

La escuela polaca: del otro lado de la cortina de hierro

El diseño gráfico polaco, en plena guerra fría, cuando no se conocía qué pasaba del otro lado o la información llegaba muy tergiversada y no había mucho intercambio porque entre los países de diferentes bloques el comercio solía estar bloqueado. Polonia, si bien queda del lado soviético, logra atravesar la cortina de hierro y ganar reconocimiento en el mundo del diseño occidental.

Fuerte carácter de innovación y de originalidad en su momento a partir de la incorporación de lenguajes plásticos, recuperados del mundo artístico, no tan usados en el mundo del diseño en aquellas épocas. Fuerte identidad gráfica.

Se diferencian de los modelos de diseño más generalizados de su tiempo, como el realismo social/socialista, que se establecía como el modo hegemónico de la URSS. Realista, literal.

Rompe también con el racionalismo funcionalista, como el estilo de Ulm o el suizo. Economía de recursos, relación forma/función, calidad total, aprovechamiento de los materiales, imagen afiliada al arte concreto. Diseño Internacional.

Rompe con la atadura al mercado. Los encargos no venían tanto de ámbitos privados en función de estimular las ventas, como en las empresas de publicidad estadounidenses.

“Creamos un nuevo lenguaje semántico que consiste en el rechazo a la descripción narrativa en beneficio de una abreviatura, una metáfora, una asociación” Henryk Tomaszewski. Semántica: modelo de comunicación de la URSS realista y el modelo de comunicación de la publicidad y el cine particularmente estadounidense; no tratan de narrar, describir historias, sino pensar en abreviar, sintetizar a través de metáforas, “retórica”.

Contexto

Varsovia ocupada por los nazis, ocupación de Polonia desata la guerra, queda destruida por la guerra.



Reflejo del no a la guerra, no más destrucción. Contundencia visual gracias a la capacidad de condensación retórica de dos signos sintetizados. Abreviación y asociación en una sola imagen. A la vez son coloridos, se usan colores brillantes.

En la Varsovia destruida, los carteles coloridos decoraban la ciudad.

Polonia queda bajo zona de influencia soviética con gobierno “pro-soviético”. Los carteles rusos y su diseño llegaban a Polonia. Sentido literal, las imágenes se explican en si mismas, dibujo realista, no como el diseño de vanguardia constructivista.



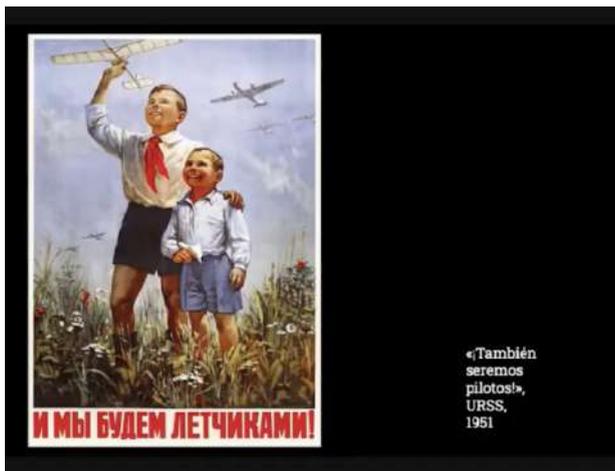
Tono didáctico, contrastes evidentes, corrección ideológica, narrativo.



La población masculina prácticamente fue diezmada, mujeres reconstruyeron las ciudades, la producción, la economía. Heroica. Realista.



Jóvenes alegres, coloridos, campo y flores, ven al futuro, obvias asociaciones formales, construcción literal del discurso.



Los polacos plantean un modo de comunicación completamente diferente.

Asociación madera del martillo del trabajador, del obrero, crece el fruto del trabajo. Metáforas y relaciones. Una imagen sintetiza dos conceptos.



Emplean una variedad de fuentes de inspiración con un fuerte espíritu de experimentación, de probar cosas distintas, recursos distintos, fotomontaje, collage, técnicas pictóricas, escritura informal, que no trataba de ser bella, recursos del arte popular como los grabados.

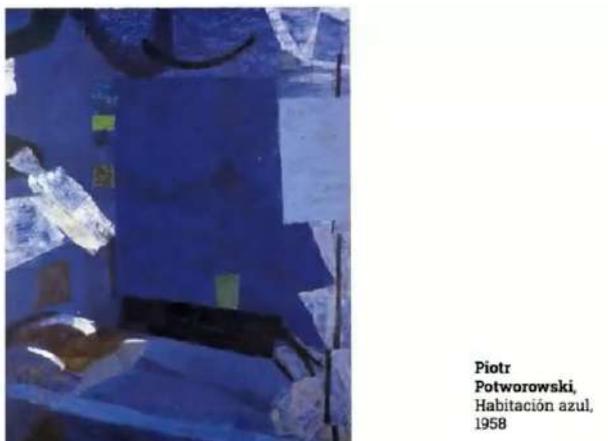
Los carteles no solían ser para vender productos, había mucha escasez, y su producción estaba más centralizada por el modelo de planificación socialista. El enfoque iba más hacia la cultura, muchos carteles de cine, de circo, de entretenimiento.



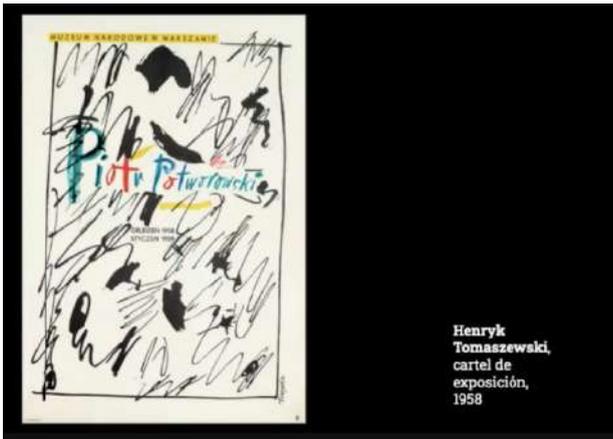
En lugar de utilizar una imagen de una obra y agregarle una tipografía, Henryk Tomaszewski utiliza muchos recursos divergentes a los de la época: letras cortadas a mano espontáneamente sin ningún orden muy racional (como hizo Matisse, los surrealistas); doble carácter de la tipografía, funciona como pedestal de una escultura que ni siquiera es del artista; el apoyo tipográfico es ubicado muy al margen. Fuerte síntesis, contundencia.



Libertad expresiva, creativa, interpretativa.



Piotr
Potworowski,
Habitación azul,
1958



Henryk Tomaszewski, cartel de exposición, 1958

Lenguaje infantil reconfigurado para una comunicación adulta.



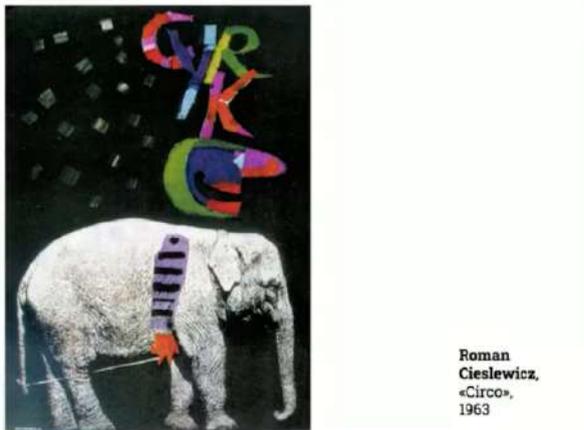
Henryk Tomaszewski, cartel de exposición, 1958



Un buen cartel es **una imagen, una palabra**. Y la permanente **interacción** entre ambas. La idea está contenida en la imagen y es la **relación** entre texto e imagen lo que brinda el poder»

Roman Cieslewicz

Fotomontaje para cartel de cine. Recursos visuales muy informales. Síntesis formal pierna persona pierna elefante. Papeles de colores recortados en lugar de tipografía. No hay comunicación directa y objetiva, buscan ambigüedad. Contraste lenguajes fotográfico/informal expresivo. Atractivo visual.

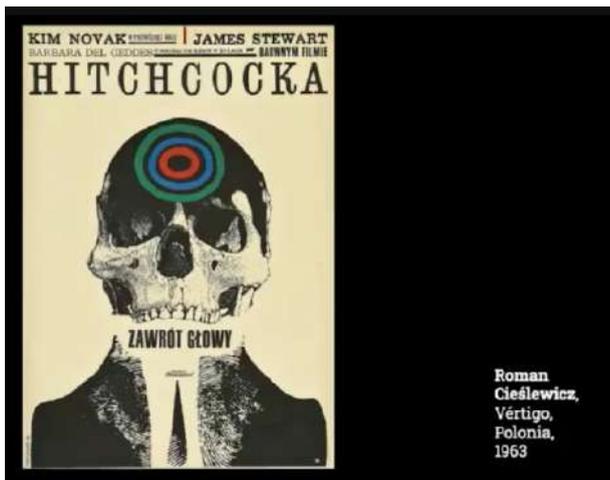


Diseño típico publicitario norteamericano (título grande, figura fotográfica o ilustración hiperrealista de un fotograma de la película, descripción narrativa, mucha información)/diseño moderno norteamericano (síntesis visual, trabajo sobre un concepto -vertigo-, figuras geométricas).



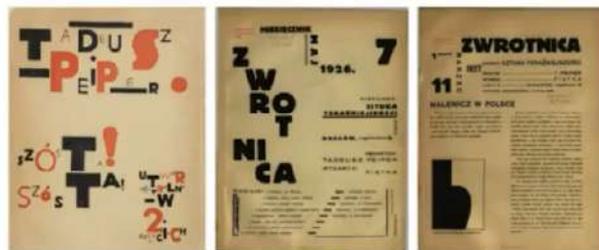
Cuando la película salía en Polonia, ya que tenían que traducir el cartel, lo hacían completamente de nuevo bajo la lógica de la interpretación, sin atenerse a la literalidad evidente.

Fotomontaje. Se cuentan varias cosas sintetizadas en una sola imagen. Claramente habla del thriller, el vértigo (círculos concéntricos), la muerte (calavera), la identidad (cuerpo armado con huellas dactilares). Título aparece en lugares inesperados. Ambigüedad, interés. Utilización de distintas variables tipográficas.

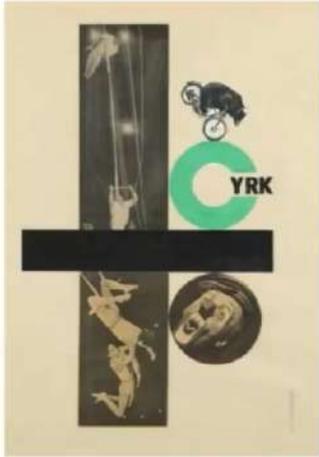


Ya había antecedentes de vanguardias y diseño de carteles exitosos.

Blok: revista de vanguardia. Desde los años 20 el pensamiento de vanguardista que trataba de unir el arte con el diseño, con la vida material, ya circulaba en Polonia en revistas.



Zwrotnica, Cracovia, 1922-1927, editada por Tadeusz Peiper



Mieczyslaw Berman,
«Circo»,
1928

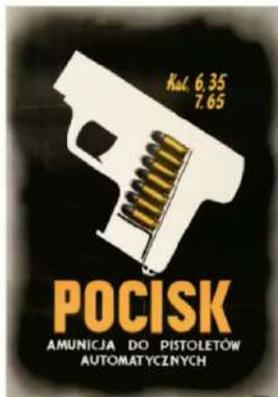
Interés trabajo de Heartfield.



Mieczyslaw Berman,
de la serie «Sangre y acero», 1941

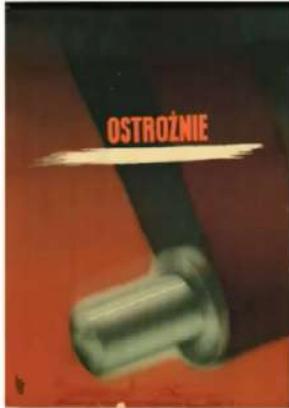
Mieczyslaw Berman,
Guerra, 1947

Ya tenían éxito desde antes de la guerra.



Mieczyslaw Berman,
«Balas»,
1935

Medalla de oro en la Exposición internacional de artes y técnicas de la vida moderna, París, 1937



**Tadeusz
Trepkowski.**
«Cuidate»,
1935

Premiado en
la Exposición
Internacional
de París, 1937

Literalidad narrativa diseño publicitario occidental norteamericano vs síntesis retórica reinterpretado por los polacos.

Ilustración hiperrealista de un fotograma de la película, puesta básica de la tipografía.



Collage, montaje, imagen expresiva. Tipografía pisada.



Montaje de alas y calavera fotográficas en alto contraste, repetición de la palabra taki (pájaros) que da la idea de bandada de pájaros. Tipografía integrada a la bandada, tipografía como imagen.



Los pájaros,
Universal, 1963

Bronislaw Zelek,
Polonia, 1965

Elaboración de metáfora a partir de complementar imágenes que se asocian casi arbitrariamente. Gato de gatopardo con bigote del actor. Cuenta algo desde la subjetividad del artista, no cuenta mucho más que el cartel norteamericano sobre la película.



El Gatopardo,
Italia, 1963



Waldemar Swierzy,
Polonia, 1965

Bajo una estricta configuración política, bajo el régimen soviético polaco con un fuerte control sobre las actividades, tenían la libertad para hacer este tipo de imágenes, tenían sus propias organizaciones de autocensura, a diferencia de Rusia donde la censura venía de arriba. Como los carteles ya estaban pagados porque el Estado compraba las películas y las distribuía a precios muy bajos, no se veían obligados a tratar de vender las películas, no estaban metidos en la lógica del mercado, el producto ya estaba comprado. Libres para experimentar.

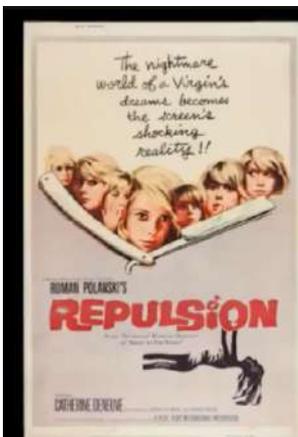
Llenar todo, no hay espacio en blanco, escena de la película, arma da género policial, no se cuenta mucho/va hacia el tema de la película, dos conceptos en una imagen, hombre en un ascensor que queda atrapado en el piso 3, medio tono puede dar idea de balas.



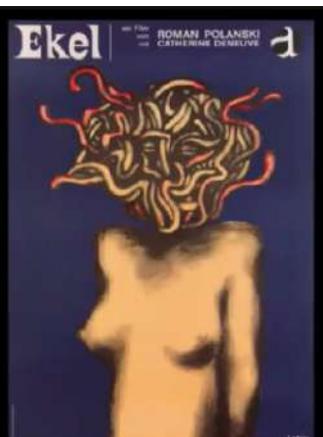
Ascensor para el cadalso,
Francia, 1957



Jan Lenica,
Polonia, 1958



Repulsión,
Inglaterra, 1965



Jan Lenica,
Polonia, 1965

Roman asocia la palabra idolo con las esculturas de los idolos de la antigua Grecia, cinta como crítica a la censura del régimen.

En general se deja el mensaje conscientemente para que termine de reconfigurarse en el pensamiento del receptor. Generan una imagen que debe ser completada apelando a la inteligencia de la audiencia.



El idolo caído,
Inglaterra, 1948



Roman Cieslewicz,
Polonia, 1958

Roman Cieslewicz se va a Francia y trabaja para una revista de crítica, de arte, de cultura y de política. Rescata los valores de la revolución y de la igualdad y la fraternidad, pero criticando ambos bandos.



Roman Cieslewicz, *Opus International*, Paris, 1967



La bestia anda suelta, Francia, 1959



Karel Teissig, Checoslovaquia, 1966

Ejercicios introductorios para un afiche: clases de Tomaszewski en la Academia de Varsovia.

No ir directo a la idea. Ya empezaba a haber una metodología, hay pasos.

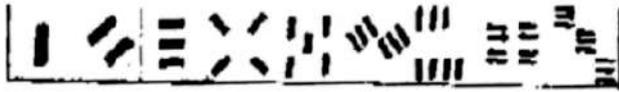
4 pasos

1. ablande
Exploración libre del espacio.

2. información
Recopilación, selección y edición de imágenes

3. contrastes
Introducción de figuras retóricas simples

4. indicios
figuras retóricas de mayor complejidad



paso 1: «Enumeración»: presentación visual de las cifras del 1 al 9.
 Los elementos libremente elegidos deben tener unidad de estilo.



«Toalla de baño»: información visual de un tema



«Retrato doble
 de un objeto».
 Síntesis y
 contraste entre
 dos puntos de
 vistas.

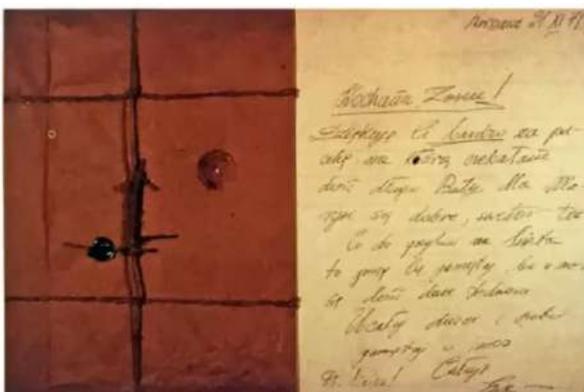
Ejército



Hotel



Escuela



Correo



«Ayer-Hoy-Mañana»



Gérard Paris-Clavel, 1967



Pierre Bernard, 1966