la realización de pósters. Para salvar la situación el teatro *serio* y el *artístico* comenzaron a usar pósters, llenando el vacío existente en la producción. Las técnicas de impresión eran más baratas y las compañías de teatro viajaban con los artistas que hacían sus pósters.

Al mejorar el mundo de la fotografía comenzaron a usarse carteles fotográficos para el teatro. En el pósters de fotomontaje destacó el alemán John Heartfield, como mejor exponente de esta forma artística ayudado por su hermano Wielnd Heartfield, con quien continuó la tradición del

Constructivismo ruso para expresar sus creencias culturales y políticas anti-totalitaristas. Se dedicaron a diseñar escenas de teatro recreando el espíritu y la emoción.

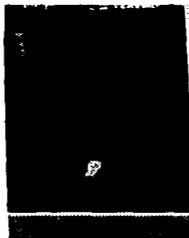
En el 1950 surge el teatro de absurdos. Esto trajo un nuevo interés por el arte de los pósters y el uso de imágenes surrealistas y dadaístas. Los pósters de teatro pasaron a ser parte de la representación del teatro *serio* o de vanguardia por lo que los diseñadores deseaban hacer trabajos de integridad artística sin perder el humor sofisticado. Se encargó a artistas de primera fila el diseño completo de toda la representación dramática. Los años 60 o años de la frivolidad se inundaron las calles con el diseño de pósters. El Pop Art encontró inspiración en la imagería popular -publicidad, bienes de consumo- por lo que mantenía afinidad natural con el fenómeno popular del pósters. Entre otros destacaron Robert Indiana y Robert Rauschenberg. La magia de la técnica de fotografía ha sido una de las características de los pósters de teatro en la década de los 70. Los pósters de teatro han recorrido un largo camino de cientos de años y han crecido en tamaño y en complejidad técnica para responder a la demanda de las cada vez más numerosas y diversificadas producciones dramáticas.

El pósters de teatro, cuyo papel ha cambiado drásticamente desde su origen en que era simplemente un instrumento al servicio de la publicidad hasta la actualidad, en la que constituye una de las formas de expresión artística más atractiva, accesible, versátil e internacional que pueda darse. La Bella Época francesa originó un cartel ligado al espectáculo del cabaret y del teatro, y a la venta de diferentes artículos de consumo. El cartel, tomado en serio por el público y los críticos, comienza a estar de moda como objeto de colección.

3.2. El cartel teatral puertorriqueño

Para la promoción de carteles para obras de teatro se diseñaron dos tipos de carteles: de temporada e individual. El de temporada es complicado por la basta información. El individual requiere que el diseñador plasme uno o varios elementos de la obra y que mantenga fidelidad temática y que a su vez inciten al público al tema.

Lorenzo Homar se inclina por el diseño de temporada: *Primer Festival de Teatro Puertorriqueño*, 1960, *Sexto Festival de Teatro Puertorriqueño*, 1963. Tufiño hace carteles individuales: *Tiempo Muerto*, 1961, *La trampa*, 1964. Antonio Martorell hace carteles individuales: *La Silla*, 1964, y *Bienvenido Don Goyito*, 1965.



La literatura sirve de arranque a la obra creándola en las artes visuales, dándole imágenes de valor estético auténtico. El principal exponente del cartel de ballet es Lorenzo Homar. No usa figuras humanas porque las letras con su baile dan peso al diseño, sin necesidad de crear la figura de la bailarina. Forma y color bailan en plástica personificación. Las letras son los protagonistas de esta ilusión de ritmo y color.

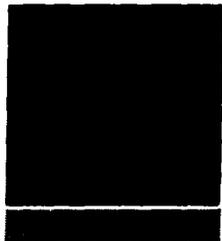
Los carteles del Instituto llegan a un público capitalino más expuesto a experiencias visuales, que el público de otras parte de la isla. Los carteles diseñados para La Casa Del Libro, son los que conforman el género más oculto del cartel nacional, sus referencias visuales proceden de los textos originales, como viñetas y grabados. la tipografía del texto, el autor de las obras o algún personaje literario.

Entre los carteles impresos para este museo, se pueden encontrar el *Homenaje al Dante*, 1965, donde el perfil del poeta resalta sobre una medalla conmemorativa en bronce. Las calidades sugieren el metal y se levanta el relieve característico de la moneda, el 700 aniversario del nacimiento de Dante. La sobriedad de color impera sobre el fondo marrón con luces amarillas y doradas del metal. El cartel *Don Quijote*, 1967, de Homar donde impera la sobriedad cromática y compositiva, el tema impone una imagen del hidalgo y su fiel acompañante que se centra verticalmente en un rectángulo de pequeñas proporciones.

El cartel La Letra Inicial de Tufiño es una visión monumental que arropa todo el cartel con la magnificación de la *Letra D* en la parte superior izquierda y va acompañada por los motivos ornamentales de arabescos propios en el diseño de iniciales. Es un cartel superlativo por el concepto y simplificación del mismo. El título de la exposición queda relegado a la periferia, no entra en la imagen principal, como es costumbre en los carteles que Tufiño diseña.

En los carteles del Festival Casals impera la sobriedad de color y diseño. Ejemplo: *Décimo Festival 1966*. La atención recae en el retrato de Casals que aparece frontal, batuta en mano. Resaltan las manos y el rostro sobre un fondo negro en el que se funde el cuerpo de don Pablo.

Los carteles de Efemérides y natalicios de próceres ocupan una parcela importante en la producción Cartelística del Instituto de Cultura como podemos ver en *Juan Alejo de Arizmendi, Bicentenario de Un Natalicio*, 1960 y en *Sesquicentenario de las Cortes de Cádiz - Ramón Power Girald*, 1963, ambos de Homar.



Sesquicentenario de las Cortes de Cádiz y Ramón Power Girald, ambos reciben tratamiento análogo por la ubicación del retratado, la colocación de las manos y solemne dignidad que imponen sobre el espectador. En el de Arizmendi resaltan las calidades de su atuendo clerical: Manto, Capelo y hábito y se identifica el prelado por su atributo de la cesta de paja. La semejanza entre las dos imágenes no es casual, la intención de Homar al cubrir el obispo su anillo con la mano derecha, acción que Ramón Power emula, tiene un contenido referente a un hecho histórico. El anillo lo había entregado Arizmendi a Power como símbolo de solidaridad cuando el joven se embarca a España a representar a la isla en las cortes de cáliz. El anillo, hoy perdido, se oculta por la imposibilidad de describirlo, pero es el gesto lo que vincula gráficamente a las dos figuras, que representan el nacimiento de la conciencia nacional.

El cartel sin dudas, se destaca de manera prominente como uno de los géneros más representativos de nuestra producción artística moderna. En el proceso de desarrollo del cartel nuestros artistas han contribuido a forjar un lenguaje cartelístico genuinamente puertorriqueño.

La importancia del cartel en nuestro medio cultural trasciende su importancia como objeto artístico para convertirse en rico testimonio del quehacer cultural y social puertorriqueño de las últimas tres décadas. Conciertos, exposiciones, festivales, carnavales y ferias de artesanía, funciones de teatro y baile, concursos, deportes y denuncias de índole política, son muestra elocuente de la rica gama del quehacer humano de nuestro pueblo que refleja en la producción cartelistica puertorriqueña.

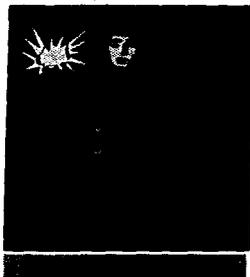
Casi sesenta años de historia del cartel en el país no puede convertirse en cosa del pasado. Y no puede ser, porque no podemos dejar romper la tradición del vínculo fundamental entre lo que somos y lo que queremos ser.

3.3. Breve historia del teatro en Puerto Rico

El teatro en Puerto Rico comenzó hace siete décadas, por los años 1930, son miles los hombres y mujeres que han ayudado al florecimiento del teatro en la isla de Puerto Rico. Los forjadores del teatro son personas individuales, grupos o productores se unieron para lograr nuestra historia teatral. Es imposible nombrar a todos los forjadores. Los más importantes son aquellos que más han contribuido a resaltar el teatro de Puerto Rico. Allá por 1935 Francisco Manrique Cabrera organiza en la U. P. R. el grupo farándula Obrera en su curso de Drama Contemporáneo. Junto a Sierra Berdecía y Méndez Ballester, llevan el teatro rodante por la isla.

En 1938 se crea el Concurso de Teatro, en el mismo triunfan algunas obras de puertorriqueños. En 1939 Emilio S. Belaval propicia lo que podría ser un teatro puertorriqueño, para Puerto Rico. En 1940 se funda Areyto con Emilio S. Belaval, Julio Marrero y Leopoldo Santiago Lavandero, éste a su vez funda en 1941 el Departamento de Drama de la U.P.R.. En 1944 se funda Tinglado Puertorriqueño por Francisco Arrivi, Lucy Boscana y Madeline Williamsen.

Se funda Teatro Nuestro por René Marqués. En 1955 se crea el Instituto de Cultura con Ricardo Alegría como director, y a su vez en 1956, de esta institución surge el Proyecto para Fomentar las Artes Teatrales. Con esto surgen los Festivales de Teatro en la isla. Fundándose la APATE (Asociación Puertorriqueña de Artistas y Técnicos del Espectáculo).



Es así como en el 1958 surge el Primer Festival de Teatro Puertorriqueño, en el 1959 la Oficina de Fomento Teatral de I.C.P. (Instituto de Cultura Puertorriqueña), para cobijar los subsiguientes festivales hasta hoy, enviando la obra *Los Soles Truncos* de René Marqués a los Terceros Juegos Panamericanos celebrados en Chicago a participar en el *Festival de las Américas*, siendo la primera obra de la isla en representarse fuera de la isla.

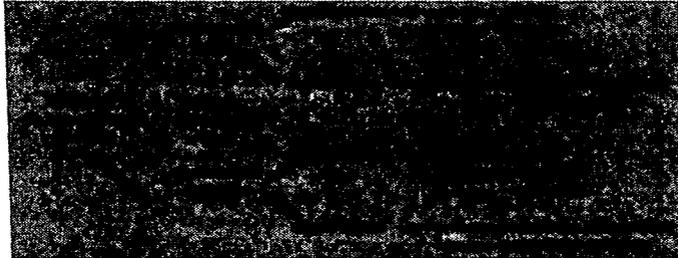
Desde entonces han aumentado los escritores de obras teatrales y se dan seminarios en el I.C.P., para otras mentalidades artísticas. En la vanguardia de todos los grandes momentos de el teatro de la isla han estado los cartelistas de Puerto Rico, quienes se han ocupado de crear verdaderos carteles, para ejemplificar los contenidos de las obras en esplendorosos carteles que han sido admirados a través de todos los niveles artísticos mundiales.

IV. Elementos para el cartel análisis del cartel

4.1. Consideraciones para el análisis formal del cartel

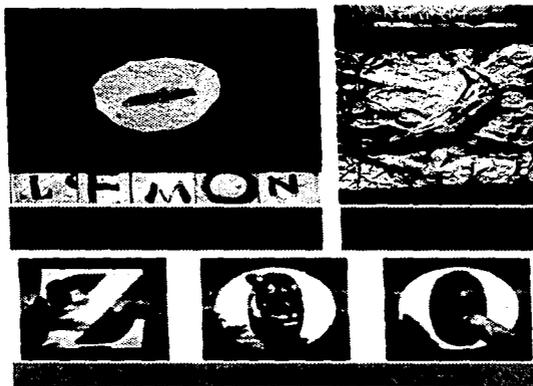
Para la lectura del cartel, es necesario tomar conciencia del aspecto visual y cultural. En esto podemos encontrar sistemas de cada uno cumpliendo una función específica: el sistema de los objetos reales dependiendo del conocimiento técnico que cuenta la sociedad, con el cual el di-*seño* tendrá que ser basado; en el sistema del lenguaje es raro que un cartel pueda llegar a comunicar su mensaje sin recurrir a una estructura verbal, aunque sea precisamente lo que el cartel se supone que remplace; un largo discurso. El texto simplemente debe estar para señalar el mensaje del cartel; en el sistema de la imagen, el cartel esencialmente es una imagen, es un sistema que agrupa un lenguaje visual propio, combinando sus propias leyes y prohibiciones.

El sistema del lenguaje y el de la imagen están derivados del sistema de los objetos reales. En ellos podemos encontrar tres vías de acceso: la realidad, el lenguaje y la imagen. El texto está enfocado para el mejor entendimiento de la imagen, tomando uno o varios elementos incluidos en la imagen visual, resaltando el mensaje del cartel. En el análisis del cartel debemos tener en cuenta el aspecto del significativo y el significado.



El significativo presenta tres niveles: el objeto, el soporte, y la variante. El objeto está en función del desarrollo técnico que tiene una sociedad, presentada esquematizada al consumidor. Existen tres tipos de soporte: uno puede ser el que tiene una afinidad con el objeto, otro puede ser el que tiene conexión con el objeto pero no afinidad y por último el que no tiene ni afinidad ni conexión con el objeto. La variante es el objeto en una elección precisa, es capaz de dar significación dependiendo donde se injertase en el cartel, preparándose para dar una connotación del objeto¹⁵.

❖ 15. Enel, Françoise. (1977). *El Cartel: Lenguaje, Función, Retórica*. Valencia: Fernando Torres Editores.



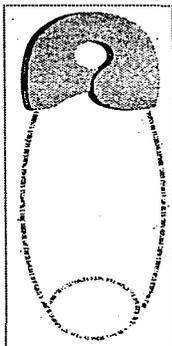
El significado revela un lenguaje que agrupa estados y situaciones. Muchas veces lo podemos encontrar bajo la forma de un conjunto de unidades semánticas verbales. El significado participa en la elaboración de situaciones o de estados únicos, dando una relación complementaria.

En el nivel del enunciado del significante el artista ve la composición del cartel de un modo general, escogiendo una unidad significante, el proceso de la técnica, el color, la composición, el ritmo, la organización de la imagen son algunos de los diferentes medios que hacen la connotación. El nivel del significado elabora la visión de la sociedad, que escapa del modelo tradicional, ofreciendo al individuo complementar la significación de su vida cotidiana. Aunque el cartel no puede garantizar la transmisión de su mensaje, además varía de un receptor a otro el desciframiento de éste. Dependerá la transmisión de la cultura que tenga cada receptor. Existen carteles en el que los artistas no apelan a retórica ninguna para transmitir el mensaje al receptor. Esto lo podemos ver en los carteles informativos, al ser su función el dar un mensaje literal. Pero sabemos que en su mayoría los carteles nos ofrecen una retórica ya sea verbal o visual.

En los carteles hay varios procedimientos retóricos usados corrientemente por el artista¹⁶.

◇ 16. López Rodríguez, Juan Manuel. (1991). *Semiótica de la Comunicación gráfica*. México: INBA, COACULTA, UNAM, UAM, EDIM BA, CYAD, p. 347-373.
Enel, Françoise. (1977). *El cartel: Lenguaje, Función, Retórica*. Valencia: Fernando Torres Editor.

Estos procedimientos pueden ser los siguientes:



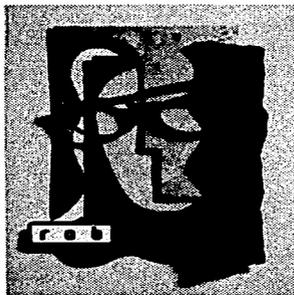
SINÉCDOQUE

Relato expresado verbalmente es visualizado por una parte que representa el todo o viceversa.



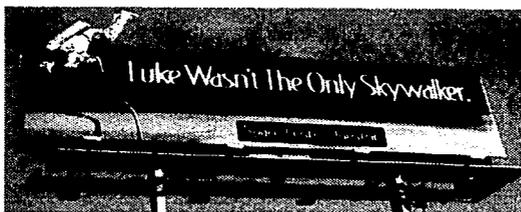
METONIMIA

Relato por medio de signos verbales visualizado por signos relacionados con el relato verbal.



METÁFORA

Relación entre el primer relato y el segundo relato de una metáfora, utilizada de manera que los signos visuales ilustren el primero y los signos verbales el segundo.



EXAGERACIÓN

Relato ilustrado por signos visuales cuyo contenido significativo es ampliado más allá de los límites normales.



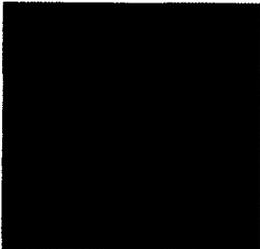
ANTÍTESIS

Enfrentamiento de opuestos, presencia simultáneos de dos elementos contrarios que enriquecen el significado.



TIPOGRAFÍA

El relato de los signos verbales se ofrece visualmente bajo la forma de los mismos signos.



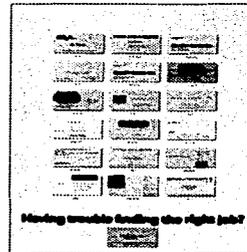
SÍNTESIS

Convencimiento o persuasión utilizando el mínimo de elementos.



ACENTUACIÓN

Disminución, aplacar un error o defecto para hacer más deseable el objeto.



REDUNDANCIA

Reiteración de algo, exceso de datos en el mensaje.

Esto ayuda a la búsqueda de mayor impacto del cartel, en beneficio de un estilo simple pero incisivo para el receptor. El cartel debe jugar con el significado y el significante, para introducirse al receptor en su realidad social. Tomando en cuenta que ninguno de ellos puede faltar pues se tiene el riesgo de una mala lectura del cartel. De un lado podemos ver el conjunto de formas, colores, repertorio limitado por su material, y por otro lado un conjunto de valores y situaciones no materiales.

Las formas y los colores constituyen un pretexto de una lectura de un cartel, el espectador debe asimilar su significación inmediata para llegar a su sistema de significación, que sustituye el primero sin desaparecer el primero, poniendo en relación significantes materiales ordenados junto a significados inmateriales que son fragmentos de la ideología de cada uno de los espectadores.

Las decisiones de composición determinan el resultado del propósito y el significado que va a tener frente al espectador. Al tomar el color el contorno, la textura, el tono, la proporción deseamos darle un significado, que depende del resultado que el artista plasmo y la respuesta del espectador. La información visual que compartimos son cualidades denotativas que consiente o inconscientemente, responden a su significado con cierta conformidad.

El equilibrio es una de las influencias físicas y psicológicas más importantes como perceptores humanos. Aunque debemos tomar en cuenta que más que el equilibrio sencillo, estático se puede reajustar por la variación de contrapeso. Al interpretar visualmente buscamos la estabilización que se impone a los objetos en un eje vertical con un segundo eje secundario horizontal; nos establecen factores estructurales que miden el equilibrio.

La tensión que pueda surgir en el objeto X, no es ni buena ni mala, todo depende del uso comunicacional visual que se utilice en el significado, el propósito, la intención, además como base de interpretación y comprensión. La visión se toma de otros factores que contribuyen al predominio de la composición y le atrae la tensión.

No importa la disposición de los elementos, el ojo busca la estructura que lleva al equilibrio. Por ejemplo, en el tríptico el panel central va a llamar más nuestra atención de primera intención. En cualquier cuerpo visual buscamos la armonía en el centro de este, aunque podemos establecer equilibrio o una falta de equilibrio, reconociendo las condiciones visuales abstractas. También la tensión visual la podemos ver representada en forma de diagrama, dividiéndola en dos partes principales, el primario se refiere al vertical horizontal y el secundario correspondiendo al inferior izquierdo. Tal vez por la manera en que leemos la escritura, o por los hábitos occidentales, queramos ver primero al lado izquierdo. Otros dicen que el hecho es por que nuestro lado izquierdo del cerebro tiene un mayor riego sanguíneo que el derecho. Esto nos da el parámetro que la mejor zona para poner un objeto principal en el campo visual es el inferior izquierdo ya que el ojo favorece esta zona.

En la composición podemos encontrar el equilibrio, racional y armonioso, a la que se le contraponen la composición exagerada, distorsionada y emocional. La asimetría es la técnica más acertada para llegar a un equilibrio de los elementos.

En el positivo y el negativo no hablamos de la calidad, ni de la luz o imagen, sino la tensión. Lo cual depende de la experiencia visual que se pueda tener, ya que el ojo engaña a veces. Dándonos claros visuales tal vez enormes. Un buen ejemplo es la copa que la hacen dos perfiles. Cada vez que se diseña se extrae la sustancia visual de la obra en una lista básica de elementos. Estos son el punto, la línea, el contorno, la dirección, el tono, el color, la textura, la dimensión, la escala y el movimiento. La elección y las combinaciones de estas son la estructura visual que determina lo que se quiere comunicar.

Podemos analizar cualquier obra visual desde diferentes puntos de vista, una de ellas es descomponerla en sus elementos formales para comprender mejor su conjunto.

*El punto es la unidad más simple. Lo podemos encontrar en la naturaleza, o en una superficie cuando un líquido se vierte adquiriendo una forma redondeada aunque no sea perfecta, una marca sea

de un color o una sustancia dura. Lo importante es que lo veamos como una referencia o un espacio x. La fuerza visual puede ser un punto atrayendo así el ojo, como si fuera el caso del punto.

*Podemos definir la línea con un punto en movimiento. Este es un elemento esencial de la previalización, presentándonos una forma palpable lo que todavía existe imaginariamente. La línea es la dirección, un propósito, que cumple con un algo definido. Muchas veces utilizada también para dar la ilusión de tonos.

*El contorno se puede encontrar en el cuadrado, el círculo y el triángulo equilátero. Cada uno tiene su propio significado visual. Al cuadro lo podemos ver como símbolo de torpeza, honestidad, rectitud y esmero; el triángulo, la acción, el conflicto y la tensión; el círculo la infinitud, la calidez y la protección.

A partir de estos contornos básicos y su combinación y variación nos dan las formas físicas de la naturaleza y la imaginación del hombre. Todos los contornos nos llevan a una dirección significativa y básica: el cuadrado, la horizontal y la vertical; el triángulo, la diagonal; el círculo, la curva. Significando cada dirección un mensaje visual. La referencia horizontal - vertical nos da una referencia de bienestar, estabilidad en cuestiones visuales. La dirección diagonal tiene su importancia a la idea de estabilidad. Es la fuerza direccional más inestable, su significado es amenazado y casi subversivo. La dirección curva está asociado al encuadramiento, la repetición y el calor.

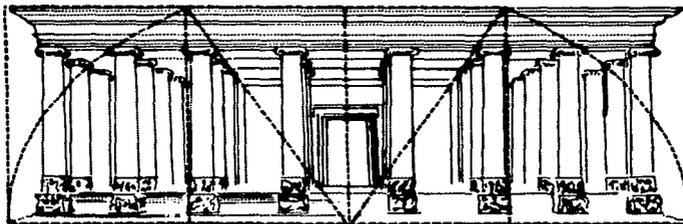
El tono es la intensidad de oscuridad o claridad del objeto visto. Las variaciones de tonos constituyen el medio con el que se distingue ópticamente la información visual del entorno. Se utiliza para representar la distancia, la masa, el punto de vista, el punto de fuga, la línea del horizonte, el nivel del tono, etc. El usar tonos refuerza la apariencia de la realidad, creando sensaciones de la luz reflejada y sombras.

El color es la información y experiencia visual a la que estamos acostumbrados, por esto las representaciones tonales de color en los medios visuales las aceptamos con tanta facilidad. Se puede definir el color en tres dimensiones. El matiz que es el color mismo o cromas, cada uno de esos matices tiene características propias; grupos o categorías de colores que comparten efectos comunes. Podemos encontrar 3 matices primarios o elementales: amarillo, azul y rojo; representando cada uno cualidades singulares. El amarillo considerado como el más próximo a la luz y el calor; el rojo es lo emocional y activo; el azul es pasivo y suerte. El amarillo y el rojo se expanden y el azul se contrae. Al asociarse en mezclas se tienen diferentes significados. El rojo, matiz provocador se amortigua cuando se mezcla con azul y se activa al mezclarse con el amarillo. Si se hacen los mismos cambios en los efectos se obtienen con el amarillo que se suaviza al mezclarse con el azul. En los colores secundarios se encuentran el naranja, el verde y el violeta. Al mezclarse los colores secundarios y los primarios se obtienen al menos 12 colores. La segunda dimensión del color es la saturación, que significa la pureza del color. La tercera dimensión del color es la luminosidad que refleja cada color.

El elemento visual que frecuentemente relaciona las cualidades de otro sentido (el tacto), es la textura. La textura está relacionada con la composición de una sustancia que varía diminutamente en la superficie del material. La mayor parte de nuestra experiencia con las texturas es más bien óptica que táctil, al ser falsa en la plástica, los impresos, las pieles falsas ya que muchas veces las vemos pintadas, fotografiada, presentando una textura que no está realmente allí.

La escala es el elemento visual que tiene capacidad para definirse y modificarse unos a otros. No sólo se establece la escala de un objeto por su tamaño, también se establece por el campo visual o el entorno. La medición es parte importante de la escala, pero lo más importante es la yuxtaposición.

Existen varias fórmulas proporcionales para sacar una escala; una de ellas es la sección áurea, la partición armónica del espacio o las fórmulas matemática. Se obtiene bisecando un cuadrado y usando la diagonal de una de sus unidades como radio para ampliar las dimensiones del cuadrado hasta convertirlo en *rectángulo áureo*. Se llega a la proporción $a:b = c:a$.



La dimensión es el elemento real dominante en la obra gráfica, escultórica, arquitectónica o cualquier material visual relacionado con el volumen y lo real. Toda nuestra experiencia humana se basa en el mundo dimensional, muchas veces ignoramos los problemas de la cuestión visual que se resuelve volumétricamente. Es probable que el movimiento sea una de las fuerzas visuales más predominantes en la experiencia humana. Hay varias técnicas que engañan al ojo; la textura falsa o las dimensiones que parecen reales gracias al uso de la perspectiva, la luz y sombra que dan una dimensión. Con la intención del artista, el espectador puede proyectar la magnitud de reposo compositivo que implica un movimiento como respuesta al énfasis.

Los mensajes visuales los expresamos y los recibimos en tres niveles: el representativo que es aquello que vemos y reconocemos desde el entorno y la experiencia; el abstracto, cualidad cinética de un hecho visual reducido a los componentes y elementos básicos, realizando los medios más directos, emocional y hasta primitivos del mensaje; el simbólico, es el sistema de símbolos codificados que arbitrariamente el hombre codifica y adscribe un significado.

4.2. Análisis formal de 10 carteles del Festival de Teatro Puertorriqueño

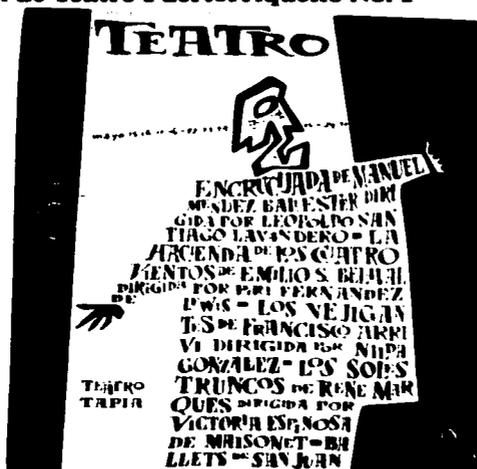
A continuación haremos un análisis formal de algunos carteles del Festival de Teatro Puertorriqueño, del Instituto de Cultura Puertorriqueña.

El Festival de Teatro Puertorriqueño es un festival popular anual que hace el Instituto de Cultura Puertorriqueña desde el año 1958.

Esté reúne diferentes obras teatrales de escritores puertorriqueños, aunque también se puede encontrar muestras de ballet y poesía. Conmemorando así el trabajo de escritores como Manuel Méndez Ballester, Alejandro Tapia y Rivera, Emilio S. Belavár, Francisco Arriví, René Márquez entre otros.

Por otra parte dándole al artista y al diseñador la oportunidad de plasmar su arte en un cartel. Los carteles para este festival solo tiene la restricción si se puede llamar así de que tiene que ser en serigrafía esto para mantener la tradición del arte popular, aunque encontramos carteles para obras específicas en *offset*, pero no son de invitación general para el Festival de Teatro Puertorriqueño.

Festival de Teatro Puertorriqueño No. I



Cartelista: Lorenzo Homar
Año: 1958
Tamaño: 28" x 19 3/4"
Impresión: Serigrafía
Soporte: Papel

COMPOSICIÓN

Composición abstracta dividida en tres secciones verticales de las cuales la central, en color blanco, es la de mayor importancia ya que en ella se ubica la figura principal. Su conformación está basada en la importancia de los elementos y de las imágenes, estos elementos, en su mayoría tipográficos, resaltan a partir del contraste de los colores utilizados en relación al fondo.

CÓDIGO MORFOLÓGICO

En el manejo de la imagen global, notamos la figura central como una solución inesperada o poco convencional que realiza el mensaje, al trazar un eje vertical al centro, notamos un equilibrio en cuanto a las manchas tipográficas y de color, esta disposición apoyada con el uso de los colores (blanco, negro, rojo y amarillo), favorecen la legibilidad, logrando unidad dentro del cartel. La relación que existe entre la figura y el fondo es de dos tipos de contorno, el lineal que delimita la plasta blanca con el lado derecho de la figura y la tipográfica por su forma delimita el mismo cuerpo con el fondo blanco.



CÓDIGO TIPOGRÁFICO

El tipo de letra utilizado es caligráfico, de estilo semejante a la tipografía utilizada en libros antiguos, los tamaños varían dependiendo del tipo de información que se quiere dar, jerarquizando esta de acuerdo a la importancia. Encontrando como de mayor importancia la palabra teatro, en donde se maneja la letra "a" en color rojo como un acento y se encuentra en la parte central del cartel. En un segundo término podemos distinguir la frase "primer festival" colocada del lado izquierdo del cartel ascendiendo en color amarillo sobre fondo negro. En un tercer nivel de importancia tipográfica encontramos la imagen central, conformada por elementos tipográficos, en donde se puede leer el programa de los eventos del festival, aquí la tipografía se maneja formando al personaje, es por eso que varía en forma y tamaño conforme a la imagen. En otro nivel se encuentra la información del lugar en donde se llevará al cabo el evento apareciendo del lado derecho del cartel sobre fondo blanco en color amarillo y en un último nivel, en el campo central del cartel a la altura del rostro del personaje se puede observar diagonalmente de izquierda a derecha las fechas del evento.

La tipografía es de dibujo, realizada a mano dándole un estilo clásico ya que tiene características de este estilo como lo son los patines. El puntaje no se puede definir porque al acceder al cartel no fue el original, y el diseño editorial es totalmente libre.

CÓDIGO CROMÁTICO

El color hace referencia al teatro por ser el blanco, negro, rojo y amarillo, colores contrastantes entre sí. La disposición del fondo en blanco y negro logran dar dimensionalidad. El manejo de acentos en rojo y amarillo enfatizan tanto la información como la imagen.

RETÓRICA VISUAL

Al generar la forma humana de la figura principal con tipografía se puede encontrar una metáfora, pues el concepto no cambia. La imagen es metonímica ya que la figura principal del cartel, resuelta con tipografía, incrementa el sentido significativo de la imagen, a la vez que conforma un solo signo: el cuerpo de la figura principal, destacando de esta forma una antítesis. Observando la cabeza de la figura en el cartel se puede observar que es el símbolo teatral reconocido universalmente (tragedia-comedia), por lo que este elemento en específico es claro ejemplo de alegoría.

CONTENIDO DEL MENSAJE

El mensaje principal en este cartel es la invitación al primer festival de teatro puertorriqueño. En este caso la figura principal realizada con el texto del programa nos hace referencia a la persona o personas que van a formar parte de este festival, su cabeza da la idea de la diversidad en el contenido de las obras presentadas, la forma del personaje nos lleva a pensar en un actor en escena, el fondo nos refiere al escenario y la iluminación, haciendo que el mensaje en su totalidad sea comprendido.

Festival de Teatro Puertorriqueño No. XI



Cartelista: *Eliseo H Echevaría*
Año: 1968
Tamaño: 26" x 16 1/2"
Impresión: *Serigrafía*
Soporte: *Papel*

COMPOSICIÓN

Composición dividida horizontalmente en dos campos, presentando en el superior el texto y en el inferior la imagen y la información secundaria del evento. Ambas secciones se compensan en el manejo de los elementos que las conforman y en el color que manejan.



CÓDIGO MORFOLÓGICO

La figuras humanas que forman parte de este cartel presentan movimiento en sus diversas actitudes, la disposición horizontal de cada uno de los elementos (imágenes y tipografía), además del color, forman bloques equilibrados en tamaños y disposición, se puede observar que cada elemento conserva un espacio independiente, aunque no presente simetría, su peso se equilibra en relación a las demás figuras. La relación con esta temática de representación visual puede presentar coherencia ya que una vez más los géneros teatrales a los que convoca se presentan en forma clara y comprensible.

CÓDIGO TIPOGRÁFICO

Fuente caligráfica manejada con justificación al centro en colores azul, blanco y amarillo, con acentos de tamaño dependiendo de la importancia de la información o de lo que se pretende destacar. Podemos mencionar el caso de la letra "F" de la palabra festival que presenta un tratamiento de letra clásica, así como la "RR" de la palabra puertorriqueño. En la tipografía secundaria el manejo es más común, ya que se utiliza tipografía más convencional.

CÓDIGO CROMÁTICO

Manejando el color en plastas, observamos el uso de el azul, amarillo, negro y el blanco, color del soporte, siendo muy notorio la brillantes del amarillo en contraste con el azules y el negro opacos. La tipografía del área superior maneja una variación en color en las palabras que se quieren destacar, utilizando el blanco como color neutral. En las figuras de la parte inferior, se observa un manejo de alto contraste de alguno de los colores y el negro que ocupa el fondo del cartel, utilizando el blanco también como color neutral; dando a las mismas la sensación de volumen.

RETÓRICA DE LA IMAGEN

Los personajes del cartel nos muestran un relato verbal visualizado por medio de la expresión corporal que demuestra una metonimia de la retórica.

CONTENIDO DEL MENSAJE

El mensaje principal es la promoción del XI Festival de Teatro Puertorriqueño, los personajes se encuentran en actitudes que muestran lo que va a acontecer, o lo que el espectador va a poder encontrar en el evento. Por el manejo del color en el fondo del cartel, así como en la parte inferior del mismo nos da la intención de la iluminación del escenario, así como la presencia de los actores en el mismo.

Festival de Teatro Puertorriqueño No. XIII



Cartelista: *Wilfredo Chiesa*
Año: 1970
Tamaño: 28" x 19 1/4"
Impresión: Serigrafía
Soporte: Papel

COMPOSICIÓN

Se puede encontrar que esta dividido horizontalmente en tres partes, mostrando la figura principal abarcando los dos campos superiores y en la parte inferior se observa la tipografía secundaria.



CÓDIGO MORFOLÓGICO

Dentro de este cartel encontramos una complejidad en los elementos de la parte superior, ya que su conformación en base a líneas nos da la sensación de fragmentación y distorsión, al no estar perfectamente definidas las formas. Es de gran espontaneidad en el trazo ya que de esta manera se da forma a las figuras humanas que denotan actividad. A pesar de que la composición es asimétrica, el acento que se da en la figura blanca sobre el fondo negro nos da un equilibrio dentro del plano.

CÓDIGO TIPOGRÁFICO

En el cartel la tipografía es de palo seco la mayoría, presentando algunas letras terminales con patines, como es el caso de la "e" y la "t". En este caso la tipografía es de un grosor considerable, que se acentúa con el color oscuro en el fondo. El manejo de los pesos se da en base a la importancia del texto en cada caso, así pues el texto de "13 Festival de Teatro Puertorriqueño" es el de mayor tamaño, y la tipografía en la parte inferior con los datos secundarios es de menor tamaño.

CÓDIGO CROMÁTICO

Observamos el uso del negro, azul y blanco. El fondo del cartel es de color negro, generando al poner el color sobre él un contraste adecuado para destacar cada uno de los elementos, así la tipografía principal se encuentra encerrada en un color azul y calada sobre el fondo negro, la imagen central es de color blanca para resaltarla sobre lo demás, y la tipografía secundaria es de color blanco y azul, dando una saturación específica de brillantez que se acentúa en el color azul.

RETÓRICA DE LA IMAGEN

Al presentar formas humanas generadas de los elementos que conforman las tramoyas encontramos el uso de la sinécdoque, estas formas están generadas por cuerdas (líneas), son formas humanas que representan los personajes en el escenario, se genera con esta manejo a base de líneas una inestabilidad o distorsión de la figura, generando un efecto provocador al espectador, es como generar algo inesperado en el escenario, o algo irregular. La complejidad en esta imagen se da en función a la forma en que se genera la imagen, ya que a pesar de estar acentuada con el color, la cercanía de las líneas hace difícil la lectura.

CONTENIDO DEL MENSAJE

El mensaje principal es la promoción del festival de teatro. A pesar de la idea de la generación de personajes a partir del mismo escenario donde se encuentran, no es del todo comprendida, ya que al momento de no poder definir adecuadamente las formas, se presta a una confusión en la imagen, el texto puede apoyar la imagen, pero a pesar de decir de que se trata con tipografía, en un cartel la imagen debe de tener también su parte de comprensión.

Festival de Teatro Puertorriqueño No. XV



Cartelista: *Rafael Tufiño*
Año: 1973
Tamaño: 26" x 18 3/4"
Impresión: Serigrafía
Soporte: Papel

COMPOSICIÓN

Encontramos una composición que se pudiera dividir verticalmente a la mitad, encontrando un peso visual equilibrado entre las dos partes, al generar un eje horizontal al centro, los pesos se equilibran de la misma manera, componiendo el cartel en una línea descendente que va de arriba a la izquierda, a abajo a la derecha.



CÓDIGO MORFOLÓGICO

A pesar de encontrar una asimetría en este cartel, la posición de los elementos dentro del plano se equilibra. La coherencia del mismo se da gracias a la uniformidad y la constancia del mensaje visual logrado con el uso del color y las formas, ya que observamos ritmo y secuencia en ellas. La yuxtaposición que se da en las figuras centrales le dan solidez a la imagen, ya que pese a que una está incompleta al observar la otra se completa esa parte logrando así este efecto.

CÓDIGO TIPOGRÁFICO

La letra trazada a mano es de palo seco, y de gran espesor, destacando en tamaño la información necesaria según su importancia, apareciendo de mayor tamaño el número 15, en segundo término el texto del festival de teatro, y en otro nivel la información de la fecha y el lugar. En el texto del festival de teatro se observa un manejo de disminución en el tamaño de la letra para enfatizar cierta información.

CÓDIGO CROMÁTICO

Se utiliza en el fondo el color negro, con colores encima para contrastar como son el azul, naranja, blanco amarillo y rojo. El manejo del color es dinámico, ya que se utiliza en casi todo el formato, la tipografía se pinta de varios colores dándonos la impresión de una fiesta, así como el uso de cuadros de color de diversos tamaños que van decorando varias partes del cartel.

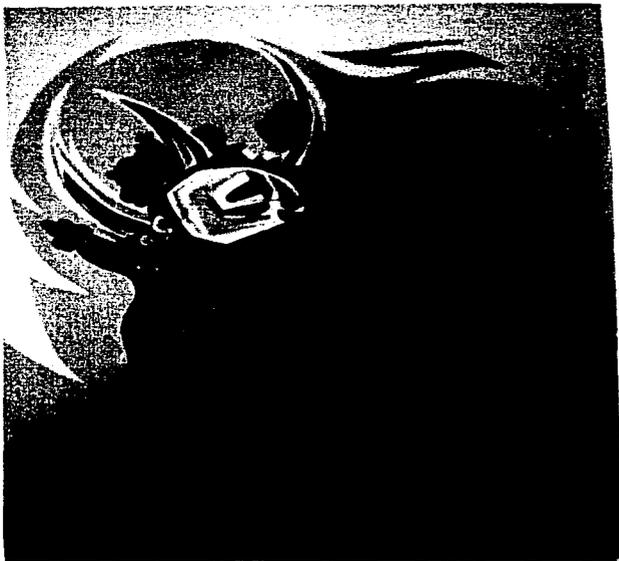
RETÓRICA DE LA IMAGEN

En la parte central del cartel encontramos la geometrización de las máscaras de la tragedia y la comedia logrando con esta sinécdoque un equilibrio en esta parte con relación al resto del formato, logrando equilibrar la parte superior izquierda con la inferior derecha, la figurilla que se encuentra en la parte inferior derecha esta colocada de tal manera que no afecta al equilibrio de la composición.

CONTENIDO DEL MENSAJE

El mensaje principal es la promoción del festival de teatro. Encontramos en su parte central la representación de la tragedia y la comedia para decirnos cual es el contenido del festival, utilizando un juego de colores para dar la intención de algo festivo, de generar la idea de goce que se puede tener si uno asiste al mismo.

Festival de Teatro Puertorriqueño No. XVIII



Cartelista: *David Gollia*
Año: 1977
Tamaño: 25 3/4" x 20"
Impresión: Serigrafía
Soporte: Papel

COMPOSICIÓN

Es una composición sencilla en la que la imagen principal abarca casi todo el formato, solamente se coloca el texto siguiendo un eje diagonal que genera la misma imagen.



CÓDIGO MORFOLÓGICO

La inestabilidad dentro de esta composición se hace evidente al encontrar los elementos de este cartel en posición diagonal; imágenes y tipografía varían en su disposición presentando cierta actividad en los personajes principales de la imagen. La profundidad esta presente debido al acomodo de las imágenes, ya que se puede observar que las formas van disminuyendo en tamaño de izquierda a derecha, lo que da la impresión de que estas se van alejando.

CÓDIGO TIPOGRÁFICO

A diferencia de otros ejemplos, este cartel presenta toda la información tipográfica tanto primaria como secundaria en la parte inferior del mismo. Es un diseño caligráfico, manejado de forma tal que las palabras "teatro" y "puertorriqueño" denotan mayor énfasis. Están manejadas en colores rojo, café y negro sobre un fondo amarillo haciendo que su lectura sea clara.

CÓDIGO CROMÁTICO

El uso de varios colores enriquece las imágenes y los textos de este cartel. El fondo esta manejado en un tono amarillo claro y las imágenes presentan varias combinaciones de rojo, azul, verde, amarillo, café además del color negro, logrando que el colorido y los contrastes enfatizen las imágenes principales del cartel.

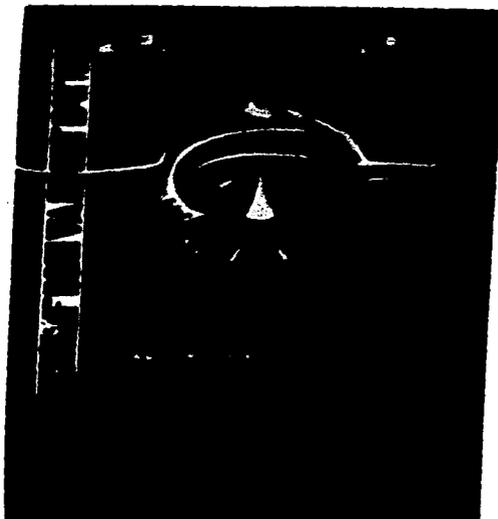
RETÓRICA DE LA IMAGEN

El movimiento es evidente en las imágenes de este cartel. Los elementos se pueden apreciar caminando o bailando hacia un horizonte, lo que hace que las formas sean dinámicas y expresivas. El elemento principal de esta composición, es la gran máscara alegórica de las festividades de Puerto Rico, misma que logra ser un símbolo predominante y capaz de ser entendido por el público a quién se dirige, convirtiéndose así en un elemento indicativo que puede atraer la atención del receptor.

CONTENIDO DEL MENSAJE

El mensaje principal es la promoción del festival de teatro. Este cartel invita a una fiesta de gran colorido y variedad, pues al hacer evidente un desfile o carnaval popular, puede dar intención del fácil acceso que todos pueden tener a dicho festejo. En cuanto a la información tipográfica se puede apreciar claramente debido a sus formas tamaño y disposición.

Festival de Teatro Puertorriqueño No. XXI



Cartelista: José Alicea
Año: 1980
Tamaño: 33" x 23"
Impresión: Serigrafía
Soporte: Papel

COMPOSICIÓN

Esta dada en base al formato vertical del cartel en donde se puede observar un recuadro verde con fillos blancos que contiene información del festival y dentro de este recuadro un campo de mayor dimensión en color negro dividido horizontalmente en dos partes, en la parte superior aparece una máscara multicolor y en la parte inferior la tipografía secundaria.



CÓDIGO MORFOLÓGICO

La imagen presenta equilibrio al observar que la tipografía del recuadro dispuesta en ángulo equilibra los pesos visuales del mismo modo tanto en la imagen principal como en la tipografía secundaria, ya que están dispuestos de tal manera que jerarquiza la información pero no pierde su estabilidad visual. Aunque la imagen de la máscara pudiera dar intención de simetría, el manejo de color en esta forma descarta esta posibilidad, pero al variar los elementos y los pesos visuales esta composición resulta interesante y ajustada al formato, la forma principal del cartel resalta en relación a la tipografía misma que presenta un orden visual capaz de ser comprendido.

CÓDIGO TIPOGRÁFICO

La utilización de un diseño tipográfico elaborado a mano es evidente. La leyenda de "21 Festival" esta enmarcando la información del centro. Esta tipografía contrasta con el color del fondo que es amarillo y blanco sobre el verde y el negro. La información secundaria se manejó en color rojo, verde y blanco lo que hace que resalten y armonicen con los colores de la composición, esta información se ubica debajo de la máscara del lado izquierdo. Inmediato a esta tipografía, se observa información con un tratamiento similar al que está en la franja que rodea a la imagen y que lleva al lector a percatarse de lo escrito en el margen inferior derecho.

CÓDIGO CROMÁTICO

La intencionalidad de los colores utilizados en la máscara rojo, amarillo, blanco, negro, logran que esta resalte sobre el fondo negro. El color de la tipografía enfatiza la información del evento, del mismo modo los contrastes que se utilizan en los ángulos del recuadro definen las letras y se distinguen a pesar del verde oscuro del fondo.

RÉTORICA DE LA IMAGEN

La apreciación de una metáfora dentro de esta composición al encontrar una cierta sustitución de la máscara teatral, la máscara alegórica festiva siendo ambas símbolos reconocidos e importantes.

CONTENIDO DEL MENSAJE

Es la invitación al 21 Festival, pero a diferencia de otros carteles analizados anteriormente este ejemplo poco se identifica con elementos teatrales, pues sólo se podría considerar la máscara como el símbolo y la tipografía como la explicación del objetivo del cartel.

Festival de Teatro Puertorriqueño No. XXIII



Cartelista: *Carmen Flecha*
Año: 1983
Tamaño: 26" x 20"
Impresión:
Serigrafía
Soporte: Papel

COMPOSICIÓN

Podemos encontrar un eje vertical que divide al cartel en dos campos, compensados por el tamaño de los elementos que lo conforman, la tipografía secundaria se coloca de forma axial en cada uno de los lados del cartel considerando dos ejes en forma de cruz al centro del cartel.

CÓDIGO MORFOLÓGICO

Presenta equilibrio al observar la armonía en las dimensiones de las formas, la tipografía y las imágenes se ubican de manera tal que cada una ocupa el espacio adecuado en cada uno de los extremos del cartel, con este tratamiento, puede notarse también que el mensaje es uniforme y ordenado. Otro



que muestra la imagen del personaje de Alejandro Tapia y Rivera al que el cartel hace referencia además de otras dos figuras femeninas. El tratamiento que se les da, es de contrastes de color lo que logra que sean claras haciendo evidente el mensaje, cargandolas de realismo. Las imágenes dan además una intensidad de profundidad, pues la figura principal se ubica al frente en un primer plano, mientras que las dos mujeres que complementan la imagen se observan en un segundo plano atrás de la figura principal.

CÓDIGO TIPOGRÁFICO

La tipografía como ya es sabido, es dibujada y nuevamente el énfasis de la información se da en base al tamaño de las letras. El autor de este cartel emplea una tipografía que se asemeja a textos manuscritos, pues los remates de las letras parecen ligeramente unidos entre sí. El carácter de la tipografía denota seriedad, tanto por su conformación, como por el manejo de tamaños y colores para cada uno de los bloques que van generando. A pesar de su diseño un tanto ornamentado, la legibilidad es buena, y la utilización del color favorece aún más su lectura.

CÓDIGO CROMÁTICO

El color que presenta este cartel tiene gran importancia en la composición de las figuras principales; se nota el uso de contrastes que generan volúmenes en los rostros y vestidos de las mismas. El uso del blanco es importante, pues gracias a este manejo, las texturas de la vestimenta combinando colores como el rojo, amarillo y negro, resaltan, sin dejar de mencionar que los rostros bajo el mismo tratamiento adquieren brillo y textura logrando con esto que las formas sobresalgan del fondo café. La tipografía como se explicó anteriormente, también maneja colores brillantes para destacar la información como es el caso de la leyenda que invita al festival manejada en color amarillo, mientras que la información secundaria aparece en colores rojo, verde y negro, colores de menor brillantez.

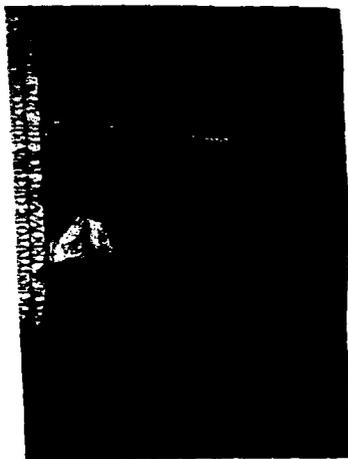
RETÓRICA DE LA IMAGEN

En el caso de esta imagen, la disposición de los elementos logra que su conformación refiere específicamente a las figuras principales que conforman la imagen, es decir, que al encontrar al autor y a los personajes de su obra, se hace presente una acumulación visual debido a que son formas diferentes que sugieren la presentación amplificada del mensaje, que en este caso hace referencia a un homenaje y al teatro.

CONTENIDO DEL MENSAJE

La invitación al festival de teatro, funciona como el mensaje principal, pero ahora se hace alusión a un personaje importante a quien será dedicado el evento, ya que al encontrar dentro del mensaje la imagen de Alejandro Tapia y Rivera, se hace aún más evidente el suceso. La postura en la que se encuentran las imágenes, denotan también ese aspecto de la actuación refiriendo a la idea principal del mensaje.

Festival de Teatro Puertorriqueño No. XXVIII



Cartelista: *Sixto Coto*
Año: 1987
Tamaño: 32" x 18 1/4"
Impresión: Serigrafía
Soporte: Papel

COMPOSICIÓN

Se da en base a campos verticales divididos en tres secciones, cada uno de estos campos contiene tanto información tipográfica como elementos figurativos. Dentro de la composición de este cartel, los campos laterales contienen información tipográfica además de que abarcan un espacio importante en la totalidad de la imagen. Los elementos figurativos se encuentran ocupando un lugar justificado a la división que se está utilizando, esta disposición se maneja al centro del cartel y contiene la tipografía principal así como imágenes que sirven de fondo a la composición. Se puede observar que también en esta parte central está la imagen del autor Manuel Méndez Ballester ocupando la base del cartel.



CÓDIGO MORFOLÓGICO

El manejo de las formas presenta regularidad, su ubicación en el formato respeta cada espacio que lo conforma y no desvía la información, pues al observar en cada división del formato que la ubicación de los elementos integran el mensaje y conservan la unidad. Refiriéndose a la imagen, se puede notar una cierta pasividad pues las figuras principales no sugieren ningún movimiento, están estáticos, cada uno conserva el lugar al que ha sido asignado en el plano, lo que conduce a que la temática del mensaje sea coherente. Al emplear formas que pertenecen a la realidad el cartel presenta significados concretos a través de las imágenes; se habla de la obra de Manuel Méndez Ballester quien también aparece en el cartel en un diferente plano que el de los personajes.

CÓDIGO TIPOGRÁFICO

La combinación de diferentes estilos de tipografía dibujada se hace presente en este cartel, pues se puede observar variedad según su ubicación y contenido. La tipografía que está en el campo central del cartel en la parte superior es la que invita al festival y está manejada en color rojo en mayores dimensiones que las demás, al igual que en otros ejemplos este estilo de letra puede corresponder o hacer referencia a la tipografía antigua. Un punto importante sería que la palabra "puertorriqueño" rebasa al campo del lado derecho, que está en color negro, y además contiene un cúmulo importante de información, lo que provoca dificultad de la lectura total de la información. En seguida y debajo de este texto se hace referencia al autor mencionado y al lugar y fecha del festival, esta tipografía esta manejada con letras altas y bajas, mismas que se logran leer claramente debido al manejo del color rojo, negro y blanco sobre un fondo azul claro.

En el pequeño campo del lado izquierdo el uso del color blanco hace resaltar la tipografía que se lee de manera ascendente haciendo una especie de contraste con el color del fondo, finalmente en el lado derecho el color negro del fondo resalta la información que se maneja mediante ejes transversales en colores azul y blanco y el tratamiento que se le da a la tipografía es semejante al texto central, logrando así una buena lectura de la información.

CÓDIGO CROMÁTICO

El uso de colores oscuros es evidente en este ejemplo; se puede observar como mediante el colorido de las imágenes se logran generar diferentes niveles de contraste en el azul y el negro llevando una dirección descendente en el cartel, en donde se observa un paisaje montañoso en tonos de azul, seguidamente los tonos oscuros definen las formas y figuras humanas ensombrecidas, la imagen de la mujer que está sentada en el lado derecho se logra apreciar entre sombras al igual que la imagen del autor al que se hace referencia. Esta imagen presenta más colores en la representación casi fotográfica del personaje, en seguida se observa otra figura humana que parece estar entre arbustos en este caso el color en el extremo izquierdo del cartel tiene más luz y mayor claridad debido a los colores utilizados.

RETÓRICA DE LA IMAGEN

Se puede decir que este mensaje está caracterizado por la aparición de elementos similares (humanos y tipográficos), lo que permite que dichos objetos conserven su propia independencia, pero a su vez todos ellos en conjunto hacen aún más amplio el significado del mensaje, es decir, que el autor en este caso hace referencia al propósito del festival, pero además se encuentran tras él otros elementos figurativos que refieren al teatro y al reconocido trabajo de Manuel Méndez Ballester, haciendo que este cartel dentro de su mensaje presente una figura de acumulación.

CONTENIDO DEL MENSAJE

El principal objetivo del cartel, como en todos los demás ejemplos es la invitación al festival de teatro. Hace evidente el motivo específico del que es objeto, el homenaje a Manuel Méndez, su obra y al teatro fundamentalmente. Todos estos elementos tanto figurativos como tipográficos son la pauta para informar al receptor pues al reconocer en este autor a una importante figura dentro de este género, el mensaje es evidente.

Festival de Teatro Puertorriqueño No. XXIX



Cartelista: Escalante
Año: 1988
Tamaño: 28" x 20"
Impresión: Serigrafía
Soporte: Papel

COMPOSICIÓN

La composición se da en base a tres campos horizontales en donde el de mayor importancia es el central, pues en él se ubican los elementos figurativos de mayor importancia visual. En la parte superior del cartel y sobre la imagen se acomoda la



tipografía referente al nombre del evento, en la base del cartel el texto informa sobre los lugares y horarios de las funciones. Al centro se observa una composición que utiliza un punto de fuga dando así una perspectiva visual, misma que se puede observar por la disposición de las formas.

CÓDIGO MORFOLÓGICO

El cartel presenta equilibrio, pues la imagen central funciona como punto de gravedad entre la información superior e inferior, aunque con esto se pueda dar a entender un cierto grado de simetría, la realidad es que esta disposición estabiliza los pesos visuales debido al orden y unidad que conserva cada uno de sus elementos. El mensaje de este cartel es coherente debido a la temática a la que hace referencia además de que por su acomodo la imagen puede mostrar cierta profundidad.

CÓDIGO TIPOGRÁFICO

El tipo de letra es de la familia Romana, la cual no se puede definir específicamente porque la fuente de información del cartel no era la original. La tipografía está ubicada en las partes superior e inferior del cartel; el tamaño de la tipografía superior es mayor a la de los textos secundarios, el tratamiento que se da es, a diferencia de otros carteles presentados anteriormente, menos ornamentada y respetando sus ejes horizontales.

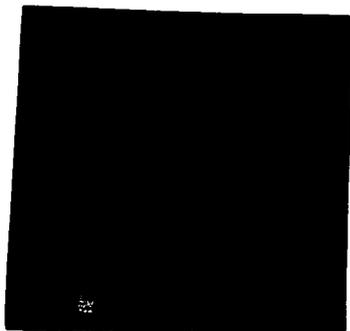
RETÓRICA DE LA IMAGEN

Se puede observar un cierto movimiento al encontrar a la figura que está sobre el escenario se dirige hacia el fondo del mismo, su postura sugiere que camina a lo largo de un pasillo central; el movimiento es una figura de la retórica visual que sugiere la actividad de uno o varios elementos dentro de una composición.

CONTENIDO DEL MENSAJE

El mensaje principal, como el de todos los demás ejemplares es la invitación al Festival de Teatro Puertorriqueño. En este ejemplo la clara relación que se da de la imagen en relación al teatro es evidente. Se nota que las figuras de esta imagen van conformando un escenario en donde está presente una actriz actuando. Lo anterior se refuerza con los textos que informan al receptor los detalles del evento.

Festival de Teatro Puertorriqueño No. XXXV



Cartelista: *Yolanda Pastrana*
Año: 1994
Tamaño: 26" x 20"
Impresión: Serigrafía
Soporte: Papel

COMPOSICIÓN

La composición de esta imagen se da en relación a las plastas de tinta negra y blanca, la cual deja ver parte de la ilustración colocada en la parte inferior izquierda. Tiene dos bloques de textos informativos ubicados en la parte superior izquierda y en la parte inferior derecha del cartel, lo que provoca un equilibrio constante en el mismo. Este acomodo es en base a un eje transversal que va del extremo superior izquierdo pasando por un centro y bajando hacia el marco inferior derecho del formato. Se puede decir que esta composición también esta justificada con el uso del color.



CÓDIGO MORFOLÓGICO

El punto de equilibrio de esta composición es la imagen de una rosa al centro del cartel logrando que los pesos visuales sean coherentes; los textos secundario presentan un acomodo similar en los angulos del formato. La simplicidad se nota al observar que las imágenes de esta composición presentan una descripción visual sencilla y comprensible además de que al aparecer en lugares esenciales conforman una totalidad armoniosa y convencional; por la disposición de formas, esta

imagen es pasiva al observar un florero en un lugar, al frente del cartel y una flor en el piso al fondo, iluminadas por la luz de un reflector, proporcionan una sensación de pasividad carente de cualquier movimiento, pero coherentes en relación al contexto al que hacen referencia. Los acentos están en los colores que manejan los textos secundarios en donde se lee el nombre de la obra además del manejo del color del fondo que al estar sobrepuesto genera dimensiones y transparencias al juntarse las dos luces que iluminan a las flores.

CÓDIGO TIPOGRÁFICO

La información del evento maneja tipografía un tanto condensada a diferencia del resto de los textos, que utilizan altas y bajas para la información secundaria, y nuevamente los tamaños jerarquizan la importancia de los textos. El color blanco es utilizado casi en su totalidad para resaltar el texto del fondo oscuro solo dos palabras aparecen en color rosa en las cuales se lee información acerca de la obra presentada. El texto se ubica en el margen superior izquierdo y en el inferior derecho únicamente.

CÓDIGO CROMÁTICO

El color es utilizado dentro de esta imagen para enfatizar ciertas zonas del cartel; así el rojo, rosa y blanco son los colores que sobresalen dentro de la gráfica propuesta. Los colores se aplican de acuerdo a la idea de la luz sobre la escena, el color del fondo parece no ser del todo opaco, pues a través del mismo se notan formas a las que no llega la luz, el color es plano, es decir, no genera volúmenes reales, son plastas que delinear las figuras y la tipografía.

RETÓRICA DE LA IMAGEN

La figura principal es una rosa roja que llama la atención sobre los demás elementos que conforman la imagen, es la que resalta y lleva al espectador a comprender el mensaje. El uso del color en relación al fondo y a la claridad de las formas que están detrás se identifican como figura indicativa de la gráfica.

CONTENIDO DEL MENSAJE

La invitación al festival es el mensaje principal, mismo al que hace referencia la lectura total del texto icónico y tipográfico, los reflectores sobre la escena refieren al teatro aunque no hayan formas que representen actores, indudablemente refiere a una obra de teatro.

CONCLUSIÓN

Podemos concluir de nuestra investigación que el cartel es el medio de publicidad y propaganda para muchas identidades como lo son la educación, el comercio, la política y la cultura.

Esto de acuerdo con sus objetivos de informar, provocar, educar, exponer, estimular al espectador. Para que el cartel cumpla sus objetivos, es necesario que el texto de esté sea claro y simple en argumentación.

Un buen cartel se caracteriza por los elementos gráficos, como lo son la imagen y la tipografía. Contemplando en este el código morfológico, el de la composición, la tipografía, el color, la retórica y el mensaje.

En Puerto Rico el cartel tuvo sus inicios en la década del cuarenta como educador del campesino puertorriqueño por medio de la institución gubernamental e instituciones educativas, luego como cartel cultural anunciando conciertos, exposiciones, obras de teatro, natalicios, entre otros.

Para promoción de obras de teatro existen dos tipos de cartel: el de temporada y el individual. El primero contiene muchas veces una innumerable información de texto, aunque en algunos casos solo encontramos el nombre del festival, la fecha, y el lugar. En el individual requiere que el artista o el diseñador haga un acercamiento con la obra para poder darle al público una imagen o elementos que los introduzca a la obra.

El Intituto de Cultura Puertorriqueña es una institución gubernamental que promueve eventos culturales como exposiciones, conciertos, festivales, entre otros. Para el Festival de Teatro Puertorriqueño, el Intituto de Cultura Puertorriqueña promueve que el artista puertorriqueño haga carteles con la calidad acostumbrada de la serigrafía como medio plástico popular. Aunque también podemos encontrar carteles teatrales impresos en *offset*, pero estos promueven a una obra de teatro individual y no el festival de temporada.

En los carteles que se analizaron pudimos observar que todos los carteles fueron impresos en serigrafía y sus autores eran artistas plásticos. Podemos concluir que en la mayoría de los casos el cartel cultural es hecho por artistas plásticos y no por diseñadores gráficos. Los diseñadores gráficos han ocupado el cartel publicitario más que el cultural, aunque en minoría también podemos encontrar carteles culturales hechos por ellos. Esto se debe también a que la carrera del diseño gráfico es reciente en Puerto Rico. Llegamos a la conclusión que la tipografía hecha a mano es esencial en los carteles. En ellos se ve el manejo que el artista tiene de la tipografía, la composición, la imagen y el color.

De los carteles del Festival de Teatro Puertorriqueño hicimos un estudio en el cual encontramos que la información que contienen los carteles en cuanto a por ciento, podemos decir que el 85% tenían la fecha y la firma del diseñador, un 81% tenía el lugar donde se iban a efectuar, el 66% decía el año del festival, el 37% tenía los nombres de las obras que se iban a presentar y un 29% nos daban el nombre de los escritores y los directores de las obras.

Podemos concluir que el manejo del color en plastas no se debe solo a que el artista lo quiere sino a la técnica de impresión de la serigrafía. En el lenguaje del color vemos el contraste cromático y acromático que existe en la mayoría de los carteles, y la saturación de color. En todos vemos el dinamismo de los carteles al ser verticales. Vemos el manejo que tiene el artista en la elaboración de la tipografía hecha a mano o dibujada.

Esperamos que esta investigación sea una herramienta con memoria documental de datos sobre el cartel de teatro y los carteles realizados para el Festival de Teatro Puertorriqueño. Con miras a que pueda ser usado por los estudiosos e investigadores de este tipo de cartel y por los interesados en el tema.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

A

Alcacer Garmedia, José A. (1991). *Qué es el mundo del cartel*. Madrid: Ediciones Granada p. 7-9, 119-124.

Arnheim, R. (1985). *El Pensamiento visual*. Barcelona: Paidós Estética.

Arnold, Eugene. (1982). *Técnicas de la Ilustración*. Barcelona: Ediciones L.E.D.A. p. 115-117.

Arntson, Amy E. (1988). *Graphic design basics*. New York: Holt, Rinehart and Winston, Inc. p. 11-27.

B

Barnicoat, John (1972). *Los carteles: su historia y lenguaje*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A.

Barthes, Roland (1990). *La Aventura Semiológica*. Buenos Aires: Ediciones Paidós Comunicación.

Barthes, Roland (1976). *La Semiología*. Buenos Aires: Editorial Tiempo contemporáneo.

Basulto, Hilda (1982). *Curso de Redacción Dinámica*. México: Editorial Trillas

Belanger, Carol (1980). *Treasury of the Art Nouveau: design and ornament*. New York: Dover Publications, Inc.

Beltrán y Creces, Raúl E. (1989). *Publicidad en los medios impresos*. México: Editorial Trillas. P. 85.

Berlo K, David. (1982). *El proceso de la comunicación*. Buenos Aires: Librería El afenio Editorial.

Braham, Bert. (1986). *Manual del diseñador gráfico*. Madrid: Celeste Ediciones. p. 106-107

Bremont Contreras, Rosa María (1990). *Principios del Cartel*.

México: Universidad Anáhuac.
Bridges, Ann (1980). *Alphonse Mucha: the complete graphic works*. New York: Harmony Book. p. 9-14

Broido, Lucy, (1976). *French opera posters 1868-1930*. New York: Dover Publication.

C

Conaway, Hazel (1991). *Design history a student's handbook*. New York: Harper Collins Academic. p. 134-161.

Corrado, Maltese (1970) *Semiología del Mensaje*. Edición Musía Editor, Milón.

Cúpeles, Juan David. (1986). *Lorenzo Homar: artista ejemplar de la Gráfica contemporánea de Puerto Rico*. Puerto Rico.

D

D'Egremy, Fco. (1993). *Publicidad sin palabras*. México: Ediciones Mar.

Dondis, Adonis (1976) *La sintaxis de la Imagen*. Barcelona: Editorial Gustavo Gilf.

E

Eco, Umberto (1982) *Cómo se hace una tesis. Técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura*. Barcelona Gedisa.

Enel, Françoise. (1977). *El cartel: Lenguaje, Funciones, Retórica*. Valencia: Fernando Torres Editor.

L

López Rodríguez, Juan Manuel. (1991). *Semiotica de la Comunicación gráfica*. México: INBA, COACULTA, UNAM, UAM, EDIMBA, CYAD

R

Reid, Arleen. (1991). *Pósters de Teatro*. Madrid: Editorial LIBSA.

Artículos de revistas

Gaya Nuño, Juan A. (1962). *Teoría y elogio del cartel puertorriqueño*. Revista I.C.P., Vol., octubre - diciembre. San Juan, P.R. p. 25-29.

- Homar, Lorenzo (1954). *Carteles y portadas de los libros como vehículo artístico*. Universidad, Núm. 91, 30 de junio. San Juan, P.R. p. 1,9.
- Lozaya, Jorge Alberto (1995). *El mensaje fugaz del cartel cinematográfico*. México en el Tiempo, I.N.A.H., año 2, Núm. 8, agosto - septiembre. México, D.F. p.16-25.
- Ruiz de la Mata Ernesto (1972). *Exhibición retrospectiva del cartel en Puerto Rico*. Revista I.C.P., Vol. 54, enero - marzo. San Juan, P.R. p. 32-38.
- Ruiz de la Mata Ernesto (1983). *El Cartel en nuestra historia del arte*. El Sol, Asociación Maestros de Puerto Rico, Núm. 3-4 San Juan P.R. p. 18-22.
- Tfo Fernández, Teresa (1985). *El cartel puertorriqueño*. Estudios Avanzados de Puerto Rico y el Caribe, junio - diciembre. San Juan P.R. p. 42-49.
- Tfo Fernández, Teresa (1972?). *Lorenzo Homar y el cartel en el taller del Instituto de cultura Puertorriqueña 1957-1972*. Plástica 9, Liga de Estudiantes de Arte. San Juan P.R. p.22-27.
- Torres Martinó, José A. (1978?). *El cartel puertorriqueño*. Plástica 4, Liga de Estudiantes de Arte. San Juan, P. R. p. 12-15.
- (1964). *Exposición de carteles*. Revista I.C.P., Vol. 24, julio - septiembre. San Juan, P.R.
- (1970). *Exposición del libro y el cartel puertorriqueño*. Revista I.C.P., Vol. 46, enero - marzo. San Juan P.R. p. 42-43.
- (1965). *Pósters by painters*. Print, Vol. 19, noviembre. San Juan P.R. p. 63.
- (1966). *The Puerto Rican pósters*. Artist's Proof, Vol. VI, Núm. 9-10. p. 90-94.

Catálogo de Exposiciones

- Centro Nacional de las Artes (1966). *El cartel en Puerto Rico*. Catálogo de carteles, en el Centro Nacional de las Artes, San Juan, P.R.
- Instituto de Cultura Puertorriqueña (19). *El cartel puertorriqueño/The Puerto Rican Art posters*. Catálogo de carteles, en el I.C. P., Viejo San Juan, P.R.
- Instituto de Cultura Puertorriqueña (1972). *El cartel en Puerto Rico (1950-1971)* Catálogo de carteles, en el I.C.P., Viejo San Juan, P.R.
- Instituto de Cultura Puertorriqueña (1987). *Exposición de Tres décadas de Festivales de Teatro. Grandes Fiestas de Puerto Rico*. Catálogo de Festivales de Teatro del I.C.P. S.J., P.R.
- Instituto de Cultura Puertorriqueña (1972). *Segunda Bienal de San Juan del Grabado latinoamericano*. Catálogo de la Bienal de San Juan; en el I.C.P., San Juan, P.R.
- Museo de la Universidad de Puerto Rico (1985). *El cartel en Puerto Rico (1946-1985). Carteles puertorriqueños*. Catálogo de carteles en el museo de la Univ. de P.R., Río Piedras, P.R.
- Ramírez, MariCarmen (1985). *Arte y tradición del cartel en Puerto Rico. El cartel en Puerto Rico (1946-1985)*. San Juan, Puerto Rico. p.32-47.
- Tío Fernández, Teresa (1985). *Texto y contexto del cartel puertorriqueño*. Catálogo de carteles. San Juan, P.R.
- Tío Fernández, Teresa (1984). *Carteles puertorriqueños*. Catálogo de carteles, itinerante de la colección S.K.& F. San Juan P.R.
- Universidad de Puerto Rico (1991). *Expo el cartel*. Catálogo de carteles en el Centro Universitario de la Univ. de P.R. Río Piedras, P.R.

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

Universidad de Puerto Rico (1986). *El cartel abstracto en Puerto Rico*. Catálogo del cartel, en la sala de la Biblioteca. José M. Lázaro de la Univ. de P.R. Río Piedras, P. R.

---- (1980). *Cartelera. Muestra Gráfica retrospectiva del Departamento de Actividades Culturales y Programa del Decanato de Estudiantes*. San Juan, P.R.

Enciclopedia

Enciclopedia Hispánica (1991). *Cartel*. Barcelona: Encyclopaedia Británica Publishers, Inc. Tomo 3. p 399.

Gran Enciclopedia de Puerto Rico (1976). *El cartel*. Texto de Osiris Delgado. Madrid: Ediciones R. Tomo VIII. p. 208,212.

Fuentes Periódicas

Benítez, Marimar (1984). *La colección de carteles de la S.K.&F.* Puerto Rico: El Reportero, sección Viva, 1 de septiembre. p.23

Bonilla Norat, Félix (1976). *The Puerto Rican posters*. Puerto Rico: San Juan Star, 28 de marzo. p. 3-9.

Márquez, Juan L. (1952). *El anuario "pósters" de cartelones. Publica obra de Rafael Tufiño*. Puerto Rico: El Mundo, 15 de octubre. p. 4.

Molina, Antonio J. (1970). *Exposición de carteles en Instituto de Cultura*. Puerto Rico: El Mundo, 11 de febrero. p. 3d.

Molina, Antonio J. (1971). *Lileana Acosta, primer premio en carteles*. Puerto Rico: El Mundo, 21 de febrero. Fotos. P.R. Ilustrado Suplemento Dominical

Sambolín, Nelson (1964). *La colección de carteles S.K.&F.- no son todos los que están....* Puerto Rico: Claridad, 21-27 de septiembre. p. 16-17.

Tío Fernández, Teresa (1985). *El cartel en Puerto Rico (1946 1985)*. Puerto Rico: El Mundo, 28 de noviembre. p. 56-57.

Torres Martínó, José A. (1964). *Carteles puertorriqueños en*

- el Instituto de Cultura. Puerto Rico: El Mundo, 18 de julio. p.4-5.*
Torres Martínó, José A. (1980). *El cartel en el Museo de la U.P.R.*
Puerto Rico: El Mundo, 28 de marzo. p. 2c.
- (1986). *Colección gráfica conquista premio del caribe internacional.* Puerto Rico: El Mundo, 22 de mayo. p.73.
- (1958). *El arte del cartel en Puerto Rico.* Puerto Rico: El Mundo, Suplemento Sabatino 15 de noviembre. p. 9-10.
- (1980). *Exhiben carteles excepcionales.* Puerto Rico: El Mundo, 8 de febrero. p. 1c foto.
- (1967). *Exhibirán cartelones isla en E.U.,* Puerto Rico: El Mundo, 4 de febrero. p. 32.
- (1953). *Grabados y carteles: exposición Ateneo destaca artes gráficas de la isla.* Puerto Rico: El Mundo, 1 de agosto. p. 23.
- (1942). *Laudo del jurado del concurso de carteles p remiados.* Puerto Rico: El Mundo, 14 de abril. p. 4.
- (1985). *Muestra de cartelones en la U. P.R.,* Puerto Rico: El Mundo, 21 de noviembre. p. 43.
- (1960). *Premian boricuas en exposición de carteles en Ontario, Canadá.* Puerto Rico: El Mundo, 8 de julio. p. 4.
- (1986). *Torres Martínó de guía en exposición del cartel.* Puerto Rico: El Mundo, 23 de enero. p. 45.

APÉNDICE

Carteles del Festival de Teatro Puertorriqueño

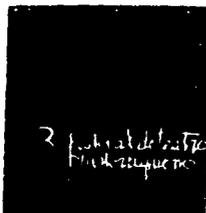
Estos carteles son una muestra del cartel de temporada del Festival de Teatro Puertorriqueño del Instituto de Cultura Puertorriqueño.



I Festival de Teatro Puertorriqueño
Cartelista: *Lorenzo Homar*
Año: 1958
Tamaño: 28" x 19 3/4"



II Festival de Teatro Puertorriqueño
Cartelista: *Lorenzo Homar*
Año: 1959
Tamaño: 29 1/4" x 17 3/4"



III Festival de Teatro Puertorriqueño
Cartelista: *Lorenzo Homar y Arriví*
Año: 1960
Tamaño: 9 1/4" x 6 1/8"



IV Festival de Teatro Puertorriqueño
Cartelista: *Lorenzo Homar*
Año: 1961
Tamaño: 19" x 29 1/2"



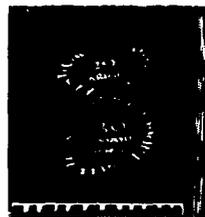
V Festival de Teatro Puertorriqueño
Cartelista: *Lorenzo Homar*
Año: 1962
Tamaño: 18" x 27"



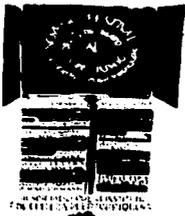
VI Festival de Teatro Puertorriqueño
Cartelista: *Lorenzo Homar*
Año: 1963
Tamaño: 27 3/8" x 17 3/4"



VII Festival de Teatro Puertorriqueño
Cartelista: *Lorenzo Homar*
Año: 1964
Tamaño: 28" x 18 3/4"



VIII Festival de Teatro Puertorriqueño
Cartelista: *Lorenzo Homar*
Año: 1965
Tamaño: 27 3/4" x 18"



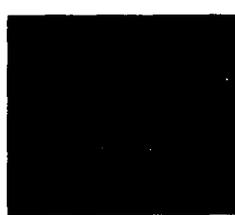
IX Festival de Teatro Puertorriqueño
Cartelista: *Lorenzo Homar*
Año: 1966
Tamaño: 16" x 27 1/4"



X Festival de Teatro Puertorriqueño
Cartelista: *Lorenzo Homar*
Año: 1967
Tamaño: 31 1/4" x 19"



XI Festival de Teatro Puertorriqueño
Cartelista: *Eliseo II Echevaria*
Año: 1968
Tamaño: 26" x 16 1/2"



XII Festival de Teatro Puertorriqueño
Cartelista: *Lorenzo homar*
Año: 1969
Tamaño: 26" x 20 1/2"



XIII Festival de Teatro Puertorriqueño
Cartelista: *Wilfredo Chiesa*
Año: 1970
Tamaño: 28" x 19 1/4"



XIV Festival de Teatro Puertorriqueño
Cartelista: *Antonio Maldonado*
Año: 1971
Tamaño: 25" x 17 1/2"



XV Festival de Teatro Puertorriqueño

Cartelista: *Rafael Tufiño*

Año: 1973

Tamaño: 25 1/2" x 17 3/4"



XVI Festival de Teatro Puertorriqueño

Cartelista: *Rafael Tufiño*

Año: 1974

Tamaño: 24 7/8" x 17 1/2"



XVII Festival de Teatro Puertorriqueño

Cartelista: *Rafael Tufiño*

Año: 1975

Tamaño: 25" x 18 1/2"



XVIII Festival de Teatro Puertorriqueño

Cartelista: *David Goitia*

Año: 1977

Tamaño: 23 1/2" x 17 1/2"



XIX Festival de Teatro Puertorriqueño

Cartelista: *David Goitia*

Año: 1978

Tamaño: 23" x 17"



XX Festival de Teatro Puertorriqueño

Cartelista: *David Goitia*

Año: 1979

Tamaño: 24" x 16 3/4"



XXI Festival de Teatro Puertorriqueño

Cartelista: *José Alicea*

Año: 1980

Tamaño: 28 3/4" x 18 3/4"



XXVIII Festival de Teatro Puertorriqueño

Cartelista: *Sixto Cotto*

Año: 1987

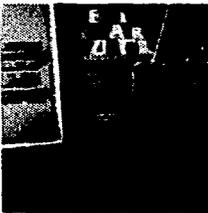
Tamaño: 28" x 14 1/4"



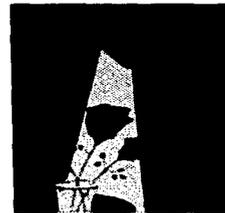
XXIX Festival de Teatro Puertorriqueño
Cartelista: *Escalante*
Año: 1988
Tamaño: 25" x 17"



XXXI Festival de Teatro Puertorriqueño
Cartelista: *Escalante*
Año: 1990
Tamaño: 22" x 16"



XXXII Festival de Teatro Puertorriqueño
Cartelista: *Escalante*
Año: 1991
Tamaño: 22" x 16"



XXXV Festival de Teatro Puertorriqueño
Cartelista: *Yolanda Pustrana*
Año: 1994
Tamaño: 23 1/4" x 16 1/4"

Biografías de algunos artistas y diseñadores del cartel para obras de teatro Puertorriqueño

Al independizarse el cartel frente a los intereses comerciales, un grupo de artistas ingresan a Talleres Gráficos e imponen en el diseño del cartel de excelencia y creatividad que le da al cartel categoría de obra de arte. Además les permite transmitir ideas afines a las imposiciones ajenas al rigor artístico. El artista no diseña el cartel como lo hacía con su obra personal. El cartel impone sus leyes y principios formales que no pueden ser obviados por el artista: el cartel tiene una imagen visual y una información escrita. La claridad que en el cartel impere, es lo categórico de un buen cartel. Para llegar a lograr un buen cartel, el artista debe tener en claro la economía de medios, el uso del color, la línea y el texto como parte de la imagen, sino llevar al observador donde desea el artista en su cartel. El cartel como parte de la historia del arte, se ha ganado una posición importante contribuyendo al arte puertorriqueño, porque como arte es tratado.

LORENZO HOMAR. (1913), SAN JUAN, P. R.

Grabador, pintor, cartelista, ilustrador de libros, calígrafo, impresor, escenógrafo, diseñador de prendas y maestro. Estudió en el Instituto Pratt de Nueva York y en la Escuela de Arte del Museo de Brooklyn. En 1950 regresa a P. R. y trabaja en el Taller de Gráfica de la División de Educación de la Comunidad, fecha en la que funda junto a otros colegas el Centro de Arte Puertorriqueño. En 1957 dirige el Taller de Gráfica del Instituto de Cultura, labor que desempeña hasta 1973. Actualmente trabaja en su taller de gráficas en Río Piedras, P. R.

ANTONIO MARTORELL (1939), SANTURCE, P.R.

Grabador, pintor, cartelista, ilustrador de libros, maestro, diseñador de vestuario y escenografía. Estudió con Julio Martín Caro en Madrid y con Lorenzo Homar en el Taller de Gráfica del I.C.P. En 1968 funda el Taller Alacrán. Vivió en México desde 1978 hasta 1984, donde trabajó como grabador, ilustrador y productor de televisión de programas de niños. Actualmente trabaja en su taller y es profesor residente en la Universidad de Puerto Rico, Recinto de Cayey.

JOSE ALICEA (1928) PONCE, P.R.

Creador, cartelista, diseñador gráfico y maestro. Estudio pintura con Miguel Pou y grabado con Lorenzo Homar en el taller de arte gráfico del Instituto de Cultura Puertorriqueña donde luego trabajó como asistente. Es maestro de grabado en la Escuela de Artes Plásticas del ICP, trabajo que ha desempeñado durante varios años.

IRENE DELANO (1919-1982) DETROIT - SAN JUAN.

Artista, diseñadora gráfica, ilustradora de libros y carteles y maestra. Estudió en la Academia de Bellas Artes en Philadelphia, Estados Unidos. En 1946 funda y dirige el Taller Gráfico Adserito a Parques y Recreo Público, taller que en 1949 se constituye junto con la sección de cine, en la División de Educación de la Comunidad. En 1952 renuncia a la dirección del Taller de Gráfica de la División. Durante los próximos 30 años trabaja como diseñadora de revistas, libros, folletos y carteles en su taller de Río Piedras en estrecha colaboración con su marido y colega Jack Delano.

RAFAEL TUFÍÑO (1922) BROOKLYN, NEW YORK.

Grabador, pintor, cartelista ilustrador de libros, impresor y maestro. Estudió con Sánchez Felipe y trabajó en el taller de rótulos de Juan Rosado en Puerta de Tierra. Estudió en la Academia de San Carlos en México. En 1950 trabajó en el Taller de Gráfica de la División de Educación de la Comunidad y en el mismo año funda, junto con otros artistas, el Centro de Arte Puertorriqueño. En 1957 dirige al taller de Gráfica del Instituto de Cultura Puertorriqueña durante varios años. Actualmente trabaja en su taller en el Viejo San Juan.

DAVID GOITIA (1932.), SANTURCE, P. R.

Artista gráfico y cartelista. Estudió en la Universidad de Puerto Rico con Carlos Marichal. Se especializó en pintura mural en la Escuela de Artes Aplicadas de México y en grabado en la Esmeralda. Actualmente tiene su propio taller en Bayamón.

GABRIEL SUAÚ (1943) BARCELONA, ESPAÑA.

Productor de cine y televisión, fotógrafo. Estudió en la Sorbona de París y en el Instituto de Ciencias Cinematográficas del 1961 a 1964. Llega a Puerto Rico en 1969. Actualmente tiene su propio estudio de cine, video y diseño.

SIXTO COTTO (1955), SANTURCE, P. R.

Grabador y cartelista. Estudió en la Escuela de Artes Plásticas del Instituto de Cultura Puertorriqueña con José Alicea y Antonio Martorell. Actualmente trabaja en su propio taller en Santurce.