

## *Criterios de buen diseño aplicados a los carteles de fiestas turísticas y tradicionales*

Autor: Noa Real García

*Criterios de buen diseño aplicados a los carteles de fiestas turísticas y tradicionales* es el título de la tesis doctoral en cotutela –entre la Universidad de La Laguna (ULL) y la universidad francesa Université Savoie Mont Blanc (USMB)– y mención internacional realizada por la actual doctora en Diseño gráfico por la ULL y en Ciencias de la Información y de la comunicación por la USMB, doña Noa Real García. Este trabajo de investigación, defendido presencialmente en la Universidad de La Laguna el 11 de noviembre de 2020 frente a un jurado internacional, obtuvo la máxima calificación de sobresaliente *cum laude* por las dos universidades, aparte del premio extraordinario de doctorado que concede la Universidad de La Laguna.

El tema de la investigación se centra en varios puntos de gran relevancia, entre ellos, se encuentran las fiestas tradicionales o patronales, las cuales han sido uno de los atractivos turísticos más indiscutibles a lo largo del siglo xx. En el caso de España, la relevancia internacional de algunos de estos eventos ha fomentado la popularidad del país, y lo ha potenciado como destino turístico. En el caso de las Islas Canarias, el elevado número de festividades que se celebran y su relación directa con el turismo hacen que estos eventos sean, entre otras cosas, una importante fuente económica para el archipiélago.

Por otra parte, el estudio se centra en el cartel, el cual ha evolucionado junto con la sociedad, bajo sus demandas y necesidades y junto con las tecnologías que lo han hecho posible, considerándose como el medio de transmisión de información más utilizado a lo largo de toda la historia. Aunque este convive en la actualidad con otros medios más poderosos, se niega a desaparecer, pues su capacidad de reinventarse parece no tener fin. El cartel ya no es solo un trozo de papel pegado a la pared que intenta llamar nuestra atención, sino que su soporte y sus materiales se han visto ampliados. Ahora no solo tiene una versión física, sino que también puede aparecer

en versión digital y desarrollarse o incorporar ciertas novedades tecnológicas.

La aparición de los carteles digitales en movimiento o carteles animados, la realidad aumentada, la realidad virtual, la inteligencia artificial, la interacción con el entorno o el diseño participativo, entre otras innovaciones aplicadas al cartel, han supuesto la implicación de grupos de profesionales para que trabajen de forma interdisciplinar en la creación e incluso en la cocreación de los carteles, ya que el público ha podido pasar de ser un simple observador a ser cocreador y a la vez un usuario activo que puede interactuar con el propio cartel. Además, Internet y las redes sociales han proporcionado al cartel en la actualidad un poder de difusión y un alcance que nunca antes se hubiera podido imaginar.

La cartelera siempre ha permanecido junto a la industria turística promocionando cualquier tipo de evento o lugar, e incluso para muchas fiestas tradicionales se ha convertido en una pieza clave para el desarrollo de las mismas. Su función ya no es solo la de informar o decorar, sino que puede tener otras funciones y objetivos, por ejemplo, sociales, ambientales o culturales. En este sentido, el cartel se puede volver indispensable para algunas fiestas o regiones, ya que si está bien concebido y ejecutado técnicamente, puede llegar a dar prestigio a una zona o entidad; por ello, obtener la solución más adecuada en cada caso, para que el cartel pueda cumplir con su cometido de la forma más eficiente y responsable posible, se vuelve una tarea imprescindible.

El tema de esta investigación sobre carteles de fiestas turísticas y tradicionales comenzó en el año 2014 con el trabajo final de grado en diseño –TFG– de la autora de esta investigación. Su objetivo era crear una propuesta de cartel y una campaña promocional completa de las Fiestas de Mayo de Los Realejos, declaradas de Interés Turístico Nacional, que fuera coherente y estuviera actualizada a los tiempos en los que vivimos. El resultado obtenido tras este trabajo fue utilizado por el Ayuntamiento de dicho municipio como imagen de sus fiestas al año siguiente. Esta experiencia sirvió tanto al doctor Alfonso Ruiz Rallo como a la doctora doña Noa Real García como un primer acercamiento al tema de la gestión del diseño en las instituciones públicas.



Juntos constataron que, año tras año, en las Islas Canarias se repetían y se repiten ciertos hechos que afectan al diseño de carteles, una serie de cuestiones que les impulsaron a continuar investigando para profundizar en el tema de la cartelería de fiestas. En este sentido, la falta de conocimientos sobre gestión del diseño que suele tener el personal de las instituciones públicas que se encarga de estas labores era un ejemplo bastante evidente, pues se traducía en propuestas de mala calidad, mal enfocadas o que presentan algún tipo de problema ético, medioambiental, etc. Además, estas propuestas suelen, por lo general, estar envueltas en una serie de críticas y opiniones personales que surgen por parte de los habitantes de Tenerife una vez que se presenta el cartel de las fiestas a la ciudadanía. Estas son algunas de las consecuencias que se producen debido a que aún, en la mayor parte de la población canaria, el diseño no se ve como una herramienta de innovación y como una inversión, sino como un gasto y una cuestión meramente estilística.

De manera posterior, con el desarrollo del trabajo final de máster (TFM) de la investigadora, se decidió ampliar el tema de la cartelería de fiestas, pasando a estudiarse más en detalle tres fiestas de Canarias, entre las que se encontraban los Carnavales de Santa Cruz de Tenerife, las únicas fiestas del archipiélago canario que cuentan con la declaración de Interés Turístico Internacional. Con un enfoque más investigador que el del trabajo anterior, en este caso, se propusieron analizar más en profundidad la evolución de la cartelería de las tres fiestas seleccionadas, las propuestas de carteles que más gustaban al público, la forma de contratación, etc.

Con la información recopilada, se llegó a una serie de conclusiones y se puso en valor la importancia de realizar buenos trabajos gráficos para publicitar nuestras fiestas. Por lo que, a partir de esta labor de análisis para el TFM, se confirmó –tras la experiencia previa comentada con anterioridad– la inexistente o deficiente gestión del diseño que existe en los ayuntamientos de las islas y el poco valor que se le da en la actualidad al ejercicio de esta profesión.

Una vez finalizado y defendido el trabajo final de máster, se presentó a los Premios en

innovación en diseño enfocado al sector turístico, organizados por la Universidad de Barcelona, Las Palmas de Gran Canaria, País Vasco, La Laguna y por el Ayuntamiento de Arona. El jurado, compuesto por profesionales internacionales e interdisciplinarios relacionados con el sector turístico y el diseño, determinó finalmente que, debido a la novedad y a la utilidad de la investigación, debía recibir el premio del concurso de esa edición, un hecho clave que les motivó a seguir trabajando en el tema –a Noa Real y a su director Alfonso Ruiz–, ya que se pudo apreciar que no solo resultaba de interés a la comunidad universitaria, sino que también lo era para las instituciones públicas y privadas.

De esta forma, se inició esta tesis doctoral en cotutela –entre la Universidad de La Laguna [ULL] y la universidad francesa Savoie Mont Blanc [USMB]–, en la que se amplían las dos investigaciones anteriores y se pretendía principalmente determinar una serie de criterios de buen diseño en los carteles de fiestas turísticas y tradicionales, utilizando como ejemplo las fiestas más importantes y participativas del archipiélago canario, los Carnavales de Santa Cruz de Tenerife.

## HIPÓTESIS

En un primer momento las hipótesis de la investigación fueron las siguientes:

- Se puede definir una serie de valores de buen diseño aplicables en contextos determinados.
- Existe una manera de definir y medir una serie de valores en los carteles que nos permitan determinar la calidad del diseño.
- La aplicación correcta de estos valores puede mejorar la gestión del diseño.

Es decir, que se deberían incluir valores de buen diseño en la práctica profesional y en la comunidad, porque gracias a esto se mejoraría la imagen de las fiestas, la comunicación sería más efectiva y, por tanto, más rentable. Esto permitiría reducir el número de críticas y problemas que pudieran surgir a raíz de la mala ejecución de propuestas.

## OBJETIVOS

En base a ello, se determinaron una serie de objetivos, los cuales eran: analizar un conjunto de carteles de fiestas turísticas y tradicionales, sus características y sus criterios de buen diseño para poder mejorar la calidad de los carteles de esta temática que se publican en Canarias y en cualquier otra zona. Averiguar el impacto que tienen las decisiones tomadas durante el proceso de diseño en el entorno y poder poner en valor el diseño y su buena gestión e intentar contribuir de esta forma a erradicar las malas prácticas que se producen normalmente por ser los responsables de la toma de decisiones sobre diseño personal no cualificado para ello. De esta forma, los objetivos de la investigación se ordenaron de la siguiente manera:

- Determinar una serie de criterios de buen diseño en los carteles.
- Hacer un análisis de una muestra de carteles de Canarias –6 carteles del Carnaval de Santa Cruz de Tenerife, desde el año 2015 hasta el 2020–.

### ANALIZAR LA GESTIÓN DEL DISEÑO Y LA EVOLUCIÓN DE ESTOS SEIS CARTELES DEL CARNAVAL

#### DETERMINAR SUS CRITERIOS DE BUEN DISEÑO

Este trabajo de recopilación de datos y de análisis de carteles, se consideró de utilidad para difundir y preservar parte de la historia de Canarias, para poner en valor sus fiestas y ayudar a definir su gráfica publicitaria. Por lo que se añadieron otros tres puntos:

- Aumentar los conocimientos históricos y culturales sobre las fiestas y los carteles de Canarias.
- Poner en valor el diseño y su buena gestión e intentar contribuir de esta forma a erradicar las malas prácticas.
- Presentar una serie de herramientas y conocimientos que giran en torno al cartel, tanto al cliente como al diseñador, para que les

ayude en cada caso concreto a crear o a solicitar un proyecto de diseño gráfico.

#### FASES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Cuando ambos apartados estuvieron claros, la autora realizó una aproximación temporal de ejecución por bloques, divididas en tres fases: de investigación, de desarrollo y una última fase práctica y analítica.

En la primera fase, se determinó la necesidad en primer lugar de definir dos conceptos que resultaban clave: diseño y cartel, pues en torno a ellos gira esta investigación. Estas aclaraciones se consideraron necesarias debido al grado de complejidad que presenta el término *diseño*, y porque era fundamental explicar la forma en la que se entiende un cartel en esta investigación para poder aplicar *a posteriori* los criterios de buen diseño obtenidos.

Una vez aclarado el concepto de cartel, se investigaron sus diferentes géneros y sus funciones. Además, se realizó un resumen de la evolución de su historia y su gestión, poniendo énfasis en los carteles de toros, en los turísticos y de fiestas de España y más específicamente en los de Canarias. También se expusieron brevemente ciertos acontecimientos mundiales destacados, movimientos artísticos y las herramientas o tecnologías junto a las que el cartel ha ido evolucionando, aparte de ir nombrando determinados diseñadores y sus obras más relevantes, con la finalidad de comprender en un contexto global el motivo por el cual un cartel se consideraba o se considera como bueno en cada época y lugar determinado. Una vez hecho esto, se definió una serie de principios de buen diseño generales, concluyendo que estos deben ser honestos, éticos y fáciles de usar y de entender, y en base a ellos, junto con una amplia recopilación de testimonios de profesionales del sector, se determinaron una serie de criterios de buen diseño que pudieran ser posteriormente aplicables al cartel.

Con estas conclusiones, gracias a la estancia que tuvo que realizar Noa Real en la USMB, pudo realizar tres proyectos relacionados con la presentación visual de los resultados de su investigación de tesis, junto a tres estudiantes del Más-

ter de Création Numérique de la universidad francesa, creándose un mundo de buen diseño en realidad virtual, que contiene una exposición de carteles animados creados con los conceptos de buen diseño del cartel, un muro con citas de buen diseño y finalmente un juego en el que el usuario debe elegir entre dos propuestas de cartel, la que considere más adecuada, siendo el último de los proyectos realizados un vídeo corto en 360° que introduce a este espacio creado en realidad virtual.

Por el momento la realidad virtual ha sido utilizada para exponer los resultados de la investigación, aunque se ha dejado planteado utilizarla como método de investigación en futuros trabajos. En cuanto a esto, es posible indicar de manera general que la información recopilada para esta investigación fue extraída a través del análisis visual de los carteles, mediante consulta bibliográfica y debido a la escasa cantidad de información encontrada sobre la gestión del diseño y la cartelería de Canarias, se tuvo que llevar a cabo una serie de entrevistas a profesionales contemporáneos que guardan relación con el diseño.

Con respecto a la segunda fase o fase de desarrollo, utilizando la información recopilada a través de las investigaciones iniciales, se expuso una serie de conocimientos con los que deben contar tanto el diseñador como el cliente o el gestor del diseño y se aportó una serie de herramientas que pueden ayudar a mejorar la comunicación entre ellos, como, por ejemplo, un modelo de *briefing*. Un documento útil a la hora de encargar un proyecto de diseño, que en este caso en concreto sería el de creación de un cartel promocional de fiestas, y para que el diseñador sea capaz de ejecutar el trabajo atendiendo a las demandas y necesidades del cliente y defender su propuesta basándose en lo acordado.

Por otra parte, también se creó en el desarrollo de este trabajo un modelo de fichas de carteles capaz de recopilar una serie de datos que puedan servir para compartir fácilmente ciertos conocimientos históricos y culturales tanto de las fiestas como de los carteles, información que posteriormente, junto con la del *briefing*, pudiera ser de utilidad para analizar y extraer una serie de conclusiones que estudien si la muestra de carteles que seleccionaron, contaba o no con los

criterios de buen diseño definidos en la investigación, y en el caso en el que hiciera falta, se podría ayudar a mejorar la gráfica publicitaria que existe en las instituciones públicas y a alcanzar los objetivos deseados.

En cuanto a la última fase, para poner en práctica el trabajo realizado, se utilizaron seis carteles recientes del Carnaval de Santa Cruz de Tenerife, desde el año 2015 hasta el 2020, y se determinaron sus criterios de buen diseño utilizando las herramientas comentadas con anterioridad. Del análisis se concluyó que los carteles que han estado mejor gestionados o han sido ejecutados por profesionales relacionados con el diseño gráfico obtuvieron propuestas más adecuadas, tanto conceptual como técnicamente, trayendo consigo una serie de ventajas, sociales, económicas, ambientales, etc., reduciéndose notablemente el número de críticas por parte de los habitantes de Tenerife.

## CONCLUSIONES

Finalmente, las conclusiones de este trabajo son que, tal y como se está haciendo en otros ayuntamientos e instituciones, aunque no sea una labor precisamente sencilla, se debe buscar un modelo de gestión hasta llegar a la fórmula más eficiente en la creatividad y el diseño, que permita unos buenos resultados y una buena comunicación, cliente-diseñador y diseñador-público objetivo, para evitar la contratación de no profesionales en diseño o los concursos abiertos a la ciudadanía, prácticas comunes que se llevan a cabo desde las instituciones públicas canarias, que atentan contra la integridad profesional del colectivo de diseñadores gráficos.

Por tanto, en este trabajo de tesis doctoral se detecta la necesidad de profesionalizar la contratación en las instituciones públicas con respecto al diseño y a la creatividad. Como solución posible se propuso educar con cursos de formación –principalmente– al personal de las instituciones públicas para que puedan ser capaces de utilizar la información y herramientas que se proporcionan en esta investigación de manera adecuada, para que sepan gestionar de la mejor manera el diseño o contratar a expertos asesores para que

se encarguen de ello y así poder ir ascendiendo de manera progresiva en la escalera del diseño, evitando la gran inestabilidad patente que existe en la actualidad en los ayuntamientos y en otros organismos gubernamentales en Canarias en torno a este tema.

Diseñar para el espacio público conlleva una gran responsabilidad; por ello, hacerlo mal no es una opción que se deba permitir. En este sentido, es obligado buscar las mejores opciones o los buenos diseños. El crecimiento de profesionales formados en estos temas, el aumento del número de asociaciones y centros de enseñanza en diseño o el creciente interés de la ciudadanía por esta disciplina, entre otros, indican que el futuro apunta a ser mejor. Según opina la autora, el cartel no ha terminado ni de reinventarse ni tampoco de sorprendernos, ya sea en el medio

físico o en el digital, y al igual que la sociedad va cambiando a lo largo del tiempo, debemos permanecer actualizados y buscar en todo momento y en cualquier lugar las mejores opciones posibles y, por tanto, los buenos diseños.

Por último, con la finalidad de poner al día regularmente los contenidos de la investigación, se creó la página web [goodposterdesign.com](http://goodposterdesign.com), en la cual se exponen los resultados de esta investigación y se comparten las herramientas de diseño obtenidas tras el trabajo de investigación, para que estén siempre disponibles y puedan ser consultadas, actualizadas y utilizadas en cualquier momento por quien lo desee.

Noa REAL GARCÍA

Universidad de La Laguna

DOI: <https://doi.org/10.25145/j.bartes.2022.16.07>



