

Ivonne Gutiérrez,  
Ariel Montiel  
y Narzi Vilchis  
Diseño de la Comunicación Gráfica



# PERSPECTIVAS de un diseño

# contemporáneo editorial

Mediante una gama de proyectos y perspectivas del diseño editorial se trató de mostrar el equilibrio entre proyectos rentables y creativamente propositivos, durante el segundo Seminario Internacional de Diseño Gráfico en Puebla, organizado por la sociedad civil de diseño gráfico *Entre Alas*, del 2 al 4 de marzo.

El seminario tuvo como objetivo generar ideas e iniciativas en los profesionales, docentes y estudiantes vinculados al mundo del diseño, así como establecer relaciones que nos permitan seguir rompiendo fronteras.

En la exposición sobre diseño editorial, en el San Pedro Museo de Arte, se mostraron páginas diagramadas, retículas y productos terminados de revistas y periódicos, diseñadas por los conferencistas.

“Un buen renglón es la base para poder hacer un buen diseño”, expuso Jorge De Buen; así es posible establecer una caja tipográfica que mantenga la armonía en la página. Debemos pensar al revés, empezar desde las letras, el renglón y de ahí a la página. De Buen dejó muy claro que en el diseño editorial se trata que para el lector sea atractivo el escritor y no el diseñador.

Leonel Sagahón, integrante de La Máquina del tiempo, en su conferencia del mismo nombre resaltó el papel del diseño en la sociedad:

Más que necesario, el diseño es útil, y por ello es importante, como importantes son todas esas cosas que hacen mejor el mundo en que vivimos. Ese mundo en el que jugamos, platicamos y peleamos. En donde

# más

hacemos la guerra y en donde nos amamos. El mundo que recordamos cuando pensamos en quienes están lejos, con quien tanto compartimos y que no hemos vuelto a ver. El diseño no tiene sentido en sí mismo sino con el mundo.

Lo más importante es la gente y mostrar sus historias, fue la idea principal de una de las conferencias más esperadas y que causó un mayor impacto en los asistentes. Para Christine y Klaus Hesse, directores de Hesse Design, un despacho alemán, una escena de diseño tiene que ser un lugar donde la pasemos bien y esto se ve reflejado en su trabajo. No hay que mostrar las máquinas solamente, sino que debemos incluir a la gente que las opera, argumentando que si no fuera por estas personas, las máquinas y la empresa en general no funcionarían. Es decir, que siempre tratan de mostrar el lado humano de la tecnología.

Gabriela Rodríguez, quien ha participado en el desarrollo de varios proyectos de comunicación y diseño a gran escala, presentó su trabajo *Tijuana*, el cual está compuesto de imágenes de gran formato, que cubre una parte significativa de la frontera entre México y Estados Unidos. También mostró el concepto que creó en 2002 para la nueva identidad del Canal 11 TV La otra mirada.

Scott Stowell, profesor de la Universidad de Yale, presentó la serie de *spots* que realizó para un canal de televisión que necesitaba un cambio de imagen. Debido a su buen trabajo, fue contratado por *Nickelodeon* para realizar algunos comerciales. En el transcurso de su participación mostró imágenes de las portadas de un periódico que estuvo a su cargo.

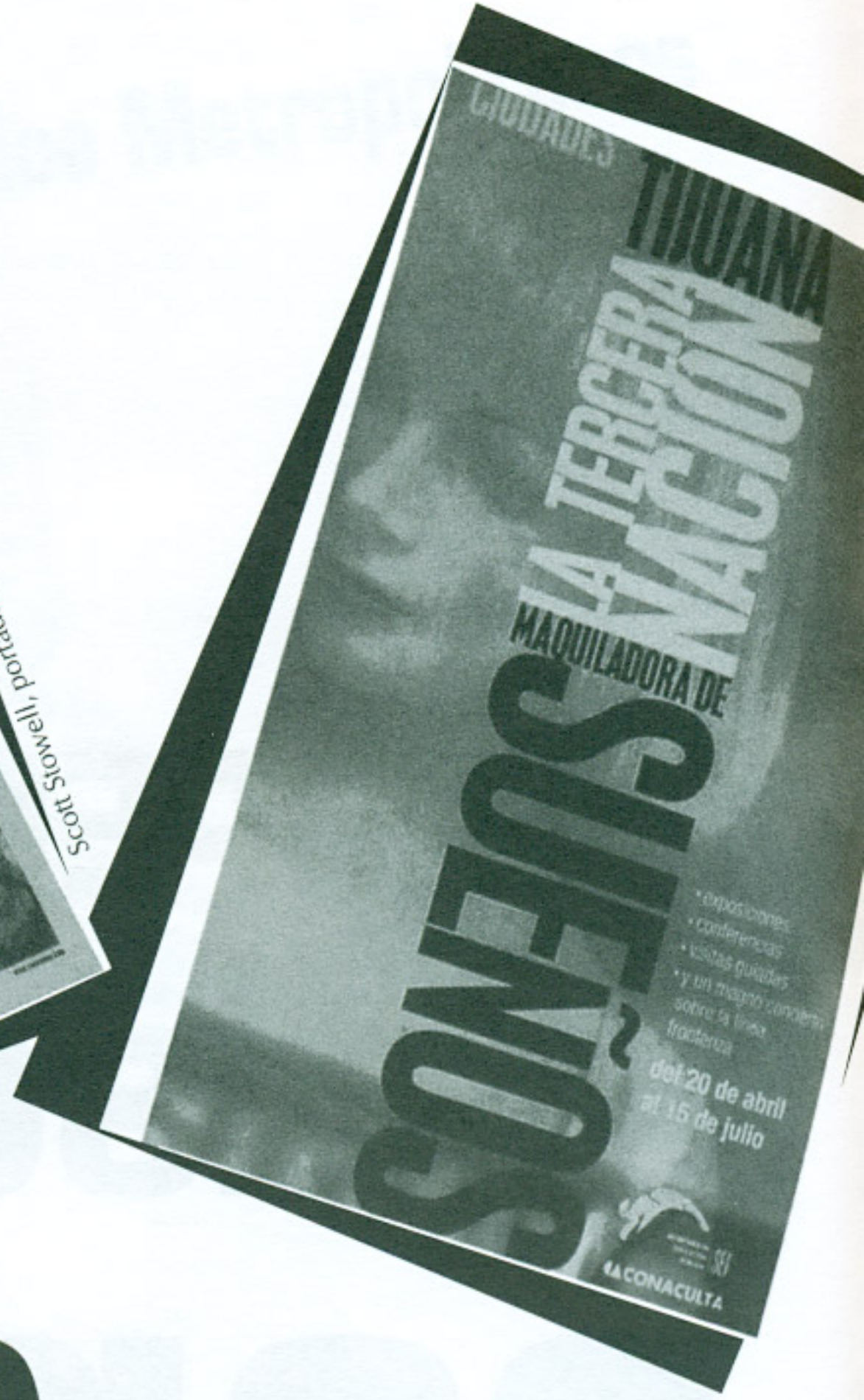
Otro de los expositores fue el español Isidro Ferrer, quien comenzó su participación presentando varios *spots* realizados para un canal de televisión con ilustraciones animadas.

También nos mostró el trabajo con que participó en el concurso de la mascota del Foro Mundial del Agua que tuvo lugar en nuestro país a mediados de marzo.

Por último presentó su *performance* Una casa, dos cosas, tres casos, usando efectos de sonido, la voz de una niña y la imagen proyectada



Scott Stowell, portada de revista The Nation.



sobre el escenario. El resultado fue una obra que despertó todos los sentidos, en la que se aprecia la imaginación que seguramente le ayuda mucho en su faceta de diseñador.

Ricardo Salas, otro de los conferencistas, aseveró: "Mi pasión por el diseño está vinculada con la interpretación de los espacios con los cuales uno cotidianamente está interrelacionado".

Los espacios son básicos para un buen diseño y dependen completamente del diseñador. Salas mostró parte de su trabajo, enfocado al diseño de catálogos, y de los cuales expuso sus retículas y métodos para obtenerlas.

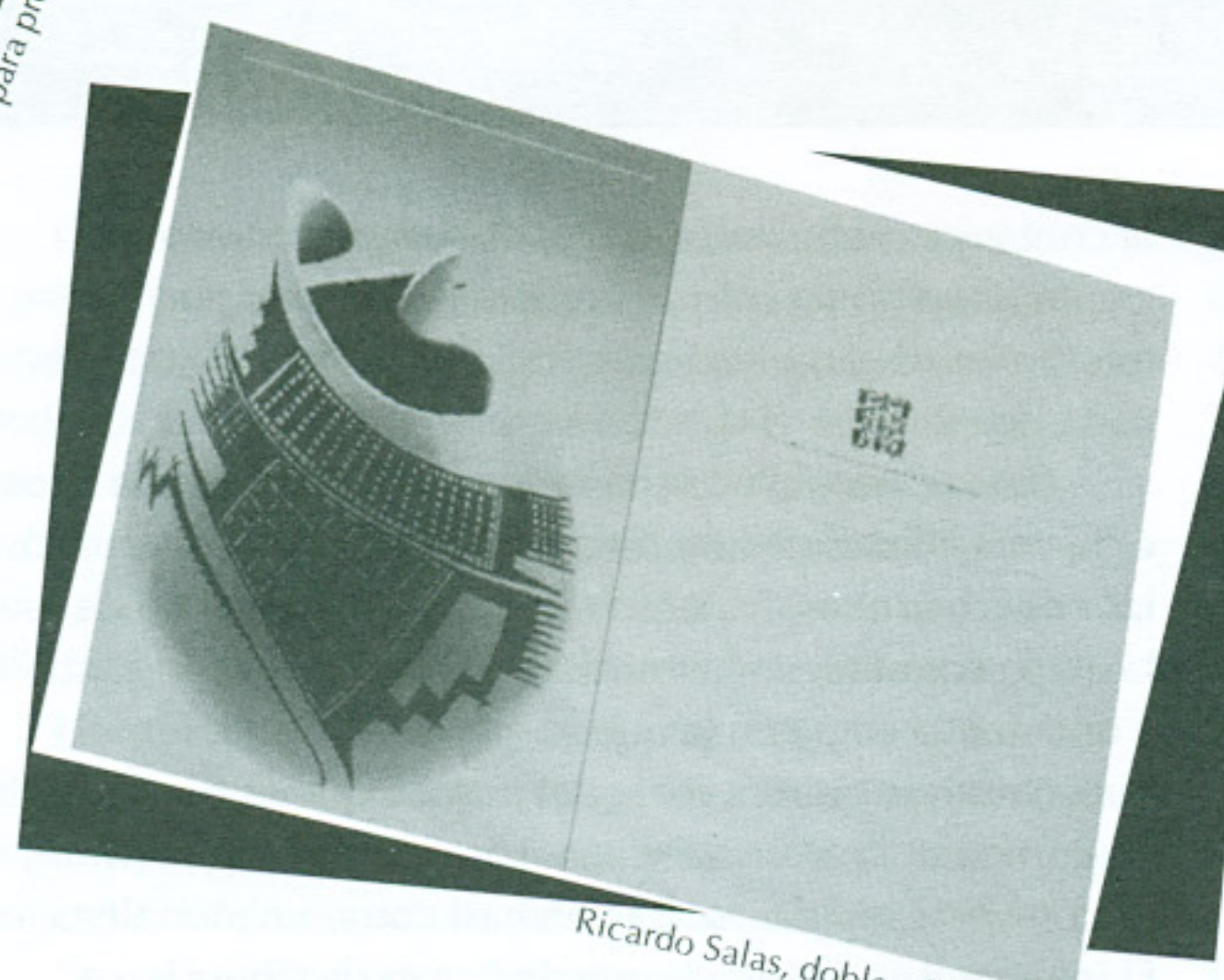
¿Cómo poder llegar al lector? Con esta pregunta comenzó la charla de Alberto Nava. Un diseñador no es un formador ni un experto en el manejo de programas de diseño, un diseñador es un estratega en la comunicación visual y lo más importante para él es que el mensaje debe ser legible. Alberto Nava afirmó que "ya no hay diseñadores todólogos", sino que hay diseñadores especializados y sobre todo hay que buscar ser los mejores en nuestro campo.

Rodrigo Fino presentó su trabajo enfocado al rediseño de diferentes diarios, en los cuales se observaba un diseño arriesgado y muy diferente al original.

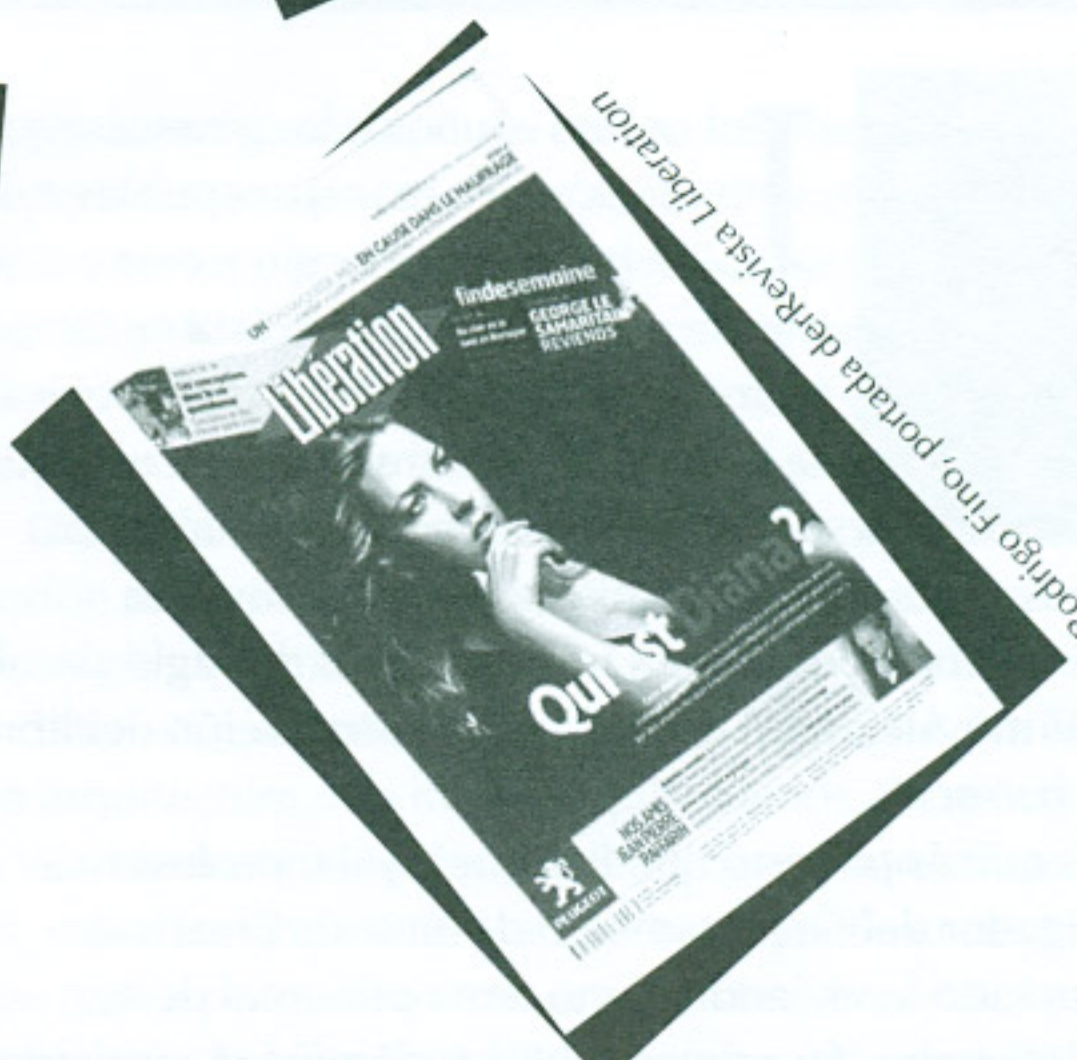
Mencionó que en más de una ocasión los diseños son intervenidos por los clientes y muchas veces el diseño no se ve reflejado, debido a que los clientes no quieren arriesgarse por temor a la respuesta del público y otras veces por no perder su identidad.

Así, con todas las actividades organizadas para este seminario los asistentes no sólo observamos la creación de un renglón perfecto o la forma contemporánea de trabajar de un maestro del diseño clásico, sino también la creatividad en pos de un objetivo claro de comunicación, la visión traducida en éxito o la experimentación y búsqueda de nuevos caminos no tiene que ver con un tiempo, sino con una actitud; que las reglas están aquí para asegurar la libertad y no al revés; cómo a través de unas cuantas páginas se puede sorprender a un público, sin tener como limitante el recurso económico. **E**

Gabriela Rodríguez, cartel para proyecto Tijuana.

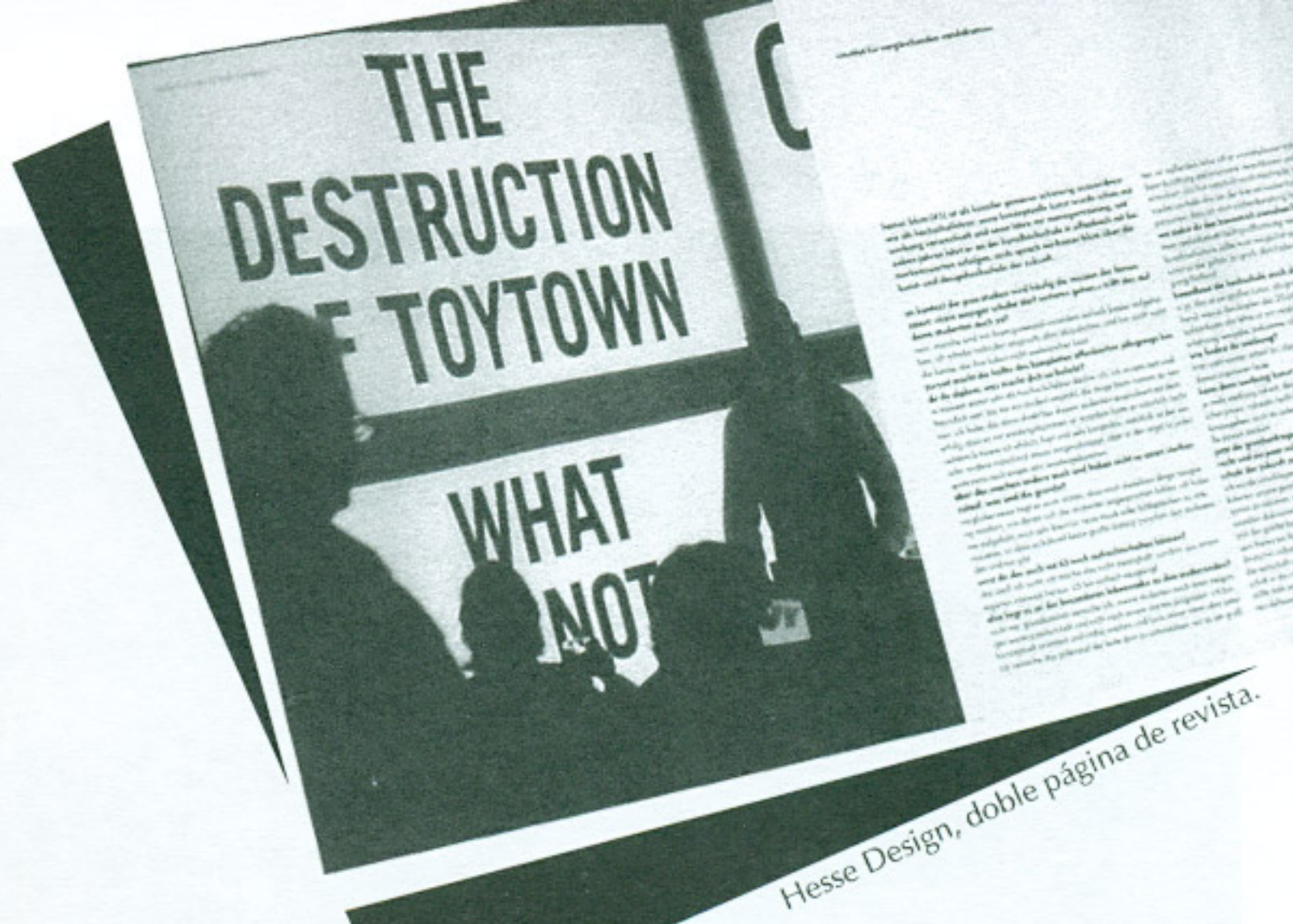
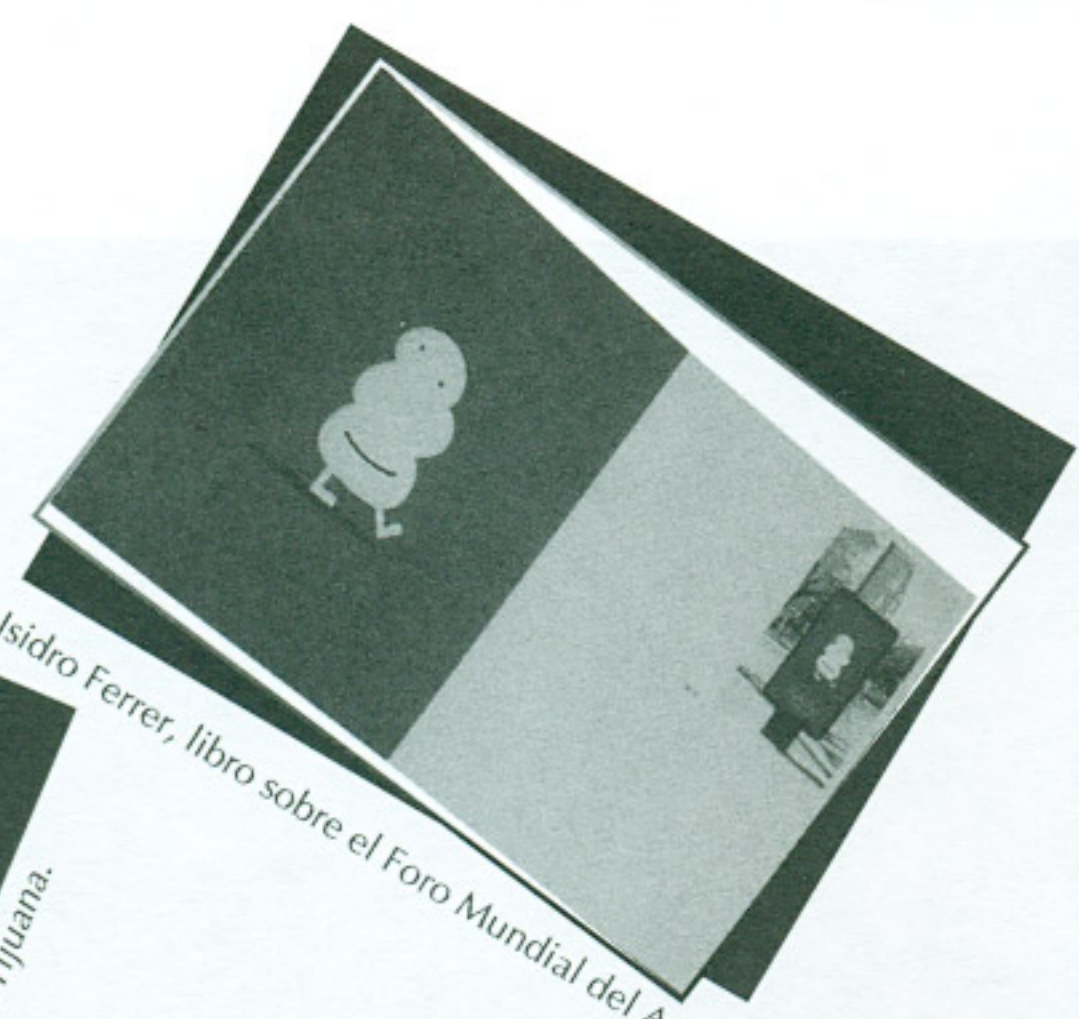


Ricardo Salas, doble página de catálogo.



Rodrigo Fino, portada de revista Liberation

Isidro Ferrer, libro sobre el Foro Mundial del Agua.



Hesse Design, doble página de revista.