

# Comunicación y comunidad 15 años después

Gerardo Kloss Fernández del Castillo  
Síntesis Creativa



**H**oy festejamos 15 años de que *Espacio Diseño* apareció por primera vez, el 15 de julio de 1993, con un pudoroso “número cero”. Pero la historia comienza bastante antes. Ya a mediados de los años ochenta tuvo breve existencia un suplemento noticioso en el *Boletín Informativo* de la unidad Xochimilco, que llevaba el nombre de *ComuniCyAD* y denotaba la inquietud de nuestra División por construir un sentido de comunidad entre sus trabajadores académicos, administrativos y estudiantes.

Entre 1983 y 1987 se editaron cuatro números de *Diseño UAM*, que a sus tempranos logros de contenido y forma añadía una hazaña no superada aún: era editada conjuntamente por las divisiones de CyAD de Azcapotzalco y Xochimilco, franqueando no sólo más de 25 kilómetros, sino también distancias conceptuales, largos tramos de trabajo editorial y transiberianos obstáculos administrativos. De ello fui testigo desde mi palco de estudiante; conservo algunos ejemplares con juvenil admiración: fue en *Diseño UAM* donde por primera vez leí expresiones como “posmodernidad” y “diseñar pensando en el usuario”.

Distaba de aparecer en escena la computadora personal, por lo que producir una revista implicaba hacer todo a la antigüita: corregir estilo sobre cuartillas mecanografiadas, capturarlas, formar galeras en tiras de papel fotográfico, volver a corregirlas, cortarlas y pegarlas (con cemento Iris, escuadras y paciencia de artesano chino) en cartulinas con la retícula de cada página; corregir tres veces más, fotografiarlas en la inmensa cámara de fotomecánica y transportarlas, mediante una insoladora de arco voltaico, a placas de offset.

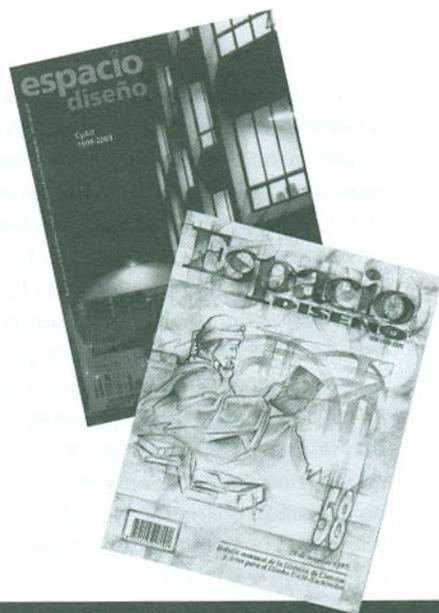
El tiempo y el costo de todos estos procesos eran enormes, pero yo no veía entonces que, amén de las dificultades presupuestales y administrativas que luego conocería en persona, había un impedimento de orden superior. Se trataba de un tópico de opinión que, aún hoy, sigue insistiendo machacona y (a mi juicio) falsamente en que no corresponde a la honra de un buen diseñador comunicarse con el resto del mundo mediante la lectura y la escritura. Es una tradición que las revistas de diseño nacen, se reproducen y mueren, frecuentemente de inanición, no sólo financiera, sino también literaria.

En diciembre de 1991, de vuelta en la UAM luego de algunos años en la producción editorial y publicitaria, recibí la invitación de Raúl Hernández para entrar al Programa Editorial. Urgía dotar a CyAD de un boletín informativo que ayudara a construir ese sentido de comunidad; Raúl me mostró unos boletines comunitarios de universidades españolas para que arrancáramos de ahí, buscando algo original y que no se viera excesivamente institucional.

Durante el primer año intentamos sacar el boletín por la vía, demasiado socorrida, del servicio social, cuyos tiempos y formas no se ajustaban a la periodicidad quincenal. Ya un poco desesperados (sobre todo el director), a finales de

1992 probamos un camino que estaba, en ese entonces, poco explorado: el del proyecto terminal. Una primera generación de cuatro alumnos (Claudia Huergo, Belinda Espíndola, Toño Prado y Marco Gómez) se comprometió a sacar adelante este proyecto como parte de su formación en los trimestres X, XI y XII del Área Editorial de Diseño de la Comunicación Gráfica.

Esta apuesta rindió excelentes frutos, pues no sólo se ha logrado capitalizar el entusiasmo de los estudiantes con la aparición puntual de 169 boletines. Anécdotas, las que quieran. El boletín sobrevivió huelgas, cierres de edificios con la gente afuera y, alguna vez, también adentro; apagones y los inevitables *crashes* del limitado equipo. Apenas en 1994 Arístides se desmayó, una noche en que las máquinas fallaron en pleno cierre de edición; mientras el equipo se apresuraba en llevarlo al IMSS, Belinda se iba con Cirano a entregar los originales para salir a tiempo. Hoy, los alumnos valoran sobre todo el entrenamiento real, concreto y extraordinariamente intensivo que les proporciona el boletín, y al llegar a X se disputan los lugares disponibles para participar en el proyecto.



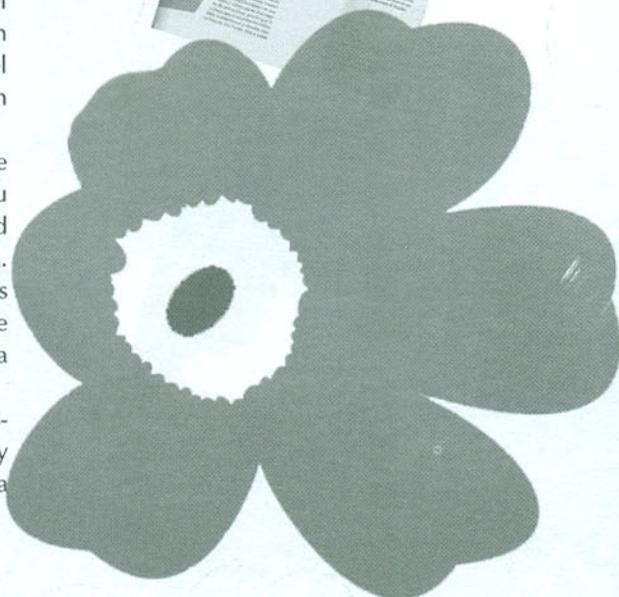
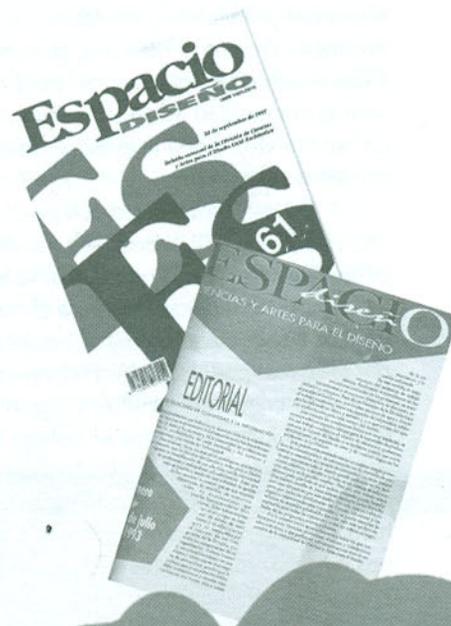
*Es una tradición que las revistas de diseño nacen, se reproducen y mueren, frecuentemente de inanición, no solo financiera, sino también literaria.*

Pero la cosa no ha quedado ahí. Dio la casualidad que, justo en aquellos años, llegó a la UAM el personal del diario *El Norte* buscando diseñadores aptos para el trabajo periodístico, con vistas a integrarlos en el diario *Reforma*. Los egresados de *Espacio Diseño* mostraban competencias sobresalientes para ocupar esos puestos y surgió una marcada preferencia por ellos en el “nuevo diseño de periódicos”. Desde que egresó la segunda generación de boletines en 1994, *Reforma* empezó a llenarse de *uameros* y funcionarios de ese diario afirmaban que le habíamos “atinado” al perfil profesional exacto que requería el ramo. Esta invasión se extendió con el tiempo a otros periódicos. Hoy Óscar Yáñez y Alejandro Sosa, entre otros boletines, son reconocidos nacional e internacionalmente.

Pero volvamos a aquel “número cero”. Lo llamé pudoroso, porque era palpable que no había suficiente material escrito para mantener el ritmo quincenal; por eso pensamos, ingenuamente, en publicar editoriales firmados por funcionarios, junto con entrevistas, una cartelera y colaboraciones relativamente informales de la comunidad. Los textos de fondo tardarían más en aparecer. Aunque el propósito de crear comunidad implicaba un boletín abierto a la libre expresión de quejas e inconformidades, con la línea explícita de reducir la importancia del “radio pasillo”, se hizo evidente que la propia comunidad pedía moderación en las quejas, en los relatos personales y, sobre todo, en las caricaturas.

A aquel boletín, libérrimo en cuanto a “censura”, le dejó de quedar ese formato cauto. Apenas en su número 11 (abril de 1994), *Espacio* abandonó su rígido formato de recién nacido y se lanzó a la construcción de una identidad cambiante, reflejo de las contradicciones de la comunidad que representaba. Esa búsqueda, con sus altas y sus bajas, sus cambios de tintas, papeles, grosores y hasta de técnicas (como la máquina Eskofot, que evitaba la producción de negativos, en atención a la alucinante periodicidad quincenal), permanecería hasta el final del milenio.

Siempre quedó claro que cada edición tenía que ser claramente distinguible de las otras, ya fuera por sus colores o por algún otro elemento muy evidente; los boletines oficiales sufrían por la incapacidad de los lectores para



discernir una edición de otra, así que daba lo mismo levantar el ejemplar de la semana corriente, el de la anterior o el de seis meses antes. Ese propósito se logró y permanece, no sólo en *Espacio Diseño*, sino en los sucesivos rediseños que han sufrido otras publicaciones universitarias desde entonces.

Otro propósito era, desde luego, que la mayor parte de la información fuera generada por la comunidad, y no por personal oficial, como era la costumbre. Aunque el problema de la falta de colaboraciones sigue existiendo, el boletín ahora se alimenta por un mayor número de diseñadores, docentes y estudiantes, con capacidad de expresión escrita. En lo que respecta al equipo de producción, se ha logrado en buena hora romper el infame tópico de que hacer una entrevista, un reportaje o una nota eran actividades incompatibles con la formación del estudiante de diseño gráfico. Fue justo eso lo que hizo que los *boletines* encontraran acomodo privilegiado en el mercado de trabajo: no es común encontrar diseñadores gráficos que, en vez de enfrentarse tras la barricada de la diferencia, entiendan y compartan lo que hacen reporteros, correctores y editores.

Al menos dos cambios trajo 1995. A inicios del año cambió de golpe el entorno económico y social del país, así que se hizo urgente cuidar nuestro magro presupuesto y *Espacio Diseño* dejó de ser quincenal. En diciembre un nuevo director, Emilio Pradilla, reorientó las prioridades de acuerdo con la nueva situación: resultaba un lujo financiar un boletín dedicado sólo a la interacción comunitaria. *Espacio Diseño* dio un giro importante, enfocándose más bien hacia el exterior y sirviendo para difundir los trabajos de la División. Obviamente ello restringió algunos contenidos, pues no tenía mucho sentido mostrar al mundo todas nuestras intimidades. Se perdía algo, se ganaba algo. En ese tiempo no toda la comunidad alcanzaba a ver con claridad el impacto que pronto tendría en nuestra vida diaria la evaluación externa, ni la importancia de mostrar nuestro trabajo al exterior.

De esa época datan dos innovaciones: la lista postal y el formato doblable, concebido con el propósito de ahorrar costos de envío: en vez de imprimir contenidos en la cuarta de forros, se le daba el formato básico de un sobre postal, con remitente, espacio para el franqueo y para el destinatario, etcétera. Así bastaba con doblar el ejemplar y colocarle una grapa: estaba listo para salir a rolar por esas rutas postales del ancho mundo.

Al comenzar 1998 el Programa Editorial quedó a cargo de Carlos Castañeda; es justo decir que el boletín no sufrió cambios inmediatos y que, otra vez, como siempre, Ana Julia Arroyo estuvo al pie del cañón. Fue con el cambio de milenio, y nuevamente de director, al entrar Luis Romero en 1999, que se hizo cargo del Programa Editorial Octavio Cuéllar. De esa época datan algunos cambios importantes en *Espacio Diseño*: se recuperó en parte su vocación comunitaria y su forma externa se rediseñó radicalmente.



De ahí viene ese carácter mixto de *Espacio Diseño*, que se volvió un poco revista y un poco boletín. Su imagen gráfica mejoró mucho, con portadas a color sobre papeles de alta calidad. Esta "hibridez" revista-boletín ha resultado, una vez más, y como ha sucedido desde el primer día, una negociación en la que se pierde algo pero se gana algo: se ha vuelto mucho más atractivo y presentable, pero ha sido criticado el hecho de que tenga portadas tan vistosas en relación con la estructura interna de la información y la forma de las páginas interiores. Sin embargo, sigue cada día la búsqueda de nuevas formas de organización y de nuevas maneras de manifestar la cambiante identidad de CYAD. La "hibridez" quizá está en la naturaleza de una disciplina cercada continuamente por dicotomías: interno-externo, teoría-práctica, emisor-receptor, demanda social-preocupación creativa, forma-función, cultura-economía, ciencias y artes.

Nada mejor para ello que un proyecto incluyente, abierto a la gran diversidad de puntos de vista acerca de lo que es el diseño, y la mejor garantía de esta capacidad de reinversión radica en que, aparte de un proyecto institucional, y mucho más allá de eso, es un proyecto terminal en el que los alumnos descubren que está en sus manos hacer que se materialicen los discursos acerca de su propia práctica.

Los contenidos aumentaron en riqueza y calidad a partir de 2003, durante la gestión de Rodolfo Santa María en la dirección y Víctor Muñoz en el Programa Editorial, cuando se estabilizó con buena fortuna el delicado equilibrio entre un boletín comunitario, dedicado a mejorar nuestra interacción cotidiana, y un boletín dirigido a mostrar al exterior nuestro trabajo académico, para mejorar la difícil posición política de la división más pequeña de toda la universidad. Para entonces era innegable la importancia de este equilibrio: resultaba imposible volver al modelo inicial y la influencia del medio externo llegó para quedarse.

Ya se hizo evidente la urgencia de clarificar, mostrar y argumentar lo que hacemos en CyAD ante quienes nos miran desde otras prácticas, otras instituciones y otras disciplinas. En vez de quejarnos de que a los diseñadores no nos comprenden, hemos de comprender nosotros que es más importante difundir nuestro trabajo y ofrecer argumentos académicos sólidos que demuestren su importancia, trascendencia y utilidad social.

Hoy el boletín cumple sus primeros 15 años, con la División a cargo de Everardo Carballo y el Programa Editorial de Catalina Durán. *Espacio Diseño* es un proyecto consolidado que ha ido encontrando sus propios equilibrios, pero queda bastante por hacer.

El boletín sigue obligado a cumplir con su función institucional, es cierto, pero también tiene que ganarse cotidianamente la atención, el respeto y la lealtad de sus lectores. Hay sectores de nuestra comunidad que no se sienten identificados con él, reflejados en él, representados por él. No es un reto fácil construir un *Espacio* donde confluyan los intereses de académicos y administrativos, de estudiantes y trabajadores, de tronco, de licenciatura, de maestría, de doctorado, de arquitectos, diseñadores industriales, gráficos, planificadores territoriales y gente de todas las demás disciplinas que, afortunadamente y pese a nuestros malhadados chauvinismos gremiales, han confluído en esta comunidad.

*No es un reto fácil construir un Espacio  
donde confluyan los intereses de académicos y  
administrativos, de estudiantes y trabajadores...*

*Espacio Diseño* circula de mano en mano, entra en los salones, se pasea por los cubículos, se envía por correo, se cuela hasta los escritorios de altos funcionarios, se desliza a los hogares, cae en manos del amigo, del cónyuge, del vecino; de la mamá del estudiante, del hermano que aspira a ingresar a la universidad. Va hasta todos esos lugares y habla de nosotros. El respeto al trabajo, la pluralidad, el respeto a la diferencia, la visión interdisciplinaria, la voluntad de construir con solidez un campo argumentativo incluyente para las diversas visiones de los diseños, tendrán que ser la marca de *Espacio* en sus próximos 15 años.

Felicidades por este aniversario y mi agradecimiento a todos los que han apoyado a *Espacio Diseño* desde 1993. *ed*