



Bienal Internacional del Cartel en México

Israel Peña

Diseño de la Comunicación Gráfica

La IX Bienal Internacional del Cartel en México fue una larga reflexión acerca del diseño gráfico, de la razón de ser de la profesión y de su principal problemática: la pérdida del único objetivo del diseñador gráfico, la comunicación.

Para esta edición, los diseñadores Cedomir Costovic, Bosnia; Pekka Lori y Jukka Veistola, Finlandia; Rene Jaques y Andrew Lewis, Canadá; Lex Drewinski, Polonia/Alemania; Pablo Kunst, Argentina; Celeste Prieto, Paraguay; Ernesto Azcuy, Bolivia; Gitte Kath, Dinamarca; Peter Pöcs, Hungría, impartieron diversas conferencias.

Uno de los principales objetivos de los carteles de esta edición fue hacer un planteamiento sobre la necesidad de que el diseño sea pensado de manera sustentable y que las soluciones a las que se llegue como diseñadores gráficos promuevan un mejor mundo.

El cartel, en definitiva, es una de las mejores armas para provocar, concienciar y lanzar mensajes, en una época en la que lo visual es lo que se impone. El cartel une y aglutina como ninguno textos, dibujos y fotografías. El cartel propone, sugiere, resume y analiza.

Los ponentes expusieron que considerar al diseño sólo como un oficio significa que falta el concepto, como objeto que concibe el espíritu de un diseño y como la herramienta mental que le permite al diseñador generar teorías, pensar y reflexionar.

El concepto está relacionado con la manera como se concibe la pieza de diseño no con la construcción del mismo. Para la construcción se recurre a las herramientas, a la tecnología. Para la concepción, al pensamiento, a la reflexión y al análisis. Y esa es la gran diferencia entre considerar al diseño un oficio o una actividad de comunicación.

El diseño gráfico representa un lenguaje visual, capaz de comunicar al mismo tiempo ideas abstractas e información general a personas con diversos antecedentes culturales, educativos y sociales.

El trabajo del diseño gráfico es asimismo un fenómeno que une al ojo del espectador con el objeto que ve, y representa valores estéticos, culturales y educativos.



Som
REFLE
del Agu





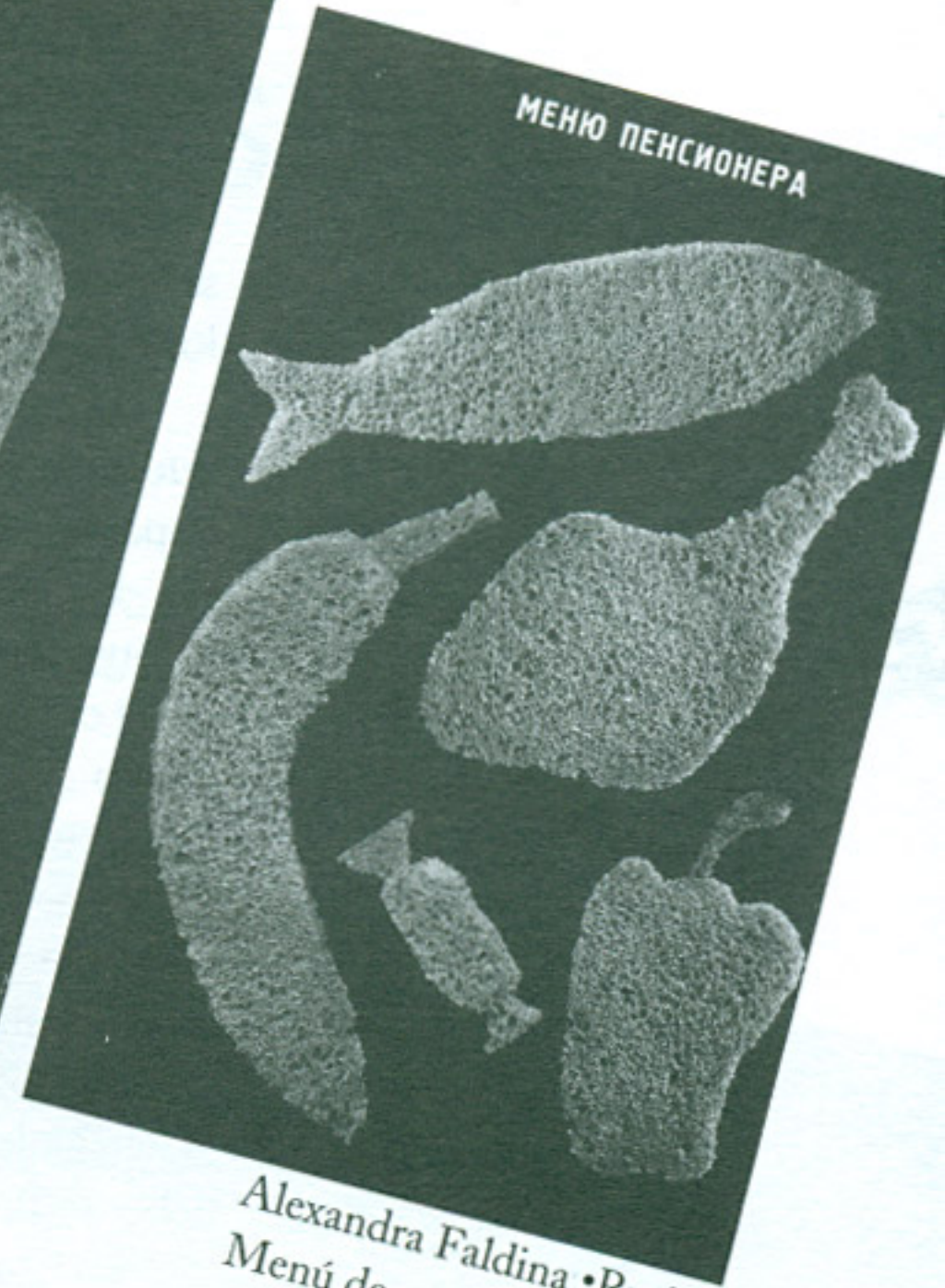
Paco Argumosa • México
Actuación en Casazul



Frank Arbelo • Bolivia
Veámos ahora cuanto nos dura



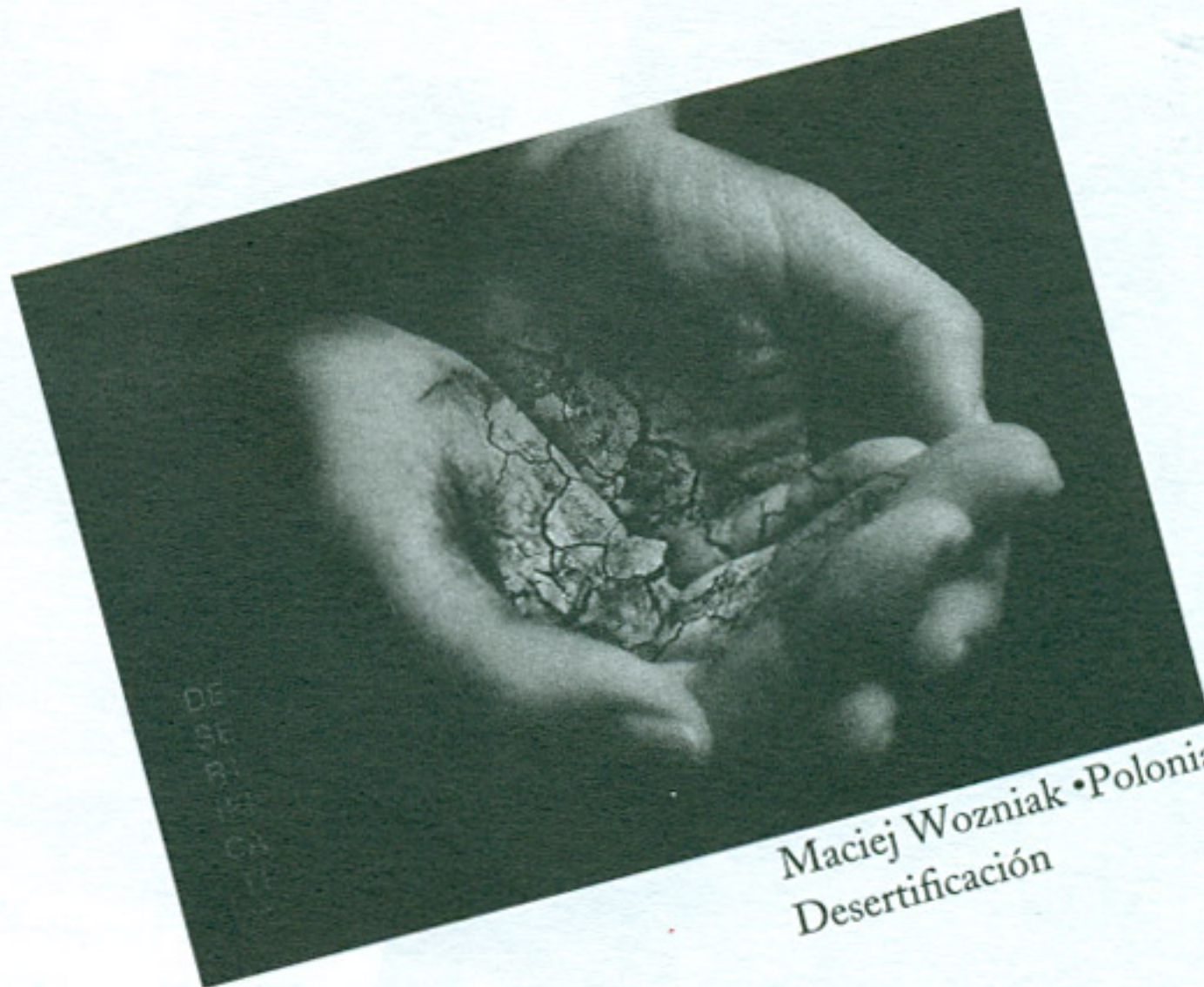
Alexandra Faldina • Rusia
Menú de un pensionado 1



Alexandra Faldina • Rusia
Menú de un pensionado 2



Bárbara Paciorek • Polonia
Somos reflejos del agua



Maciej Wozniak • Polonia
Desertificación

Entre otras ideas, se dijo que el cartel, como género, es el más democrático de las bellas artes cuya meta, a diferencia de los carteles comerciales y de gran formato que se relacionan con el poder y el dinero, no es vender productos; su objetivo es hacer pensar más a las personas, es decir comunicar ideas a la gente, que primero les cause una reacción visual y luego una mental.

Se insistió en la importancia de utilizar metáforas visuales y transformar el significado de los símbolos, esto muestra mensajes a un amplio rango de receptores. Es decir, utilizando un proceso de decodificar el lenguaje metafórico visual con un propósito principal, que es comunicar y también estimular el pensamiento, desarrollar las habilidades analíticas que estimulan la imaginación de los espectadores.

El mensaje de un cartel debe ser universal y percibirse como un todo en el que cada elemento se integra armónicamente y crea una unidad estética de gran impacto, haciendo pensar a la gente, cuestionando y abriendo diálogos.

El mensaje que transmite el cartel tiene el poder de cautivar a las personas a lo largo de años, sobrevive y perdurará mientras subsista la humanidad.

Los constantes cambios en la sociedad contemporánea y el rápido incremento del número de mensajes genera la necesidad de métodos innovadores y más eficientes de comunicación; así, para satisfacer esta necesidad, los diseñadores gráficos contemporáneos deben ser creativos, sensibles y estar bien informados, a fin de resolver de manera clara los problemas planteados por quienes utilizan sus servicios. Los diseñadores también tienen que esforzarse y no ser unos mercenarios. No es bueno decir que sí a todo por comodidad o para evitarse algunos problemas. Cuando uno cree en un trabajo que ha hecho, su deber es defenderlo a capa y espada, pese a lo que pueda pasar.

Esta muestra es trascendental, ya que se trata de generar conocimiento y establecer vínculos entre diseñadores internacionales y alumnos de otras universidades, pues es importante saber qué se diseña en otros países.



Víctor Santos Gally · México
¡Detengamos la desertificación!