



# Cumbre Mundial de Diseño en Prensa

Emmanuel Páez Pérez  
Diseño de la Comunicación Gráfica

**SEGÚN LA MITOLOGÍA GRIEGA**, existía un lugar donde habitaban los dioses. Ahí, en las alturas y empuñando cetros de poder y autoridad, presumían sus virtudes: ya fuera la belleza de Afrodita o las artes de Apolo, sus dominios se extendían sobre todo ser viviente. Ese sitio era el Monte Olimpo, donde sólo podían estar ellos: los grandes entre los grandes.

Hay cumbres que solamente los más hábiles pueden conquistar. Es a través de experiencia, talento y audacia que se pueden domar los obstáculos que se presentan en el ascenso. Hay varias personalidades que han logrado esta hazaña, particularmente quienes se congregaron en la Universidad Panamericana, dentro del marco de la 8ª Cumbre Mundial de Diseño en Prensa.

Guillermo Gómez-Hill, director de la Cumbre, fue el anfitrión de este magno acontecimiento que por segundo año consecutivo tuvo el honor de develar un cartel conformado por los mejores diseñadores editoriales, infografistas, ilustradores, fotógrafos, tipógrafos y comunicadores del mundo.

El lema de esta edición fue “El encanto visual en los medios impresos y online”. De esta forma, uno de los objetivos principales se enfocó en explorar las tendencias del diseño editorial en medios escritos y digitales, así como las nuevas tecnologías que están revolucionando la escena a nivel internacional.

Abrió el telón de esta serie de ponencias Mario García icono en la industria de la comunicación. En su nutrida trayectoria, ha obtenido más de 300 premios otorgados por la Society for News Design. Ha colaborado con publicaciones como *Wall Street Journal*, *The Washington Post* y *South China Morning Post*. Su trabajo y enseñanza se decantan sobre una filosofía que combina la redacción, el diseño y la edición como principios básicos para una correcta comunicación.

Durante su ponencia, destacó lo que toma en cuenta para narrar una historia en estos tiempos, en los que, el iPad se ha enaltecido como una de las herramientas más importantes para la difusión de contenidos multimedia. García asegura que se debe estar consciente de las diferentes funciones de las plataformas y cómo éstas se tienen que actualizar por igual (impreso, computadora, tablet o celular). También aseveró que el diario impreso no va a morir, al contrario de aquellos medios que no se adapten a las nuevas maneras de contar historias, a través de medios digitales.

En otro lado de esta cumbre, se situó Emilio Deheza, desarrollador y diseñador de medios (*Daily Mirror* y *Reforma*) con más de 25 años de experiencia profesional dentro y fuera del país. Él también cree en la diversificación de plataformas y opinó que no hay que descartar ninguna: “Los responsables del futuro de los medios son los propios medios”, puntualizó.

Mercedes Salgado, directora de arte, diseñadora e ilustradora, compartió sus conocimientos Ecuador, Francia y Polonia son sólo algunos países en los que ha trabajado, y *Le Monde*, uno de los rotativos que se ha rendido ante sus virtudes artísticas.

Salgado sostuvo que el diseño hace visible los contenidos, a la vez que organiza la información y la jerarquiza en función de un plan editorial: “Hay que obtener la mejor calidad con las limitaciones que se tengan”, aconseja.

Después de la participación de los personajes anteriores, los expertos en la infografía se hicieron presentes. El primero de ellos fue Alberto Cairo, periodista interesado en la convergencia entre la comunicación visual, el periodismo y las ciencias cognitivas.

Desde la óptica de Cairo, se tiene que dignificar la profesión del diseño, demostrando que la infografía es periodismo. Mencionó que las características encargadas de hacerla extraordinaria son el contraste y la investigación: algo esencial para un diseñador es hacer gráficos atractivos. “Hay que dejar que los lectores vean lo relevante, pero también lo inesperado. Nuestras infografías deben ser funcionales, bellas e innovadoras”, manifestó.

Xabier Díaz de Cerio y Jaime Serra, profesionales en esta área, dieron sus opiniones al respecto. Xabier, editor y director de arte en Perú, comentó que a través de las infografías se puede acceder a muchas clases de público, incluyendo —sarcásticamente— al sector compuesto por “analfabetas funcionales”, es decir, las personas que saben leer y escribir, pero no leen ni escriben. Por su parte, Jaime Serra —reconocido por la Society for News Design como el infografista más influyente del mundo en el periodo 1992-2012— afirmó que la única ética posible es hacer lo que deseas.

La cumbre concluyó con el tándem de infografistas; el brasileño Luiz Iria, publicista y director de gráficos, dejó muy en claro las funciones de la infografía: informar con dinamismo, impactar a través de las imágenes y emocionar con temas diversos.

El eje por el cual se condujo esta edición de la Cumbre Mundial de Diseño en Prensa fueron los medios digitales y, naturalmente, personalidades como Claudio Pérez (director de arte en Chile) y Guillermo Caballero (director creativo y operaciones de contenido en Grupo Expansión) afirmaron que “el futuro realmente es multimedia” y “el buen diseñador lo será en cualquier plataforma”.

Karla Barajas, investigadora y conferencista en temas de marketing enfocados a determinar la influencia de las estrategias en redes sociales y en la percepción de marca, se centró en los retos para destacar en el universo de medios. Para ella, una de las claves es la planeación estratégica para tener un verdadero éxito.

Otro joven y experto diseñador también participó en los diálogos referentes a la producción audiovisual. Con más de 10 años de experiencia, Fred Lammie es un especialista en animación digital. Una de sus fortalezas es utilizar tópicos para que el mensaje llegue de forma más fácil y eficiente. “No hace falta invertir millones, sino darle prioridad a los contenidos y originalidad, procurando siempre la calidad”, comenta.

Un grupo de virtuosos como éste tenía que presumir de un alto nivel, similar al de Ramón Alberto Garza García un audaz personaje que ha cambiado la forma de contar historias en México desde hace más de 40 años. Director y fundador de *Reforma* y actual presidente y director general de *Reporte Índigo*, sostiene la máxima: “Yo no hago un periódico para anunciantes, hago un periódico para lectores”. Como la mayoría de sus colegas, opina que el futuro de los medios se cierne en los engranajes digitales. Puede decirse, sin temor a caer en una equivocación, que él es una de las personas encargadas de que este país tenga buena información.

Con las referencias, experiencias y opiniones de estos participantes, amén de otros más —no menos relevantes—, en la Cumbre se puede ver más nítido el panorama que rodea a los medios impresos y el futuro que se encuentra a unos cuantos pasos. Muy puntual fue la cita que hizo Ramón Garza: “Lo importante del periodismo es saber contar el cuento”. Quién mejor que un escritor y periodista como Gabriel García Márquez para aconsejar en este excitante universo del mundo editorial. ☺

