

## El cartel político, ¿con vida durante la pandemia del SARS-CoV-2?

*The political poster. Alive during the pandemic?*

MSc. Andrés Fernández Pérez  
[ndrsfernandezperez@gmail.com](mailto:ndrsfernandezperez@gmail.com)  
ORCID: 0000-0002-4270-0342  
Instituto Superior de Diseño  
Universidad de La Habana  
Cuba

*Autor para la correspondencia*

MSc. Yosmany Fernández Pacheco  
[YPacheco@jsdi.co.cu](mailto:YPacheco@jsdi.co.cu)  
ORCID: 0000-0003-4580-8663  
Instituto Superior de Diseño  
Universidad de La Habana  
Cuba

### RESUMEN

Del cartel político, se han realizado análisis puntuales sobre su presencia como medio de comunicación y objeto del diseño gráfico en diversos contextos. El artículo se dirigió a la valoración de su protagonismo durante la pandemia del SARS-CoV-2 en el escenario internacional.

### ABSTRACT

Of the political poster, specific analyzes have been carried out on its presence as a means of communication and object of graphic design in diverse contexts. The article was aimed at assessing its role during the SARS-CoV-2 pandemic on the international scene.

### Palabras claves:

cartel político  
pandemia  
escenario internacional  
medio de comunicación  
funciones sociales.

### Keywords:

political poster  
*international  
scenery  
media  
pandemic  
social functions*

---

Fecha Recibido:  
dd / MM / 2022

---

Fecha Aceptación:  
dd / MM / 2022

---

Fecha Publicación:  
12 / 07 / 2022

---

## INTRODUCCIÓN

En el siglo XXI las tecnologías de la información y las comunicaciones (Tic), ocupan un lugar importante en las diversas dinámicas sociales, sobre todo en periodos de aguda conflictividad como la acontecida con la pandemia del SARS-CoV-2.

Y el cartel político ¿es un MCM a la zaga de las Tic? Tomar en cuenta la lógica especial del objeto especial conduce a valorar su dinámica específica en el escenario internacional durante este periodo tan convulso que aún continúa.

El método histórico lógico permitió la ubicación del cartel político como MCM en el escenario internacional a la vez que delimitó situacionalmente las condicionantes históricas, políticas, económicas, sanitarias y profesionales en que se desarrolló e influyó. Por otra parte, el método de análisis y síntesis, provee herramientas para valorar sus dinámicas principales en el periodo estudiado, sobre la base de la interpretación y procesamiento de contenidos en el que están inmersos relacionamente diversas áreas del conocimiento científico que tienen como objeto el cartel y el cartel político o que tributan a su estudio; a saber, ciencia política con enfoque norte y sur, ciencias médicas, sociología, diseño gráfico, cartel y cartel político.

El estudio abarcó el periodo de enero de 2019 a julio de 2022. Resultó muy importante la observación estructurada de carteles políticos, específicamente una variada producción cartelística profesional y de iniciativa popular de naciones con tradición como Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, Estados Unidos, España, México. Por el posicionamiento creciente de este MCM fueron seleccionados también Brasil, Guatemala, Honduras, Paraguay, Perú, Suiza y Uruguay.

## DESARROLLO

El cartel político, ¿con vida durante la pandemia del SARS-CoV-2?

El cartel político estuvo inmerso en un escenario internacional caracterizado por dinámicas históricas, políticas, económicas, sanitarias y profesionales muy peculiares que sobrepasan el periodo 2019-2022. Esas dinámicas se entrelazan y vuelven más

conflictuales, con lo cual se generaliza la incertidumbre, que dificulta la predicción y el pronóstico.

El brote del SARS-CoV-2 reveló fisuras que la ciencia, la educación, los gobiernos y la ciudadanía, en sentido general, padecían desde hacía décadas. A su vez, mostró la existencia de la amplia gama de actores que colaboran y contribuyen a su atenuación, control y eliminación.

Los modos de comunicar la información científica se multiplicaron y diversificaron. Abarcaron acciones con inmediatez y variedad de contenidos para informar la realidad de la enfermedad; los movimientos sociales expandieron sus redes de colaboración en el espacio virtual como un mecanismo de resistencia a las restricciones para el encuentro físico en tiempos de confinamiento. (Rodríguez, Ceballos, Giraldo, 2021, p. 24).

Se incrementó el despliegue de dinámicas retardatarias y desinformación vs. información, hacia la emotividad vs. racionalidad.

El uso de titulares y contenidos de lectura rápida, las noticias falsas que se combinan con memes, provocó una profunda crisis de conceptos y valores. Se simplificaron o magnificaron problemáticas y dinámicas puntuales siempre en dependencia de los intereses representados en los MCM. (Figura 1).

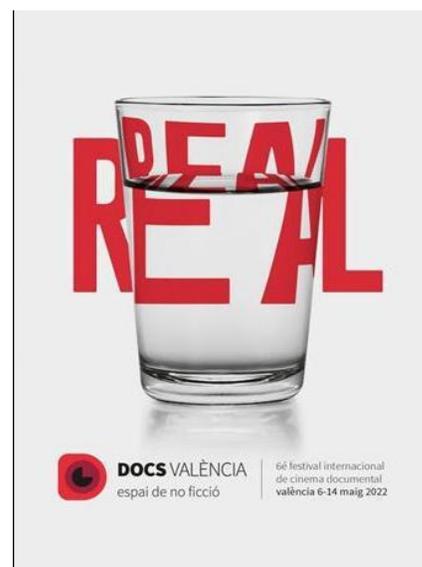


Figura 1. Fuente: <https://docsvalencia.com>

Los gobiernos y la sociedad civil tuvieron como tarea imprescindible enfrentar la infodemia y la desinformación que sobrepasa el periodo estudiado.

Como resultado del escenario descrito, emergieron retos y oportunidades, esenciales para el diseño.

Hay un punto vital para la disciplina, y es ¿cómo se está educando a los diseñadores? Se insiste en la necesidad de una formación profesional, investigativa y ciudadana, orientada a dinamizar la creatividad y el compromiso para resolver problemas reales. El enfrentamiento a la pandemia del SARS-CoV-2 es uno muy puntual y de urgencia, sin excluir sus efectos múltiples.

Crecieron las exigencias de un profesional de diseño con visión y misión holística, que construyera para integrar, es decir, que viera y conociera la realidad a la cual pertenece para construir un futuro creativo e innovador.

Circunscrito al diseño del cartel político, abundaron los buenos diseños, que atraían a públicos generales o puntuales según los objetivos y funciones que cumplían, pero también los hubo de calidad muy discutible por su contenido visual pues no aportaron en el tratamiento a las diversas dinámicas sociales incluida la pandemia del SARS-CoV-2.

El lenguaje visual ha cobrado mayor importancia en las sociedades al captar la atención con inmediatez para comunicar lo que sucede y las medidas de prevención que se deben seguir. El icono ha sido la pieza fundamental, ya que se emite desde una simple ilustración enseñando cómo lavarse las manos de manera correcta, hasta elaboradas infografías presentando cómo en diferentes países han dado a entender la problemática causada por la pandemia.

A pesar del auge de internet, el cartel político mantuvo su vitalidad para la configuración de redes comportamentales políticas, sean grupos de actores excluidos o los conglomerados mediáticos y grupos de poder hegemónicos, que le otorgan mucha importancia. Comprendieron que no deben dejar ningún espacio sin cubrir, sea con MCM tradicionales o tecnológicamente de punta, a partir de

su lógica de conservación como grupo societario, de no ser así estarían concediéndolo a otros actores políticos considerados sus adversarios.

El cartel político como MCM, al participar en la trasmisión y desarrollo de la cultura política desde la visualidad, tiene como fin la producción de consenso y apoyo ciudadano para la reproducción estable del régimen político o su subversión.

Los resultados obtenidos en el estudio, fueron los siguientes:

#### 1. Cartel político en las campañas electorales.

Se reconoce su participación efectiva en las campañas electorales. El diseñado por profesionales y agencias publicitarias coexistió con los aportados por la iniciativa popular no profesional.

Como consenso general se reconoce la importancia de la cartelera política en las calles, pues visualizó simbólicamente cualquier evento, sobre todo el inicio de las campañas electorales. Mantuvo su posicionamiento sin riesgo de ser sustituida y se consolida la tendencia a la diversificación de sus soportes (en postes, columnas, banderolas, atriles o pendones, ciberespacio) y los materiales utilizados que le ofrecen nuevas prestaciones, los hacen más duraderos.

Incluyó en sus ejes temáticos centrales el enfrentamiento a la pandemia del SARS-CoV-2.

Entre las tendencias fundamentales del cartel en este marco se encuentran:

- a. Uso de adjetivos fuertes e incluso ofensivos y de críticas a la mala gestión del ejecutivo saliente o al candidato contrario, siendo calificado de inepto para su erradicación, dado lo cual no debe ser votado pues generaría un futuro incierto.

En particular, los candidatos contrarios recibieron un constante asedio mediático con la divulgación de textos discriminatorios y ofensivos, propio de la campaña negativa.

Un ejemplo ilustrativo fueron las elecciones generales de 2021 en Perú, para el período 2021- 2026. Mendoza, (2022), en su análisis destaca las dinámicas siguientes:

- Escenario signado por la expansión del SARS-CoV-2 y los efectos de la incapacidad del neoliberalismo para asumirla, más la crisis política desatada a fines de 2020.
- La negativización del candidato de izquierda Pedro Castillo Terrones mediante su construcción ante la sociedad civil como un enemigo terrorista vinculado con el marxismo. Era una amenaza real al orden establecido pues era un indígena serrano y opuesto al desarrollo, así como por la venezuelanización que su victoria representaría.
- La presentación de la candidata de derecha Keiko Fujimori, del Partido Fuerza Popular, como la protectora de la democracia y la libertad frente a la amenaza comunista y la incultura de los pueblos originarios.

En uno de los frentes de la campaña de Fujimori, Salud y manejo de la pandemia sostuvo como eje conceptual contra Castillo que los enfermos no se curaban con comunismo, el Covid no se detenía con la lucha de clases, la pandemia no se debatía con piedras.

Los carteles impresos o publicados en internet en ciudades como Lima, Arequipa y Cajamarca focalizaron sus consignas con dos palabras detonantes: comunismo y terrorismo. Proponian la defensa del trabajo, la libertad, la democracia y los salarios mínimos ante la dictadura comunista y el ejemplo negativo de Venezuela.

Si bien Fuerza Popular negó la autoría de los carteles, investigaciones posteriores revelaron que una de las agencias publicitarias involucradas, en particular la que colocó carteles en la ciudad de Arequipa, tenía vínculos con el fujimorismo.

- Apelación a la memoria histórica social sobre el conflicto armado interno que avivó el miedo al retorno del terrorismo. El cartel encuadró el tratamiento mediático de la

campaña presidencial como un enfrentamiento entre los defensores de la democracia con el Partido Frente Popular, y los impulsores de la dictadura comunista-terrorista con Sendero Luminoso.

“[...] La palabra comunista se presentó como un “sinónimo de expropiación, de miseria, de terrorismo, de recorte de libertades, de Cuba y Venezuela [...] equivalía a ser un resentido social, pero también a ser andino e ignorante”. (Sosa en Mendoza, 2022, p. 250)

- b. En la iniciativa popular predominaron las comparaciones figurativas y de consignas dedicadas a actores gubernamentales y candidatos con el SARS-CoV-2.

Subida de carteles en Twitter y en las calles en ciudades latinoamericanas, europeas y estadounidenses con campañas a favor de la Revolución cubana: el bloqueo es un virus.

- c. Violaciones de la legislación establecida para su uso, antes, durante y después de las elecciones.
- d. Los grupos de acción de los candidatos y sus respectivas agrupaciones políticas, continuaron la subida de carteles a sus páginas web, en Facebook, Twitter, TikTok y WhatsApp.
- e. Luchas callejeras entre comandos políticos para hacer valer los carteles de su candidato. Incluyó el robo o acciones encubiertas para el desmontaje y posterior destrucción de los expuestos por el candidato contrario.
- f. Nepotismo y abuso de poder por dirigentes y funcionarios en el ejercicio de sus cargos políticos y en la administración pública. Acciones tales como obligar el retiro de carteles a determinados partidos y movimientos políticos, y la reserva de los espacios más favorables para correligionarios de su agrupación política, amigos y familiares involucrados en la competencia electoral, con perspectivas de beneficios futuros.

2. Existencia de un complejo sistema de normas jurídicas que disponen las garantías y limitaciones en el uso de la propaganda y la publicidad. Incluye al cartel político como MCM.

- a. Se informó a la sociedad civil y a los diversos actores políticos la normativa existente, sus posibles cambios en el uso de los espacios comunicacionales y períodos de tiempo permitidos, así como el sistema específico de sanciones. Incluyó el aviso previo y posterior para el retiro de los carteles electorales.
- b. Destaca como denominador común el énfasis en las prohibiciones, el régimen de obligaciones monetarias y multas por violaciones cometidas. Coinciden las prohibiciones en el uso de paredes, postes, semáforos, monumentos, centros históricos, avenidas y el incumplimiento de las fechas pactadas para su instalación y retiro en los periodos electorales, sean generales o legislativas.
- c. La ciudadanía, agobiada ante la contaminación visual frecuente, se movilizó y retiró voluntariamente carteles y pendones en lugares muy frecuentados como avenidas, bulevares y zonas de residencia.
- d. Diferentes métodos de otorgamiento para el uso del espacio público normados por la ley.

En reunión nacional celebrada entre los principales partidos políticos españoles a fines de 2019, con el objetivo de reducir la presencia del cartel político en espacios físicos exteriores, la agrupación política Ciudadanos (C's) propuso —apoyada en el Artículo 55 de la Ley Orgánica del régimen electoral general (Loreg)— el envío a domicilio como la vía más barata de financiamiento y garantía de cuidado del medio ambiente, pues ahorraría unos 20 millones de euros.

La propuesta, con las elecciones presidenciales celebradas el 10 de noviembre, demostró lo contrario, los gastos rondaron

los 30 millones de euros y no hubo garantías de la veracidad de la propaganda electoral recibida.

3. Presencia reiterada y repercusión de este MCM en dinámicas políticas de jurisdicción local.

Se presentaron otras situaciones políticas que no trascendieron al nivel nacional, aunque ello no excluye la posibilidad de presentar vínculos, como manifestaciones y marchas ciudadanas en provincias, municipalidades, distritos, ciudades y capitales oficiales con carteles en contra o a favor de la exclusión por motivos de género, étnico, color de la piel, portadores del VIH-Sida o el SARS-CoV-2, en la aplicación de políticas públicas, figuras políticas, partidos y movimientos en el poder o la oposición.

También existieron diferencias y conflictos —incluido acusaciones y denuncias mutuas— entre partidos, movimientos políticos y asociaciones de ciudadanos en defensa de los espacios para la colocación o distribución de su cartelera política, que provocaron el uso ofensivo de carteles en espacios prohibidos por la ley.

En la comunidad autónoma de Murcia, durante el 2020, el ala juvenil del Partido Socialista Obrero Español (PSOE) distribuyó carteles en las escuelas de función informativa, con las medidas que ejecutaría el gobierno central presidido por Pedro Sánchez contra la pandemia del SARS-CoV-2, considerado una respuesta peculiar al separatismo.

El portavoz del Partido Popular (PP) calificó estos comportamientos de adoctrinamiento escolar pues las escuelas son neutrales política e ideológicamente, algo muy difícil de justificar al ser un agente de socialización política institucional en la dinámica social real.

Al igual que en este municipio español, para las elecciones legislativas de junio de 2019 en la ciudad argentina de Corrientes se esperaba el respeto de las ordenanzas emitidas desde 2016 sobre la no colocación de carteles electorales en las escuelas, en especial donde se realizaría el sufragio... y no fue respetado.

4. Presencia reiterada y repercusión de este MCM en dinámicas políticas de jurisdicción nacional.

Resulta relevante su participación en las dinámicas políticas con alcance a toda la nación en coexistencia y vínculo con las dinámicas locales. Contribuyó a la construcción de la imagen país, de conjunto con los demás MCM.

Aportó mediáticamente en elecciones generales, campañas de bien público, marchas y huelgas generales, posicionamientos de partidos, movimientos políticos progresivos o retardatarios ante la pandemia del SARS-CoV-2 además de ser objeto de estudio en los análisis teóricos sobre su evolución histórica y situación actual por su valor patrimonial.

Son notables los estudios del cartel político alemán, español, cubano, soviético, de los Estados Unidos, México y Argentina.

En Suiza las dinámicas antiinmigrantes que emergieron en el año 2007 no se han detenido en la década que recién comienza. En 2019 la sociedad civil suiza se manifestó contra las repetidas campañas políticas de la Unión Democrática del Centro (UDC), partido caracterizado por sus posiciones euroescépticas, conservadoras y de nacionalismo extremo. (Figura 2).



Figura 2. "Los gusanos invaden la manzana suiza". Fuente: [https://www.swisinfo.ch/spa/campa%C3%B1a-pol%C3%ADtica\\_la-manzana-de-la-discordia-de-la-derecha-conservadora-/45175928](https://www.swisinfo.ch/spa/campa%C3%B1a-pol%C3%ADtica_la-manzana-de-la-discordia-de-la-derecha-conservadora-/45175928)

Esta agrupación apegada al principio de todo vale en aras de la libertad de expresión subió carteles en

Twitter con composiciones figurativas donde los gusanos infestaban la manzana que invadían.

La comparación de ciudadanos de otras naciones, etnias e incluso por miembros de otras agrupaciones políticas con gusanos y parásitos que pudren y vacían a la nación suiza recibió el rechazo y la crítica al ser considerada el retorno al fascismo de los años 30 del pasado siglo.

Las comparaciones degradantes y xenófobas en esencia fueron dirigidas a los migrantes y sus descendientes, calificados de agentes que erosionaban los valores occidentales y con pretensiones de invadir el país con sus culturas ajenas, entre ellas la islamización de occidente.

5. El Cartel político en dinámicas propias de las capitales oficiales y zonas urbanas.

Demostró su sólida presencia en el entorno urbano como su espacio apropiado independiente del soporte sea digital o impreso. La industria de la propaganda, a la vez de resultarles muy atractivas las capitales oficiales y zonas urbanas por su alta concentración poblacional e infraestructura económica, política y de redes comunicacionales con la mega urbanización, le genera un sinnúmero de problemas que son justificados por los propietarios de las agencias publicitarias, al autotitularse generadores de empleo para artistas, diseñadores, impresores e instaladores de la cartelería, etc.

Dicha industria no tomó en cuenta la tendencia sostenida a la contaminación visual espacial y temporal, producto de la reiteración desmedida y los diseños no logrados que provocan niveles de saturación tales que generó riesgos de accidentes para los transeúntes y cibernautas. Fueron invadidas sin permiso previo cabinas telefónicas, teléfonos móviles, puentes, postes, casetas peatonales, el metro, autobuses, lugares patrimonio nacional y las viviendas.

Otras dinámicas frecuentes son:

- a. Pagos y bonificaciones por los propios candidatos para la destrucción de carteles electorales del contrario. También al cumplirse los plazos autorizados o por llamadas de atención a sus violaciones.

b. Cuestionamientos y ataques e incluso agresiones entre miembros de diferentes partidos y movimientos por el uso del ciberespacio y el espacio físico, al ser colocados y superpuestos diversos soportes unos sobre otros, entre ellos sus carteles políticos. Se produce la guerra de carteles, una real epidemia paralela.

c. Dinámicas positivas —pero incipientes—, las iniciativas impulsadas por las autoridades gubernamentales y organizaciones de la sociedad civil para el reciclaje de los materiales empleados en la producción de carteles. También la promoción por grupos de arte para el embellecimiento de las áreas invadidas por las agrupaciones políticas.

En Montevideo, posterior a las elecciones generales de noviembre de 2019, la intendencia de la ciudad uruguaya de Maldonado, recicló periódicamente la cartelería política incluida la electoral, bajo el principio de la economía circular ante la emergencia de un problema: ¿cuál debe ser el destino de la propaganda?

Fueron recogidos materiales como el *cartonplast*. Surgió la campaña #Reciclatucampaña-Noshacemoscarga, que contó con la aprobación de todos los partidos al liberarlos de la tarea.

Fueron recogidos cuatro mil carteles en la capital. Para esta misión se contrató a la empresa Dafeliz, la misma que vendió los insumos en *cartonplast* y su conversión para diversos usos. (Lobo, 2020).

6. Funciones socializadoras políticas del cartel político.

Sus funciones socializadoras esenciales, cualidad que posee como MCM, emergen en la dinámica política real y múltiple según: a) la ubicación espacial: en formato impreso y marquesinas electrónicas para el espacio físico. Televisión, radio y la prensa, incluidos en soporte digital en el ciberespacio; b) públicos objetivos, sean generales o específicos, a los que van dirigidos los mensajes por su estructura compositiva.

No obstante, de entre sus funciones socializadoras sobresalen dos como tendencia general:

1ª Movilizativa: fomentó la promoción de actitudes y comportamientos en el cumplimiento o rechazo de los protocolos establecidos contra el SARS-CoV-2 y ante los efectos de este flagelo en las demás dinámicas sociales.

Sus composiciones incorporaron en tiempo breve emociones, sentimientos, motivaciones y la voluntad ciudadana, a favor o en contra de las políticas aplicadas por las autoridades gubernamentales y las organizaciones de la sociedad civil.

Presente en huelgas, movilizaciones, convocatorias, actos políticos diversos y marchas por el cambio del *statu quo*, contra la ingobernabilidad, la corrupción, el saneamiento del medio ambiente, la igualdad de género, el armamentismo, los efectos del conflicto armado entre Rusia y Ucrania, los bloqueos a diferentes naciones en medio de la pandemia y a favor de la paz.

Se manejó el cartel político mediante actores políticos específicos (movimientos, partidos, gobierno, etc.) hasta los ciudadanos con sus manifestaciones espontáneas, en un amplio espectro de tendencias progresivas a retardatarias extremas.

2ª Pronosticadora: pretendió ofrecer en sus rasgos más generales el posible escenario social y político. Incluso en 2022 la realidad mostrada hacia el futuro que continúa en pandemia sigue caracterizándose con índices negativos, producto de la crisis sistémica en marcha.

El auge del feminismo con campañas por el respeto de sus derechos humanos y mostrar su verdadera naturaleza ubica en un lugar muy importante al cartel político en función movilizativa y pronosticadora, al ser tergiversado por otros actores de tendencia conservadora y ultraderechista sumado al peso de las tradiciones, donde el ostracismo es común contra las mujeres y las impulsa a la movilización por un futuro de autoconfianza, adelanto y empoderamiento.

No se excluye su uso oportunista ante este flagelo por los grupos de oposición y los que controlan el

gobierno y el Estado para la búsqueda de beneficios, consolidar los espacios políticos que dominan y la obtención de nuevos.

Puntualmente, en el cartel destinado a políticas públicas sanitarias vinculadas a la expansión de la pandemia del SARS-CoV-2 asumieron protagonismo las funciones informativa, educativa, valorativa, orientadora y hereditaria.

- Informativa: mostró nociones de forma sintética, asequible, rápida y directa acerca de las cualidades específicas de esta variante de coronavirus.

Algunos de estos carteles presentan un predominio del texto o una combinación con la figura, según el nivel cultural de los públicos objetivos, sobre la base del énfasis en su alta letalidad y cómo enfrentarla, para la modificación de sus comportamientos. (Figura 3).



Figura 3. Fuente: [https://www.eldiario.es/cultura/carteles-republicanos-pueblo-tiempos-coronavirus\\_1\\_1014598.html](https://www.eldiario.es/cultura/carteles-republicanos-pueblo-tiempos-coronavirus_1_1014598.html)

Al mismo tiempo es un MCM muy utilizado para la conversión de los asuntos científicos en materia de disputa política. Contribuye al arraigo de la desinformación y las *fake news* a escala global.

- Educativa o de anclaje: en oposición a lo coactivo, promueve el refuerzo o la modificación de actitudes y comportamientos con el convencimiento, por eso es tan importante la sistematicidad en su exposición pública.

Mensajes que promueven quedarse en casa con la figura sencilla de una vivienda sobre el fondo, plasmados en pequeño formato impreso y presente en el ciberespacio, se diseñaron al calor del enfrentamiento a la pandemia del SARS-CoV-2, el cual tuvo en cuenta las campañas educativas sobre la importancia de vacunarse ante la ola negacionista contra el uso de las vacunas y del nasobuco, incluso en profesionales del sector.

- Valorativa: con su integración al refuerzo o modificación del sistema de significaciones y valoraciones positivas o negativas hacia directivos y profesionales de la salud del sector público y privado, los incumplimientos de políticas públicas aplicadas y situaciones puntuales.

El uso del color y la tipografía permitió la calificación con el uso de adjetivos de situaciones emergentes y personalidades políticas. Casos notorios, los presidentes Donald Trump y Jai Bolsonaro, que minimizaron la enfermedad y las consideraciones emitidas por expertos. Adjetivos que se internacionalizaron con rapidez fueron Trump, usted es el virus o Bolsonaro, peor que la enfermedad.

- Orientadora: indica comportamientos puntuales deseados, singularizados a través de sus figuras y textos de manera ordenada. Se caracterizó por la abundancia tipográfica para espacios de movilidad mínima de personas y a la inversa, prima la figura con texto impactante y sintético o sin él para sugerir el tipo de vínculos que selectivamente debían ser asumidos. Creció la síntesis creativa imagotípica. En políticas públicas pudo verse, por ejemplo, en quedarse en casa en compañía de su familia, o los protocolos a seguir impresos en pequeño formato.

En España la creatividad para combatir bulos llevó al desarrollo de gifs y etiquetas para los más jóvenes como público objetivo específico. (Morejón, 2020).

- Hereditaria: socializó propuestas para la permanencia en el recuerdo del observador hacia el futuro, a partir de la percepción visual e integración a la memoria colectiva popular que precisa su especificidad como constructor de imaginarios. Se convierte en sostén de la continuidad hacia el futuro para sus cultores y público objetivo en general, que asume actitudinal y comportamentalmente los mensajes. Un ejemplo, lo constituyen las elecciones del año 2021 en Perú, y el rol del cartel electoral, que fueron sintetizadas en las páginas 4 y 5.

7. El cartel político en museos, galerías, eventos públicos y expositivos.

Abarcó un amplio espectro, pues las muestras fueron presentadas en instituciones especializadas reconocidas y por colectivos profesionales no oficiales, creadores de espacios alternativos. Con la pandemia del SARS-CoV-2 se incorporó como espacio socializador político importante la muestra virtual, y las obras podían ser observadas con más detenimiento. Crece su atractivo visual.

La Bienal Internacional de Carteles de Varsovia es un evento significativo dedicado exclusivamente al cartelismo y el cartelismo político. En su concurso de 2021 el tema central fue “Competencias de información y medios de comunicación para todos y aplicadas por todos” dedicado a la desinformación y sus consecuencias.

Por otro lado, en América se desarrolló la Bienal Internacional del Cartel en México (BICM). Cada dos años organiza un concurso de carteles, e incluye objetivos profesionales para sus participantes a través de talleres, exposiciones y actividades múltiples. También se celebró el Ecuador Poster Bienal, bienal de cartelismo que tuvo como una de sus categorías principales el llamado “cartel social” con temas de índole social y política. (Figura 4).



Figura 4. Fuente: <https://www.alcalorpolitico.com/informacion/la-corrupcion-mata-obra-de-patricia-castaneda-en-la-bienal-internacional-de-cartel-en-mexico-331091.html>

Los museos, galerías, festivales y colectivos profesionales con sus muestras en espacios informales son agentes socializadores políticos garantes de la trasmisión de la cultura política, ya sea en las calles o el ciberespacio. Se llegaron a realizar cientos de convocatorias con el fin de transmitir un mensaje con el cartel como herramienta de comunicación, entre ellas Diseñadores con Corazón en 2020, con la convocatoria “Reinicia para diseñar al mundo”, la cual recibió 1700 carteles de más de 40 países, con un premio económico al primer lugar de 1000 dólares para apoyar al sector creativo del Ecuador.

Esta convocatoria se caracterizó por la variedad temática; a saber:

- Dinámicas políticas en general. Comportamiento de la pandemia y sus efectos políticos y sociales. Mítines, marchas, manifestaciones contra el cambio climático, el racismo, la xenofobia, el fascismo, la corrupción y con los movimientos derechistas, ultraderechistas y los grupos de odio justificando esos flagelos.

También los impactos del mayo francés de 1968, el boom de la gráfica política y el cartel político conceptual en las décadas de los sesenta y setenta del siglo XX, que incluye —por su actualidad— la cartelística cubana y el movimiento feminista europeo e internacional.

- Dinámica electoral en particular. Del siglo XX, con la transición democrática en España, periodo post franquista y en el XXI, la campaña electoral de Barack Obama por la presidencia en 2008 y de posicionamiento total hasta 2012, esta última comparada con carteles de la campaña de Donald Trump en 2016 y Joseph Robi-  
nette Biden, en 2020.

- La cartelística en los procesos revolucionarios. Pudo verse en la República española de 1936-1939, en la Revolución rusa durante el periodo de 1917-1922 y en las repúblicas de Asia central, Cáucaso y Siberia, además de en la Revolución cubana a partir de 1959 y también en dinámicas retardatarias con la cartelística nazi y neofascista en auge en los últimos años con la pandemia.

El Instituto Tricontinental de Investigación Social, organismo colombiano que promueve y estimula el debate intelectual al servicio de las aspiraciones populares, lanzó una exposición en línea del 26 de julio al 31 de julio de 2021 titulada “*Let Cuba Live*” (Dejemos Vivir a Cuba), y su tema fue el bloqueo total que desde hace más de sesenta años ejerce el gobierno de Estados Unidos sobre el archipiélago.

Ochenta artistas y diseñadores de 19 países —entre ellos Argentina, India, Estados Unidos y Cuba— presentaron sus obras en defensa de la Revolución cubana, bajo las exigencias de #NoMásBloqueo y #LetCubaLive.

#### 8. Relaciones complementarias del cartel político con otros medios de comunicación.

En torno a los vínculos entre los MCM, y puntualmente con el cartel político, se requiere las siguientes precisiones:

- Necesidad de transitar a una visión relacional para superar las propuestas teóricas reduccionistas de carácter instrumental, que jerarquizan el lugar de los MCM al otorgar mayor relevancia —por sus prestaciones— al ciberespacio. Ningún MCM puede ser considerado superior a otro.

- Reconocerlos como sistema de dispositivos tecnológicos especializados en la elaboración y trasmisión de mensajes significativos, premisa necesaria para superar cualquier análisis reduccionista u objetual y que su dinámica se caracterice por la complementariedad.

En los últimos diez años se ha consolidado el uso de los MCM como sistema integrado y a la vez diverso, garantía de que no quede espacio socializador político sin ocupar y sea ocupado por otros actores políticos.

- Cada MCM posee un alcance, un espacio propio de comunicación y socialización política a partir de las prestaciones específicas que determinan su misión y visión.

Es indispensable analizarlos multidisciplinariamente, en su contexto histórico cultural y situacional.

El cartel político presentó una dinámica creciente de rápida y efectiva inserción en Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram, blogs y los numerosos sitios web. Teóricos y diseñadores gráficos reconocen su uso junto con otros MCM como la televisión, la radio y vallas.

Es un medio tradicional de muchas posibilidades y con un espacio no desdeñable. En pleno desarrollo su uso en soporte electrónico o marquesina en sustitución del impreso por considerarse ecológico para las calles, pero más fácil de controlar por los gobiernos al regular estos soportes, los temas y los lugares de exposición.

La emergencia de múltiples marchas de protesta juveniles en las calles de Chile contra Sebastián Piñera y la exigencia de una Asamblea Constituyente, durante 2019 y 2020, demostró la importancia del cartel político.

Se consolidó el accionar del colectivo artístico y de propaganda “serigrafía instantánea” surgido en 2011 e integrado por diseñadores gráficos chilenos. Entre sus principales impactos estuvo el surgimiento de grupos que se expresaron con esta técnica tradicional, al colocar sus carteles en las calles, no en marquesinas. Potenció la autogestión,

la participación de conjunto con la cartelística subida a internet y dificultó el pretendido control por las autoridades gubernamentales sobre su producción-distribución-instalación ante el creciente número de carteles producidos.

#### CONCLUSIONES:

El periodo estudiado resulta breve, pero con cambios notables, conflictivos y rupturistas por su naturaleza, y unido al rol desempeñado por las redes sociales digitales, se observó que el cartel político mantiene su presencia como MCM consistente y simbólico en la articulación de la ciudadanía.

Ha permitido a sus organizaciones e incluso a los actores individuales comunicar contenidos complejos a diversos públicos, demostrando ser importante en la vida política contemporánea con su adaptación progresiva a la virtualización y el sobrepasar los espacios urbanos para viralizar su información con impactos múltiples reconocidos.

El cartel político demostró su valía, la necesidad de más estudios e incorporación de especialistas de otras ramas del saber. Que sirva de motivación la interrogante inicial para la búsqueda de nuevas respuestas: el cartel político, ¿con vida durante la pandemia del SARS-CoV-2?

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

1. Lobo, M. (2020). El arte callejero le da batalla a la pegatina de carteles. En: <https://www.lagaceta.com.ar/nota/832599/actualidad/arte-callejero-le-da-batalla-pegatina-carteles.html>. Recuperado el 28 de enero de 2020.
2. Mendoza, M. (2022). La utilización política del terrorismo en la campaña presidencial peruana de

2021. *Universitas-XXI*, 36, pp. 243-268. ISSN impreso: 1390-3837 / ISSN electrónico: 1390-8634, UPS-Ecuador. No. 36, marzo-agosto 2022,

3. Morejón-Llamas, N. (2020). Desinformación y alfabetización mediática desde las instituciones: los decálogos contras las fake news. En *Revista internacional de relaciones públicas*, 10 (20), pp.111-134. ISSN. 2174-3681. Recuperado el 6 de enero de 2021.

4. Rodríguez-Velásquez, M. Ceballos-Sepúlveda, J. C. & Giraldo-Ramírez, M. E. (2021). Prácticas de apropiación social de internet como formas de resistencia en tiempos de Covid-19. En: *Las ciencias sociales en épocas de crisis: escenarios, perspectivas y exigencias en tiempos de pandemia*, Salinas-Arango, N. A; Orozco-Toro, J. A. & Mejía-Giraldo, J. F. (compiladores). Colección Ciencias Sociales. Editorial Universidad Pontificia Bolivariana. ISBN: 978-628-500-011-9. P. 22-41.

5. <https://docsvalencia.com> Recuperado el 1 de abril de 2022.

6. [https://www.swissinfo.ch/spa/campa%C3%B1a-pol%C3%ADtica\\_la-manzana-de-la-discordia-de-la-derecha-conservadora-/45175928](https://www.swissinfo.ch/spa/campa%C3%B1a-pol%C3%ADtica_la-manzana-de-la-discordia-de-la-derecha-conservadora-/45175928) Recuperado el 28 de agosto de 2019.

7. [https://www.eldiario.es/cultura/carteles-republicanos-pueblo-tiemposcoronavirus\\_1\\_1014598.html](https://www.eldiario.es/cultura/carteles-republicanos-pueblo-tiemposcoronavirus_1_1014598.html) Recuperado el 13 de octubre de 2021.

8. <https://www.alcalorpolitico.com/informacion/la-corrupcion-mata-obra-de-patricia-castaneda-en-la-bienal-internacional-de-cartel-en-mexico-331091.html>. Recuperado el 24 de noviembre de 2020.

.....