



XX ENCUENTRO
NACIONAL DE
ESCUELAS DE
DISEÑO GRÁFICO

Fotografía de Lenin Flores.
http://www.flickr.com/photos/lenin_fac/

Un amasijo de gente, ideas, sorpresas, abrazos, alcohol y risas fue la experiencia vivida en el XX encuentro de Escuelas de Diseño Gráfico que se llevó a cabo del 6 al 9 de octubre de 2009, en las instalaciones de la Facultad de Artes Visuales de la Universidad Autónoma de Nuevo León.

En el marco del congreso se ofrecían diversas experiencias para los participantes, entre conferencias, talleres y coloquios.

Las conferencias fueron dictadas por diversas figuras dentro del campo del diseño. Por un lado estaban los diseñadores que se dedican exclusivamente a la publicidad, como Esther Becerril y Miguel Calderón, los dos ex alumnos de la UANL. Esther expuso una retrospectiva en la que mostraba una serie de sus anteriores trabajos en los que mezclaba varios de sus "mejores clientes".

Explicó que es integrante del Grupo 5, una empresa importante en el campo de la publicidad en Monterrey. Dio algunos consejos acerca de cómo presentar un trabajo al cliente (limpio y contundente) y sugirió involucrar todos los sentidos al diseñar

una identidad corporativa. Miguel Calderón mostró parte de su trabajo, que resulta muy innovador, el cual lo ha llevado a configurar un despacho de grandes magnitudes. Exhibió los encargos de clientes que lo ayudaron a ser reconocido entre otros diseñadores jóvenes mexicanos. Su carta más fuerte son campañas que ha hecho para el desodorante Rexona. Motivó a los espectadores a hacer lo que les gusta y realizar cosas nuevas e hizo hincapié en lo importante que es para el diseñador actual tener su página web bien hecha y en inglés, que muestre un portafolio que valga la pena ver. Esto puede asegurarnos trabajos de talla internacional como le sucedió a él.

En otro ámbito encontramos a Masa, un diseñador venezolano que se dedica al diseño tipográfico, al de música y al netamente decorativo, basándose en la geometría, el arte óptico, el reciclaje y mezclas de tendencias de diseño. Su trabajo se puede considerar pop, y aunque es propositivo, podría confundirse con el diseño popular de cualquier parte del mundo hoy en día. Masa intenta trazar una línea de diseño con la cual se identifique el público juvenil. Ha trabajado para marcas de ropa y *snowboarding* (entre ellas Adidas), así como para disqueras de talla internacional e independiente.

Siguiente página. Diseños de Masa. Detalle de Angel Sánchez zipper tees, Ademis The Mod snowboards of Fame SDS. Tomado de: <http://www.masa.com/ve>

Al hablar de los tres expositores anteriores se podría pensar que el diseño es mera apariencia, ya que consideran más el beneficio monetario expresado en millones, que para ellos representa un trabajo de publicidad, que el bienestar de quienes reciben sus mensajes. Estos diseñadores se enfocan en el ámbito formal del diseño y dejan a un lado el argumentativo y social.

En contrapunto, aparecieron el maestro Félix Beltrán, el mítico Joan Costa en videoconferencia y la bellísima Rebeca Méndez. Beltrán habló de la marca, de su falsa atemporalidad y su importancia para establecer diferencias: "La marca como símbolo recurre a otra realidad para enfatizar la existente". Explicó que la simplicidad (quitar lo que sobra) es una necesidad de la marca: "la marca debe ser fácil de asociar, recordar, reducir y reproducir".

Costa habló de la actitud que debe tomar el diseñador gráfico actual, quien debe ser generalista y multidisciplinario, un estratega de la comunicación, una mente que influye en otras, por lo que resulta imprescindible una cultura de servicio. Hizo hincapié

De la serie *tree by tree, from the sea to Mountains*, 2008. Permanent Public Art Installation for the Registrar Recorder/County Clerk, Santa Fe Springs, Los Angeles County, CA.
Detalle tomado de:
<http://www.rebecamendez.com>.



en una especie de orfandad de teoría en el diseño desde la Bauhaus y de una sociedad de consumo que finaliza, en la que se contraponen la macroeconomía con otras economías más cercanas y la etnia contra la masa. Explicó que existen tres tipos de diseño gráfico: el de identidad pública, el de persuasión y el decorativo.

Rebeca Méndez, mexicana, mostró parte de su trabajo publicitario, el cual abarca campañas globales millonarias para compañías transnacionales como Motorola, con los que ubicó a su despacho como de los más importantes en Estados Unidos. Mostró también su impresionante trabajo editorial y su labor como artista (ya no como simple comunicadora sino como productora de sus propios mensajes), que muestra un gran vitalidad, interacción con ella misma y una enorme sensibilidad. El diseño publicitario le ha causado enorme satisfacción pero ahora se dice cansada de éste, por lo que intenta enfocarse sólo en campañas sociales y en proyectos individuales. También dictó conferencia su esposo Adam Eeuwens, quien enseñó un libro de su autoría que recopila diseños holandeses contemporáneos pertenecientes, en su mayoría, a la contracultura. Muchas de las imágenes mostradas son atractivas.

En el aspecto del diseño editorial encontramos a Eduardo Danilo y a Mauro Machuca. El primero, con su empresa Danilo Black, ha trabajado en el rediseño del periódico *Excelsior* y la revista *Letras Libres*. Sus consejos para realizar un buen diseño fueron: entender, innovar y enfocar. Para él, el diseño cumple papeles creativos y pragmáticos, ya que los diseñadores actuales diseñamos para medios análogos y virtuales, por lo que debemos contar con un perfil híbrido. Machuca se limitó a exponer su trabajo y exhibió un video en el que se mostraba el proceso para hacer un libro.



CONCEPTO
CONCEPTO
concepto
culture

En la semana del congreso pude llegar a ciertas conjeturas:

No todos los diseñadores siguen una metodología fija, algunos esperan simplemente a que llegue una idea brillante para mostrársela al cliente.

El diseño mejor remunerado se encuentra en la publicidad aunque ésta devore tu alma después.

La teoría y la práctica no se contradicen, pero casi nadie las aplica simultáneamente.



Es necesaria la retórica y el poder de la argumentación para fortalecer nuestras decisiones al diseñar y de ésta forma acercarse más al público, no al cliente.

El diálogo entre diseñadores es necesario para una mejor comprensión del papel del diseño en el ámbito social.

Al finalizar esta jornada me encuentro con un buen sabor de boca general. Las experiencias vividas enriquecen el desarrollo de los estudiantes y maestros. El diálogo con otras personas de la república nos hace darnos cuenta de lo bueno y lo malo de nuestras escuelas. Nos hace revalorar los tópicos más importantes en la enseñanza y práctica del diseño. Nos motiva a revisar nuestro plan de estudios para adaptarlo a las nuevas necesidades y transformaciones.

Es necesario este tipo de congresos para la retroalimentación y el desarrollo individual y colectivo. Lo único que pediría es que les den más difusión dentro de la universidad y que los alumnos en verdad asistan. Al no hacerlo se pierden conocimientos que no siempre se enseñan en la carrera de diseño gráfico, y por lo tanto, su formación queda incompleta.

Algunas ligas interesantes:
www.rebecamendez.com
www.masa.com.ve
www.indigomedia.com
www.fymedia.com
www.twitter.com/eduardodanilo
www.thestuntman.com
www.famestore.com