

# EL CARTEL EN LA EDUCACIÓN

Lic. Guillermo Roquet García  
roquet@pompeya.cuaed.unam.mx  
roquet@servidor.unam.mx

## Introducción



Este documento ha sido elaborado con el propósito de orientar a personas interesadas en la planeación, diseño y producción del cartel, por lo tanto, de ninguna manera aspira a ser un manual para diseñadores gráficos.

Consta de los siguientes puntos: antecedentes históricos, usos más comunes, definición, tipos de cartel, características (formato, tamaño, color, texto, composición, imagen, redacción, etc.), aspectos motivacionales, etapas de planeación y realización, y formas de difusión.

Por considerarse un recurso de información de bajo costo es que este medio está al alcance de cualquier persona, sin embargo, su elaboración no es tan sencilla si se parte desde la ignorancia total para su producción.

El lenguaje que se emplea es sencillo, sin recurrir a conceptos técnicos o propios del ámbito del diseño gráfico. Su contenido por lo tanto, está integrado con fines didácticos, de tal manera que las personas que necesiten emplearlo en campañas para la difusión de eventos, dispongan de información práctica para su elaboración (estudiantes de las carreras de ciencias de la educación, Trabajo Social, Psicología social, etc.) Asimismo puede ser de utilidad para promotores comunitarios.

Conscientes de que el cartel es un valioso recurso para propiciar la formación de conductas positivas, ponemos a su consideración esta información en la que analizaremos las características de los elementos que integran este medio, así como las normas para su elaboración.

## Antecedentes

El origen del cartel se remonta más allá del siglo XIX. Este medio informativo era conocido como panfletos o bandos de ordenanza, que se colocaban en las paredes de las plazas públicas, para ser vistos por el pueblo y de esta manera ser advertidos de las nuevas obligaciones o impuestos, que dictaba algún rey o gobernante o para anunciar algún espectáculo que podría presenciar el pueblo.

Los carteles más famosos del pasado son los que creó el ahora reconocido pintor francés Toulouse Lautrec, quien con éstos inmortalizó lugares de la farándula como: el cabaret Mirliton, el cabaret Artistique y el Moulin Rouge.



En 1891 dibujó su primer cartel por encargo para anunciar a los bailarines La Goulue y Valentín le Desosé, con esto inauguró el arte de la decoración y de anuncio. A través de estos carteles inmortalizó a figuras del teatro popular, como se puede apreciar en la mujer payaso Cha-U-Ka-O en la figura 1.

Otros carteles se hicieron famosos, no por su belleza, sino porque mostraban a bandoleros y asesinos, por quienes se ofrecía una recompensa. El término derivó hasta nuestros días convirtiéndose ahora en el Cártel, refiriéndose con esto a los narcotraficantes más buscados.

El cartel también es conocido por su nombre en inglés como *Poster* y en América del sur con el nombre de *Afiche*.

Figura 2



Con el paso del tiempo este medio se fue reconociendo como un atractivo visual de gran fuerza emotiva, capaz de hacer que las personas respondieran a su mensaje. Así ahora un buen cartel es considerado como una forma eficaz para comunicar mensajes a las personas, a grupos de individuos (asociaciones), a miembros de una institución, a pobladores de una ciudad y a ciudadanos de una nación.

Por esta razón ha pasado a ocupar en los medios de comunicación un importante lugar. A tal grado que actualmente se realizan concursos internacionales para identificar los trabajos de más alta calidad. Otras formas de reconocimiento y valor que ha alcanzado, es que muchas personas los coleccionan, y también, algunos importantes museos del mundo los atesoran.

Ha sido empleado en la decoración, el espectáculo, la política, el comercio, la industria, la ecología, la educación y la salud; por tal motivo es importante que se aprovechen todas sus posibilidades y se alcancen los efectos previstos al planearlo, realizarlo y difundirlo.

### Definición

Es un material gráfico que transmite un mensaje, está integrado en una unidad estética formada por imágenes y textos breves de gran impacto.

Algunos estudiosos lo describen como "un grito en la pared", que capta la atención del transeúnte, obligándolo a percibir el mensaje.

También puede definirse como...

*...un susurro que, ligado fuertemente a las motivaciones e intereses del individuo, penetra en su conciencia y le induce a adoptar la conducta sugerida por el cartel.*

En conclusión, es un material gráfico, cuya función es lanzar un mensaje al espectador con el propósito de que éste lo capte, lo recuerde y actúe en forma concordante a lo sugerido.



Figura 3

### Tipos de cartel

Los carteles de acuerdo a su uso podrían clasificarse en: promocionales, decorativos, políticos, educativos, etcétera; sin embargo, nosotros aquí los vamos a englobar en tan solo dos tipos: los informativos y los formativos.

El *cartel informativo* lo definimos como aquel que presenta un mensaje donde se da a conocer algo para que la gente acuda, adquiera o participe, en lo que se le indica, por ejemplo: un evento, alguna reunión social, espectáculos, conferencias, cursos, etc.



Figura 4

Este tipo de cartel por lo general se elabora con algún diseño de imagen muy sencilla y un *texto* explicativo. Para su elaboración se recomienda el uso de letras grandes sobre un fondo de color contrastante. Los textos deberán incluir información mínima necesaria. La imagen puede estar integrada por sujetos, objetos o formas.

El *cartel formativo* se define como aquel que es capaz de producir conocimiento, cambio de actitudes y valores; dicho en otras palabras es el que produce alguna educación (véase figura 5).

Es muy utilizado para propiciar el desarrollo de hábitos como: limpieza, seguridad, orden, higiene, salud, etc. También se usa para fomentar actitudes de confianza, actividad, esfuerzo, conciencia, etc. O para rechazar situaciones de: agresividad, discriminación, sincretismo, malos hábitos, desconfianza, delincuencia, adicciones, etc.

En el cartel formativo la imagen desempeña el papel más importante, pues prevalece sobre el texto; el mensaje es expresado gráficamente en forma clara y sólo se apoya en un corto texto, que enfatiza la idea sugerida.

Observe con cuidado el ejemplo que le mostramos a la derecha.

El cartel formativo usado adecuadamente en la promoción de la salud, puede convertirse en un magnífico recurso para evitar: enfermedades, accidentes y promover hábitos higiénicos.



Figura 5

### Características

El mensaje en el cartel debe ser integral, es decir, debe percibirse como un todo, donde cada elemento armoniza, creando una unidad visual estética de gran impacto. Un cartel de calidad es aquel que llama la atención espontáneamente, es decir, independientemente de la voluntad del observador.

Para entender mejor cómo participan cada uno de los elementos que integran un mensaje en este medio, nos proponemos su desglose en dos grandes aspectos: los psicológicos y los físicos.

Los *elementos psicológicos* son los que dentro del mensaje estimula al espectador para que se oriente hacia lo que se pretende en dicho mensaje. Su intención es causar el impacto para que perdure el mensaje.

Los *elementos físicos* son aquellos que constituyen el arreglo o tratamiento estético y el atractivo visual.



Figura 6

Estos *elementos físicos* que producen el efecto de atención son su: *composición, tamaño, formato, imagen, texto y color* (observe la figura 6).

La *composición*. Se refiere a la distribución estética de los elementos, tanto las figuras como los textos que se colocan en todo el espacio utilizado del papel.

La composición se logra mediante el equilibrio y la armonía de la imagen, los textos y los colores empleados en ambos. Por lo tanto, el mensaje debe estar compuesto de forma integral, como si fuera una unidad perfectamente equilibrada.

*Tamaño del cartel.* Éste estará determinado por el o los lugares en que se coloquen y la distancia en la que pasarán las personas que lo observen. Así, el tamaño será mayor si es expuesto a mayor distancia de los viandantes.

Los tamaños más comunes son los de 70 x 100 centímetros (hoja completa), de 50 x 70 cm (tamaño media hoja), y el más pequeño, que es de 35 x 50 cm (de un cuarto de hoja). Este tipo de medidas son las más recomendables pues están en función de las medidas comerciales del papel, con lo cual se evitará el desperdicio.

Un aspecto importante a considerar relacionado con el tamaño del papel es su calidad y el calibre o grosor. Los papeles más usados para el cartel son el tipo Bond de 120 gramos que equivalente a 80 kilos, o el tipo “malinche”, que es aún de mejor calidad. También se puede utilizar la tradicional cartulina blanca para los carteles que se realicen en forma artesanal, es decir, no impresa.

*Formato.* Éste se refiere a la posición en que se usará el papel, es decir el *vertical* o el *horizontal*. El primero es el más clásico o más usado, sin embargo, el segundo, que también se le conoce como *apaisado* (más ancho que alto), es de gran impacto. La selección de una u otra forma dependerá en gran medida de las intenciones del mensaje y de la estética o composición (vea la forma apaisada de la figura 7).



Figura 7

*Imagen.* Pasemos ahora a analizar la función de este importantísimo elemento. La imagen debe ser una síntesis que resuma la idea a la mínima expresión gráfica, sin dejar de ser clara y significativa. Sin embargo, tampoco son recomendables las simplificaciones exageradas, así como el abuso de abstracciones, ya que presentan dificultades para su comprensión o decodificación del mensaje, y por lo tanto, el número de observadores que perciban el mensaje será menor.

*Formas.* Las imágenes de los carteles están integradas por *formas*, que a su vez pueden ser de tres tipos: geométricas, abstractas o naturales.

Las *formas geométricas* son tan importantes como las naturales, pues se identifican fácilmente. Pueden ser *simples* o *compuestas* y no exigen gran esfuerzo perceptivo de quien las observa.



Figura 8

Las *formas abstractas* aunque no tienen relación aparente con el mundo objetivo que nos rodea, son imágenes que se usan simbólicamente como un estilo de expresión personal de quien las ha diseñado. Solo son recomendables cuando se está seguro de que el público al que se dirige comprenda la intención de estas imágenes.

Tome en cuenta que estas imágenes exigen del espectador una mayor participación para observarlas. Asimismo, éstas corren el riesgo de que el observador le dé otro significado distinto al que le dio su creador. Por lo tanto, es conveniente usarlas sólo si se está seguro de que el nivel de interpretación de los observadores es suficiente para su comprensión.

Las *imágenes naturales*, como la que se observa en la figura 9, son muy recomendables para públicos con un nivel educativo básico, pues ellas no demandan de éstos casi ninguna interpretación compleja. Estas imágenes naturales son representaciones totales o parciales de la figura humana, de seres vivos (animales o plantas) o cosas (escritorio, pluma, cuadro, lámpara, etc.).



Figura 9

En cuanto a su elaboración, las imágenes que se colocan en el cartel pueden ser: fotográficas o dibujadas.

Las *imágenes fotográficas* a su vez pueden ser de dos tipos: normal o con efectos.

Cabe señalar que la fotografía ha sido utilizada muy poco por los diseñadores de carteles, sin embargo, las nuevas técnicas fotográficas como la fotografía digital, han aportado otras formas de creación de imágenes de gran originalidad.

Se identifica como *imagen normal* aquella que ha sido captada en la realidad y no se le ha hecho ningún arreglo o truco en el laboratorio. Este tipo de imagen no es muy atractiva a menos que se empleen grandes acercamientos, como es el caso del ejemplo de la figura 10.

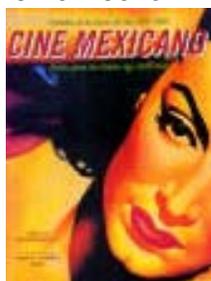


Figura 10

Las *imágenes con efectos* son las que se elaboran en el laboratorio mediante ciertos trucos como son: la solarización, el alto contraste, las texturas, la granulación, virado, filtros de colores, etc. El atractivo de éstas depende del gusto estético y la dedicación del creador.

En los carteles, las *imágenes dibujadas* son las preferidas, tanto por las personas que las realizan, como por el público que las percibe; tal vez esto se deba a la originalidad de las imágenes o al reconocimiento que hacen las personas, concediéndole más valor a una imagen elaborada sobre la base del dibujo, a una simple fotografía que en su elaboración presenta un menor grado de dificultad. Por otro lado, no hay que olvidar que el origen del cartel fue sobre la base del dibujo y no de la fotografía.

La tendencia actual del dibujo es hacia la sencillez (minimalista), a diferencia de los carteles que se hicieron en el siglo XIX, pues se sintetizan los elementos que lo integran; esto exige del realizador gran imaginación y creatividad.

Analicemos ahora los tipos más usuales de dibujo aplicados al cartel: realista, caricaturizado y estilizado.

El *dibujo realista* se caracteriza por su alto grado de fidelidad, tanto de los objetos como a los sujetos de la realidad. Es poco recomendable porque requiere mucha inversión de tiempo en su elaboración y no llama tanto la atención.

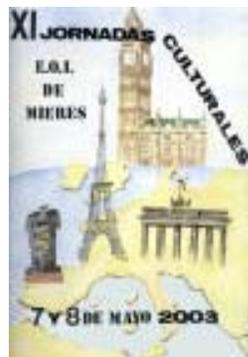
El *dibujo caricaturizado* (figura 11) es más adecuado, pero hay que usarlo con moderación y buen gusto, sin caer en las exageraciones. Por ejemplo, no hay que usar situaciones negativas como la ridiculización, los objetos repugnantes y escenas dramáticas o hirientes.

El *dibujo estilizado* generalmente busca la simplificación de los detalles. Este tipo de dibujos es el más usual, pues pretende crear formas nuevas que llamen la atención y el interés. La estilización no es recomendable si ésta lleva al observador a la pérdida del significado.



Figura 11

*Texto.* Éste tiene una función doble en el cartel, por un lado refuerza el mensaje implícito en la imagen y por el otro forma parte importante en la composición.



En este elemento del cartel debe cuidarse la redacción, el tipo de letra, tamaño de la misma y su ubicación.

*Redacción.* No debe ser muy extensa, sino más bien como un destello al observador que la visualizará por unos segundos. Dicho en otras palabras, para que la percepción sea rápida los textos deben ser cortos, directos y claros; buscando al igual que la imagen, comunicar el mensaje con el mínimo de elementos, sin utilizar palabras o frases largas. Para esto le recomendamos que ensaye diversos textos y seleccione aquel que mejor

Figura 12 ensaje.

En algunos casos un texto interrogativo puede ser el elemento esencial para motivar a la persona que lo ve, en otros casos puede ser una frase incompleta, un juego de palabras o una frase con algunos conceptos modificados.

Nunca olvide las *características de la población* a la que va a dirigir el mensaje en el cartel. Tome en cuenta su nivel educativo, costumbres, cultura, hábitos, valores, etc.

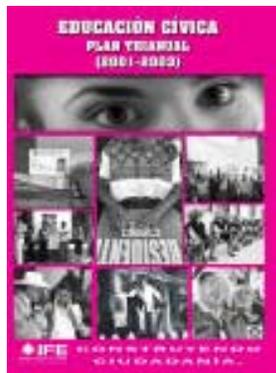


Figura 13

Clásicamente el cartel tiene dos elementos de texto muy importantes que son la *entrada* y la *salida* del texto, es decir, una “cabeza” y un “pie”.

La primera es fundamental para atraer la atención del transeúnte, pues es la frase que “pesca” a la distancia a la persona, obligándola a acercarse para leer un texto de menor tamaño que se encuentra por lo regular en la parte media del cartel. Este *encabezado* se escribe con letras de gran tamaño y en forma muy breve (cinco palabras cuando mucho).

El *pie* tiene como función rematar o complementar la idea que se inició en el encabezado. Su función es reforzar lo dicho en la parte intermedia. La tipografía empleada en estos es un poco más pequeña, pero mayor a los textos intermedios. Aquí también se recomienda no rebasar las cinco palabras.

El *tipo de letra* es también un elemento importantísimo, pues a través de ésta podemos transmitir significados emotivos y sentimientos; combinada con la imagen pueden resultar más impactante en su mensaje global. Por ejemplo, para ilustrar un tema sobre accidentes por incendio, podremos utilizar letras que se “incendian”, en cambio, para hablar de un tema como los sismos, se pueden emplear letras que se “quiebran”.



Figura 14



Figura 15

El *color*, como ya lo habíamos mencionado anteriormente, es otro aspecto relevante del cartel. Para éste hay que seguir ciertas normas como es usar: fondos contrastantes, colores claros, pocos colores, y aplicar los colores planos sin matices. No olvide que los colores tienen su “psicología”, por lo tanto, los azules son interpretados como fríos, los diversos tonos de rojo se interpretan como cálidos y así otros más.

Por último, mencionaremos los *contrastes* que se producen con la combinación de los colores complementarios (por ejemplo: violeta y amarillo) o a los armónicos (por ejemplo: bermellón que sale del rojo y amarillo). La combinación de colores armónicos se percibe de una manera más relajada, en cambio, la combinación de colores complementarios se observa más agresiva. Sin embargo, hemos de concluir diciendo que cualquier combinación es válida si se consigue el efecto deseado.

### Aspectos motivacionales

Todo cartel informativo o formativo trata de persuadir a las personas, apelando aspectos que están íntimamente imbuidos en cada una de las personas, éstos por lo

general corresponden a una escala de necesidades como las que enumeramos a continuación:

- a) alimentación
- b) nuestros hijos y familiares
- c) salud
- d) sexualidad
- e) riqueza o posesión
- f) bienestar y
- g) reconocimiento



Figura 16

Algunas de estas necesidades están relacionadas entre sí. Veamos brevemente cada una de ellas.

La *alimentación* está relacionada a todos aquellos aspectos vitales o de supervivencia, por lo tanto, ésta es una de las máximas necesidades motivacionales de cualquier ser humano.

El amor a los *hijos y parientes* es fundamental para casi la totalidad de las personas.

La *salud* es un aspecto que muchas personas no son conscientes de su importancia hasta que la han perdido. Es en el momento, cuando se presenta la enfermedad, que adquiere su máxima importancia.

La *sexualidad*, opinan los psicólogos, ocupa un alto porcentaje el sentido de la vida de muchos seres humanos.

La *riqueza* es un valor motivacional, que si bien no es prioritario para la generalidad de las personas, muchas la colocan entre las más importantes.

El *bienestar* es un valor de la motivación que está relacionado con la salud y que está referido a la calidad de vida de las personas.

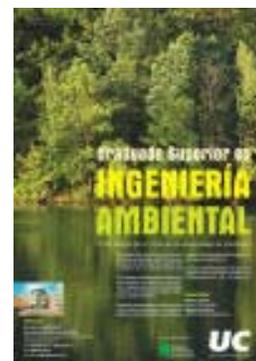


Figura 17

El *reconocimiento* es tal vez uno de los elementos que es colocado por debajo de los anteriores, pero en muchas personas lo colocan por encima. Esta referido a la aceptación social que tiene la persona.



**Ejercicio:** Para que usted vaya poniendo en práctica lo que ha leído hasta aquí, le vamos a pedir que realice un recorrido por calles, escuelas, transportes públicos, centros de salud, etcétera y analice varios carteles, identificando a qué tipo de necesidades de las antes mencionadas hacen referencia.

### **Etapas de planeación y realización del cartel artesanal**

Ahora pasemos a revisar las fases la planeación y elaboración del *cartel artesanal*, que es aquel que se crea sin recurrir a su producción impresa o de gran tiraje. Este tipo de cartel es el más utilizado por las personas en que su área de influencia es reducida (escuelas, centros de salud, mercados, fábricas, etc.).

El *cartel artesanal* puede ser elaborado por cualquier profesional o persona que tiene necesidad de este tipo de medio informativo y que no cuenta con los recursos económicos para la producción impresa o el número de personas a las que tiene que informar con el cartel no amerita la impresión.

1° *Identifique las necesidades* de la población: educativas, de conocimiento, de organización, de salud, etc.

2° Describa las *características de su población* objeto: edades, género, nivel educativo, nivel económico, costumbres, valores y creencias.

3° Determine el *tamaño* (plana completa, media plana o un cuarto de plana) y el formato del cartel (vertical u horizontal).



Figura 18

5° Realice *múltiples bocetos* con las ideas a transmitir. Para esto se emplea simplemente hojas tamaño carta, un lápiz, colores y goma. Se trazan tantos dibujos como sea posible hasta quedar conforme con aquellos que mejor reflejan la idea o concepto a transmitir.

6° Seleccione la *idea de más impacto* que haya bocetado para la población objeto.

7° *Produzca el cartel* tomando en cuenta las recomendaciones en cuanto a: tipografía, tamaño de letra, color, composición, imágenes, etc. Para este tipo de cartel se pueden emplear los siguientes materiales: papel Bond en pliego completo, colores de diversos tipos (crayolas, acuarelas, gises y lápices), reglas, recortes de revistas, etc.

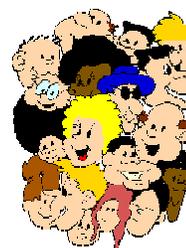
8° Si le es posible, realice una *evaluación técnica* de la calidad del diseño (tipografía, redacción, idea, textos, composición, etc.) y una evaluación de aceptación o impacto entre las posibles personas a quien está dirigido el mensaje.

9° Finalmente *coloque el cartel* en el o los sitios más convenientes para su difusión.

## Difusión

Por último, veamos algunos aspectos importantes de la difusión, éstos son: *las áreas, la distancia, el tamaño, la colocación y la vigencia*.

Referido a las *áreas* se recomienda colocar los carteles en aquellas de mayor tránsito de personas y donde el cartel tenga la posibilidad de que sea visto por la mayor cantidad posible de transeúntes.



Relacionado con este punto esta la *distancia* y el *tamaño* en que ha de colocarse para su mejor visualización; a mayor distancia, mayor tamaño.

La *colocación* de cada cartel deberá hacerse a la *altura de la cara* de las personas, pues esto facilita la lectura. Si un cartel es colocado por encima del horizonte visual,

la gente tendrá que levantar la vista para poder leerlo, en cambio, si se coloca por debajo, entonces tendrá que agacharse.

Una última recomendación es la *vigencia*, que por cierto casi nadie toma en cuenta, ésta consiste en que después de cierto tiempo se retire el cartel de su sitio, una vez que haya cumplido con su propósito, de lo contrario contribuirá a degradar a este recurso como un valioso medio de difusión.



Con estas sencillas explicaciones esperamos que haya adquirido los conocimientos mínimos necesarios para desarrollar un cartel de acuerdo a los requerimientos para la difusión de algún evento. Estamos seguros que si aplica todas estas indicaciones tendrán más éxito sus mensajes.