

#09 | SEMESTRAL  
DIC2020

natura

ISSN 2518-2927

REVISTA CUBANA DE DISEÑO



DISEÑO Y POESÍA

Del 10 al 14 de mayo

**SOMOS SI ERES PARTE**

# NOTA EDITORIAL

---

*La Tiza* se acerca a sus primeros diez números, a sus primeros cinco años y, justo en el preámbulo de tales acontecimientos, nos colma la gratificante certeza de que buenos ángeles nos acompañan.

Quizás algunos lectores opinen que esta declaración espiritual no se aviene con una publicación que promociona el diseño, actividad prefiguradora del mundo material; pero no existe contradicción en lo que exponemos. Hace falta una espiritualidad rica en valores, anclajes culturales, sensibilidad y empeño innovador; además del conocimiento y la destreza técnica, para detectar los problemas que el diseño puede resolver y aportar soluciones efectivas; no mágicas, sino respetuosas de los diversos requisitos que cada proyecto conlleva.

También, hace falta intención. Cuando la intención no se ha asentado, no se ha convertido en prácticas ordenadas y sistemáticas que formen parte de una cultura, hay que reforzarla. Para demostrar el funcionamiento de la palanca a Arquímedes no le bastaba con una barra, necesitaba un punto de apoyo. Así, solo así, podría mover el mundo. Esa intención manifiesta, que sacude por momentos el entramado industrial y de servicios cubano, encontrará un sólido “punto de apoyo” en la Política de Diseño, de la cual en este número hablamos.

Pero hay otras intenciones que se articulan, sin ser premeditadas, y tienen tanta fuerza como una palanca. Es así como un día, a propósito de un notorio premio, el diseñador cubano Ernesto Niebla concedió una entrevista en la que hablaba de su pasión por la letra (el diseño editorial, la tipografía). Unos meses más tarde, el maestro argentino Rubén Fontana,

recibía también un importantísimo galardón, e igualmente accedía a conversar con *La Tiza* sobre su vida dedicada al diseño de alfabetos.

Roberto Chávez, máster en Gestión e Innovación del Diseño, nos había amablemente regalado una síntesis de su tesis sobre figuras y tropos de la retórica en la conceptualización de marcas, y esa recreación de los juegos entre significados y palabras, enseguida se emparentó con el deseo postergado de homenajear a un diseñador poeta muy querido entre sus coetáneos, Marcial Dacal.

Marcialito, como todos le llamaban y recuerdan, creía en la poesía contenida en el acto de “dar nombre y signo”. Son varios los textos que hemos publicado donde su nombre ha emergido invariablemente, asociado a la lírica o la bondad, al trabajo íntegro o la amistad sincera.

*La Tiza* nunca podrá entrevistarle, pero gracias a la sección Temas en Perspectiva que presentamos en esta edición, nos acercamos un poco a lo que sería conocerlo. Marcial fue un ser de luz que sus amigos han ayudado a perpetuar y, quizás, no sea muy osado pensar que es uno de esos ángeles que guían nuestras páginas.



EDITADA POR:

**ONDI** OFICINA  
NACIONAL  
DE DISEÑO

Calle Loma No.725 e/ Tulipán  
y Lombillo, Plaza, La Habana, Cuba  
[comunicacion@ondi.cu](mailto:comunicacion@ondi.cu)  
[comunicacion.ondi@gmail.com](mailto:comunicacion.ondi@gmail.com)

**IMPRESIÓN:**

Publicitur

**DIRECTORA:**

Gisela Herrero García

**EDITOR JEFE:**

Leandro Maceo Leyva

**EDICIÓN EJECUTIVA:**

Ivette Leyva García

Addiley Palancar Guerra

**CORRECCIÓN Y ESTILO:**

Zita Corrales Romero

**DISEÑO EDITORIAL:**

Marcos Ramos Corona

Marlene P. Posada Villanueva

**DISEÑO DE PORTADA,  
CONTRAPORTADA Y SUMARIO:**

Marlene P. Posada Villanueva

**DISEÑO DE REVERSO  
DE PORTADA:**

Adriana Toyos

Víctor Rodríguez

**DISEÑO DE REVERSO  
DE CONTRAPORTADA:**

Marlene P. Posada Villanueva

S U

## TEXTO Y SIGNO

---

04

Entrevista a Rubén Fontana  
EL DISEÑO DE FUENTES  
O UN LUGAR EN EL MUNDO

Ivette Leyva García

## TEMAS EN PERSPECTIVA

---

### DISEÑO Y POESÍA

14

MARCIAL DACAL,  
SUEÑOS INCONCLUSOS

Addiley Palancar Guerra

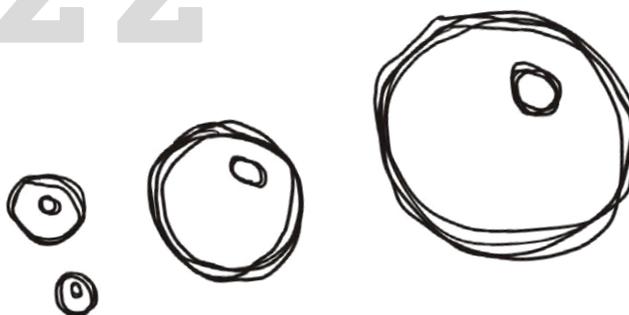
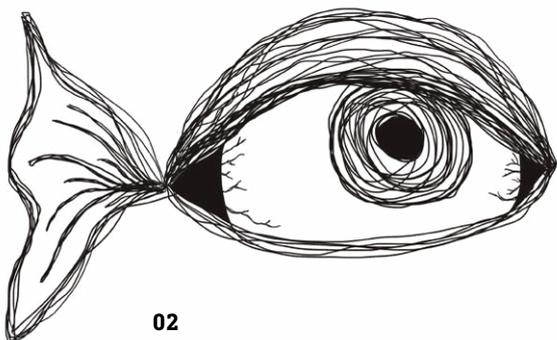
18

CERTEZA  
DE CAMPAÑA

Ernesto Niebla Chalita

22

BISAGRAS



# M A R I O

## TRANSPARENCIAS

---

26

**ERNESTO NIEBLA:  
"TODO NACE DE LA LETRA"**

Ivette Leyva García

## VÉRTICE ACADÉMICO

---

34

**EL ARTE DEL BUEN DECIR  
Y EL BUEN SIGNIFICAR**

Roberto Chávez Miranda

## ONDí EN PUNTO

---

38

**POR LA RUTA  
DEL DISEÑO**

Gisela Herrero García

## HECHO EN CUBA

---

44

**"IDEAS EN FORMAS"  
DESDE LA SUTILEZA DEL DISEÑO**

Surisday Reyes Martínez

# EL DISEÑO DE FUENTES O UN LUGAR

## EN EL MUNDO

Tendría que ser exacta y decir que, en aquella oportunidad cuando, al hojear un ejemplar de La Jiribilla de Papel de octubre de 2007, descubrí un texto de Rubén Fontana, no fui capaz de leerlo una vez, sino tres.

Se titulaba “El diseño tipográfico en América Latina”, conferencia ofrecida en el Congreso Mundial del Consejo Internacional de Asociaciones de Diseño Gráfico, ICOGRADA, evento que La Habana acogiera en la fecha referida.

Fue esa lectura, realizada unos cinco años después de su publicación, la que me reveló que se puede escribir sobre un concepto como el de desarrollo desigual, mediante el uso de una familia de letras que sea expresión propia de esa disparidad; pues “el diseño y la producción de fuentes tipográficas llegaron a Latinoamérica posibilitados por la computadora personal, es decir, unos 500 años después de Gutenberg, algo más de 400 años después de Garamond, 200 años después de Bodoni y menos de 100 después de Renner”.

Mediante esas palabras logré también sopesar cabalmente otra de las cicatrices de la colonización, ya que el arribo del alfabeto y la imprenta a América Latina, “bajo modales conquistadores significó, más que la imposición de un idioma alternativo, el aborto de todos los procesos locales de representación del habla nativa”, decía el autor. Así, existen en la región “cantidad de lenguas ágrafas que esperan la posibilidad de una escritura para la supervivencia de los conocimientos y cultura de cada uno de sus pueblos”.

Por ese tiempo supe además que el destacado tipógrafo argentino y su compañera de vida, Zalma Jalluf, habían intervenido en el proceso de concepción de la marca país cubana; la cual, en los últimos meses, ha experimentado un renacer en el imaginario visual de nuestro país. Para hablar de este y otros temas le solicitamos una entrevista que él, gentilmente, nos concedió desde su estudio FontanaDiseño, en Buenos Aires. Y fue así que conocimos detalles de ese día en

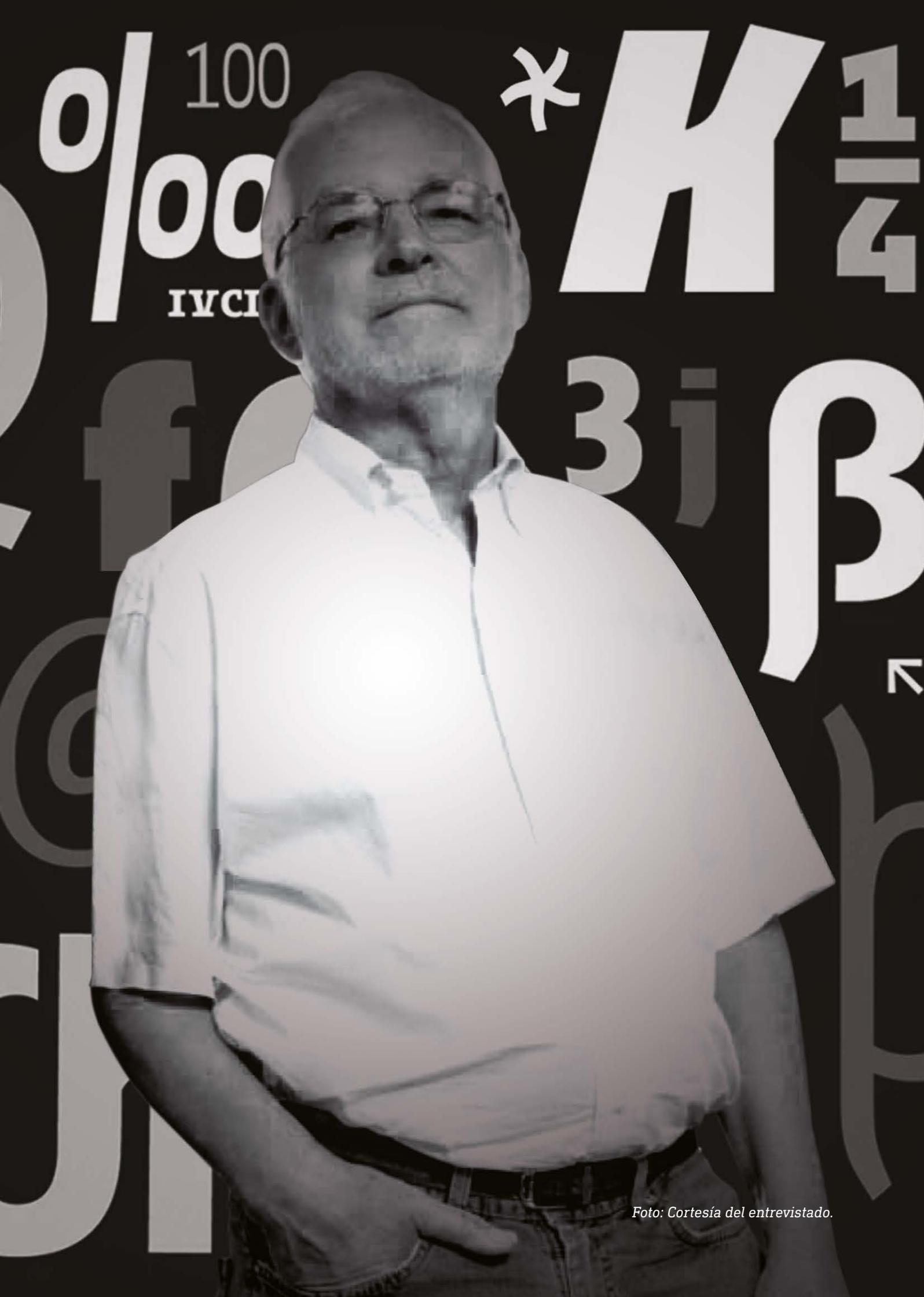
### IVETTE LEYVA GARCÍA

que, a inicios de los 2000, fueron convocados por Norberto Chaves para participar de la experiencia que el destacado asesor en imagen corporativa estaba liderando en Cuba.

El proyecto estaba a cargo de la Oficina Nacional de Diseño (ONDi) —organización que en este 2020 ha arribado a sus 40 años de fundada— y la agencia Publicitur, del Ministerio de Turismo (MINTUR).

Una semana después de aquella llamada telefónica, “a primera hora de la tarde”, aterrizaron Zalma y él en La Habana.

“Luego de una reunión de presentación en la que recibimos el saludo y la bienvenida de las autoridades del Ministerio, fuimos directamente al encuentro del equipo interno, constituido por profesionales de la ONDi y Publicitur; el cual, desde hacía semanas, se encontraba trabajando y ya había formalizado algunas ideas, bajo la guía de Norberto.



100  
%  
/00  
IVCI

\* K 1/4

f 3j B ↗

Foto: Cortesía del entrevistado.

“Nos presentaron los caminos explorados, que eran francamente muy ricos y diversos, y escuchamos los argumentos de cada uno. Con la claridad que lo caracteriza, Chaves hizo un análisis crítico de cada propuesta, invitando a todos a profundizar en el problema y elevando ciertas conclusiones definitorias que contextualizaron con precisión el pedido de diseño”. Sobre esta experiencia el propio Norberto ha relatado, en entrevistas previas, la intensa búsqueda que precedió a la etapa de conceptualización, la exploración

en el universo simbólico y visual cubano con el anhelo de que la marca se revelara como un elemento largo tiempo presente en la cultura del país. Uno de los hallazgos de esa investigación había sido el del triángulo rojo con la estrella blanca, cuyo uso fue ubicado en varias épocas, formatos, soportes, incluso en una escarapela mambisa.

A propósito, recuerda Fontana que en la cena de esa primera noche Zalma comentó que “no había signo gráfico más representativo de la identidad cubana que el triángulo rojo con la estrella blanca”; idea con la que concordaba América Sánchez, diseñador y fotógrafo

porteño, igualmente invitado por Norberto.

Integrantes del equipo ONDi-Publicitur rememoran que los asesores, con su experimentada visión, ayudaron mucho a enrutar la solución, a discernir entre las opciones planteadas, a perfeccionar el camino de diseño.

Fueron tres los intensos días que los invitados permanecieron en La Habana en función de este proyecto, y en los cuales se trabajó en pruebas tipográficas, ajuste de proporciones, racionalización técnica, proyección de piezas hipotéticas...

Al finalizar estas jornadas, imperaba la sensación de que “se había formalizado una idea marcaria de acuerdo a la necesidad originalmente planteada”.

Hubo una segunda etapa muy importante, de adecuación tipográfica final de la palabra Cuba, para la cual se había elegido la familia Formata. Refiere nuestro entrevistado que existía incluso el interés de avanzar en la formalización de un manual normativo muy básico; para ello, visitaron el estudio FontanaDiseño, en Buenos Aires, dos de los especialistas que habían integrado el equipo en La Habana, Michel Lugo y Yamilet Pino.

“En esos días yo trabajé en los ajustes tipográficos exigidos por la marca, en base al peso que debía tener la letra y que no coincidía con ninguno de los previstos por el diseñador de la fuente original”.

Aproximadamente un año después de aquel cierre, Fontana y Zalma se encontraron ante la evidencia de la utilidad de aquellos días de trabajo. Mientras caminaban por Buenos Aires, identificaron las playas de la Isla en una gran valla publicitaria y, junto al mar despejado, el símbolo. “Fue la primera vez que vimos la

La Jiribilla de Papel número 72, dedicada a ICOGRDA, octubre de 2007.

# laJiribilla de papel

www.lajiribilla.co.cu • publicación mensual • www.lajiribilla.co.cu



**Dossier:**  
**Diseño gráfico y cultura**  
**ICOGRADA 2007**

**TV or not TV**  
 Rogelio Riverón

**Homo Sapiens: ¿Homo que emigra?**  
 Rafael de Águila

**Guillermo: los tesoros de la amistad**  
 Eduardo Heras León

fa

Fontana

A

Andralis

ch

Chaco

pg

Palestina

df

Distéfano

marca Cuba hecha realidad, y en esa realidad nos sentimos felices. Claro que faltaba mucho, pero ya se estaban dando pasos importantes: contando la marca al mundo naturalizaban la apropiación de un signo tan propio como universal”.

*Fontana, a quien se le reconoce como pionero en la profesionalización del diseño en Argentina, cursó varios años de dibujo y pintura antes de empezar a trabajar en agencias de Publicidad.*

**—¿Qué sucesos lo conducen a especializarse en la tipografía?**

—No tengo muchas explicaciones, dibujar letras es algo que me interesó desde que tenía unos diez años, pintaba carteles para todo aquel que me lo pedía. En una etapa posterior, el desencadenante pudo haber estado en la admiración del trabajo de un colega de la agencia donde me desempeñaba de mandadero a los quince años, y en cierta habilidad en la práctica temprana del dibujo que pude desarrollar. Lo cierto es que la letra me atraía e intenté perfeccionarme.

“Muy pronto comencé a dibujar letras para mejorar mis ingresos económicos. Luego, fue el destino el que puso en mi camino a dos queridos maestros amigos que supieron cultivar lo que había surgido en forma natural en mí: ellos fueron Juan Carlos Distéfano y Juan Andralis, quienes, con sus críticas y observaciones colaboraron en el perfeccionamiento de mi trabajo”.

*Todas las entrevistas permiten saldar ansias de conocimiento y, a la vez, nos plantean nuevas interrogantes. Leer varias de las que se le han realizado, nos ha motivado a tomar caminos que profundicen en sus propios planteamientos. Usted ha dicho: “La forma es una circunstancia, lo importante es lo que hay detrás de la letra”.*

**—¿Cuán determinante resulta esa “circunstancia” para acceder a lo que “hay detrás”; cuán definitoria es la letra correcta para que eso tan “importante” cumpla su cometido?**

—La letra es producto de una necesidad de los humanos para poder registrar los acontecimientos, nos acompaña desde hace unos 5500 años; sus formas de anotación transcurrieron por muchas culturas e idiomas de los distintos pueblos, los cuales fueron dejando en ella huellas y detalles. Si pensamos en todo ello, comprenderemos que en la forma de la letra hay componentes que, sin hacerlo de manera explícita, nos cuentan de circunstancias, de historias y de culturas.

“Para comprender el tema, observemos lo que sucede en dos estilos de letra formalmente opuestos: la letra gótica y la romana. Una misma palabra escrita con uno u

otro de esos estilos, connota referencias históricas y culturales muy diferentes, y es que no podemos desprendernos de lo que sabemos de ellas, de qué cosas se anotaron con unas o con otras, de quiénes y para qué las usaron. Esa palabra, al margen de su significado, queda signada entonces por el estilo tipográfico.

“Baste este breve ejemplo para señalar que todas las formas de letras están cargadas con mayor o menor evidencia de detalles que dejan testimonio de su origen o trayectoria, y que facilitan por ello interpretar de una u otra forma el sentido del texto que con ellas se represente”.

—También ha asegurado usted: “las condicionantes determinan en qué cuerpo tipográfico te mueves”.

**— ¿Cuáles serían las más frecuentes?**

—Un elemento condicionante puede ser el tamaño del soporte (por ejemplo: la página donde se imprime);

“

*La letra es producto de una necesidad de los humanos para poder registrar los acontecimientos*

”

# {puntuación itálica}

¿diferente? «¡así es!»

¡ey! ¿yo? sí/no [tú] {así} (bien)

'ella' "él" 11" 2' 'aquí' «acá»



otro, las circunstancias funcionales. Un libro de tamaño reducido, con un cuerpo de letra de 12 puntos, puede ser difícil de leer e interpretar, por lo relativamente grande que luciría el texto en la página pequeña. Es decir, se puede llegar a dar una incompatibilidad de proporciones que dificulten la fluida interpretación del mensaje; mientras que, si el mismo cuerpo de letra es usado en un libro de gran tamaño, esos 12 puntos pueden resultar escasos, y también incomodar la lectura y la facilidad de asimilación de su contenido. O sea, ambos mensajes resultarían de difícil comprensión por no tener un cuerpo de lectura armónicamente adecuado al tamaño de la página.

“Todos los soportes donde se vayan a anotar mensajes condicionan la facilidad de la legibilidad. Si necesitamos leer algo escrito en un vehículo que pasa a velocidad, es mejor que el mensaje se circunscriba a unas pocas palabras y se muestre en un tamaño grande.

“Un afiche en la vía pública necesita de tamaños tipográficos medianamente grandes, simples y precisos para poder leerlo al pasar. Si por el contrario el afiche se diseña para funcionar en interiores, admitirá otro tamaño de letra y extensión de texto”.

*Ha comentado, además, que “uno de los atractivos más motivantes del diseño de fuentes radica en que los espacios de acción son mínimos, están acotados, y fueron recorridos hasta el cansancio una y otra vez”.*

—¿Qué puede conminar, entonces, a un diseñador de tipografía a someterse a ese

recorrido nuevamente? ¿Cuáles pueden ser los anhelos o necesidades que inviten a la búsqueda de una nueva familia tipográfica? En el caso de las creadas por usted (Fontana, Chaco, Palestina, Andralis, Distéfano), ¿de qué incitaciones partieron?

—La motivación para diseñar una fuente siempre me surge de una necesidad de uso, nada se me ocurre si comienzo por una forma más o menos agradable, necesito tener un objetivo preciso para que la idea fluya. La futura prestación que deba contemplar ese alfabeto es lo que me va guiando en la búsqueda de las proporciones, del estilo y el peso de la letra.

“En mi caso, es la función la que va dictando el diseño. De lo dicho se desprende que, para mí, la propuesta de nuevos diseños de alfabetos se relaciona con los objetivos de uso, los que plantea el idioma, la funcionalidad y la identidad.

“Si antes de iniciar el proyecto se adoptan estas premisas el trabajo fluirá naturalmente: definir el problema que se ha de encarar ayuda a encontrar la solución. Iniciar la etapa proyectual sin objetivos definidos puede concluir en propuestas inútiles, con soluciones inaplicables o fuera de contexto.

“También es útil pensar que, a pesar de todos los recaudos, argumentos y objetivos que el diseñador se proponga para resolver un estilo o función determinados, una vez que una fuente tipográfica se difunde, su destino es impredecible y puede derivar hacia usos impensados, que no necesariamente tienen en cuenta los fines perseguidos por el diseñador. De todas maneras, esta situación no anula la necesidad de plantearse parámetros concretos que colaboren en la toma de decisiones.

“Y algo más, detrás de cualquier búsqueda en el diseño de una tipografía, siempre está latente el silencioso deseo de encontrar la alquimia que haga que ese alfabeto sea mejor, que lo torne necesario, que exprese una época y satisfaga una necesidad de uso.

“Las motivaciones para encarar el diseño de una fuente pueden ser muchas, a manera de referencia, y sin ánimo de que sean tomadas como parámetro, transcribiré las que me guiaron en algunos proyectos”.

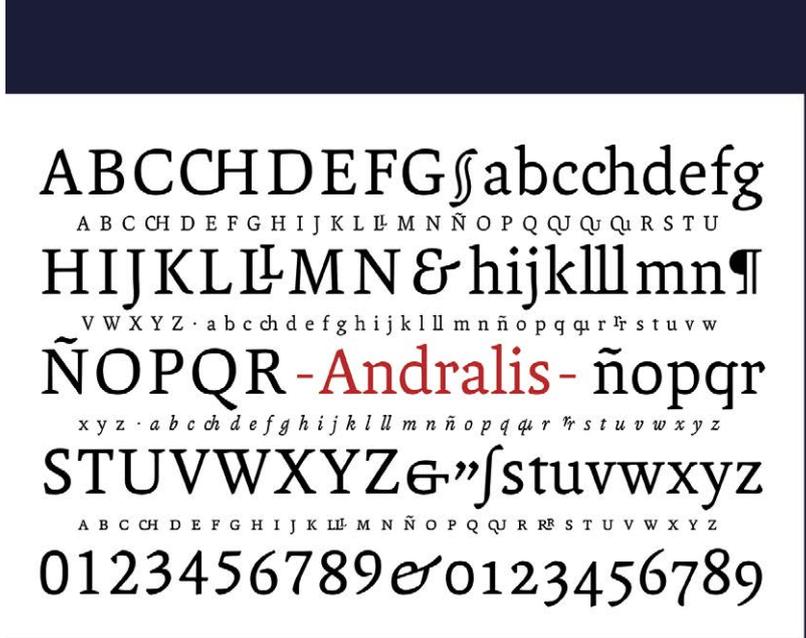


### Tipografía Fontana.

Tipografía Fontana (1995 / 2001–2020): “Esta tipografía, la primera digitalizada por mí, fue pensada para resolver las necesidades de la revista tipoGráfica, que requería una fuente que le diera identidad y que, a la vez, por sus proporciones, optimizara el rendimiento (cantidad de texto en un mismo espacio).

“Las necesidades específicas de la revista sirvieron como parámetro funcional, y la lengua como contexto natural y cultural, dado que la principal condición del diseño tipográfico es preservar y considerar la convención del idioma. El diseño se inició tomando en cuenta la característica más blanda de las palabras de nuestro idioma, que entre otras particularidades utiliza mayor cantidad de vocales que el inglés. También se trabajó en la diferenciación de los signos morfológicamente parecidos.

“El resultado final es consecuencia de ajustes, revisiones y correcciones surgidas a partir del uso y evaluación de la fuente en la composición. En un primer intento, su diseño se realizó en dos etapas, la primera en 1995 y la segunda en 2001. Actualmente, se está trabajando en optimizar su funcionamiento, por lo que es de suponer que habrá una tercera versión revisada”.



### Tipografía Andralis.

Tipografía Andralis (2003), Andralis plus(2017): “Para el diseño de la Andralis se tuvieron en cuenta ciertas observaciones sobre la página impresa oportunamente escuchadas a Juan Andralis, las cuales habían quedado en mi memoria. A él le agradaba que la tipografía



tuviera cierto peso para que el texto manche la página. La premisa de su diseño fue fortalecer el contorno de la palabra.

“Se analizó el comportamiento de las fuentes clásicas para textos y, paralelamente, se estudiaron las características de la escritura Devanagari (india); la cual, como rasgo particular, estructura las palabras colgándolas de un hombro muy marcado. En busca de ese objetivo es que en el diseño se desarrollaron los trazos superiores e inferiores más gruesos de lo habitual. Particularmente, se experimentó con la ruptura estilística entre forma y contraforma, generando blancos interiores cuyos ejes y recorridos no necesariamente responden a los de las formas exteriores de los signos. Estos aspectos permitieron letras clásicas y a la vez contemporáneas, adaptables a todo tipo de textos. En 2017 se retomó el trabajo para hacerlo más completo”.

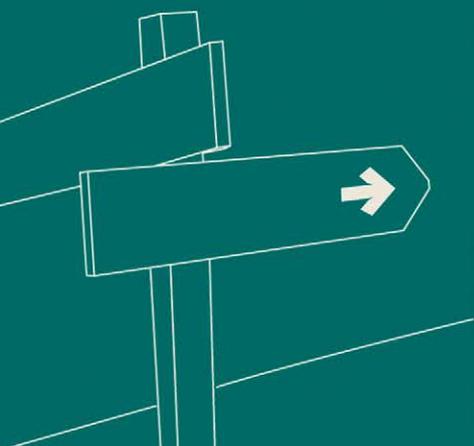
*Tipografía Chaco.*

se cierran ópticamente, las letras tienen ‘rajas’ de luz a manera de trampas de tinta. Esta solución optimiza la legibilidad a media distancia. Con la intención de diferenciar un signo de otro, algunos trazos verticales tienen el peso invertido.

“Los signos de apoyo, no fonéticos, se expresan más livianos que las letras, para que sean fácilmente diferenciables de las palabras. Se ha prestado particular atención al diseño de los números. Para su fácil reconocimiento, el 7 presenta el usual travesañero de la escritura manuscrita. Además de las ligaduras tradicionales y la correspondiente al sonido ‘ch’, se diseñaron las flechas que acompañan a cada una de las variantes.

“Se relevaron rutas de la Argentina y también se documentaron señales de Brasil, Estados Unidos de Norteamérica, España, Francia, Suiza, Holanda, Australia y Alemania. El sistema se probó rediseñando señales

10 OTF styles  
**Chaco**  
Born as signal typeface



a, provincia del CHACO,  
**e de nuestro país,**  
penetrables con flora y fauna  
**lor extremo y humedad,**  
**paz y silencio de hombres.**  
a por otras lenguas en la historia,  
*mente el despojo de su suelo.*

Tipografía Chaco (2004 / 2008): “La idea de esta fuente —originalmente diseñada para señales, títulos y textos— surgió de observar las señales viales en las rutas de Latinoamérica; estas, a mi entender, usaban fuentes y sistemas de señalización que, por sus proporciones y peso, dificultaban la interpretación de los mensajes.

“La característica formal más destacada de esta fuente es que los signos tienden a llenar los ángulos del rectángulo virtual en el que se expresan. Para que los encuentros con ángulos menores a 45 grados no

basadas en estándares internacionales. Distintos tests de legibilidad y visibilidad a distancia permitieron corregir detalles constructivos, perfeccionar contraformas y ajustar terminaciones.

“Una vez terminado este programa, se decidió el agregado de dos colores suplementarios que podían ser de utilidad para el uso de la familia en medios gráficos masivos. La fuente fue denominada Chaco como una forma de volver a nombrar y recuperar el sonido de una de las zonas más desprotegidas del sur de América”.

# Palestina

una tipografía sans serif

abc ch def gh ij kl m

ñ op q r s t u v w x y z

Light Regular Bold Black Ultrablack

1234567890 1967

tejidos guardas marcos caracteres especiales

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTU

VWXYZ CH CHe! Ch ch L TV X LC DIM

idiomas causas historia versalitas territorio

## Nación & Estado

### Tipografía Palestina.

Tipografía Palestina (2009), segunda versión (2013): “Palestina se diseñó despojada, para cubrir un amplio espectro de usos. Es una familia pensada para adaptarse funcionalmente a la composición de textos o de títulos. Para la realización se tuvo en cuenta el funcionamiento de la tipografía Trade Gothik en su versión de la era del metal, una sans serif ligeramente condensada y muy rendidora. Este diseño se proyectó austero, despojado de improntas demasiado características, procurando cumplir con los objetivos y requerimientos de una fuente de palo seco para uso editorial.

“La versión itálica considera la estructura de la romana y ciertos rasgos cursivos que son los que le aportan estilo. La fuente se compone de cinco pesos en todas sus variantes. Junto al alfabeto se diseñaron misceláneas especiales y motivos que se adaptan a cada uno de los cinco colores.

“La tarea se completó con un sistema modular de guardas orgánicas y geométricas vinculadas a la simbología representada en las mayólicas de La Alhambra, que permiten componer, a través del tipeo de determinados caracteres, dibujos o entramados más complejos y, como si fueran palabras, disponerse en cualquier cuerpo y en distintas proporciones.

“En su bautismo, la intención fue la de hacer resonar un nombre que evoca mucho más que la nomenclatura del histórico cuerpo de 22 puntos usado en las primeras épocas de la tipografía. Se quiso poner, en el escenario de los sonidos de la fuente, una existencia desoída e invisibilizada; nombrar a una nación sistemáticamente maltratada por los intereses de la historia y el imperio. Se rediseñó completa en 2013”.



### Tipografía Distéfano.

Tipografía Distéfano (2013 / 2016): “Esta fuente es otro homenaje a mi querido amigo Juan Carlos Distéfano y, a la vez, un desafío personal, porque responde a la primera tipografía que dibujé completa a principios de los años 80, cuando ni se soñaba con la posibilidad de digitalizar fuentes. Aquellos dibujos a lápiz fueron digitalizados con la inquietud de saber si podían funcionar como fuente. Una vez terminada, y habiendo comprobado su funcionamiento, fue utilizada por primera vez en la realización de un libro dedicado a la obra plástica del querido maestro”.

*tipoGráfica (tpG) es una revista de culto entre los amantes de las letras y sus formas de representación; también entre todos los interesados por un pensamiento crítico dentro de los campos del diseño. Usted fue fundador y director de esta publicación, la cual vio la luz entre los años 1987 y 2007 y llegó a estar considerada entre las más importantes del mundo dentro de su temática.*

—¿Qué lo anima a iniciar un proyecto editorial especializado en una esfera tan particular? ¿Nos sigue haciendo falta un espacio editorial para el encuentro y pensamiento de la tipografía en América Latina? En medio de tantas publicaciones dedicadas a la promoción de tendencias, ¿cuál fue la apuesta de tpG?

—En 1986, los que nos involucramos con el emprendimiento de hacer una publicación no éramos empresarios, ni editores, ni periodistas. Existía, sí, la firme convicción de que la revista debía hacerse a partir de experiencias vividas en el oficio del diseño y acompañando la incipiente actividad docente en la carrera de Diseño Gráfico nacida en la Universidad de Buenos Aires.

“Dado que por entonces había muy poca literatura específica en castellano, entendíamos que una publicación era el mejor complemento para colaborar con la formación. Aunque varias veces las circunstancias estuvieron a punto de doblar aquel emprendimiento, con el tiempo el proyecto se estabilizó, se perfeccionó y definió más claramente su identidad”.

“La propuesta y la trayectoria que fue trazando generaron una red de notables colaboradores del ámbito internacional, que aportaron inteligencia y experiencia en lo vinculado a la tipografía. También se convocó a las figuras locales más destacadas para que expresaran su opinión. Esto propició una participación que se fue ampliando con el tiempo. tipoGráfica (tpG) publicó 74 números y se editó ininterrumpidamente entre 1987 y 2007.

“Desde la publicación se generaban acciones paralelas como celebraciones, conferencias y congresos. En 2001 realizamos la exposición Letras Latinas, la cual



### Primer número de tpG, julio, 1987.

se convirtió en el antecedente de las bienales que con igual nombre se celebraron en 2004 y 2006. La Bial Letras Latinas, que surgió de la celebración de los 15 años de la revista, se pensó en latinoamericana desde su primera versión. En Buenos Aires se mostró en el Centro Cultural Recoleta, en 2004; con exposición simultánea en Santiago de Chile, San Pablo y Veracruz. La segunda Bial Letras Latinas 2006 se llevó a cabo en el mismo Centro en 2006 e incluyó charlas temáticas y talleres. Además de Buenos Aires, se mostró también en Bogotá, Caracas, Lima, Montevideo, Santiago de Chile, San Pablo y Veracruz.

“Durante este periodo también se editaron dos libros con el sello tpG: de Francisco Gálvez Pizarro, Educación tipográfica, 2005, y de Autores varios, Andralis, 2006.

“tipoGráfica dejó de aparecer cuando se entendió que en Latinoamérica y

en España ya se había constituido una red de editoriales que publicaban en idioma castellano y que el desarrollo de internet hacía fluido el acceso a la información. Junto a tpG dejaron de existir las distintas acciones vinculadas al medio.

### Última edición de tpG, número 47, año 2007.



# revista tipoGráfica

sistema de diversos colores y proporciones predefinidos

## Perito Moreno

### ¡Che, viste a la flaca de Córdoba!

DESDE QUE SE FUE, TRISTE VIVO YO, CAMINITO, AMIGO, YO TAMBIÉN ME VOY

“El cierre fue una decisión meditada, dos años antes comenzamos a dar pequeñas señales en la misma publicación, porque ya teníamos la decisión tomada; pero evidentemente los lectores no lo quisieron registrar.

“Hoy, a más de una década de su último número, muchos colegas con nostalgia siguen reclamando su reaparición. Los lectores de tpG eran docentes, profesionales y alumnos. La mayoría de la edición se distribuía en la Argentina, otra cantidad se exportaba traducida a Europa y el norte de América, y también llegábamos con ella a los países de Centro y Sudamérica.

“La revista estuvo muy lejos de ser pasatista, la mayor preocupación de los que la hacíamos era la calidad del contenido y, afortunadamente, fuimos acompañados por los mejores pensadores y profesionales del mundo que entendieron y se asociaron a la propuesta”.

*La docencia ha sido una constante en la vida profesional de Fontana. Estuvo entre los fundadores de la carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires (1985) y desde ahí impulsó e inició las asignaturas de Tipografía y Diseño Editorial (1987). Fungió como profesor titular de ambas disciplinas y titular de la cátedra de tipografía hasta 1997. Luego dirigió la Carrera de Posgrado en Diseño de Tipografía y también la Maestría en Tipografía de la Universidad Nacional de Buenos Aires, hasta 2017.*

**—¿De dónde nace la vocación por enseñar, qué la sustenta? ¿Existe alguna lección que no haya dejado de repetirse a sus estudiantes, tanto los de pregrado como los de posgrado; alguna enseñanza para la vida profesional; alguna regla inviolable?**

—La vocación por enseñar creo que me surgió al influjo de la misma vocación que manifestaban los alumnos por saber. El fenómeno de la inauguración de la carrera de Diseño Gráfico en la Universidad de Buenos Aires tuvo, en sus primeros años, un impulso que hoy es difícil de explicar, pero había mucho entusiasmo de ambas partes, de los que tuvimos que aprender a enseñar y de los que querían saber. Había en mí, además, el deseo de instruirme, ya que cuando comencé a dar clases en la carrera yo no poseía ninguna experiencia académica, pues no tuve la oportunidad de estudiar mi oficio más allá del aprendizaje en la práctica cotidiana.

“Debe haber varias lecciones que haya repetido durante mis años de actividad docente, seguramente en mi prédica siempre insté a los alumnos a hacer un diseño que se apoye en la utilidad, que no se base en banalidades.

Nuestro oficio es apasionante si se lo piensa en función de la comunicación responsable y de la utilidad social, eso es aplicable a todo, aunque se trate de un diseño de características comerciales”.

*A las manos de Rubén Fontana han llegado no pocos reconocimientos por su notorio ejercicio profesional. Entre ellos figura el Premio Konex de Platino (1992) a la mejor trayectoria de la década en el área del diseño gráfico. Fue uno de los vencedores en el concurso internacional de tipografía Bukva: Raz!, organizado por la Asociación Tipográfica Internacional (Moscú, Rusia, 2003). Ha sido homenajeado en encuentros de escuelas de diseño, por facultades y asociaciones profesionales de otros países y en congresos internacionales de tipografía. Se ha resaltado su trayectoria como diseñador, tipógrafo y educador de la legislatura de la ciudad de Buenos Aires (2011), y en 2020 recibió la Medalla del Type Directors Club de Nueva York.*

*Entre estos galardones también figura el Premio Nacional de Diseño de Cuba (2007), entregado por la Oficina Nacional de Diseño, a partir de su contribución a la educación y el desarrollo del diseño latinoamericano.*

**—Entre tantas distinciones recibidas, ¿qué significó para usted la otorgada por nuestro país? Más allá de los galardones institucionales, ¿cuál siente usted que ha sido el mayor premio de su carrera?**

—Todos los reconocimientos tienen en mí un lugar agradecido; pero el Premio Nacional de Diseño de Cuba, quizás por todo lo que significa la Revolución y las ilusiones que me proporcionó ese país desde aquel primero de enero de 1959, tiene para mí un significado especial. Además, aquel reconocimiento me lo entregó José Cuendias, una bella persona a la que tuve la suerte de tratar.

“Al margen de esta distinción, los mayores premios de mi carrera han sido algunos de mis queridos compañeros y maestros, pues a partir de su saber profesional y calidad como personas, logré interesarme en las posibilidades de mi oficio, y sigo aprendiendo todos los días. De algunos de ellos no solo entendí lo relativo al diseño; también me ayudaron a descubrir, como persona, cuál era mi lugar en este mundo”.





El síndrome de la página en blanco es un padecimiento recurrente que sufrimos quienes escogimos como forma de vida alguna de las variantes profesionales de la escritura. Ese momento irrepetible donde un ser humano se enfrenta en solitario a un acto de creación primario, que encarna desde placeres íntimos hasta los más insospechados miedos.

La acción de colocar palabra a palabra para conformar un discurso resulta un ejercicio mental, incluso agotador. Pero como todo acto creativo, al nacer del alma, fluye y crecen sus raíces. Cuando se descubre la idea básica a transmitir, la tesis a defender, los argumentos que la sustentan, la forma y soporte para darla a conocer; en ese momento mágico, estamos ante el nacimiento de un producto comunicativo.

Comunicar es entonces igual a crear. Los medios y mediaciones vienen a marcar el camino de ese esbozo que se transforma de idea a mensaje y hacen posible el consumo de las maneras más inverosímiles. Un fenómeno que abarca todas las disciplinas académicas y de la vida misma, que ha dotado a la humanidad de saberes, invenciones, arte, cultura e historia. Entre ellas, sin duda, sea tangible o intangible el resultado, está presente el diseño.

Una especialidad donde comunicación, creatividad

e innovación signan el actuar de sus emisores, esos a quienes denominan indistintamente diseñadores o creativos. Seres, especializados en trastocar conceptos, apropiarse de ellos y transformarlos en productos comunicativos, más allá de las segmentaciones por especialidades o sus usos. Seres capaces de generar impactos y representaciones personalísimas en cada receptor, destinatario o consumidor.

Estas líneas son un necesario preámbulo empírico que articula brevemente la inseparable interrelación entre creatividad, comunicación y diseño, en analogía simbólica con el acto de escribir y las maneras posibles de transmitir un mensaje.

#### **Apuntes de *Diseño y Poesía*, un binomio para la Comunicación**

Un visionario del diseño cubano reparó en esta relación y dejó para la historia la tesis de grado *Diseño y Poesía* (realizada en opción al título en la especialidad de Diseño Informacional del Instituto Superior de Diseño Industrial en junio de 1991), donde conjugaba ambos actos de la comunicación social, en un híbrido poco estudiado. Marcial Dacal Díaz es ese hombre joven que su generación no olvida, cultivador de la poesía y el diseño, a quien la muerte sorprendió con apenas 30 años de edad.



La Tiza, con mucha humildad y respeto, articula un primer acercamiento a la propuesta teórica que hiciera Dacal. Exponiendo fragmentos cardinales de su tesis para, en apretada recapitulación, otorgar visibilidad a uno de los sueños inconclusos del autor: continuar los estudios donde el diseño se apropia de la poesía (y viceversa), y cómo este lenguaje puede aportar nuevos significados y significantes a esta disciplina, a la comunicación, e incluso al desempeño de los diseñadores cubanos.

Justo en la introducción, Marcial cita un poema de Luis Rogelio Noguerras, donde propone: “Sustitúyase, a modo de experimento, la palabra poesía por diseño y la palabra poeta por diseñador”. Un ejercicio (sugerimos hacerlo) que interpela al lector y preludia los senderos que tomará la investigación:

*La poesía (El diseño) se parece a la censura  
porque también la poesía (el diseño)  
es el arte de quitar  
lo que molesta.  
pero el poeta (el diseñador) es el reverso del censor:  
el poeta (el diseñador) quita las hojas  
secas  
y el censor corta las raíces.*

“Algo o mucho de poesía hay en estos ejemplos (...) y la meta es saber cuánto de poesía hay y cuánto debe haber, qué hace poético a lo poético y cómo se aprende a dominar este modo de expresión maravilloso para transmitir ideas con menos riesgos y para enriquecer espíritus con menos dudas”, sentencia el autor en las primeras líneas.

Las mismas que establecen como mayor pretensión del trabajo: “adentrarse en disciplinas (...) como la retórica y la semiótica que son imprescindibles para

cualquier futuro especialista en comunicación social. Así como despertar el interés en estas disciplinas en estudiantes y profesionales del diseño, que es a su vez el interés por la poesía: primera alteración de la lógica y madre de todos los intentos por comunicar de modos no establecidos, que es el único modo de comunicar”.

Un gran objetivo, que en tareas específicas proponía “demostrar que se puede diseñar a partir de la expresión poética” y exponer cómo en los momentos más significativos de la historia del diseño se ha utilizado la misma; para “con estos resultados avanzar hacia un grupo de procedimientos que permitan utilizar la expresión poética para la solución de cualquier problema”.

En esa inmersión profunda que realizó Dacal, el autor define a la poesía “como una manera específica de organizar el lenguaje, del mismo modo que el diseño se ocupa de organizar conceptos, imágenes; en fin, también el diseño constituye un modo específico, y a veces poético, de organizar el lenguaje”.

El recorrido por los antecedentes históricos sobre el tema que desarrolla Marcial le permitió reconocer que: “El modo poético de comunicar ha estado y estará presente en el quehacer de los diseñadores. Pero además, independientemente de que uno anteponga el valor estético del mensaje y el otro anteponga el valor funcional, ambos, el poeta y el diseñador han de poseer habilidad e inteligencia, que son por demás cultivables, y en medio de una gran cantidad de información, aparentemente caótica, descubrir semejanzas que otros no descubren, observar contradicciones que otros no ven, crear conexiones que otros no pueden establecer, encontrar soluciones inesperadas a problemas que otros abandonan y en consecuencia generar síntesis nuevas y sorprendentes; por útiles y por bellas, si es que pueden separarse”.





Los conocimientos profundos, mezclados a su pasión por el lenguaje poético, permiten a Dacal Díaz impregnar a la investigación una amplia conceptualización de las variables en estudio. Saberes que le permiten realizar afirmaciones rotundas como cuando formula: “La poesía es capaz de revelar en la intensidad de su expresión una reacción subjetiva, es capaz de señalar con mayor precisión una cualidad específica y es, además, capaz de trasladar por vía sintética la visión de una compleja realidad anímica”.

### Figuras retóricas en el núcleo de la expresión poética

El joven diseñador aboga por el uso consciente de la expresión poética. Advierte que para su empleo es necesario conocer profundamente cada figura retórica y tener en cuenta las características del público-receptor, “lo cual posibilita usar las palabras e imágenes precisas y absolutamente necesarias en la elaboración de cualquier mensaje. Los diferentes recursos de la expresión tropológica pueden funcionar ante cualquier segmento independientemente del nivel cultural de dicho grupo”.

Elementos que le permiten aseverar durante su exploración científica que “el tropo es al mensaje lo que el diseño al mundo de la imagen audiovisual: el encargado de seleccionar, procesar y entregar lo imprescindible, lo totalmente necesario para una eficiente comunicación”.

Las aproximaciones teóricas de Dacal le permitieron afirmar que la vinculación de una especialidad como la retórica y sus figuras, con el campo de la comunicación verbal y visual, establecen una singular relación texto e imagen. Así, dejaba entrever sus puntos de vista sobre cómo, para que el mensaje sea eficaz, no se trata de reproducir miméticamente un texto aplicado a una

gráfica, o una visualidad que transcriba literalmente los contenidos verbales.

“Una eficaz aplicación de la retórica implica que el mensaje sea concebido como un todo, si los procedimientos retóricos son aplicados de manera independiente en el texto y en la imagen icónica, difícilmente el mensaje comunique, la relación contenido-forma no se logra establecer favorablemente si estas imágenes son halladas por vías diferentes y aisladas”, advertía en una redacción contundente cargada de posturas conceptuales que es el trabajo de diploma *Diseño y Poesía*.

Entre las figuras retóricas comprendidas en los estudios lingüísticos, Marcial se detuvo en la metáfora “por constituir el recurso expresivo más rico y sorprendente que tiene lugar en el cerebro humano. La figura retórica capaz de revalorizar cualquier objeto, cambiar y enriquecer su concepto del modo más original que solo un pensamiento metafórico conciba”.

Los estudios de Marcial lo condujeron a afirmar que “la metáfora ha sido el tropo más utilizado en la historia del diseño, no siempre de manera consciente, y muchas veces ha perjudicado en vez de mejorar la comunicación, (...) la metáfora ha de ser un instrumento para decir más y mejor, sus aportes estéticos han de verse solo después de los comunicativos, porque la metáfora no solo vincula parecidos, sino diferencias, y cuando se aproximan con violencia dos realidades no quedan a la luz solo sus elementos comunes, también sus semejanzas”.

Punto y aparte merece la amplia clasificación de metáforas, que supera los propios objetivos de la investigación desarrollada por el diseñador, quien además logra sugerir y orientar cuándo podrían utilizarse cada una de ellas, teniendo en cuenta las características específicas de cada objeto de diseño. Por su alta frecuencia de aparición, Dacal destaca la metáfora afectiva, la continuada, la estética y la confrontativa, en cuya descripción nos es imposible ahondar en este primer acercamiento.

### De las conclusiones y la propuesta teórica de Marcial

De la sistematización y análisis de toda la información que logró aunar Marcial Dacal, en su tesis *Diseño y Poesía*, junto a su minuciosa indagación en las diferentes variables que condicionan el lazo entre el diseño y la expresión poética, el entonces diplomante arribó a diferentes conclusiones.

Luego de su exhaustiva indagación científica, Dacal concluyó que “se puede diseñar a partir de la expresión poética”; “todo ser humano se vale del lenguaje traslaticio para comunicarse, por tanto este lenguaje es comprensible por cualquier hombre”. Pudo comprobar además que “la expresión poética no se queda en el plano emocional, sino que penetra hasta lo cognitivo desde un impacto emotivo inicial”. También logró “demostrar que la expresión poética se ha utilizado en el desarrollo del diseño gráfico, los ejemplos más significativos de su historia poseen, en su gran mayoría, elementos comunicativos que caracterizan al lenguaje traslaticio”.

Una vez planteada la caracterización del fenómeno, Marcial pudo afirmar que se podía crear un grupo de procedimientos para resolver un problema de diseño utilizando la expresión poética. “Si se conoce el vocabulario medio y la experiencia visual del receptor, y existen métodos para conocerlo, se puede elaborar un mensaje poético sin peligros de ruidos marcados. La presencia de las figuras retóricas es lo que determina, casi totalmente, que el lenguaje sea novedoso, por cuanto se aparta de las normas lógicas. La función de cada figura retórica está bien definida y especificada por diversos especialistas, por tanto, la expresión poética es fundamentalmente técnica y como técnica se puede aprender”, argumentaba el diseñador poeta.

Así, la respuesta a los objetivos de la investigación guió el rumbo hacia una “Propuesta de procedimientos para diseñar utilizando la expresión poética”, centrada en permitir a un equipo creativo dar respuesta a un problema de comunicación social utilizando los mecanismos propios del lenguaje poético, en una etapa de estudio que comprende cuatro grandes áreas,

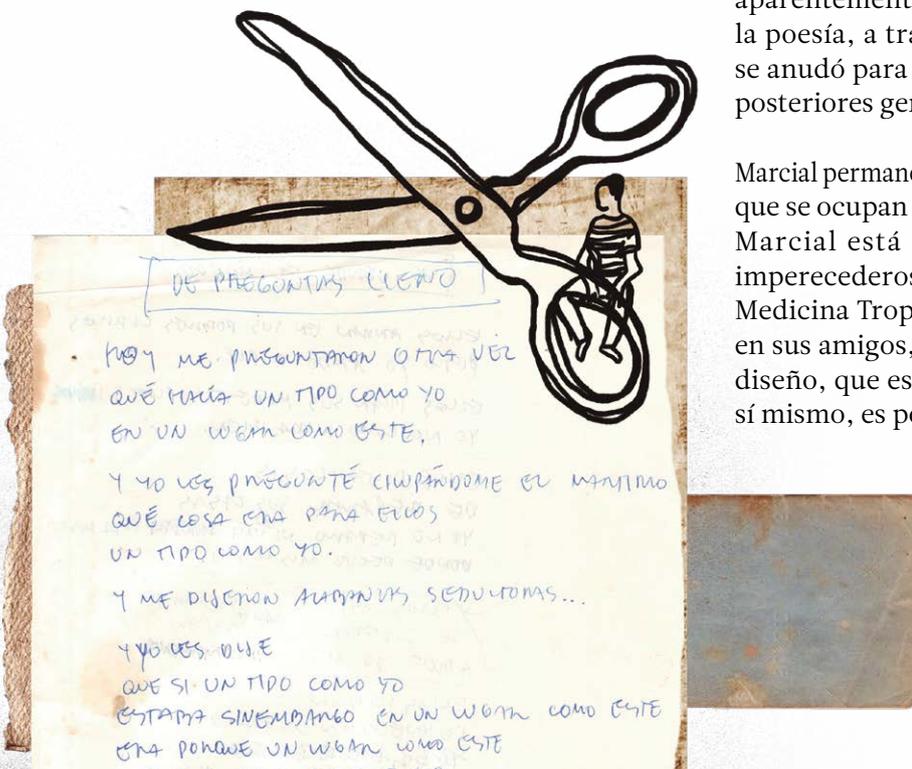
segmentadas como: Material específico, Segmento social, Figuras retóricas, Competencia y/o tradición. Como describe Marcial en el final de su investigación, el Material específico comprende “el contenido, el interés y los objetivos del problema deben ser denominados desde el inicio por los comunicadores”. El Segmento social indica el estudio “de la cultura visual y el de la cultura verbal, esta última implica conocer el vocabulario medio, las palabras más frecuentes y las palabras de moda”.

En tercer lugar, Dacal incluye las Figuras retóricas, de las cuales “hay que aprender su modo de empleo, desde el punto de vista gramatical y visual, pero también sus efectos psicológicos (...)”. La cuarta área denominada Competencia y/o tradición refiere que “hay que estudiar los medios explotados y dentro de ellos los símbolos más utilizados y las técnicas y lenguajes típicos para no repetirlos o para usarlos convenientemente, así como la aceptación pública que hayan tenido estos mensajes, como modo de saber si funcionan o no y por qué”.

Elementos todos que conducen a un “Proceso concreto de diseño”, calificados por Marcial como “dialécticos, sujetos a cambios imprescindibles, como todo lenguaje, como la poesía toda”. Estructurado por las siguientes tareas: “Replanteamiento del problema, Definición de los medios a utilizar, Estudio del contexto de aplicación, Definición de las figuras que serán empleadas, Elección de las técnicas de realización convenientes, Arribo a las primeras soluciones alternativas, Comprobación de campo, Análisis final y la Reestructuración y presentación del mensaje”.

Se sellaba así uno de los primeros estudios que en Cuba brindaba luces a la creación desde dos fenómenos aparentemente distantes. El lazo entre el diseño y la poesía, a través de la investigación de Marcial, se anudó para siempre y quedó conjugado para las posteriores generaciones de diseñadores cubanos.

Marcial permanece en los predios de las dos instituciones que se ocupan del diseño cubano, el ISDi y la ONDi. Marcial está sin proponérselo en sus trabajos imperecederos, como la identidad del Instituto de Medicina Tropical Pedro Kourí (IPK). Marcial está en el diseño, que es lo mismo que decir que Marcial, en sí mismo, es poesía.



# CERTEZA DE CAMPAÑA

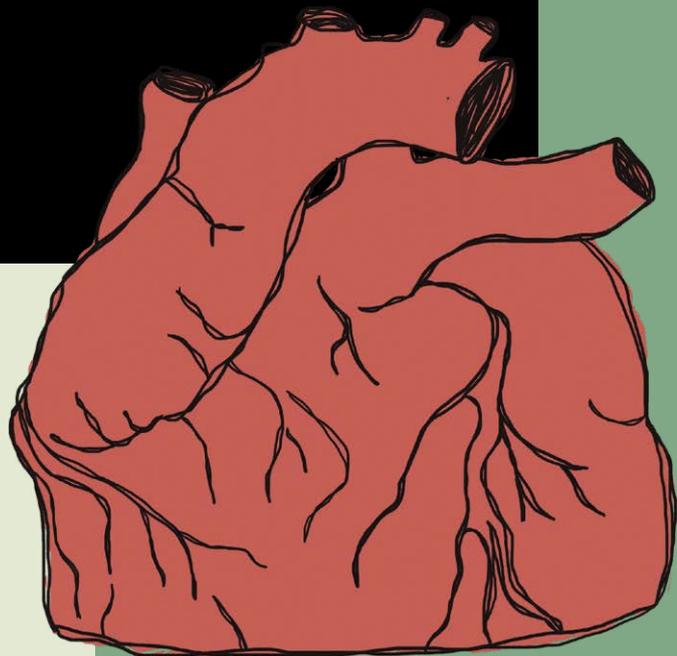
*Pásese la trayectoria de un proyectil  
por un catalizador de incertidumbres  
si la bala era para Ud.  
se pondrá roja de inmediato*

**Marcial Dacal**

## ERNESTO NIEBLA CHALITA

Nos conocimos cuando él buscaba al autor de una frase en un cartel mío. No sabíamos entonces que nuestra amistad duraría solo seis años. Tiempo en el cual presencié su esfuerzo para y por el diseño en nuestro país. Quien se asome a su currículum de trabajo puede constatar cuánto hizo y en cuán breve espacio. Tal vez lo que no se pueda atisbar en dicho documento sea en cuáles condiciones. Condiciones superadas por el entusiasmo, la convicción de saberse útil y el deseo —"solo el deseo es eterno" diría un poeta, uno de nuestros favoritos—<sup>1</sup>. Quienes vivimos esa etapa sabemos de su áspera reciedumbre; pues cuando el mundo del diseño daba sus primeros pasos en la era digital de la autoedición, no pocas veces el agua con azúcar era nuestro alimento mientras se leía, a la luz de una vela o un quinqué, la fotocopia gloriosa de un artículo de Graphis, Print, How, U&Ic. Y soñábamos con el diseño, con la bicicleta formando parte de nuestras costillas.

Basta ver al azar una agenda suya. Cualquiera, de cualquier momento de esos años frenéticos



<sup>1</sup> Luis Rogelio Noguera. Poema "Nubes".

en que compartía la Dirección de Imagen y Promoción en la Oficina Nacional de Diseño, la organización de la naciente Asociación Cubana de Publicitarios y Propagandistas – hoy ACCS –, la participación en el grupo Next Generation de Icoagrada; las clases en el Instituto Superior de Diseño (entonces Industrial). Cuando uno hojea sus páginas no encuentra espacio. Su letra fluida mezcla horarios, notas de reunión, frases, tachones y genitales dibujados por los amigos de entonces en un momento de descuido, versos de un próximo poema, listas de chequeo, bocetos de diseños, apuntes de ideas, recordatorios, dibujos, filigranas... Todo un cadáver exquisito digno de Duchamp o Apollinaire. Ese termómetro de celulosa de sus páginas resulta ilustrativo del despliegue de energías realizado por él: clases, conversatorios, diseños, conferencias, reuniones... otra vez clases, tutorías de tesis, cursos de superación, ponencias en eventos, concursos, oponencias, diseños, tribunales de tesis, jurado de concursos, de ferias, de convenciones; curador y participante de exposiciones, diseños, y escucha paciente de cuanta idea le proponían... Tenía la capacidad ecuménica de nuclear en torno suyo a disímiles personas, hasta con personalidades divergentes. Cautivos de su influjo conversaba y escuchaba –a veces hasta el desespero– las propuestas más pertinentes y las más descabelladas. Cercano, afable, dispuesto a sonreír y hacer sonreír sin proponérselo.

Lúcido, impresionantemente lúcido. Decidió tempranamente estudiar la relación de la escritura y sus consecuencias con los procesos creativos en el diseño y advirtió como nadie de su generación –y afirmo que de las siguientes que ha parido el diseño cubano– la importancia de las figuras retóricas para el proceso de prefiguración tan necesario a sus campos de aplicación. Su tesis de grado, inédita y audaz, teoriza sobre el asunto, después profundizado por él en la lectura de textos de Abraham Moles, Jordi Llovet y todos aquellos maravillosos libros de la editorial Gustavo Gili a nuestro alcance en la siempre deliciosa biblioteca del ISDi. La universidad de entonces suponía resultados de proyecto en una institución que tanteaba su camino y sus características académicas –apenas era la tercera graduación–. Ese trabajo de diploma –que replanteó aquel esquema– todavía espera por una relectura. Yace en sus páginas de papel cebolla esperando nuevas



miradas desde su condición de *incunabilis* teórico cuando aún éramos cuasi huérfanos de los procederes de la metodología de la investigación científica.

Hace unos años, al leer su poemario presentado al concurso de poesía Pinos Nuevos titulado "Yo me vengo"<sup>2</sup>, una amiga poetisa<sup>3</sup> le definió como "un poeta en ciernes". Sus poemas, magra e inexactamente recordados hoy, han calado en nuestro imaginario gremial. Lapidarios epigramas, deudores del haiku y de la poesía conversacional, que fascinan aún con la misma fuerza de las tertulias en que fueron develados.

Precisamente su capacidad de conceptualizar sobre el diseño y la poesía<sup>4</sup> tiene mucho que

---

<sup>2</sup> El título del poemario nacía de un fragmento de una carta de José Martí a María Mantilla: "Yo me vengo de ti, queriéndote con todo mi corazón. Aunque tú y yo somos así, que callamos cuando más queremos".

<sup>3</sup> Basilia Papastamatíu.

<sup>4</sup> El día de la defensa de su tesis de diploma leyó la conocida paráfrasis del poema de Luis Rogelio Noguerras contenido en el plaquette *Hay muchos modos de jugar*. En ella sustituyó las palabras censura y censor por diseño y diseñador.

ver con la cualidad de lector que le caracterizó y, por consecuencia, de su enorme cultura personal. Conocedor perspicaz del lenguaje tropológico y su aplicación a la comunicación visual. Depredador concienzudo de los tropos y las imágenes poéticas y su manejo por autores como Martí, Vallejo, Retamar, Huidobro, Noguerras, Guillén, Dalton, Silvio, Serrat, Prevet, Erza Pound, Neruda, Gabo..., una enumeración de lecturas muy extensa para listar. Admiró y estudió también la ejecutoria de notables redactores creativos de publicidad como Oliverio Toscani o Washington Oliveto, lo que le permitió vislumbrar un horizonte de posibilidades creativas inéditas o, como mínimo, exploradas a ciegas. No le resultaba difícil diseccionar los procesos a los que se enfrentaba como diseñador en ciernes y aplicarle sus conocimientos escriturales. Marcas o nombres de marcas suyos que han resistido el paso de los años, como el IPK —tan nombrado en esta temporada de pandemia—, o en otras áreas de trabajo de la industria biotecnológica y el turismo. Tal era su convicción que no era extraño abrir un fichero suyo —entonces en Corel 2—y, en vez de encontrarse un nombre del código Pantone de un color, se topa con "azul suspiro" o "verde pantano".

Marcial ejerce un liderazgo sin proponérselo, derivado de la autoridad nacida del conocimiento, la convicción y el humor, de ahí su vigencia. Convocaba con su presencia. Le recuerdo "empanizado", tumbado en la arena, escuchando a Les Luthiers en una grabadora portátil, rodeado de cuantos estábamos en el campismo de la FEU en Varadero. Su actitud no era la de un simple escucha, estaba aprendiendo todo ese caudal de humor sofisticado para sí, incorporándolo a su manera de ser para devolverlo recreado en la situación más insospechada. La risa era el premio a su generosidad, pues su vocación siempre fue compartir. Compartir su ingenio, su casa, su comida, su franqueza, su capacidad activa para conectar ideas aparentemente dispares, sus amigos. Con el decursar de los años eso puede verse también como una herencia ética. Marcial nos indica una ética de entender la profesión y la vida, de ser consecuentes y comprometerse con las causas comunes. Marcial es un germinador. Desandó todos los caminos que pudo, hasta que la muerte vino una noche y nos despertó de la fiesta que era sentirnos como "duendes en añejo" hambrientos de mundo, acorazados por el lenguaje del diseño.

En su poema titulado "Los desconocidos de siempre" Wichy concluye:

*Tal vez hemos llegado a la hora en que el hombre,  
no sea juzgado solamente por los hechos, sino también  
por sus posibilidades, brutalmente asesinadas  
cuando ese hombre murió sin realizarse.*

Sin embargo, no es el caso. Sus breves treinta años los aprovechó de modo factorial. Marcial ha estado y está en muchos de quienes le conocimos, en diversos empeños, proyectos y desafíos. Comparte cada vez —ya sin té y sin ron— dudas y posiciones enfrentadas a diario por quienes le tenemos presente. ¿Cuánto más pudiera haber aportado a nuestra profesión? ¿Cuán mejores y diferentes seríamos de lo que ahora somos? ¿Cuántos de sus aportes son conocidos más allá de la anécdota? Aunque en este caso la anécdota misma resulta a veces un componente del aporte. Su ejemplo es necesario. Hace falta su vida, su ecumenismo para nuclear, para incidir y moldear los consensos pendientes de muchos de nuestros sueños. Hace falta su humor para descubrir el lado amable de los actos y el gesto probable de las gentes.

## Eterna coincidencia

*todo cuanto escribo  
ya fue escrito antes  
pero ninguno lo dijo  
con mis palabras de otros.*

**Marcial Dacal**



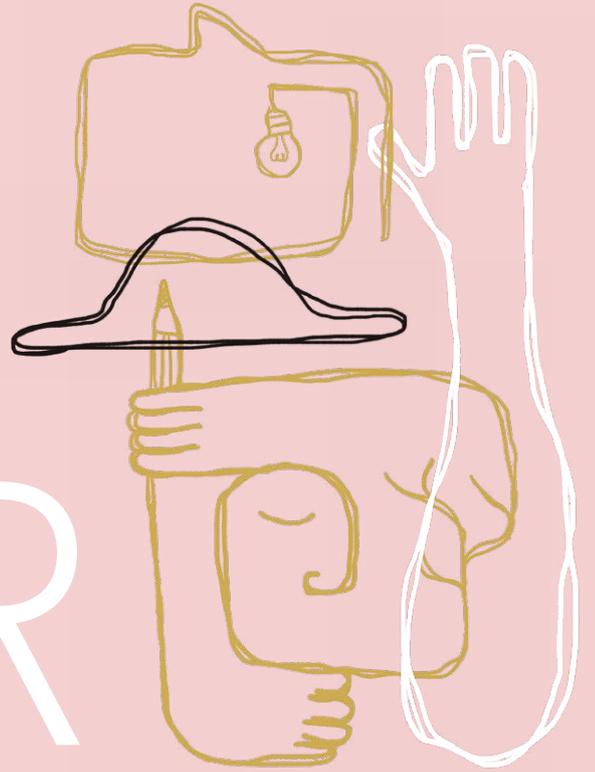
Escribir estas líneas obliga a preguntarse quiénes pudieran ser sus lectores. Las respuestas a dicha interrogante subrayan los argumentos en torno a la deuda de conocimiento de su breve, pero intenso aporte. Deuda más para con las generaciones recientes de diseñadores; pero también con sus contemporáneos. La tarea pendiente de recuperar la memoria de su ejecutoria, de su pensamiento y de su acción tiene que ver, siempre según mi parecer subjetivo, con el hecho de que encarna y representa el modelo de profesional cubano que plantó cara a las dificultades siempre crecientes de nuestra realidad. Alguien que nos dice desde el futuro: "puedo decirte al oído todo el sabor de una estrella".

Ni la primera persona del singular, ni redactar en tiempo pasado sirven para evocar a este amigo mucho/poco conocido. Tampoco solazarse en su anecdotario, porque creo que hay algo de impúdico en el acto de socializar los afectos más allá de los contextos en que se producen. Por mi parte sigo desde hace más de treinta años reconstruyendo mentalmente el olor de las flores de la entrada de su casa, el sonido del timbre de la puerta más hospitalaria de los años noventa, el susurro de los pasos al subir los dieciocho escalones hasta el descanso de su escalera y mirar hacia arriba al minotauro de tres cuernos, ese que no tenía quien le escribiera; continuar nuestra conspiración del día anterior con cuidado de alguna trastada circunstancial, lamentarnos, por poner un ejemplo, de que un emoticón valga más que mil palabras...

No sé si estas líneas cumplan alguna función, pero este diseñador también conocido como Marmisu Telaraño o Martecede Blancoquema es muy probable que sea amigo de Itzamná, el dios maya de las palabras y la escritura. De ahí su indócil costumbre de estar presente, conjugándose en forma de recuerdos. Traficando sonrisas sin necesidad de lavar en público ningún tropo sucio. Quizás ello explique cómo, pese al tiempo transcurrido, sea un misterio su evocación reiterada por muchas personas que no compartieron su época. Marcial Dacal Díaz es el hermano que la biología le negó a mi madre, pero que el diseño nos alumbró de modo definitivo.



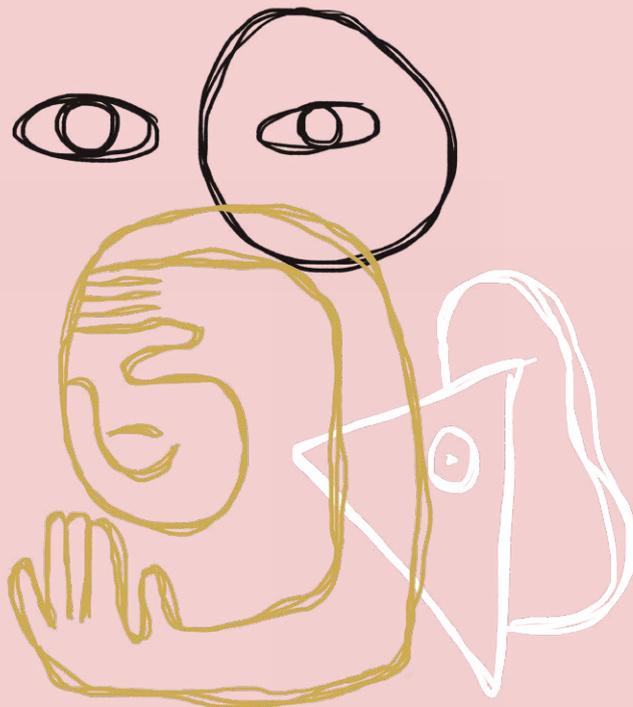
# BIS AGGR AS



**MSC. DI MILVIA PÉREZ**, decana de la Facultad de Diseño Industrial del Instituto Superior de Diseño (ISDi)

“Marcial Dacal es parte de la historia del Diseño cubano, su espíritu está en el diseño que hoy se enseña en las aulas, sus inquietudes siguen siendo hoy las inquietudes de los diseñadores que se están formando y de quienes los forman, porque su manera de interpretar la profesión es transversal al tiempo. El diseño, como acto creativo, responde a la necesidad de hacer más humano el mundo que habitamos, que el hombre y su planeta convivan en perfecta armonía, de ahí la vigencia del símil de quitar las hojas secas, lo superfluo, lo dañino, lo innecesario. El diseño nos ayuda a comprender nuestro entorno, a relacionarnos con él y a que estas relaciones sean humanas, leves, lógicas. El diseñador, como el poeta, interpreta, clarifica, limpia, carga la responsabilidad de pensar por miles, de traducir el sentir de otros, de muchos, que confían en que el diseño sea su voz.

Marcial nos enseñó que diseñar no es solo como un acto poético, es también lúdico, esperanzador. Su alegría era parte de su trabajo, se contagiaba, se extendía, como su poesía. La mejor manera de honrar su optimismo es mantenerlo. Marcial sigue vivo en los que, como él, creemos que el diseño es un acto de amor. Nunca ha habido poesía sin amor, por tanto, no existe un diseño sin poesía”.





**DI. LUIS RAMÍREZ JIMÉNEZ**, diseñador industrial y vicepresidente de la Fundación Caguayo

“Si apelamos a la sensibilidad como capacidad indispensable de un diseñador poeta para percibir y responder, de manera óptima, a pequeños estímulos; en ese intento por encontrar el más corto de los caminos para descubrir, crear y provocar nuevas sensaciones según lo que sentimos y pensamos, claro que en ese proceder estamos acompañados de la poesía del diseño”.

**MSC. DI. PEDRO GARCÍA-ESPINOSA CARRASCO**, líder del proyecto de comunicación y diseño **ESTUDIO FORMATO**

“Marcialito, ante todo, ante cualquier cosa, era un gran ser humano. Amigo siempre, en las buenas y en las malas; con la felicidad todo el tiempo a cuestas. Nunca lo vi molesto o bravo; te contagiaba con su alegría. Estaba a la mano para ayudarte en todo lo que estuviera a su alcance. No formaba parte de su naturaleza la maldad. Uno lo recuerda no solo con cariño, sino como uno de esos ángeles que pasan por la vida y te dejan marcado para siempre por su familiaridad, laboriosidad, eterna bondad. Era un hombre de luz en todo el sentido de la palabra, un hermano que nunca se olvida.

“Siguiendo la línea argumental de la tesis de diploma de Marcialito, Diseño y poesía, prefiero entender que el Diseñador es el reverso de la ignorancia. La ignorancia corta lo esencial, la idea central, el concepto, para jugar muchas veces con lo cómodo, lo fácil, lo simplón, estimular lo que ‘tiene salida’ en el mercado, aun sabiendo que puede estar distorsionando los valores de un grupo humano.

“Pero el Diseñador  
Es el reverso de la ignorancia:  
el Diseñador quita las hojas  
secas  
y la ignorancia corta las raíces

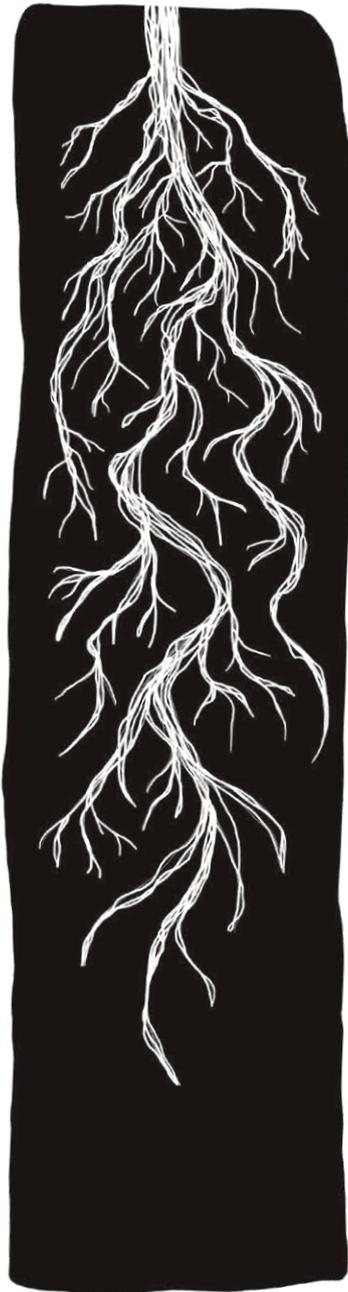
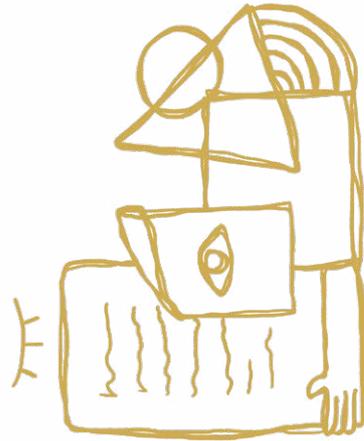
“Esta ignorancia no es ajena a la instrucción. Alguien puede tener instrucción y no ver más allá del brillo de sus zapatos. Ese es el tipo de fenómenos que convierte el diseño en costo y no en inversión; que prefiere reproducir, antes que desarrollar; que tiene una única manera de decir algo, sin aprovechar la riqueza del lenguaje y de las diferentes salidas para comunicar. Pero bien, es fácil hablar de la ignorancia; difícil es construir sabiduría”.

(Fragmento de la Conferencia magistral impartida por el MsC. DI. Pedro García-Espinosa Carrasco, en la I Bienal de Diseño de La Habana, en mayo de 2016)



**DR. DI SERGIO LUIS PEÑA MARTÍNEZ,**  
director general del ISDi

“Desde que dejó de acompañarme físicamente, nunca había escrito nada sobre Marcial y, al mismo tiempo siempre, todo lo que hago está, en alguna medida, marcado por lo que construimos juntos, por lo que aprendí en su compañía y por lo consecuente que intento ser con nuestras ideas sobre la vida, la felicidad y el diseño. Veinte líneas de texto no son suficientes.



“Al establecer un paralelo entre la poesía y el diseño, Marcial realizó un aporte teórico de significativa aplicación práctica: la retórica vista como herramienta para diseñar, la tesis propone la elaboración poética como método que incorpora simplicidad, novedad, efectividad y belleza a los mensajes y soluciones.

“Esta idea, tan desnuda como su poesía, permite ver más allá de la utilidad de esta propuesta. Varios aportes subyacen en tales manifiestos, algunos expresados en momentos tan tempranos como en el artículo que tuve el privilegio de compartir con Marcial ‘Diseñar el Vellocino de Oro’ y en su propio trabajo de diploma.

1. Diseñar es comunicar, en cada acto de diseño está presente una finalidad comunicativa. Directa para la comunicación visual, indirecta para el Diseño Industrial.
2. La simplicidad y pertinencia del continente es esencial para el contenido, siempre es mejor que este último supere al primero.
3. El texto es consecuencia del contexto y viceversa, ahí radica la capacidad de leer la realidad y al mismo tiempo el poder transformador del diseño.
4. Como el poeta, el diseñador incorpora un poco de sí al producto creado, para diseñar cosas buenas para la gente, no hay otra alternativa que ser buena gente.

“Mucho más añadiría a esta pequeña lista, pero creo que estas son suficientes. Añejas y nuevas ideas sobre diseño, poesía y compromiso se escuchan por los pasillos y aulas del ISDi, ideas escritas por otros, por nosotros, por ustedes. Cada día descubro, con orgullo, un pedacito de Marcial en cada una de ellas”.

# oñeipoesía ñeiseño

DI. NELSON PONCE

**DI. GISELA HERRERO**, jefa de la Oficina Nacional de Diseño (ONDi)

“En Marcial se dan muchas coincidencias, en ellas, el diseñador poeta y el poeta que se valió de poemas no necesariamente rimados o sí, para vertebrar, muchas veces, mensajes a comunicar en diversas criaturas gráficas, de dos y más dimensiones.

“La poesía en su savia creativa y el apego por comprender al ser humano, HUMANAMENTE hablando, dotó su recorrido, corto pero intenso, imperecedero, MEMORABLE, de entregas de diseño con facturas diferentes, distintas, tanto desde lo conceptual como desde modos de representar únicos, sin que tras ello hubiera pretensiones de estilos o sellos...

“Tal vez, de tanta poesía dentro, logró un acercamiento, una comprensión de las formas, la letra como forma y hecho, la gráfica toda, con una mirada tan propia y aguda, que podría haber sido, o mejor dicho, es, ‘La MARCIALIDAD’.

“Y de tal suerte... del Marcial que llevo conmigo guardo al:

**M**ARTIANO  
**A**MIGO  
**R**EVOLUCIONARIO  
**C**UBANO  
**I**NGENIOSO  
**A**TEMPORAL  
**L**ATENTE

POETA DISEÑADOR y también viceversa”.

III





# TODO NACE DE LA LETRA

**ENTREVISTA  
A ERNESTO NIEBLA,  
PREMIO NACIONAL  
DE DISEÑO DEL LIBRO  
2019**

*"PERO LA LETRA  
NO FUE SÓLO BELLEZA,  
SINO VIDA (...)"*

*(Fragmento del poema  
Oda a la tipografía,  
de Pablo Neruda)*

## **IVETTE LEYVA GARCÍA**

No llegamos súbitamente a esta entrevista. Eso, claro está, no sucede. Ya nos esperaban cuando tocamos a la puerta de la dirección de la UEB Comunicación e Imagen de la Empresa de Artes Gráficas Federico Engels, actual denominación de la estructura que hasta el 2018 se conocía como Grupo Creativo del Comité Central, antes del Consejo de Estado.

Lo reitero, no hubo azar en el encuentro entre esta publicación y el diseñador y director de la UEB, Ernesto Niebla Chalita; la entrevista había sido pactada con antelación, como corresponde. No obstante, y acaso extrañamente, desde los primeros minutos se instaló con cierto protagonismo en nuestro diálogo el halo de la fortuna.

A pesar de contar con una carrera sólida, avalada por instituciones y organizaciones profesionales como la Oficina Nacional de Diseño (la cual le ha otorgado tres premios ONDi) y la Asociación Cubana de Comunicadores Sociales (que le ha concedido igual número de premios Espacio), estamos ante un caso de ausencia de predisposición familiar o vocación manifiesta. Niebla llegó al diseño “por casualidad”.

—Estudiaba en la Lenin —el Instituto Preuniversitario Vocacional de Ciencias Exactas— y mi promedio, a pesar de no ser bajo, tampoco era suficiente para aspirar a una carrera, digamos, como Arquitectura. Por otro lado, había optado en la escuela por

la especialización en Física, llegué a valorar opciones como la Metalurgia y, no obstante, lo que realmente me gustaba era ser futbolista o piloto de combate. Estas alternativas nada tenían que ver entre sí; yo, la verdad, no tenía vocación.

“En oncenno grado fui a las puertas abiertas del Instituto Superior de Diseño (ISDi). Al ver las maquetas, las herramientas, quedé cautivado y, con el entusiasmo de entrar, retomé una vieja afición que de niño disfrutaba mucho, la de dibujar. Llegaron entonces las pruebas de aptitud, de la Lenin nos presentamos alrededor de 400 aspirantes y aprobamos tres; en total, de todo el país, entramos 60. Eran pruebas complicadas, pero en mi opinión, era bueno así. Defiendo el enfoque de la aptitud”.

**—La afirmación, rotunda, alude a un requisito que ya no existe para acceder a las carreras de Diseño de Comunicación Visual o Industrial y por tanto obliga a ahondar: ¿por qué la defiende?, ¿qué hace a la aptitud indispensable para el estudio de estas especialidades?**

—La relación entre la mano y el cerebro es muy importante para un diseñador, se requieren habilidades para esta profesión, no solo motrices sino cognitivas. Hay colegas

*Identidad para plegable de la Oficina de la Cooperación Italiana en Cuba.*



que hacen su carrera dirigiendo a otros, aportando ideas; pero, en algún momento del proceso creativo, el diseñador debe explicar lo que se le ocurre y, muchas veces, la única manera de hacerlo es dibujando. Pensar que se puede prescindir de ello en una profesión cuyo centro es anticipar, inaugurar sentido en muchas cosas no vistas, es osado.

“Por otra parte, en mis años de estudiante el universo del diseñador eran el papel, la goma, el pincel, la tinta; las computadoras empezaban a llegar. El hecho de aprender a hacer las cosas con las manos nos daba un oficio y una sensibilidad que no noto en muchos egresados actuales, los cuales son muy rápidos, competentes y tecnológicos, pero adolecen de un toque de humanidad en lo que hacen.

“A ello habría que sumarle el consumo de tendencias, en internet hay cientos de sitios que facilitan herramientas de productividad, acciones preestablecidas y con ello algunos diseñadores acaban reproduciendo, no creando; se vuelve muy imitativo el proceso”.

**—Entre los profesionales del diseño es común la nostalgia por aquellos años fundacionales del ISDi. ¿Qué más recuerda de su época de estudiante?**

—El ISDi de los 80 era mágico. Yo entré en el 88, pertenezco a la quinta graduación. En aquel entonces, como decía, éramos muy pocas personas; la suma de los estudiantes de todos los años apenas sobrepasaba la centena. Había muchos profesores de colaboración extranjera. El programa de estudios no estaba, digamos, del todo cuajado y, por esa misma razón, era muy experimental. Recuerdo uno de los primeros ejercicios que hicimos: leernos el poema Oda a la tipografía, elegir unos versos y tratar de encontrarles una expresión de diseño tipográfico. Eso se lo debemos a uno de los profesores que hoy es mi amigo, el chileno Hugo Rivera-Scott, a quien le otorgaron en 2019 la Medalla Haydée Santamaría, de Casa de las Américas.

“Hugo nos enseñó a ver las cosas de otra manera, era como quitarse un velo. Con él hicimos otro ejercicio: ‘encontrar’ la tipografía grabada en los cañones de la Cabaña, sacarles unos moldes a las letras, pasarlos al papel... Hacíamos cosas muy experimentales, a lo mejor no compatibles con un plan de estudios más formado; pero te ayudaban a posicionar tu pensamiento desde otra perspectiva. Eran tiempos entrañables”.

**—Acaba de referirse a dos anécdotas del universo de la tipografía, tema sobre el cual usted ha profundizado y escrito. ¿Por qué ese énfasis en la tipografía como recurso?**

# La Canción en Cuba a cinco voces

– La tipografía es el ADN del Diseño de Comunicación Visual. Todo nace de la letra. Lamentablemente, hoy en día, cuando uno les pregunta a muchos graduados qué es el puntaje, te responden que es el tamaño de las mayúsculas (versales). Eso significa que aprendieron a relacionarse con la letra mediante la computadora; sin embargo, el puntaje es el tamaño de la pieza de plomo, del

*Libro La Canción en Cuba a cinco voces.*



**DULCILIA CANIZARES**  
(1936)  
Investigadora de la música cubana, etnoyista, editora y poeta. Estudió piano, solfeo y teoría de la música en el Conservatorio Fábrega, y armonía con Sergio Pro. Durante varias años trabajó como editora de libros de música y de arte en las editoriales Arte y Literatura y Letras Cubanas. Ha hecho importantes contribuciones a la historiografía musical cubana. Sobre música cubana ha publicado las biografías testimonio Gonzalo Roig (1978) y Julio Cueva; el rescate de su música (1991) así como los ensayos La creatividad en Gonzalo Roig (1990). «La trova tradicional cubana» (1999, 1ra. ed.; 1995, 2da. ed.), La música sacra en Cuba (1995). La trova tradicional cubana, en Panoramas de la música popular cubana (1996 y 1999). Gonzalo Roig: hombre y creador (1999). Alé alé reculé. Nostalgias por Julio Cueva (2011) y Café Vista Alegre (2016).



tipo móvil usado en la imprenta. Ese conocimiento lo adquirimos nosotros tocando tipos, sintiendo cuánto pesa el plomo, abriendo las gavetas de un chivalette (mueble con varios cajones donde se guardaban todas estas piezas). Ese tipo de experiencias, aportadoras de una vivencia y un saber particular, un estudiante de diseño no las tiene en la actualidad, o las tiene por excepción.

“En mi época de profesor, en el programa de la asignatura Tipografía solía asignarles a mis alumnos el ejercicio de componer un párrafo en plomo, lo cual hay que hacer decabeza y en orden invertido (de derecha a izquierda), para lograr imprimir correctamente. Los muchachos lo hacían y se iban con su fragmento de papel impreso, con mucho orgullo.

“Cuando uno se da cuenta, gracias a ese proceso, de que el interletrado es una lámina de plomo ubicada entre dos cuerpos, no tiene la misma percepción que cuando solo logra ese efecto pulsando una flecha con el cursor.

“Los pintores pueden decir mucho más sobre el uso del color que los diseñadores; el recurso del espacio también tiene mucho que ver con la pintura, pero igual con la arquitectura; la utilización de diferentes materiales se relaciona con otras áreas del saber. ¿Qué, entonces, le queda al diseño gráfico como contenido propio? La tipografía.

“Al inicio, la misma persona que ‘hacía’ la letra era quien la imprimía, Gutenberg es un ejemplo. Luego, los diseñadores y los tipógrafos se ubicaron en dos partes de la cadena productiva, alejados. El diseñador en su oficina y el tipógrafo en los ‘hornos’, derritiendo el plomo para hacer los tipos. Pero hoy en día, sin el dominio de la tipografía no es posible hacer diseño; no da lo mismo cualquier letra, una u otra te marcan dos caminos diferentes.

“Coincidentemente, hubo un tiempo en que yo daba clases en el Instituto y también lo hacía José Alberto (Pepe) Menéndez, quien solía comentar en

# Granma



Rediseño del periódico Granma. Premio ONDi de Diseño 2018.



sus conferencias que la tipografía era la expresión visual del lenguaje. Luego conocí una frase del maestro grecoargentino Juan Andralis, uno de los fundadores de la revista tipoGráfica, que me pareció incluso más redonda: él catalogaba la tipografía como la probidad del diseño, y con esa aseveración estoy totalmente de acuerdo.

“Un diseño con una mala tipografía puede ser una buena intención, pero no un diseño resuelto. La página se debe a la tipografía; nace de la letra, su tamaño, los espacios entre ellas, los márgenes..., a todos estos detalles hay que prestarles mucha atención”.

Aunque el marcado desempeño de Ernesto Niebla en el diseño editorial podría inferirse como consecuencia del estudio dedicado de la tipografía, le preguntamos qué lo condujo a especializarse en este campo, y de nuevo la mano de lo casual se dejó entrever.

“Ha sido fortuito.

“Las ocho primeras generaciones de graduados del ISDi somos generalistas porque la realidad nos obliga. En el 93, año en que me gradué, yo no podía decir, por ejemplo, que quería ser cartelista (quizás en aquel entonces lo hayan dicho dos personas entre todos los graduados, y hoy en día sean más artistas que diseñadores).

“De manera general, la realidad no te permitía ese grado de especialización pues, por un lado, se necesitaba el trabajo como sustento y, por otro, las formas de gestión de ese mercado de trabajo te llevaban a orientarte en una dirección u otra. O sea, lo que uno hace es consecuencia de lo que el mercado de trabajo ha demandado.

“El primer libro que diseñé, como ejercicio de clase, fue un título premiado por Casa de las Américas a inicios de la década de los 80 del pasado siglo; se trata de *Ciudad muerta*, de Otávio Afonso. ‘Masacrando’ una revista *El Correo de la UNESCO* lo fui componiendo, recortaba fragmentos de texto y con eso armaba los versos, y los ilustraba con unas figuras de Giacometti (escultor y pintor suizo). Pero no volví a hacer un libro más hasta el año 2000, porque no se me presentó la oportunidad.

“En cambio, he hecho casi tanta identidad corporativa como libros. He incursionado menos en interfaces

o en audiovisual; son campos que requieren la complementación con otros profesionales. En ese sentido el libro es también el embrión del diseño. El editorial es un ciclo más cerrado, el control del proceso es más fácil, depende en su gran mayoría de uno. Claro que hay libros muy complejos, pero son mucho más amables como tipología de proyecto”.

**—Cuando se enfrenta a la demanda de un libro, a un manuscrito nuevo, ¿cómo planifica su diseño, en qué detalles repara particularmente?**

—Lo primero es leer, tratar de conocer el contenido en la medida en que me lo permita el tiempo, pues también hay encargos apremiantes, con plazos muy cortos para su realización. Recuerdo en el 2005 un libro que tardó apenas una semana en hacerse, impresión incluida; diseñarlo fue cuestión de dos noches, en esos casos no es posible llegar a conocer el texto como se debiera.

“La lectura es importante porque no solo le permite al diseñador saber del contenido sino de la estructura: si son párrafos largos o cortos, si abundan los diálogos, los números, si tiene muchas citas... Todo ello condiciona luego decisiones de diseño. Y si uno no conoce estas particularidades se enfrenta al proyecto como si la caja tipográfica fuera invariable, como si siempre ocurriera lo mismo.

“

*Un diseño con una mala tipografía puede ser una buena intención, pero no un diseño resuelto*

”

“El libro de Mirta Muñoz, *Mi profesión a debate*, tuvo, por ejemplo, 19 versiones. Trabajamos en él cuatro años. A la altura de la versión 11, sentía que el libro no acababa de cuajar en el formato en que lo tenía. Lo miraba y no entendía por qué la página no funcionaba. Sentándome

a releer un día me di cuenta de una peculiaridad: el texto hacía demasiadas referencias a ejemplos (los cuales a su vez eran imágenes que se debían insertar). Al poner un formato muy alto entraban muchos ejemplos en una página, pero las imágenes no me cabían y se me creaba un conflicto, tenía que pasarlas para la siguiente y todo el contenido se corría. Logré darme cuenta de que la solución era recoger la altura de la caja tipográfica y tener así menos ejemplos por página, pero no hubiera podido llegar a esa solución si no hubiera leído y entendido la estructura del texto”.

**—¿Podría pensarse que tanta lectura obligada también ha influido en que usted sea de los —no abundantes— diseñadores a quienes les gusta escribir?**



Mirta Muñoz Egea, (14 Habana, 1929). Periodista, activista y escritora. Su nombre está íntimamente vinculado con la publicidad. Ha impartido numerosas conferencias y asesorado a instituciones estatales en el campo de la comunicación. Ha sido directora de órganos de prensa y programas de televisión.

Es autora de los libros *Desde mañana y un año con ella* (1986), *Publicidad, mito y realidad en el socialismo* (1990), *La publicidad no es un amorío* (1991), *El pan cerno de cada día* (1993) y *El surtidor cubano* (2000).

- Premio Espacio por la Obra de la Vida, Asociación Cubana de Publicitarios y Propagandistas (ACCP), 1997.
- Premio Publicitario Latinoamericano, Asociación Latinoamericana de Agencias de Publicidad (ALAAP), 2007.
- Premio Nacional de Televisión, Instituto Cubano de Radio y Televisión, 2011.
- Premio "Dona Alonso, a la Humildad", Editorial Gente Nueva del Instituto Cubano del Libro.
- Medalla Laureada de la Cultura, Sindicato Nacional de Cultura.



[COINCIDIR O DISENTIR... VALE TODO]

ediciones  
**forma**



MI PROFESIÓN A DEBATE

MIRTA MUÑOZ EGEA

ediciones  
**forma**



# MI PROFESIÓN A DEBATE

MIRTA MUÑOZ EGEA

Propaganda, marketing, publicidad, relaciones públicas, diseño, disciplinas de la comunicación social en las que sus afanes muchos recelos y prejuicios, sobre todo por quienes consideran y deciden la transmisión de un mensaje. Por lo general están ajenos al valor y la riqueza que pueden alcanzar estos estudios como bien público dentro de una sociedad como la cubana, en defensa de su escala de valores y cultura.

La ciencia y la técnica -ha invadido mucho la autora- no tienen ideología, sino el hombre que las domina y aplica: de ahí que abarcar tales ciencias y artes desde ese común espacio y presupuestos correspondió a todos aquellos que decubieron con sus libros los secretos de una eficaz comunicación.

erróneas uno aprende tanto o más que de las buenas. Siempre me avergüenza ir a las conferencias y ver a colegas hablando de su trabajo, poner ejemplos a partir de buenas soluciones de proyectos propios; es como jugar con ventaja, pues debería partirse de cómo se llegó a esos resultados.

“He hecho trabajos que, como diseños, no valen la pena; otros que sí, pero lo más interesante es cuánto todos me han permitido aprender. Un aspecto bueno del oficio del diseñador es que te posibilita beber de muchas realidades diferentes: un día puedes estar trabajando con un médico, al siguiente con un político, al otro con un poeta. Eso te da una comprensión de la vida mucho más amplia.

“¿Trabajos preferidos? Los más complejos, los más agónicos, esos son los más recordados. En el Grupo Creativo tuvimos que hacer obras del Comandante en Jefe Fidel Castro muy complicadas, son procesos con muchas revisiones y también mediaciones. Eso es algo que siempre complica la labor del diseñador: uno puede tener una buena idea, pero debe tratar de discutir con quien encarga el trabajo si esa es su idea de la solución también, ya que ese parecer va a influir en el resultado final. En el caso de los libros de Fidel, han sido proyectos muy demandantes, que han exigido la participación de hasta 30 personas en un solo título.

“Otro libro exigente para mí fue *La canción en Cuba*, del sello editorial Ojalá; es el que más tiempo me ha tomado diseñar, siete años. Se había hecho una primera versión con los códigos de un libro de batalla, pero Silvio [Rodríguez] quería un libro de arte, a partir de la canción. Hubo que buscar muchas referencias visuales de todo lo abordado en el texto para poder cumplir con esa expectativa. Fue muy complicada la búsqueda de las imágenes de los protagonistas de la canción, a quienes constantemente oímos mencionar, pero rara vez hemos visto fotos; entre ellos Pepe Sánchez, [Alberto] Villalón, [Manuel] Corona... Fue preciso hacer

Libro de Mirta Muñoz, *Mi profesión a debate*.

—Lo de la escritura se relaciona con un pasatiempo de antaño. Solía intercambiar algunas cosas con un gran amigo y hermano ya fallecido, Marcial Dacal (Marcialito), quien gustaba mucho de escribir; era a mi juicio uno de los poetas más originales que conozco.

“Con el tiempo la vida me ha enseñado que escribir no es pasar al papel lo que se te pueda ocurrir de repente un día, sino un acto bastante más serio y dedicado. Pero me gusta porque he llegado a notar que muchas ideas de diseño las descubro hablando; o sea, al hablar construyo aquello a diseñar, es como un primer proceso de prefiguración. Y tiene lógica si entendemos la estructura básica del lenguaje: escritura y habla. Lo que se puede hablar, escribir y describir, también se puede dibujar. Quizás sea eso lo que me dé cierta aptitud para escribir, para decir decorosamente”.

—Dentro de ese proceso cuasi imprevisto de especialización en lo editorial, ¿ha llegado a crear preferencias por algunos de los libros diseñados?

—La verdad, todo lo que he hecho lo prefiero, incluso aquello que no haya salido tan bien, pues de las soluciones

una profunda investigación, porque, además, en esos casos hay hasta que desconfiar de la fuente.

“Un trabajo que también me complace mucho es el del rediseño del periódico *Granma*, aunque no hayamos obtenido los resultados esperados en su implementación. Le dedicamos tres años, aprendimos mucho”.

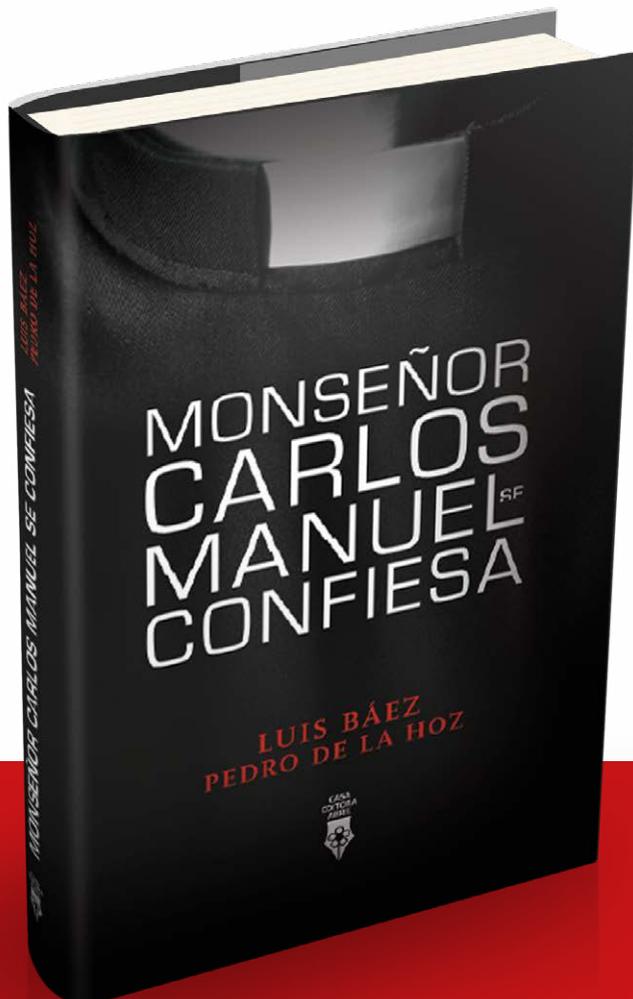
**—Son varios los reconocimientos que constan en su *curriculum*; entre ellos, el Premio Anual de Arte del Libro Raúl Martínez, en el 2014, por mejor diseño de cubierta, a propósito del título *Monseñor Carlos Manuel se confiesa*. A inicios del 2020 se le confirió el Premio Nacional de Diseño del Libro 2019. ¿En algún momento del proceso de trabajo la posibilidad de obtener un nuevo galardón se convierte en estímulo?**

—¡Qué va, eso sería muy vanidoso de mi parte! Vuelvo a una anécdota de mis tiempos de profesor en el ISDi: hubo una ocasión en que decidí participar en un concurso lanzado por San Pellegrino (marca de agua mineral de origen italiano), para hacer la etiqueta de uno de sus productos. Participé con una solución y ganó otra, pero entre quienes concurren había estudiantes míos. Recuerdo que vino una muchacha a verme, una de mis alumnas, y me dijo “profe, al final usted no ganó”. En su razonamiento, yo como maestro debía haberme llevado el premio. Esa anécdota me obligó a tener una reflexión particular sobre los certámenes. Primero trato de no concursar, pues en estos se suele premiar una coyuntura conveniente para quien los convoca; no necesariamente se reconoce, a veces, la calidad.

“Pienso como Juan Gualberto Gómez: *los honores ni se piden ni se rechazan*. Si me dan un premio por mi trabajo lo acepto con la mayor humildad y, por supuesto, con alegría. Pero si no me lo dan no pasa nada, no trabajo por los premios; lo hago porque estoy enamorado de mi carrera, porque es lo que sé hacer y porque creo en lo que asumo en cada momento. “Un premio como el de Diseño del Libro 2019 es un aliento grande, es algo a agradecer. Lo agradezco por la gente que ha creído en mi labor a lo largo de la vida y me ha ayudado sin una razón explícita o una conveniencia calculada..., lo agradezco más por mi familia, por el tiempo que le quito para llevar adelante cada proyecto”.

Con el pensamiento en su hogar, en los dos hijos de los cuales habló incluso antes de empezar la grabación —que si están bien, han crecido, el tiempo vuela— concluye nuestro encuentro.

Ese compromiso familiar que es tan seguro, que es concebido con amor, que nada tiene de fortuito, deviene excepción entre lo conversado; los otros temas explorados, ya lo vimos, fueron tocados por la ventura. Niebla no anticipó que iba a ser diseñador ni se propuso escribir artículos sobre su profesión. Tampoco previó dedicarse al diseño editorial ni esperó recibir honores por ello. No obstante, gracias a todas esas “causas y azares”, pudo publicarse, intencionadamente, esta entrevista.



*En el 2014, Niebla obtuvo el Premio Anual de Arte del Libro Raúl Martínez, por mejor diseño de cubierta, por *Monseñor Carlos Manuel se confiesa*.*

# EL ARTE DEL BUEN DECIR Y EL BUEN SIGNIFICAR

ROBERTO CHÁVEZ MIRANDA

Toda comunicación humana está permeada de accidentes retóricos en sus mensajes gráficos (verbales-visuales), desde la cultura popular hasta la comunicación tecnológica contemporánea. El significado de una idea no puede ser separado de la manera en que se expresa; por ello la importancia de adentrarnos en los vericuetos conceptuales de la retórica, arte ya pródigo en la literatura, las artes visuales, la publicidad, la cinematografía y la arquitectura.

De ahí nació la motivación de presentar, en opción al grado de Máster en Gestión e Innovación del Diseño, una investigación bajo el nombre de Técnicas combinatorias de las figuras y los tropos de la retórica en la conceptualización de marcas.

Dicho trabajo se propuso clarificar problemas prácticos en el desempeño creativo de los profesionales del diseño de la comunicación visual, específicamente los relacionados con la conceptualización de marcas, desde una plataforma creativa y enriquecedora, como pueden ser las figuras y los tropos de la retórica.

Según la definición del *Diccionario de Retórica y Poética* de Helena Beristáin del 2010, la retórica se considera el arte de elaborar discursos gramaticalmente correctos, elegantes y persuasivos.

Es la técnica de extraer de cualquier asunto, una construcción de carácter suasorio.

La sistematización de los procedimientos y recomendaciones para idear, construir, memorizar y pronunciar diferentes tipos de discursos, data (al igual que los vestigios antropológicos del origen de las marcas) del siglo V a.C. entre los griegos que poblaban Sicilia, de donde la llevaron a Atenas y a Roma, para hacer carrera política, educar a la aristocracia y afianzar la estratificación de la sociedad.

La retórica tradicional llamó figura a la expresión desviada de la norma, del uso gramatical común, o desviadas de otras figuras o de otros discursos, cuyo propósito es lograr un efecto estilístico, en la modificación o redistribución de palabras o en un nuevo giro de pensamiento sin alterar las palabras ni la estructura de las frases.

El Grupo  $\mu$  en la Retórica general, denominó metábolos a todas las figuras retóricas, cualquiera que sea el nivel de la lengua que se ve afectado por ellas (fónico-fonológico, morfosintáctico, semántico o lógico), y cualquiera que sea el tipo de operación que da lugar a la figura (supresión, adición, supresión-adición o sustitución y permutación). Quedan definidas en esta relación cuatripartita:

- Los metaplasmos: figuras que alteran la forma de las unidades significativas mínimas que son las palabras.
- Los metasememas: figuras de sentido que operan al nivel de estas unidades mínimas. Es un sinónimo de “tropo”.
- Las metataxas: figuras que actúan sobre el plano sintáctico o formal.
- Los metalogismos: figuras de pensamiento.

	Expresión	Contenido
Palabra	Metaplasmos	Metasememas
Frase	Metataxas	Metalogismos

- “Figuras de dicción”: afectan a la forma, a la pronunciación de las palabras. Se agrupan como metaplasmos y corresponden al nivel fónico-fonológico de la lengua (aféresis, aliteración, etc.).
- “Figuras de construcción”: operan sobre la sintaxis, se agrupan como metataxas y corresponden al nivel morfosintáctico de la lengua (elipsis, pleonismo, etc.).
- “Figuras de palabras” o tropos: producen el cambio de sentido o “sentido figurado” que se opone al “sentido literal” o “sentido recto”; son detectables en el texto mismo, se agrupan como metasememas y corresponden al nivel léxico-semántico de la lengua (metáfora, metonimia, sinécdoque, antonomasia, ironía, etc.).
- “Figuras de pensamiento”: rebasan el marco lingüístico, textual; presentan la idea bajo un cariz distinto del que parece deducirse del solo párrafo y se interpretan con auxilio de contextos más amplios, ya sea explícitos o implícitos. Se agrupan como metalogismos y afectan a la relación lógica que existe entre el lenguaje y su referente (antítesis, ironía). Entre ellos, unos son tropos como los metasememas porque poseen sentido figurado (ironía, paradoja, lítote, etc.); pero la mayoría de las figuras de pensamiento sólo afectan a la lógica del discurso (interrogación retórica, dubitación, corrección, conciliación, permisión, reticencia, antítesis, énfasis, etc.).

La clasificación de las figuras literarias hasta hoy sigue siendo variable y un constante quebradero de cabeza. Los esfuerzos de notables lingüistas de diferentes escuelas por lograr una taxonomía aceptable llegan sin una exacta correspondencia entre la antigua clasificación de las figuras y las actuales. Consensos más estrictos de criterios, unos tradicionales y otros modernos los encontramos en el ya mencionado *Diccionario de Retórica y Poética* de Helena Beristáin.

### La retórica clásica en la creación de nombres de marcas

Una figura retórica constituye siempre una transformación. Para circunscribir su desempeño se parte de dos dicotomías simultáneas: la distinción entre significante y significado y la separación que se puede hacer entre la palabra y la frase. Este desglose en la lengua permite delimitar sus respectivos dominios: el del aspecto sonoro o gráfico de las palabras o unidades de orden inferior (la morfología), el del aspecto semántico de estas palabras, el de la disposición formal de la frase (sintaxis) y el del valor lógico y referencial de la frase.

La creación de nombres de marcas suele combinar como máxima de dos a tres palabras en aras de la brevedad. Se distinguen desde esta perspectiva las figuras retóricas que trabajan sobre la estructura de la palabra o combinan más de una y se moderan o suprimen por obviedad las que inciden en la sintaxis de las oraciones o párrafos.

Cuando se diseña un nombre de marca generalmente se emplean procederes similares a los de muchas de las figuras retóricas:

- el apartamiento de la obviedad en aras de la singularidad.
- el grado de necesidad creativa debido a una carencia de hallazgo en la lengua o en las palabras comunes.
- el análisis de la naturaleza morfológica, sintáctica y semántica de la palabra o grupos de palabras y su mecanismo operatorio.
- su efecto lógico, de sentido hacia un contexto, público y acervo cultural.

# flickr

*Paragoge: Licencia poética. Consiste en agregar un fonema o más al final de la palabra, que generalmente es vocal y que puede ser etimológico o no. Hoy muchos nombres de marcas apelan a este recurso para lograr registros evitando interferencias marcarias.*

# SAMSUNG

*Aliteración: Involucra a los elementos morfológicos de las palabras. Se produce por adición repetitiva, por reiteración de sonidos. Figura que, mediante la repetición notoria de fonemas, sobre todo consonánticos, contribuye a la estructura o expresividad del verso. Es una repetición cercana en un sintagma corto; la reiteración de estructuras consecutivas o ligeramente separadas.*



*Redoble: Consiste en producir una palabra mediante la repetición de un elemento lingüístico, generalmente una sílaba (blablá), de modo que los elementos homofónicos mantienen entre sí relaciones sintagmáticas.*



*Hipalage: Consiste en ligar entre sí, dentro de la frase, palabras que no se ajustan ni en lo sintáctico ni en lo semántico. La operación que la produce es un desplazamiento de las relaciones -gramatical y semántica- del adjetivo y el sustantivo. El adjetivo no concuerda gramaticalmente por su significado literal (sino por un metafórico) con el sustantivo que le está contiguo.*

## La retórica visual en el diseño gráfico de las marcas

El diseño de las marcas deja de movilizar con preponderancia al nivel fonofonológico y pasa a trabajar en las asociaciones hacia el receptor sobre otros registros confluyentes: la memoria gestáltica (formas) y la cromática (colores).

Las operaciones que dan lugar a la figura (supresión, adición, supresión-adición o sustitución y permutación) no son ajenas a los mecanismos comunes de creación y validación del diseño gráfico al construir significado hacia lo visual.

Si pensamos en el diseño gráfico como una actividad proyectual que tiene por objeto producir piezas

gráficas con objetivos comunicacionales diversos, la retórica resurge como modo de construir el discurso para favorecer su efectividad.

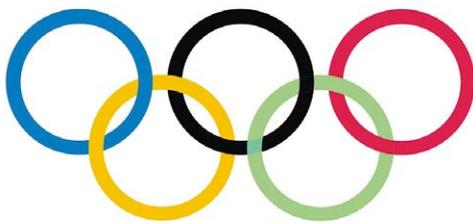
En 1964, Roland Barthes percibe que los juegos retóricos que se empleaban en el lenguaje escrito estaban siendo empleados a través del lenguaje visual en la publicidad. Así, acuñó el término retórica visual, por el que se entiende “un sistema de organización del lenguaje visual en el que el sentido figurado de los elementos representados organiza el contenido del mensaje”.

En el diseño gráfico el “hallazgo” y “transcripción” de la idea es el clímax del trabajo. Es una fase misteriosa en la que median métodos, intuiciones, dis-

cernimientos, e insospechadas clarividencias que permiten el paso del concepto a su conformación visual, permitiendo plasmar un pensamiento abstracto, lógico o fantástico. Este proceso integrador de información, habilidad y cultura entre el cliente y el diseñador, expone lo oculto de los pensamientos con resultados capaces de condensar la idea idónea. Si la retórica es el arte del buen decir, la retórica visual es el arte del buen significar.



*Alegoría (hablar figuradamente): TROPO. Ficción en virtud de la cual algo representa o significa otra cosa diferente. Representación simbólica de ideas abstractas por medio de figuras, grupos de estas o atributos. La alegoría representa una idea valiéndose de formas humanas, animales o de objetos cotidianos a lo que no tiene imagen para que pueda ser mejor entendido por la generalidad. Dibuja lo abstracto, hace "visible" lo que solo es conceptual, transita por lo convencional y obedece a una intención didáctica.*



*Asíndeton (omisión): Afecta a la construcción sintáctica del enunciado. Se omiten nexos o conjunciones entre palabras y proposiciones. Confiere mayor fluidez y transmite una sensación de movimiento y dinamismo. Contribuye a intensificar la fuerza expresiva del mensaje. Se desprende por simple yuxtaposición una cierta relación lógica.*



*Epanadiplosis (duplicación): Se produce cuando de dos proposiciones correlativas la segunda termina con la misma expresión con que la primera comienza (x.../...x). Se produce por adición repetitiva a distancia. En el plano visual se repiten los mismos recursos al principio y final formando sentido completo; encerrando una sola secuencia o varias íntimamente relacionadas.*



*Hipérbaton (transposición): Se invierte el orden que en el discurso tienen habitualmente las palabras; se trastoca o cambia el orden natural sintáctico dentro del sintagma: elemento rector + elemento regido.*

A modo de conclusión, esta investigación demostró que el dominio de los fundamentos teóricos sobre los cuales se sustenta la utilización de los recursos retóricos (figuras retóricas y tropos), permite al diseñador de comunicación visual contar con mejores herramientas para el proceso creativo de conceptualización de los nombres de marcas, diversificando sus soluciones profesionales y garantizando una mayor singularización de los resultados. Además, la adecuación teórica de dichos recursos retóricos a los términos del discurso visual, constituye un fundamento necesario para perfeccionar el proceso de conceptualización de los diseñadores de comunicación visual en la generación de la visualidad de las marcas durante su trabajo profesional, permitiendo así un mayor rendimiento semántico de estas.





**GISELA HERRERO GARCÍA**

Los objetivos de desarrollo de la economía en Cuba hasta 2030 contemplan el logro de una sociedad próspera y un proyecto social sostenible. Tal premisa demanda del Gobierno cubano no solamente una voluntad política, sino un pensamiento estratégico en pro del desarrollo que propicie la máxima calidad de productos y servicios para que, como consecuencia, estos alcancen un alto nivel de posicionamiento, y con ello un crecimiento de la actividad comercial tanto dentro como fuera de fronteras. Contribuir con ese empeño es uno de los derroteros de la Oficina Nacional de Diseño (ONDi), al arribar a sus 40 años.

Podemos afirmar, sin dudas, que tales propósitos no son realizables sin una intervención consciente y proactiva del diseño en los procesos de desarrollo. El lineamiento 111 de la Política Económica y Social del país, asociado al fomento de las vías de acceso a los servicios profesionales de diseño por la industria y las instituciones, tiene implicaciones que rebasan el propio marco de su enunciado.

En el programa del Partido Comunista de Cuba para el periodo 1975–1980 se recoge y expresa: “el rol del Diseño resulta esencial para lograr eficiencia, eficacia

# mejor DISEÑO MEJOR país

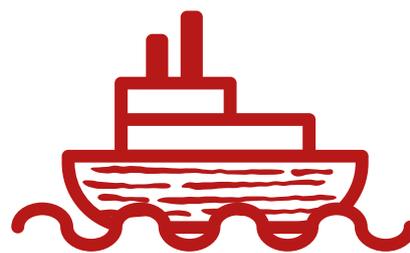
4 ONDi

y competitividad, no solo para el mercado nacional y la satisfacción de las necesidades del pueblo con calidad, sino para la exportación”. Corresponde a la Revolución y al pensamiento estratégico de Fidel el mérito de haber creado una institución que atendiera integralmente al Diseño.

El 9 de julio de 1980 se funda la Oficina Nacional de Diseño Industrial (actualmente Oficina Nacional de Diseño) por el Acuerdo No. 761 del Comité Ejecutivo del Consejo de Ministros. La ONDi es la entidad rectora del Diseño en Cuba, encargada de conducir y aplicar las normativas contentivas de la Política en materia de Diseño de Comunicación Visual y de Diseño Industrial. A partir del presupuesto de que la fundación de la Oficina Nacional de Diseño constituye *per se* una política pública a favor del Diseño, y a tono con sus atribuciones y funciones, desde el año 2013 la ONDi comienza a dar los primeros pasos para dotar al país de una Política que viabilice la implementación de dicho lineamiento en todas sus implicaciones. La propuesta, actualmente en fase de consulta, aporta visiones a futuro que apuntan al logro del nivel deseado y a tono con el estado del arte en el contexto internacional.

En torno a ello, las miradas internacionales consultadas tienen en común la aproximación a un modelo de Gestión del Diseño suscrito por el Instituto Tecnológico de Milán, con un enfoque basado en la capacidad del Diseño como elemento conductor de las políticas de innovación y desarrollo. Su denominación en inglés, *design driven innovation*, da idea de que se parte de la premisa de satisfacción de las necesidades del consumidor como el principal elemento desencadenante del desarrollo, así, no solo hace uso de los avances científico-tecnológicos, sino que incluso los propicia. Esta relación se da toda vez exista una analogía entre diseño y empresa al amparo de la investigación sobre nuevos perfiles de

“ Entender al diseño en su dimensión creativa, implica el reconocimiento del valor de lo intangible que aporta ”



usuarios y de los productos y servicios necesarios para satisfacerlos. Tales conceptos impactan a todo el sistema de actores involucrados: los gobiernos, los centros para la formación de profesionales, las empresas, las instituciones y entidades vinculadas a potenciar e implementar la presencia del Diseño en las políticas públicas, los programas de desarrollo y la sociedad.

En tal sentido, convendría entender al diseño en su dimensión creativa, lo cual implica el reconocimiento del valor de lo intangible que aporta. Esto se asocia a un reconocimiento de la profesión que contemple incentivos para el máximo desempeño de la actividad por sus profesionales, del mismo modo que para otras actividades afines y saberes técnicos y/o humanísticos con los cuales cuenta el diseño para sus abordajes

integrales. Incluye, entre otros aspectos, tarifas adecuadas para el pago de los proyectos, disponibilidad y posibilidades de acceso a los recursos materiales y un marco regulatorio que facilite que las empresas e instituciones puedan acceder a los servicios de diseño.

Es imprescindible posicionar en el pensamiento de los decisores la necesidad de estimular económicamente el Diseño, borrando definitivamente la errónea concepción de verlo como un gasto, y no como una necesaria inversión revertida en el incremento de la calidad de los productos y servicios y, en consecuencia, su creciente impacto en el mercado y la generación de utilidades. Encontrar la figura a través de la cual se genere un sistema de incentivos para la promoción del Diseño y la estimulación de las empresas y organizaciones que lo asuman con resultados significativos, es una vía para alcanzar estos fines.

Una indudable fortaleza actual para el Diseño en Cuba es contar con una población considerable de diseñadores y especialistas de otras disciplinas autorizados a ejercer la actividad, debidamente inscritos en el Registro de Diseño de la ONDi, con un apreciable nivel de formación profesional. Sin embargo, esto solo no basta; se ha de trabajar en el incremento

*Colección de muebles Guajiro, de los diseñadores Carilyn de la Vega y Carlos Pérez, inspirada en el sombrero guajiro cubano.*



de la cultura de diseño y una visión prospectiva del desarrollo por parte de los directivos y decisores del entramado institucional, desde el gobierno, los Organismos de la Administración Central del Estado, y el sistema de entidades, tanto del sector estatal como del no estatal.

De tal suerte, podrían generarse programas para el desarrollo

profesional a partir de modalidades de recalificación y posgraduación, dirigidos no solo a los diseñadores sino, además, a especialistas a cargo de las actividades de desarrollo, innovación, gestión de diseño y mercadotecnia. Hecho así, la incorporación del Diseño al caudal de conocimientos del futuro empresario permitirá contar con un pensamiento estratégico y facilitará el diálogo con los profesionales del Diseño.

Por otra parte, nuestro país cuenta con reservas insospechadas asociadas al desarrollo de las industrias creativas, incluidas las llamadas industrias culturales, y aquellas vinculadas al desarrollo local. Las relaciones de trabajo entre artesanos y profesionales del Diseño, con la puesta en relieve de las tradiciones en función del desarrollo de productos y servicios, permitirían posicionar elementos culturales e identitarios en los usuarios.





En sintonía con lo anterior, nuestras industrias creativas formarían parte de los rubros exportables y portadores de soberanía tecnológica e imagen país vista desde sus verdaderas esencias. Para cuando esto ocurra, se habrá comprendido que la llamada Imagen País, tan promocionada hoy en espacios comerciales de diversas naturaleza y escalas..., no cabe en un simple pulóver, una jarra de cerámica importada y a veces mal cocida o en un llavero de acrílico. Se estaría a salvo del frecuente error de decir “vender productos o servicios de Imagen País”. La imagen no se vende, se transmite desde la conjunción armónica y sólida de modos, proyecciones y bondades distintivas bien representadas.

Esto no implica en absoluto descuidar los requerimientos de la industria y los servicios a gran escala, vinculados a los planes de exportación tanto en renglones tradicionales como emergentes. Pero este salto debe acompañar a los programas para el desarrollo de la ciencia y la innovación que rige el CITMA. La perspectiva del Diseño integrado a la innovación incremental, el desarrollo de tecnologías y el uso de nuevos materiales son algunas de las aristas posibles. Este proceso debe acontecer junto a los correspondientes enfoques de la protección legal y los derechos sobre la propiedad intelectual, a la luz del marco regulatorio vigente para esta temática.

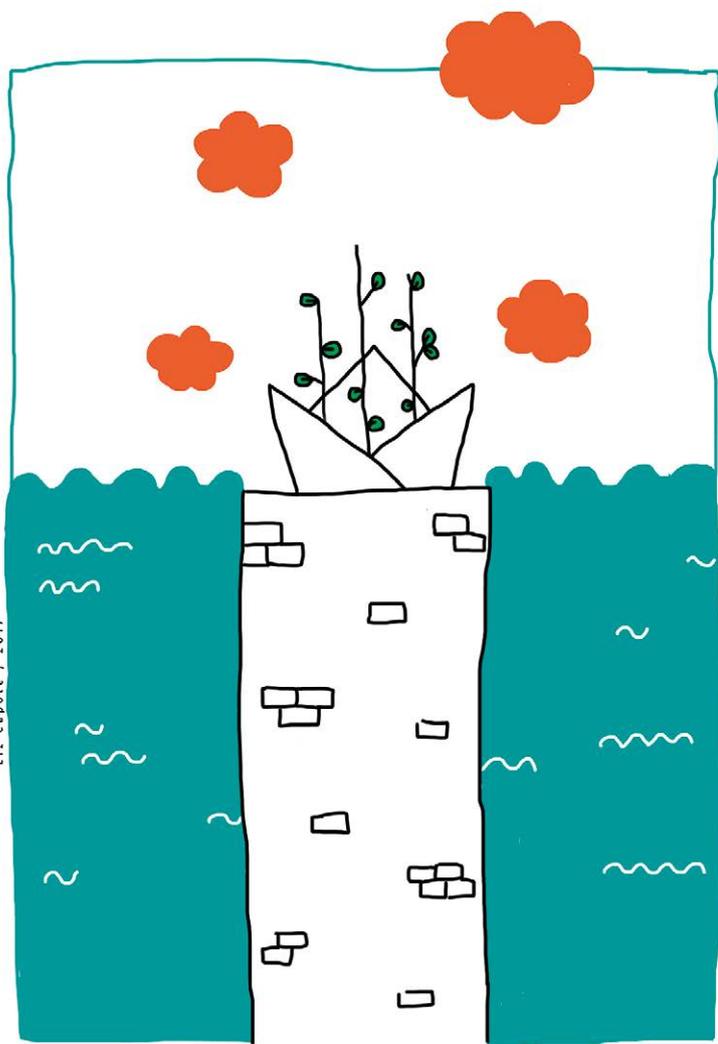
De igual manera, es preciso contar con un observatorio de diseño como repositorio de las nuevas tendencias internacionales, fuente

*Marca país aplicada a un producto con alto valor simbólico y cultural para los cubanos y foráneos.*

de información vital para los diseñadores y desarrolladores de productos. Proceso este que debe tomar en cuenta los indispensables estudios de mercado y el monitoreo de las demandas de los usuarios. La labor de prospección de nuevos nichos de mercado para nuestros productos y servicios, así como la evaluación de la concurrencia es un requerimiento meridiano para enrumbar los nuevos desarrollos, impactar el consumo y crecer en los niveles de exportación.

Ello implica una participación del Diseño como incubadora de ideas generadoras de bienes y servicios que estimulen de modo efectivo dicho crecimiento. Nuestro país ha estado sometido por décadas a la asimetría económica, resultante del efecto cada vez más palpable del bloqueo impuesto por sucesivas administraciones del gobierno de los EE.UU., la coexistencia de monedas con desigual valor cambiario, las limitaciones tecnológicas de la industria, etcétera. En este contexto, la visión del Diseño en su rol estratégico deberá ser la de elemento dinamizador capaz de paliar las situaciones de crisis, y el principal motor para potenciar un cambio que permita salir de ellas. Un ejemplo palpable lo constituyen las propuestas de soluciones para el enfrentamiento al SARS-Cov-2, que se traducen en el desarrollo de útiles para la protección humana, equipamiento médico y campañas de comunicación para la prevención





## # No Más Bloqueo

de la enfermedad y la promoción de las acciones asumidas por el sistema de salud, las autoridades del gobierno y los centros para la investigación y el desarrollo de medicamentos y kits de diagnóstico. Pero los enfoques actuales del desarrollo han de ser modificados. El crecimiento de la economía no deberá sustentarse solo en la reducción de la desproporción entre la oferta y la demanda de productos, sino —con una visión prospectiva, más allá de suplir las carencias conocidas— con la capacidad de visualizar a futuro aquellas necesidades que tributen en primera instancia a una mejora de las condiciones de vida de nuestros ciudadanos.

La integración consciente del sector estatal y el no estatal, y los encadenamientos productivos a que nos

*Cartel de la diseñadora Liz Capote, primer premio del Concurso Internacional de carteles #NoMásBloqueo.*

llama la alta dirección del país deben ser incluidos en la agenda de todas las organizaciones vinculadas con la generación de bienes y servicios. En este sentido, resulta vital la creación de alianzas entre desarrolladores y productores así como los vínculos entre las empresas estatales y los emprendimientos no estatales, que propicien los necesarios encadenamientos productivos para dar respuesta a dichas necesidades, eliminando las trabas burocráticas y creando los mecanismos legales que los viabilicen.

La disponibilidad en el mercado de productos y servicios de alto estándar en la indisoluble dupla CALIDAD-DISEÑO, ha de ser el indicador incuestionable de nuestro progreso económico y, como resultado, de la prosperidad que confirma la justeza de nuestro modelo de desarrollo.

La expresión evidente en cultura de diseño de cubanas y cubanos estará signada, indiscutiblemente, por la posibilidad de acceder a productos y servicios bien diseñados. Además, puede ser potenciada a través de la impartición de nociones de diseño desde las edades tempranas de la formación del individuo, así como mediante la presencia sistemática de contenidos de diseño en los medios de comunicación. De igual modo, los mensajes que se emitan a través de los medios audiovisuales y las plataformas digitales deben contar con un alto estándar de calidad en sus soluciones gráficas y recursos de animación, que favorezcan la comprensión de los contenidos a la vez que transmitan valores éticos y estéticos a los ciudadanos.

*“La expresión evidente en cultura de diseño de los cubanos estará signada por la posibilidad de acceder a productos y servicios bien diseñados”*

Para el logro de tales fines, la vinculación de todos los actores que trabajan en función del desarrollo del Diseño, ya sea como estrategia, proceso o actividad creativa, debe articularse en el entramado de un sólido sistema de Diseño, con una clara definición de sus actuaciones, competencias

y relaciones de interdependencia. La integración consciente de dicho sistema con el entramado productivo, las ofertas de servicios, la comunicación eficaz de los mensajes políticos y de bien público,

así como con un universo de usuarios con capacidad de discernimiento al momento del consumo, son los hitos a alcanzar en una sociedad en que el Diseño Cubano sea valorado y asumido como piedra angular para el desarrollo económico y la prosperidad a que aspiramos como país.

Jaime Franky, en su texto El arte de diseñar... entre otras quijotadas, plantea: “el diseño industrial será reconocido en un país cuando aparezca en las páginas económicas de los periódicos y no solo en las páginas culturales, y será importante cuando se haga diseño para la gente y no para los diseñadores”. Y añadía que su fortaleza dependerá de la articulación del aparato productivo que contribuya a su desarrollo.

Nos sumamos a la lógica de pensamiento de este colega latinoamericano, amigo entrañable del diseño cubano y sus diseñadores, añadiendo que lo que nuestro país demanda está en relación directa con la presencia del diseño en todos los contextos, en tanto los ciudadanos cubanos y los visitantes de otras latitudes se encuentren rodeados en los ambientes domésticos, laborales, institucionales y de ocio de espacios, objetos y comunicaciones de alto nivel de diseño, que resulten a la vez

amigables y disfrutables por los usuarios, consumidores o clientes según corresponda. Pero, sobre todas las cosas, se trata del diseño reconocido e integrado de modo total a la economía, como fuente de valor añadido, que impacte los indicadores de desarrollo a partir de su contribución no solo al valor de uso, sino además al incremento de los ingresos, las exportaciones y sus aportes tributarios.

Como en otros trabajos de este corte, apelo nuevamente a sueños y aspiraciones compartidas con maestros y colegas de la vida y de la profesión. Como se apunta arriba en la voz de Jaime, sería bueno encontrar, por ejemplo, que en nuestros diarios – sean impresos o digitales y, a futuro, de otras maneras que aún desconocemos – el diseño ocupe un espacio de valor noticioso en sus páginas y en los home page de las webs, no desde un afán ególatra, sino desde la certeza de su valor como pilar estratégico del desarrollo que hemos de acompañar, para la prosperidad y sostenibilidad que Cuba merece, y puede alcanzar, en la vida de sus cubanas y cubanos.

¶¶



IDEAS EN

FORMAS

MARCA

*"LO BELLO SIEMPRE ES UNA RELACIÓN MISTERIOSA ENTRE NOSOTROS Y LO QUE ADMIRAMOS, PERO NO CABE DUDAS DE QUE ESO TAMBIÉN ES FRUTO DE UNA EDUCACIÓN Y DE LA INTERACCIÓN CON UNA SERIE DE SEÑALES QUE NOS VAN MARCANDO PAUTAS"*

EUSEBIO LEAL SPENGLER

## DESDE LA SUTILEZA DEL DISEÑO

### SURISDAY REYES MARTÍNEZ

Los antecedentes pueden constituir acontecimientos aislados o experiencias que marcan la continuidad de proyectos. Lo cierto es que son parte de la historia y por demás imprescindibles. La muestra Fuego Fatuo, dentro de la II Bienal de Diseño de La Habana 2019, no fue un hecho fortuito, pues permitió que el Museo Nacional de la Cerámica Contemporánea Cubana fungiera como una de las sedes del megaevento y se abriera así una relación entre el diseño y la manifestación cerámica.

La intensa dinámica generada por esta exposición no solo fue pretexto para un debate que trascendió el plano puramente estético, sino que también propició la alianza entre el Museo y la Fundación Caguayo para las Artes Monumentales y Aplicadas. De modo que, un año después, incentivó además dar continuidad a proyectos comunes como el de concebir el I Concurso Nacional de cerámica utilitaria Ideas en formas. Este convocaba a todos los creadores del país a desarrollar propuestas de diseño de productos utilitarios con alto valor estético en pos de estimular su presencia en los espacios cotidianos cubanos.

Quiso el azar que el 31 de julio, en el escenario inaugural de la primera edición del certamen Ideas en formas se honrara la memoria de Eusebio Leal Spengler, gran intelectual, historiador y maestro por excelencia. Fiel defensor del patrimonio, el arte y la cultura en toda su dimensión. Alguien que expresara: "Hay una necesidad de transmitir a todas las generaciones ese culto a la belleza. Para ello el diseño debe entrar en el universo del hogar (...)". No hay frase más acertada ni que mejor defina la esencia de esta muestra itinerante, devenida oportunidad para apreciar el diseño cerámico en diversidad de posibilidades tipológicas y funcionales que oxigenan, renuevan y aportan.

A modo de estadística, ineludible en estos eventos, se señala la participación de ceramistas, diseñadores, artesanos y artistas de Santiago de Cuba, Las Tunas, Ciego de Ávila, Camagüey, Matanzas, Isla de la Juventud y La Habana. Hubo también una notable presencia del Instituto Superior de Diseño (ISDi). Se presentaron un total de sesenta y tres proyectos, en su mayoría individuales y, en menor medida, como

grupos de creación. En sentido general predominaron los objetos de uso doméstico con una nueva visualidad al apostar por otras formas, elementos decorativos y presupuestos técnicos que, de conjunto, asumieron el riesgo de la experimentación.

El jurado estuvo integrado por especialistas del diseño industrial, la tecnología cerámica y el arte: Lourdes León (Arquitecta); Oneida Pereyó Medina (Tecnóloga del Taller de Cerámica de la Fundación Caguayo en Santiago de Cuba); Milvia Pérez (Diseñadora Industrial y Decana de la Facultad de Diseño Industrial del ISDi); Teresa Sánchez Bravo (Licenciada en Cerámica Escultórica y artista visual) y Luis Ramírez Jiménez (Diseñador

Industrial y Vicepresidente de la Fundación Caguayo).

Estos profesionales consideraron indicadores como creatividad e innovación, valor estético y funcional, factibilidad productiva, valores culturales y atractivo comercial para evaluar las piezas en competición. Una primera selección, a partir del riguroso análisis de tales criterios aplicados al producto o sistema de productos concursantes, permitió decidir los finalistas. De la nómina de trece propuestas escogidas se concedieron cinco Menciones y el Premio Único.

Las Menciones fueron para dos proyectos colectivos y tres

propuestas individuales. La Colección PETIT, contenedores de perfumes de Jesús Mariño Silva, Jany Mariño Bermúdez y Harold Mariño Bermúdez es destacable por la coherente relación estética-función. Su viabilidad productiva posibilita bajos costos de producción; además la permeabilidad del material y el sellado garantizan la hermeticidad necesaria para este tipo de envase. Del grupo Barro sin barro, el conjunto Megatazones de Jorge Armando Acosta, Maday Acosta, Didier Acosta y Zoraida Posada se distingue por la adecuada aplicación de la técnica de decoración sobre cubierta, con sencillos motivos, lo que permite ediciones seriadas de carácter limitado.

# MENCIONES



*Colección PETIT*  
Contenedores de perfumes  
Jesús Mariño Silva,  
Jany Mariño Bermúdez  
y Harold Mariño Bermúdez.



*Grupo Barro sin barro*  
Conjunto Megatazones  
Jorge Armando Acosta,  
Maday Acosta, Didier Acosta  
y Zoraida Posada.



*Proyecto Ojo de agua*  
*Losa decorativa para espejos de agua*  
*Maité Duménigo Bordón.*



*Proyecto I love eat*  
*Set de recipientes cerámicos*  
*Elisa García Isidrón.*



*Proyecto "Jarrones Corax"*  
*Sistema de recipientes multiuso*  
*Damián Colmines Guerra.*

Fue singular Ojo de agua, losa decorativa para espejos de agua de Maité Duménigo Bordón por sus variadas posibilidades de uso como enchape de superficies interiores y exteriores. Su simetría e irregularidad permiten diversas expresiones estéticas al combinar las losas en un gran formato. La técnica de prensado para su ejecución contribuye a una alta productividad. Es igualmente interesante I love eat, set de recipientes cerámicos para contener alimentos en pequeñas porciones, de Elisa García Isidrón. Se parte de un motivo geométrico simple para su concepción y de acuerdo a la disposición de sus elementos genera una atractiva visualidad. Además, al realizarse por vaciado facilita su producción seriada de forma sencilla y económica. Por último, Jarrones Corax, sistema de recipientes multiuso de Damián Colmines Guerra, asume una forma orgánica que posibilita el acoplamiento coherente entre las piezas de carácter multifuncional.

Se atribuyó el Premio Único a Tostonera del grupo Medio punto integrado por Adrián García Álvarez, Sandra Quintana Echemendía y Arantxa Sánchez Puentes. Esta proposición logra resolver desde el

diseño —a partir de una forma geométrica básica— una necesidad típica de la cotidianidad cubana. Precisa una fácil adecuación a procesos tecnológicos que garantizan gran productividad. Cabe enfatizar en la alta dosis de originalidad, creatividad e innovación de este producto. En esencia, no solo despierta, sino que incentiva un deseo. Dada la particularidad del concurso de permitir el cierre del ciclo habitual que comprende conceptualización, ejecución y comercialización de la propuesta ganadora, esta se pondrá en producción seriada en los predios del taller de cerámica de la Fundación Caguayo en Santiago de Cuba.

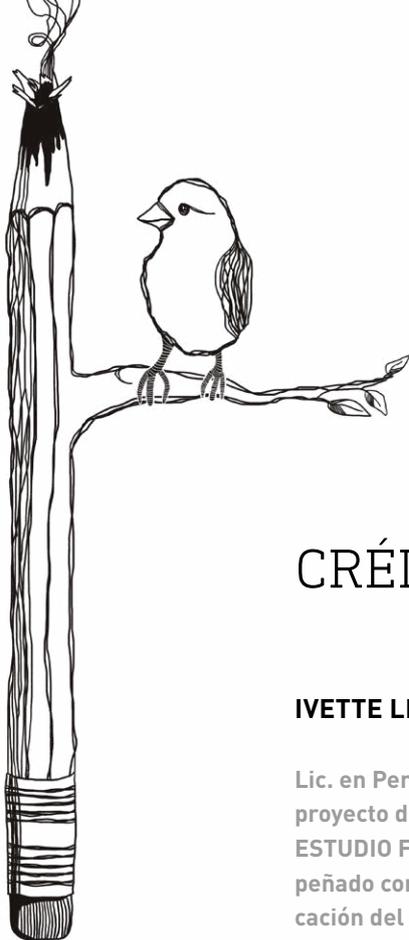
Visibilizar tan atractivas y pertinentes soluciones dentro de la variante utilitaria en el diseño cerámico contemporáneo ha sido una de las premisas de Ideas en formas. Las piezas resultado de este certamen evidencian proposiciones técnico-artísticas de alta demanda, donde lo útil y lo bello se unen desde la sutileza del diseño.



# PREMIO ÚNICO

*Grupo Medio Punto  
Proyecto Tostonera  
Adrián García Álvarez,  
Sandra Quintana Echemendía  
y Arantxa Sánchez Puentes.*





## CRÉDITOS

### **IVETTE LEYVA GARCÍA**

Lic. en Periodismo, 2008. Colíder del proyecto de comunicación y diseño ESTUDIO FORMATO. Se ha desempeñado como Directora de Comunicación del MINCULT y como editora ejecutiva de la Revista Cubana de Diseño La Tiza. Fue reportera y jefa de Información del diario Granma. Colabora con diversas publicaciones nacionales.

### **ADDILEY PALANCAR GUERRA**

Lic. en Periodismo, 2007. Integra el equipo de Comunicación de la ONDi. Ha trabajado en diversas publicaciones de la Casa Editora Abril, como revista Pionero, Somos Jóvenes, Caimán Barbudo.

### **GISELA HERRERO GARCÍA**

Diseñadora informacional, 1992. Jefa de la ONDi. Dirige la Revista Cubana de Diseño La Tiza. Preside la Bienal de Diseño de La Habana (BDHabana/BDH). Miembro de la Comisión que propone la Política de Diseño para Cuba. Integró el equipo interdisciplinar que diseñó la Marca País.

### **ERNESTO NIEBLA CHALITA**

Diseñador informacional, 1993. Máster en Ciencias de la Comunicación, 2001. Dirige la UEB Comunicación e Imagen, perteneciente a la Empresa de Artes Gráficas Federico Engels. Se ha desempeñado como profesor del ISDi y jefe del departamento de la carrera de Diseño de Comunicación Visual. Fundador y director creativo del Grupo Creativo del Consejo de Estado entre 2004-2009. Docente, conferencista y jurado de diversos eventos. Diseña, asesora y dirige proyectos para diferentes sectores y clientes.

### **ROBERTO CHÁVEZ MIRANDA**

Diseñador gráfico, 1992. Máster en Gestión de Diseño e Innovación. Miembro del Comité de Expertos de la ONDi. Premio ONDi de Diseño, 1994. Premio Espacio a la Creatividad, 2015. Se ha desempeñado como profesor en el ISDi. Miembro de la UNEAC. Jurado en importantes eventos y ferias. Colabora con instituciones, empresas, agencias profesionales y publicaciones nacionales e internacionales.

### **SURISDAY REYES MARTÍNEZ**

Lic. en Historia del Arte, 2014. Máster en Preservación y Gestión del Patrimonio Cultural, 2019. Directora del Museo Nacional de la Cerámica Contemporánea Cubana de la Oficina del Historiador. Se desempeña en la curaduría artística y la crítica cultural. Ha colaborado en diversas publicaciones especializadas de artes visuales tanto nacionales como extranjeras, dígase Revolución y Cultura, Arte Cubano, Pauta, Arte al límite, Infocerámica, entre otras.

UN CUARTO DE SIGLO

1995-  
2020

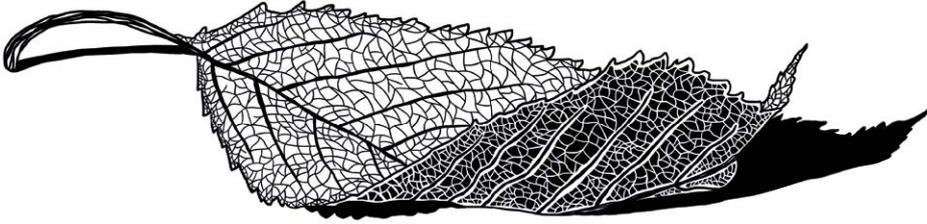
Fundación Caguayo  
para las Artes  
Monumentales y Aplicadas

---

Pieza: Beso (soporte para flores)  
Autor: Luis Ramírez  
Año: 2015



**FUNDACIÓN CAGUAYO**  
PARA LAS ARTES MONUMENTALES APLICADAS



La poesía se parece a la  
censura  
porque también la poesía  
es el arte de quitar  
lo que molesta.  
Pero el poeta  
es el reverso del censor:  
el poeta quita las hojas  
secas  
y el censor corta las raíces.

Luis Rogelio Noguerras

Sustitúyase, a modo de experimento, la palabra  
poesía por diseño y la palabra poeta por diseñador.