

is astonishing. Our ability to incorporate it into our memory or storage system adapts to our experiences. With all this, we try to analyze it and draw conclusions that help guide our decisions. Education must therefore provide the tools for students to learn and take action.

Ideas that promote understanding of how humans interpret reality will undoubtedly contribute to education, potentially revolutionizing the way students engage with learning.

Keywords: Learning – Information Management – Interpretation – Education

Resumo: As novas formas de incorporar informações, processá-las e posteriormente utilizá-las representam um desafio constante para os modelos de ensino. Atualmente, a quantidade de informação disponível é impressionante. Nossa capacidade de

integrá-la ao nosso sistema de armazenamento ou memória se adapta às nossas vivências. Com isso, buscamos analisá-la e tirar conclusões que facilitem nossas decisões. A educação, portanto, deve fornecer as ferramentas para que os alunos aprendam e ajam. Ideias que promovam a compreensão do funcionamento humano na interpretação da realidade certamente contribuirão para a educação, podendo revolucionar a forma como os estudantes se envolvem com o aprendizado.

Palavras chave: Aprendizagem – Gestão da Informação – Interpretação – Educação

(*) **Martin Traina**, Contador Público Nacional y Lic. en Administración Pública (UBA), docente en el Área Comunicación Corporativa + Empresaria en la Facultad de Diseño y Comunicación (UP) desde el año 2006.

El cartel polaco: del mundo sombrío de la guerra a un mundo de colores, humor y espontaneidad

Belén Usandivaras^(*)

Fecha de recepción: agosto 2023

Fecha de aceptación: octubre 2023

Versión final: diciembre 2023

Resumen: Lo lúdico en el arte y el diseño gráfico, particularmente en el cartel polaco, ha funcionado como una vía para expresar lo inefable, desafiando las estructuras racionales impuestas por la sociedad. Inspirados por lo imposible y lo infantil, diseñadores como Henryk Tomaszewski utilizaron elementos como el collage, la serigrafía y la metáfora visual para crear imágenes cargadas de simbolismo, que trascendían la función comunicativa tradicional. En el contexto de la posguerra, el cartel polaco se convirtió en una expresión artística resiliente, influenciada por las vanguardias del siglo XX —como el surrealismo, el dadaísmo y el constructivismo—. Estas corrientes permitieron representar tanto realidades sombrías como aspiraciones colectivas, sin recurrir a narrativas literales. Además, se recupera el pensamiento de Schiller sobre el arte como “juego serio”, donde lo lúdico se convierte en una herramienta liberadora y subversiva, permitiendo al ser humano recuperar su unidad perdida y resignificar el entorno a través de la creatividad.

Palabras clave: Cartel polaco - Posguerra - Color - vanguardias - Metáfora Visual

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 211]

Tanto en el mundo del arte como en el del diseño gráfico, encontramos desde el siglo XIX imágenes que articulan lo posible con lo imposible, en las que podemos ver algo del orden de lo lúdico. La creación de este tipo de imágenes no tiene como objetivo “volver a la infancia”, o imitar el juego de los niños. Lo lúdico es pasar sobre los límites que conectan lo posible con lo imposible, lo creíble con lo increíble. Marta Zatonyi (2008) dice en su libro *Una estética del arte y el diseño*, que en el juego creativo el ser humano hace lo que en la “vida real” no puede realizar, y los significantes adquieren significados no avalados por un código: “los objetos y las personas pueden salir de su rol establecido por la cultura, y adquirir una vida propia; donde ya no reina la lógica construida por la sociedad y sus valores ya no imitan las posibilidades.”

Podemos entonces pensar que muchos artistas y diseñadores, se valieron de recursos visuales y gráficos-imáge-

nes de lo imposible del mundo infantil, para “decir lo que no se puede decir con las palabras del mundo de los adultos” (Zátonyi, 2008). El diseñador polaco Henryk Tomaszewski fue uno de ellos, pionero del cartel polaco.

El cartel polaco

En septiembre de 1939, con la invasión de Hitler a Polonia desde el norte, sur y oeste sin declaración de guerra, la violencia de la Segunda Guerra Mundial arrasó toda Europa. Días más tarde, las tropas soviéticas entraron a Polonia y siguió una época de devastación que duró seis años. La pintura y el diseño gráfico, como muchos aspectos de la cultura y sociedad polacas, habían dejado de existir. Sin embargo, como un reflejo de la entereza y resiliencia del espíritu humano, de esta devastación surgió la escuela polaca de carteles artísticos, reconocida internacionalmente.

En la sociedad comunista de Polonia, establecida después de la guerra, los clientes eran industrias e instituciones controladas por el estado. Por lo tanto, los carteles de eventos culturales, los circos, los cines y la política se consideraban mensajes importantes. Los diseñadores gráficos se unen con los productores de películas, escritores y artistas de las bellas artes en la Unión Polaca de Artistas. El ingreso a esta organización se logra luego de terminar el programa de estudios de la Academia de Arte de Varsovia o Cracovia.

El Primer artista polaco que apareció después de la guerra fue Tadeusz Trepkowski (1914-1956), quien expresó -durante la primera década después de la devastación- las trágicas aspiraciones y los recuerdos, que estaban profundamente fijados en el alma nacional. El enfoque de Trepkowski involucraba la reducción de imágenes y palabras hasta que el contenido era sublimado a su más simple representación.

El famoso cartel antiguerra del año 1953, sólo con la palabra "NO".

Luego de la muerte prematura de T. Trepkowski, Henryk Tomaszewski llegó a ser el "cerebro espiritual" del diseño gráfico polaco, impulsando fuertemente el movimiento como profesor de la Academia de Bellas Artes de Varsovia.

Nacido en Varsovia, Henryk Tomaszewski (1914-2005) estudió en la Academia de Bellas Artes de Varsovia y rápidamente se convirtió en una figura destacada en la escena del diseño gráfico polaco.

Su estilo distintivo se caracterizaba por el uso creativo del color, la forma y la tipografía para comunicar mensajes de manera impactante. Tomaszewski creía que el diseño gráfico debía ser accesible para todos y su trabajo reflejaba esa filosofía al emplear imágenes simples pero poderosas que conectaban con el público.

En estas imágenes vemos representaciones lúdicas en las cuales se han integrado elementos de juego, experimentación y creatividad. Una técnica muy utilizada era en base a pedazos de papel desgarrados o recortados, que luego eran impresos por medio de un proceso de serigrafía. También la ilustración y la tipografía caligráfica o a mano alzada, la fotografía combinada con pintura o dibujo, etc. Todos estos recursos visuales llevaron el diseño gráfico polaco hacia una expresión artística y colorida, donde también podemos ver la influencia de las vanguardias del siglo XX.

Una gran influencia de Henryk Tomaszewski fue el diseñador Jerzy Flisak quien produjo algunos de los afiches más memorables de la época del naciente cine polaco de principios de los años 60. Él usó esta técnica de collage, en el cartel para películas de Rzeczpospolita Babska (1930).

Además de los afiches con expresiones de conciencia colectiva de Trepkowski, y los montajes más lúdicos, llenos de colores que se desarrollaron durante los años de 1950 hasta 1970, hubo una tercera tendencia importante de los carteles polacos, que se dirigía hacia la metafísica y el surrealismo. En este caso, los diseñadores describían de manera metafórica, lo más oscuro y sombrío de la realidad nacional. No está claro si era una reacción a las represiones sociales del régimen dictatorial o a la desesperación y el anhelo de autonomía que tanto se le negó a Polonia durante su historia.

Dos de sus referentes fueron Franciszek Starowiejski, y

Roman Cieslewicz, quienes incorporaron la metafísica en su trabajo, a través de técnicas como el collage, montaje e imágenes de medio tono amplificadas a una escala que transforma los puntos en texturas tangibles.

Influencia de vanguardias artísticas en el poster polaco

Las vanguardias artísticas, que emergieron principalmente en Europa a principios del siglo XX, tuvieron una influencia significativa en el desarrollo del diseño gráfico y, específicamente, en el poster polaco.

Si miramos los afiches de origen polaco con formas geométricas y colores vibrantes -evocando sentimientos intensos-, podemos descubrir imágenes inspiradas en el Expresionismo y Cubismo, movimientos que enfatizaban la representación de emociones intensas y la fragmentación de la realidad respectivamente.

El Constructivismo originado en Rusia influyó en los posters polacos mediante el uso de tipografía audaz y gráficos simplificados que facilitaban la comunicación rápida y efectiva de ideas.

El Dadaísmo también fue una influencia en el afichismo polaco. Con su enfoque en el absurdo y la protesta contra las convenciones establecidas, inspiró imágenes que desafiaban las normas estéticas y sociales establecidas. Estos posters a menudo utilizaban imágenes inusuales, textos cortantes y un humor irónico para provocar una respuesta en el espectador.

El surrealismo influyó en el diseño de imágenes, con elementos oníricos, subconscientes y simbólicos que jugaban con la realidad y la fantasía.

Una herramienta muy utilizada por los diseñadores polacos fue el fotomontaje, que permitió la combinación de fotografía, tipografía y elementos gráficos de manera innovadora. Esto no solo amplió las posibilidades creativas, sino que también mejoró la capacidad de comunicar mensajes complejos de manera visualmente atractiva.

Estas influencias se combinaron para crear pósters que no sólo eran herramientas de comunicación visual, sino también obras de arte que desafiaban las convenciones y buscaban despertar emociones y reflexiones en el espectador.

Metáfora visual

Además en el afiche polaco podemos ver un fuerte uso de figuras retóricas, que surgen como nuevo recurso semántico, rechazando la descripción narrativa y dándole lugar a una imagen con metáfora visual, buscando muchas veces reducir los elementos de la pieza gráfica, para llegar a una síntesis visual.

Barthes dice que "No se encuentra nunca (al menos en publicidad) una imagen literal en estado puro. Aún cuando fuera posible configurar una imagen enteramente, ésta se uniría de inmediato al signo de la ingenuidad y se completaría con un tercer mensaje, simbólico."

Los diseñadores polacos usan la retórica visual para romper con la isotopía de los textos visuales. Y para romper con una manera tradicional o narrativa de comunicar. Esto no significa que sean imágenes no coherentes o "defectuosas" sino que el receptor tiene que construir la coherencia de las mismas, utilizando sus saberes y capacidades de interpretación.

El juego en el arte

Friedrich Schiller (1759-1805), un destacado filósofo y

escritor alemán del siglo XVIII, abordó el tema del juego en el arte en su ensayo “Cartas sobre la educación estética del hombre” (1794). En este trabajo, Schiller explora cómo el juego puede ser una actividad fundamental tanto en la formación estética como en el desarrollo humano en general.

Schiller distingue entre dos tipos de juego en relación con el arte. Por un lado, el Juego serio (ernstes Spiel). Schiller argumenta que el arte, en su forma más elevada, es un tipo de juego serio. Este juego no es frívolo ni superficial, sino que implica una actividad creativa y liberadora del espíritu humano. A través del arte, los individuos pueden expresar libremente sus emociones, ideas y aspiraciones más profundas, escapando así de las limitaciones de la realidad cotidiana. Y, por el otro, el Juego ingenuo (naives Spiel), que se refiere a la capacidad innata de jugar que poseen los niños. Este tipo de juego es espontáneo, libre de motivaciones externas o restricciones y se asemeja a la creatividad pura y desinteresada que encuentra su expresión en el arte.

Según Schiller, el hombre puede llegar a ser una unidad total y completa, cuando abandona su trabajo alienante que desmiembra su personalidad y juega. Schiller llega al concepto del rol específico de las artes a través de la educación estética. Fue el primero en nombrar el fenómeno de la enajenación, consecuencia del nuevo sistema (capitalista).

El juego, en su versión más noble, es propiedad de la actividad creativa artística, donde se encuentran la exigencia de la razón y de los sentimientos. Lo lúdico, no es una actividad inferior del hombre, sino al contrario, es la manera superior de realizarse, afirma Schiller, y señala, “El hombre es libre sólo cuando juega”.

Satonyi (2008) afirma que “el papel del juego en el arte es determinante, no como anestésico, sino como fuerza generadora, erótica, transgresora.” La “transgresión” alude a la habilidad del juego para romper con las convenciones y los límites tradicionales, permitiendo nuevas formas de expresión artística.

Algunas preguntas que se me presentan en relación a este tipo de imágenes lúdicas -sin saber si todas tienen respuesta-: ¿Por qué muchos de los diseñadores polacos se valieron de este tipo de imágenes “del mundo infantil” para comunicar distintos contenidos relacionados con eventos culturales artísticos (teatro, circo)? ¿Podemos pensar que fueron resultado de la necesidad de un “escape” del mundo sombrío y trágico que dejó la guerra? ¿Era la manera que encontraron algunos diseñadores de nombrar y hacer visible lo que había estado vedado?

Quizás sí podemos hablar de imágenes con tinte naif, pero que tienen una indudable potencia en cuanto a su simbolismo y significado.

Conclusión

Pienso que algo de lo que reflejan los afiches polacos tiene que ver justamente con el hallazgo de un nuevo lenguaje visual, y de un giro hacia lo artístico, que viene a romper con el lenguaje comercial anterior. Es decir que el papel del arte fue fundamental como recurso para poder “jugar” y animarse a ir más allá de lo establecido. Las metáforas visuales también influyeron en la creación de nuevas piezas gráficas, que desafiaban y ponían al observador/receptor en un lugar de mayor protagonismo. Y

éstas también representaron una ruptura -no sólo de la isotopía de los textos visuales más narrativos o literales-, sino también de una anterior manera de representación. Como dice Nelly Schnaith (1987), “la pintura rupestre y la gráfica oponen a lo visible ‘natural’ (...) los significantes culturales válidos visibles”. Señala que toda representación expresa el aspecto visual de la cultura de una sociedad, su forma de percibir, de representar y de concebir el mundo.

Referencias bibliográficas

- Meggs, P. y Purvis, A. *Historia del Diseño Gráfico*. Editorial Trillas.
- Ledesma, M. y López, M. (2004). *Comunicación para diseñadores*. Ediciones Fadu.
- Zátonyi, M. (2008). *Una estética del arte y el diseño*. Nobuko.

Abstract: Playfulness in art and graphic design, particularly in the Polish poster, has served as a means to express the ineffable, challenging the rational structures imposed by society. Inspired by the impossible and the childlike, designers such as Henryk Tomaszewski used elements like collage, screen printing, and visual metaphor to create images rich in symbolism that transcended traditional communicative functions. In the postwar context, the Polish poster became a resilient artistic expression, influenced by 20th-century avant-gardes —such as Surrealism, Dadaism, and Constructivism. These movements allowed for the representation of both dark realities and collective aspirations without resorting to literal narratives. Additionally, Schiller’s notion of art as a “serious game” is revisited, where playfulness becomes a liberating and subversive tool, enabling humans to recover their lost unity and reinterpret their surroundings through creativity.

Keywords: Polish Poster – Postwar – Color – Avant-garde – Visual Metaphor

Resumo: O lúdico na arte e no design gráfico, particularmente no cartaz polonês, tem funcionado como um meio de expressar o inefável, desafiando as estruturas racionais impostas pela sociedade. Inspirados pelo impossível e pelo infantil, designers como Henryk Tomaszewski utilizaram elementos como colagem, serigrafia e metáfora visual para criar imagens carregadas de simbolismo, que transcendiam a função comunicativa tradicional. No contexto do pós-guerra, o cartaz polonês tornou-se uma expressão artística resiliente, influenciada pelas vanguardas do século XX — como o surrealismo, o dadaísmo e o construtivismo. Esses movimentos permitiram representar tanto realidades sombrias quanto aspirações coletivas, sem recorrer a narrativas literais. Além disso, resgata-se o pensamento de Schiller sobre a arte como um “jogo sério”, em que o lúdico se transforma em uma ferramenta libertadora e subversiva, permitindo ao ser humano recuperar sua unidade perdida e ressignificar o entorno por meio da criatividade.

Palavras chave: Cartaz Polonês – Pós-Guerra – Cor – Vanguardas – Metáfora Visual

(*) **Belén Usandivaras**, Diseñadora Gráfica (UBA), docente en el Área Diseño Gráfico + Ilustración en la Facultad de Diseño y Comunicación (UP) desde el año 2024.