

PUBLICACIÓN  
SEMESTRAL AÑO 4/  
NÚMERO 8/2012  
REVISTA DE DIVULGACIÓN  
CIENTÍFICA DE LA  
FACULTAD DEL HÁBITAT DE  
LA U.A.S.L.P. PRECIO EN  
MÉXICO: \$60.00 EN EL  
EXTRANJERO: 8.00 USD

# H+D

## HÁBITAT MAS DISEÑO

**Colaboradores en este número**

Irma Carrillo Chávez  
Ernesto Vázquez Orta  
Hortensia Minguéz García  
Rebeca Isadora Lozano Castro  
María Luisa Pier Castello  
Victor Manuel García Itaguirre  
María del Carmen Casas Pérez  
Mauricio Benjamín Jiménez Ramírez  
Francisco Javier Guirós Vicente  
Ruth Verónica Martínez Loera  
Narino Alejandra González Vega  
Demian Aguilar Piña  
Matthew Clay Robison



# Directorio

Universidad Autónoma de San Luis Potosí

**Manuel F. Villar Rubio**  
Rector

**David Vega Niño**  
Secretario general

**Luz María Nieto Caraveo**  
Secretaría académica

**Fernando Toro Vázquez**  
Secretario de investigación

Facultad del Hábitat  
**Anuar Abraham Kasis Ariceaga**  
Director

**María Dolores Lastras Martínez**  
Secretaría académica

**María Elena González Sánchez**  
Coordinadora del posgrado de la Facultad del Hábitat

**Benjamin Alva Fuentes**  
Coordinador de Investigación de la Facultad del Hábitat

**Carla de la Luz Santana Luna**  
Editora

**Eulalia Arriaga Hernández**  
Redacción

**Ana Luisa Oviedo Abrego**  
Traducción y corrección del inglés

**Mayra Alejandra Cantú Baladez**  
**Ismael Posadas Miranda García**  
Diseño editorial  
CEDEM, Centro de Diseño Editorial  
Multimedia, Facultad del Hábitat

**H+D HÁBITAT MAS DISEÑO**, año 4, número 8, Junio-Diciembre de 2012, es una publicación semestral editada por la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Alvaro Obregón #64, Centro Histórico, C.P. 78000. San Luis Potosí, S.L.P. A través de la Facultad del Hábitat por medio del Instituto de Investigación y Posgrado del Hábitat. Con dirección en: Niño Artillero # 150, Zona Universitaria C.P. 78290. San Luis Potosí, S.L.P. Tel. 448-262481. <http://habitat.uaslp.mx>. Editora responsable: Carla de la Luz Santana Luna. Reserva de Derechos al Uso Exclusivo No. 04-2010-120716055100-102, ISSN: 2007-2112. Certificado de licitud de Título y Licitud de Contenido No. 15577. Impresa en los Talleres Gráficos Universitarios, Av. Topacio esq. Biv. Río Española s/n, Fracc. Valle Dorado, C.P. 78399, San Luis Potosí, S.L.P. Distribuida por la Facultad del Hábitat con dirección en Niño Artillero # 150, Zona Universitaria C.P. 78290. San Luis Potosí, S.L.P. Éste número se terminó de imprimir el 15 de Diciembre de 2012 con un tiraje de 1000 ejemplares.

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación.

Queda estrictamente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, a través de la Facultad del Hábitat.

## Colaboradores en este número

Irma Carrillo Chávez  
Ernesto Vázquez Orta  
Hortensia Mínguez García  
Rebeca Isadora Lozano Castro  
María Luisa Pier Castelló  
Víctor Manuel García Izaguirre  
María del Carmen Casas-Pérez  
Mauricio Benjamín Jiménez Ramírez  
Francisco Javier Quiros Vicente  
Ruth Verónica Martínez Loera  
Norma Alejandra González Vega  
Demián Aguilar Piña  
Matthew Clay Robison

## Comité editorial y de arbitraje

Dr. Félix Beltrán  
Universidad Autónoma Metropolitana

Dra. Lucila Arellano Vázquez  
Universidad Autónoma de Puebla

Dra. Consuelo García Ponce  
Escuela Nacional de Antropología e Historia

Dr. Rutilio García Pereyra  
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez

Mtro. Jorge Alberto Ramírez Gómez  
Universidad de Colima

Dr. DG. Fernando García Santibáñez Saucedo  
Universidad Autónoma de San Luis Potosí

Dr. Arq. Alejandro Galván Arellano  
Universidad Autónoma de San Luis Potosí

Los artículos publicados por **H+D HÁBITAT MAS DISEÑO** son sometidos a un estricto arbitraje de pares académicos, en la modalidad de árbitros y autores desconocidos. Los pares académicos son en su mayoría externos a la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

# Intervención gráfica

## 25 años de carteles de conciencia sobre el sida 1985-2010

*Graphic intervention 25 years of posters 1985-2010 AIDS awareness*

Matthew Clay Robison

Selección y Traducción: Félix Beltrán

### Entrevista a Elizabeth Resnick

**Matthew Clay-Robison:** Antes de hablar de esta exposición en la que usted participa como co-curadora con Javier Cortés me gustaría saber más acerca de usted. Dadas las exposiciones que ha desarrollado yo supondría que usted tiene un gran interés en los temas de política y sociales. ¿Qué fue primero, su interés en el diseño gráfico o su interés en los asuntos sociopolíticos? ¿Cómo han influido estos intereses en su carrera?

**Elizabeth Resnick:** Durante mis días de estudiante en la Rhode Island School of Design (1966-1970), que coincidieron con la escalada de la guerra de Vietnam, mis compañeros de clase varones recibieron 25 Prórrogas (Prórrogas para Estudiante) para asistir al Colegio (emitidas por el ejército autorizando que no se enrolen para seguir estudiando – ndt). Pero si un estudiante varón se salía o reprobaba y era expulsado del colegio, su condición de recluta cambiaba a 1A, lo que significaba que se le enviaba a pelear en Camboya. Había tanta tensión y miedo en aquella época que nuestros novios, esposos y hermanos no tenían la oportunidad de tener una vida plena y robusta. Al igual que mis compañeros de clase, yo participé en las protestas locales e hice posters, camisetas en serigrafía y calcomanías para coche contra la guerra para distribuirlos en las marchas. Fue en esa época cuando desarrollé una conciencia más profunda de las realidades políticas y la injusticia.

A mediados de los setentas, cuando empecé a dar clases como profesora de medio tiempo, tenía mucho sentido introducir el pensamiento sociopolítico en mi clase de diseño para que los estudiantes se hicieran ciudadanos informados, equilibrando la enseñanza del negocio del diseño y el consumo. Esta “manera de pensar” ha sido el núcleo de mi enseñanza y filosofía durante 38 años.



Figura 1. Elizabeth Resnick in her studio\_photo by Ben Gebo\_2010

**MCR:** ¿Su interés en desarrollar exposiciones de diseño sociopolítico surgió de sus experiencias en el salón de clases?

**ER:** Aunque la docencia de medio tiempo era en aquella época tan sólo un componente de mi quehacer profesional, la idea de hacer exposiciones nunca me pasó por la mente ya que el diseño gráfico no era considerado una forma de arte que pudiera ser expuesta. Éstas eran la noción y la práctica que prevalecían en todos los comités de exposiciones académicas de los Estados Unidos durante los años setentas y ochenta, incluyendo mi propia institución de base, el Massachusetts College of Art and Design. ¡Entonces, algo maravilloso ocurrió! En septiembre de 1989, Mildred Friedman, curadora del Walker Art Center, organizó una exposición que

cambiaría todo, llamada *Graphic Design in America: A Visual Language History*.

En noviembre de 1989, durante una conferencia de educación en diseño llamada *The Core of Understanding*, dictada en el Minneapolis College of Art and Design, se llevó a cabo un evento nocturno como recepción del Walker para ver esta exposición. Éste fue el primero de mis momentos de descubrimiento en lo que se refiere a las exposiciones de diseño, ya que demostró sin asomo de duda que el diseño gráfico era ciertamente una forma de arte adecuada para las exposiciones. Cuando regresé a mi colegio, me ofrecí a colaborar en el comité de exposiciones académicas, el cual estaba en esa época completamente poblado de artistas de las bellas artes, administradores con grados en bellas artes y estudiantes de bellas artes. Me convertí en defensora de la facultad para el área de diseño y me correspondió aportar propuestas apropiadas ante el comité para exposiciones de diseño. Fue una ardua labor.

**MCR:** ¿Cuánto tiempo le llevó convencer a su comité de los méritos de una exposición de diseño?

**ER:** Por suerte no mucho. En verano de 1990 me dieron la oportunidad de organizar un curso viaje corto a Londres para 14 estudiantes de diseño. Fue un programa de cuatro semanas dividido en partes iguales con una colega de ilustración, de tal modo que durante las dos primeras semanas el grupo visitó despachos de diseño y durante las dos segundas semanas el grupo visitó a ilustradores y asociaciones de ilustración. Como punto de transición que marcaba el final de las primeras dos semanas y el principio de las segundas dos semanas visitamos en Londres el estudio de Russell Mills, un artista muy talentoso, diseñador e ilustrador. Russell había obtenido su Maestría en Bellas Artes en el prestigioso Royal College of Art. En el Reino Unido, especialmente durante los años ochentas y noventas, la línea divisoria entre ilustración y diseño no era muy clara. Russell estaba creando exhuberantes collages de arte que serían utilizados como imágenes para fundas de discos, contraportadas de libros, posters, calendarios e ilustraciones

dentro del diseño de publicaciones. Aunque su trabajo estaba funcionando como diseño comercial, yo sabía que los miembros del comité de exposiciones verían los collages como arte, y así fue.

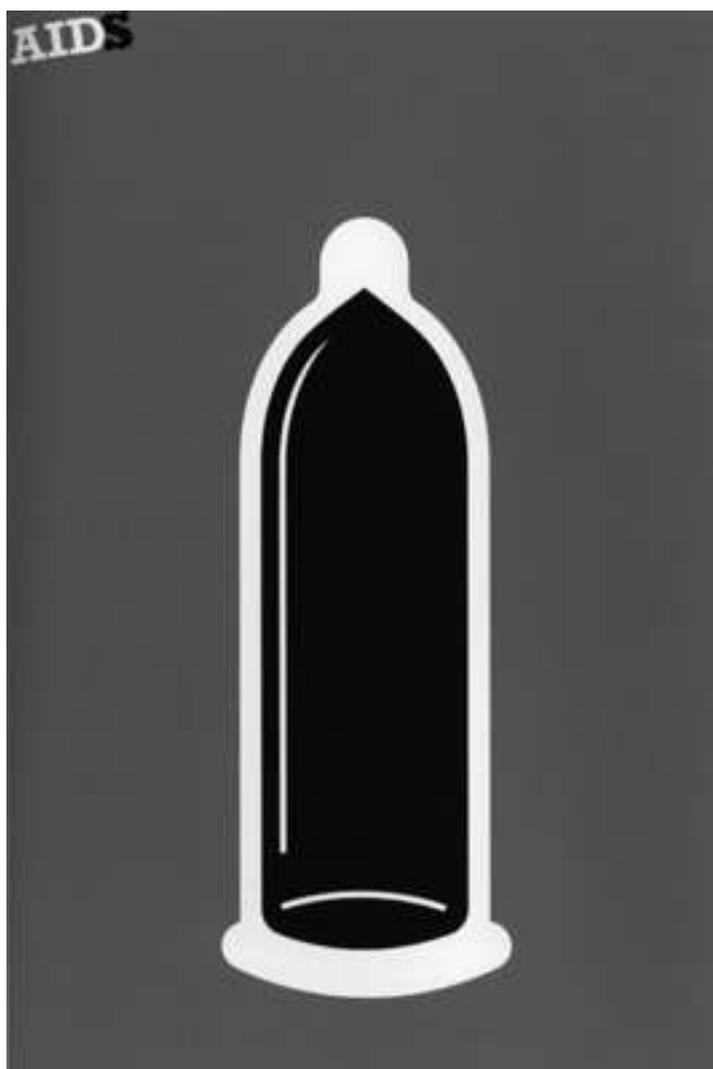
En septiembre de 1991 se inauguró *Russell Mills: Within/Without* en una de las principales galerías de MassArt. Ésta fue mi primera experiencia de trabajo directamente con un artista/diseñador para organizar y curar una exposición con un punto de vista claramente definido. En un lado de la galería instalamos las “pinturas” originales del collage que representaban la “fuente” o el “proceso” y en el otro lado de la galería construimos un muro con las aplicaciones comerciales utilizando las imágenes de las pinturas de collage: contraportadas de libros, fundas de discos, folletos, poster, etc. *Russell Mills: Within/Without* fue un gran éxito, a todo mundo le encantó.

Alentada por mi primera experiencia de éxito, emprendí un segundo proyecto de exposición en la primavera de 1992. A finales de los setentas y durante los ochentas, Alston Purvis, un amigo que enseña diseño gráfico en la Boston University, quien habla bien el holandés, vivió en Holanda y durante 11 años dio clases en la Royal Academy of Art. Alston empezó a investigar la historia del diseño gráfico holandés entre las guerras mundiales. A principios de 1992 publicó el libro *Dutch Graphic Design: 1918-1945* en el florecimiento de un diseño inusual y único entre las guerras mundiales en Holanda. Cierta día comiendo juntos, después de que el libro ya había sido publicado, le pregunté “Alston ¿querrías hacer una exposición de diseño basada en tu libro?” ¡y claro que aceptó! Traje la propuesta ante el comité de exposiciones de MassArt y gracias al éxito de la exposición de Russell Mills y a la calidad de “bellas artes” del trabajo histórico de diseño holandés, me dieron luz verde para proceder.

Me llevó unos años organizar esta exposición porque necesitábamos recolectar materiales históricos, principalmente de los contactos de Alston en Amsterdam. Alston había desarrollado relaciones personales cercanas con muchos coleccionistas de libros y efemérides en Amsterdam durante los años

de la investigación para su libro. Al final logramos obtener obras icónicas de ese periodo que normalmente se pueden apreciar bajo los cristales del Museo de Arte Moderno u otros grandes museos. Hicimos dos viajes a Amsterdam en el transcurso del periodo de planeación. Regresamos trayendo la obra en maletas debajo de ropa interior usada, contrabandeándola al país porque no teníamos experiencia en pasar por los canales apropiados. También trabajamos de cerca con James Lapidés, dueño de la International Poster Gallery en Newbury Street, Boston. Jim se especializa en posters antiguos. (Dos terceras partes de los posters de *Graphic Intervention*

Figura 2. China Fang chen 2007



proviene de sus archivos). Uno de los posters que nos prestó para la exposición fue Pandorra de Jan Toorop, de 1919. Tenía un valor de \$35,000 (en aquel entonces), para dar una idea del nivel de trabajo de diseño histórico de esta exposición. *Dutch Graphic Design: 1918-1945* se inauguró con bombo y platillo en la galería principal de MassArt en septiembre de 1994. El periódico Boston Globe presentó un gran artículo a color de la exposición en octubre, lo cual atrajo al público local así como a muchos estudiantes de arte y miembros de la facultad de niveles universitario y colegial.

Cuatro años más tarde, en un viaje a Japón junto con mi esposo, en agosto de 1998, había hecho arreglos para reunirme con

Makoto Saito, un diseñador gráfico japonés contemporáneo cuyo trabajo admiraba. Apareció en *Graphis Magazine* a principios de los noventas. Su trabajo de diseño de los ochentas a los noventas estuvo muy orientado a las bellas artes. Estaba diseñando grandes posters en litografía offset con tipografía de punta de lanza muy innovadora en respuestas gráficas para identidades de tiendas minoristas y departamentales. Me invitó a reunirme con él en su estudio. Le ofrecí una exhibición individual en mi colegio y aceptó. Un año después, en noviembre de 1999, se inauguró *Makoto Saito: The Art of the Poster en Mass Art*.

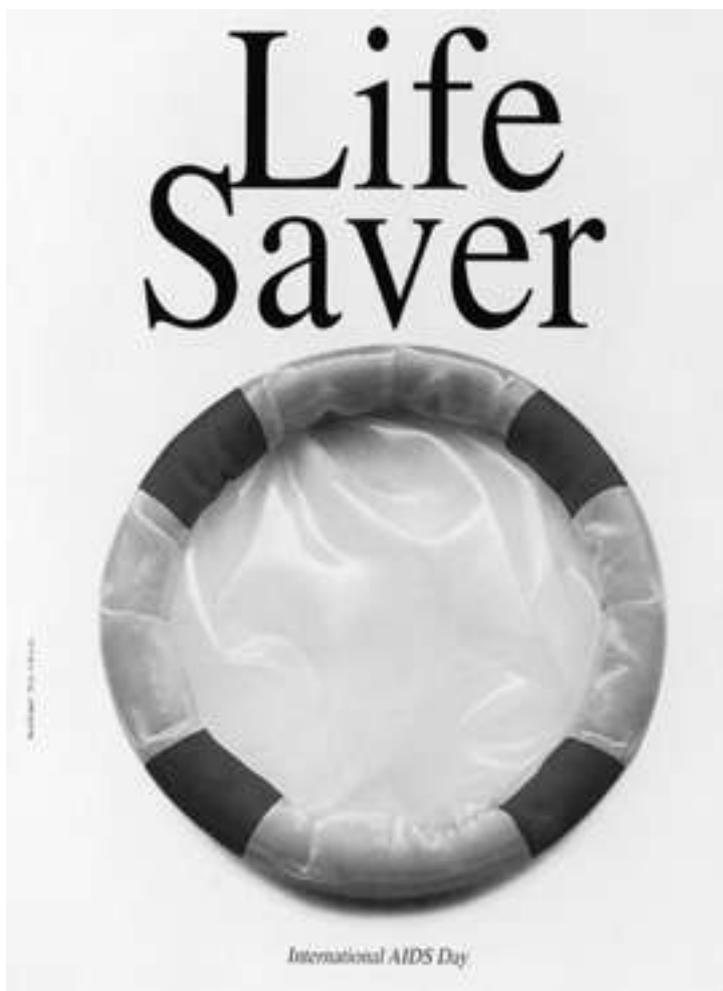
**MCR:** ¿Cuándo se fusionó su interés en el trabajo sociopolítico con su interés en el desarrollo de exposiciones de diseño gráfico?

**ER:** En un periodo de 10 años había organizado y curado (con diferentes colaboradores de facultad) tres exposiciones de diseño que tuvieron mucho éxito. El resultado de estas experiencias fue que empecé a entender de lleno el papel que las exposiciones pueden desempeñar en la hechura y entrega de mensajes y narrativas, especialmente para los estudiantes. Estaba pensando cómo el diseño y el pensamiento de diseño estratégico podían darle forma a nuestro mundo y a nuestro ambiente.

Durante años había estado coleccionando posters sociopolíticos. Los mostraba en el salón para ilustrar los elementos y principios de la composición, color y diseño en mis clases de primero de preparatoria. También presentaba posters en clases de diseño de niveles superiores como grandes ejemplos de cómo se puede usar la metáfora y el simbolismo en el trabajo de diseño. Invitaba a diseñadores que también hacían trabajo sociopolítico a dar charlas a nuestros estudiantes. De 1989 a 2007 trabajé en el consejo directivo de AIGA Boston y durante 12 de esos años fui la organizadora principal de conferencias y eventos, por lo que me hice muy consciente de los diseñadores que estaban haciendo trabajo de “punta de lanza”, de “autoría” y sociopolítico.

Mi colega de la facultad de MassArt, Chaz Maviyane-Davis es un diseñador de posters

Figura 3. Israel Yossi Lemel 1993



de Zimbabwe con presencia internacional; ha sido invitado a muchas conferencias internacionales para mostrar su obra, la cual posee una fuerte carga política. También ha actuado y sigue actuando en jurados internacionales de competencias de posters. Julie Lasky de Pring Magazine hizo un perfil suyo a principios de los noventas, razón por la cual yo lo tenía en mi radar.

Chaz había criticado mucho el gobierno de Robert Mugabe y ya no era seguro para él y su familia permanecer en Zimbabwe. Estaba produciendo declaraciones en posters sociopolíticos que aparecían en internet maldiciendo a Mugabe y su brutal gobierno. El colegio le ofreció a Chaz un contrato de artista visitante por tres años para sacarlo de Zimbabwe. Chaz llegó a MassArt en enero de 2001, a tiempo para el semestre de primavera.

Y entonces resultó que yo tenía un socio con ideas afines, interesado en hacer una exposición internacional de poster sociopolítico, pero quien necesitaba un tiempo para asentarse, por lo que hicimos una exposición pequeña de su trabajo en poster el año siguiente a la fecha en que llegó. Después, en 2003, me enteré de que AIGA National estaba planeando llevar a cabo su gran conferencia nacional en Boston en 2005. Recuerdo cuando entré en la oficina de Chaz diciéndole “OK, llegó nuestro momento. Vamos a plantearle al comité de exposiciones esta propuesta y a preparar esta exposición para que esté lista para la conferencia nacional, que atraerá a 2,500 diseñadores a Boston” y es lo que hicimos.

La exposición *The Graphic Imperative: International Posters of Peace, Social Justice and the Environment 1965-2005* se inauguró en Boston en septiembre de 2005, viajó a la Philadelphia University (la escuela de Frank Baseman, nuestro tercer curador en primavera de 2006) y después hacia el tercer lugar que fue la AIGA Gallery en la ciudad de Nueva York para verano de 2006. Yo nunca había viajado con una exposición: Boston, Filadelfia y Nueva York. ¡Estaba más que encantada! Pero lo que sucedió después de este recorrido por tres ciudades fue increíble.



Muchos académicos del diseño que asistieron a la conferencia vieron la exposición en Boston. Regresaron a sus campus y pidieron que la exposición fuera llevada a sus instituciones. De pronto, las galerías académicas de todo Estados Unidos se estaban poniendo en contacto conmigo. El movimiento del “designer as citizen” (el diseñador como ciudadano) estaba acumulando impulso y los diseñadores y profesores de diseño estaban buscando activamente otras maneras de expandir su práctica y enseñar filosofías en beneficio de nuestras comunidades locales y globales. El momento de la exposición *The Graphic Imperative* fue absolutamente perfecto y durante cuatro años viajó a un total de 20 localidades, 17 en Estados Unidos y

Figura 4. México  
Carlos Rodríguez  
Manjarrez 2007

3 en el extranjero (en un formato para exposición más pequeño sin marcos). Yo fui invitada a todas las localidades y asistí a las inauguraciones de todas menos dos.

Algunos de los campus que visité hicieron arreglos para que yo interactuara con sus estudiantes y me programaron para que me quedara dos días en el campus, y a veces más. Dictaba mi conferencia, la cual yo consideraba un manifiesto para inspirar a los estudiantes a convertirse en participantes activos haciendo diseño para el bien público así como para ganar dinero. A veces me invitaban a salones de estudio de diseño para criticar e interactuar con los estudiantes o para revisar sus portafolios. A veces simplemente me invitaban a asistir a la inauguración y tal vez dar una pequeña charla en la galería. Era inevitable: siempre me preguntaban “¿cuál va a ser su siguiente exposición?” Era como si ser curadora fuera mi “nueva” ocupación. Este trabajo es mi pasión y es totalmente sin paga. Los beneficios están en mi capacidad para avanzar en la discusión de los temas que yo considero importantes dentro de la comunidad académica, al mismo tiempo que elevo la reputación de mi colegio.

**MCR:** Y por supuesto, *Graphic Intervention* es lo que vino después. ¿Por qué el tema de la conciencia del SIDA?

**E.R.:** En realidad me tomó bastante tiempo descifrar cuál sería la siguiente exposición. Pero esto es lo que sucedió. Mientras estaba recogiendo los añadidos de último momento para los posters de *The Graphic Imperative*, James Lapidés mencionó que tenía una gran colección de posters de conciencia de SIDA de todo el mundo y que le interesaría exponerlos. Ya habíamos adquirido seis posters de conciencia de SIDA para *The Graphic Imperative*, cobertura que considerábamos suficiente, por lo que le puse poca atención a lo que dijo James. A principios de 2008 me estaba inclinando por la idea de explorar algún tema de *The Graphic Imperative* y me acordé del ofrecimiento de James.

En primavera de 2008 propuse *Graphic Intervention: 25 Years of AIDS Awareness Posters 1985-2010* ante el comité de expo-

siciones de MassArt y fue aprobada. Necesitaba encontrar un co-curador: dos cabezas piensan más que una. Me llevó un año pero finalmente encontré al socio apropiado en Javier Cortés, diseñador gráfico y socio del estudio Korn Design en Boston. Iniciamos el proyecto en otoño de 2009 mirando el archivo de Lapidés de posters internacionales de conciencia de SIDA. Nos llevó varios meses recorrer esta enorme colección. Había varios posters que yo sabía que tenían que estar en la exposición pero Javier y yo necesitábamos recorrer todo (los 3200 posters). Para enero de 2010 ya sabíamos qué posters no estaban en el archivo. Hice una lista y localicé los posters y a los diseñadores a través de Internet. Por lo que, de hecho, 2/3 de la exposición son un préstamo de los archivos y 1/3 fue localizado y adquirido de los diseñadores que contacté. Cuando James llegó a la inauguración y vio lo que habíamos recolectado, siendo él mismo coleccionista dijo “¿Cómo obtuvieron esto? ¿Y cómo lo puedo adquirir?” ¡Qué personaje!

**MCR:** *The Graphic Imperative* trataba de muchos temas mientras que *Graphic Intervention* se enfoca en uno solo. ¿Le costó trabajo, considerando su variedad de intereses, enfocarse tan exclusivamente en un tema durante tanto tiempo?

**ER:** Me encanta el proceso de curar (investigar, analizar y seleccionar) y organizar exposiciones. Parte de ese proceso es la identificación y el desarrollo de un solo punto de vista. Las buenas exposiciones deben tener un punto de vista muy focalizado. En mi opinión las exposiciones no deberían ser colecciones de objetos que sólo “podrían” tener una relación entre sí. Al igual que en el proceso del diseño, se debe empezar desarrollando el propio punto de vista, expresarlo en palabras y entonces mantener el rumbo. Pienso que he tenido mucho éxito en mis exposiciones porque me las he arreglado para no desviarme de cosas que parecen “super cool” o que admiro o me gustan pero no se conforman a la premisa.

**MCR:** Es el mismo tipo de sacrificio que un artista debe hacer al crear una obra de arte. Tal vez quiera añadir un elemento por-

que enfatizará una habilidad en particular que él tiene o porque se va a ver “super cool” como dijo, pero es necesario hacer sacrificios en beneficio de la obra. No se trata de uno y lo que uno quiere, sino de lo que es mejor para lo que se está haciendo. Entonces lo que la exposición necesita es lo que tenga uno para darle, incluso si eso significa negarse a sí mismo la satisfacción de incluir algo que le gusta pero que debilitará lo que lo rodea.

**ER:** Sí, se necesita autodisciplina. Yo critico la mayor parte de las “exposiciones con jurado” de artefactos de diseño gráfico. Por ejemplo, la AIGA o el Art Directors Club invitan a grupos de diseñadores que actúan como “jueces” para seleccionar obra entre una montaña de piezas. Yo he sido jurado en algunas competencias menores de diseño porque me gusta conocer gente y visitar diferentes ciudades. Pero la verdad sea dicha, estas exposiciones son sólo una colección de “cosas” reunida por un grupo selecto de personas que pensaron que la obra merecía un gesto de aprobación. Muchos practicantes de diseño aprovechan estas oportunidades de competir y obtener reconocimiento. A los estudiantes de diseño les encanta ver esto pero en lo que a exposiciones se refiere, hay una ausencia de narrativa cohesionante o puntos de vista focalizados. Al final es una colección de “cosas”.

**MCR:** Hablando de tener un punto de vista articulado y desarrollado con claridad, usted ha trabajado con algunos excelentes diseñadores de poster sociopolítico. ¿Esto le ha dado un sentido de la cantidad de investigación que se requiere para desarrollar las ideas que están detrás de los posters?

**ER:** Cuando estábamos organizando *The Graphic Imperative* se le enviaba a cada diseñador de poster participante un cuestionario pidiéndole que describiera el contexto en que se hizo su trabajo. La mayor parte del trabajo de posters de esta exposición no se hizo por encargo (no fue trabajo pagado). La mayoría de los diseñadores describió una respuesta personal a un tema en particular. Por ejemplo, Luba Lukova estaba una noche viendo en las noticias que hablaban sobre

los refugiados que morían de hambre en Sudán. Su poster “Sudan” (que muestra a una persona angustiada, con la boca abierta llena de una etiqueta de nutrición con valores en cero) vino directamente de su necesidad de responder visualmente a lo que estaba viendo. Gran parte de las fichas técnicas para describir los posters estaban en ese nivel. Muchos posters eran respuestas visuales a situaciones políticas.

Reunir textos para *Graphic Intervention* fue diferente. Muchos de los posters tomados del archivo de James eran anónimos: sin nombres ni créditos de ningún tipo. Tuvi-

Usa steff geissbuhler  
1988-90





Italy tibor kalman-  
oliverio toscanni 1992

mos que hacer una enorme labor de investigación para identificar los posters, las fechas, los créditos, quién pudo haberlos diseñado. Como muchos de estos posters eran anónimos y no estaban firmados, no pudimos incluir la génesis del trabajo del poster desde la perspectiva del diseñador.

Sin embargo, sí solicité información a los diseñadores que donaron sus posters a MassArt (1/3 de la exposición). Les pedí que escribieran en el idioma en que se sintieran más cómodos acerca del génesis de su obra. El resultado fue que los textos de las fichas técnicas son muy dispares. Algunas fichas técnicas eran muy específicas porque provenían directamente del diseñador, pero gran parte de ellas provenía de la investigación sobre la iconografía y las costumbres de las culturas en particular para darle a los visitantes algún contexto o información mientras veían la obra. Es un valor añadido que la comunidad profesional y otros se beneficien de la información de las fichas técnicas, pero mi enfoque principal está en instruir a los jóvenes diseñadores en cómo pensar acerca de estas imágenes.

**MCR:** Al enseñarle a los estudiantes cómo pensar en los temas sociopolíticos

¿qué porcentaje de ello puede ser el tipo de respuesta visceral que describió que tuvo Luba Lukova, a diferencia de una respuesta más orientada al proceso que requiere una investigación importante para entender del todo el tema y para que el mensaje sea preciso, o tan claro como se pueda?

**ER:** Primero debemos instilar en los estudiantes que ellos son ciudadanos de este mundo y que ellos tienen una voz y la capacidad de actuar localmente, y es posible que hasta globalmente, para expresarse en voz alta, verbal y visualmente, acerca de cualquier tema que consideren apropiado. Nuestros estudiantes están en la internet, tienen acceso a información que los informa. Si se sienten inspirados, provocados o disgustados, pueden elegir responder visualmente.

En mis propias clases de diseño a menudo asigno un contenido sociopolítico a los informes que tienen que presentar como tarea, ya sea un folleto, un poster o una página web. El instructor es responsable de seleccionar el contenido y la forma que tendrá de acuerdo con los objetivos pedagógicos del plan de estudios. Los instructores desempeñan un papel importante pero algunos todavía no lo adoptan. Los instructores no tienen que enfocarse un semestre completo en los contenidos sociopolíticos, pero pueden destinar una o dos tareas a algo que importe más que los negocios habituales o ganar dinero. ¿Será posible que algún estudiante, después de graduarse, se emocione o moleste tanto por algún tema que se sienta impulsado a responder visualmente? Claro que pueden, especialmente si se les ha expuesto a este tipo de pensamiento en un contexto académico, es más probable que sientan que tienen el poder para responder. Como educadora en diseño, considero que es nuestra responsabilidad para con los estudiantes exponerlos a este tipo de trabajo y pensamiento, incluso si no lo estamos haciendo nosotros mismos en la práctica. En mis clases yo uso un contenido sociopolítico para enseñar materias muy básicas, equilibrio tareas más comerciales como diseñar un logo-tipo o una página web para una empresa.

**MCR:** ¿Qué le aconsejaría a un diseñador

joven interesado en hacer la diferencia en su comunidad a través del uso de sus habilidades de diseño?

**ER:** Desarrollé una tarea para mi curso de Diseño Gráfico 2 (primer semestre) donde aprenden el lenguaje visual de hacer una serie de piezas relacionadas. El informe “defensa visual” desafía a los alumnos a crear una serie de tres posters relacionados sobre cualquier tema que a ellos les apasione. Yo aliento a los estudiantes a percibir sus sentimientos. Les pregunto “¿qué es lo que más les importa? ¿qué es lo que temen? ¿qué sienten que es lo más importante para sus conciudadanos, al respecto de lo cual ustedes se sientan impulsados a emitir mensajes?” Y doy seguimiento a esto con una lista de organizaciones sin fines lucrativos del área de Boston. Le pido a los estudiantes que intente encontrar una correspondencia entre su tema y una organización no lucrativa y que localicen a alguien dentro de la misma para entrevistarlo y aprender más acerca de la organización y cómo ésta aborda su tema en particular. Entonces el estudiante puede utilizar esa investigación para posicionar su serie de posters de tal manera que le hable a un punto o una porción de la población en particular o un público objetivo que sería apropiado para esa organización no lucrativa.

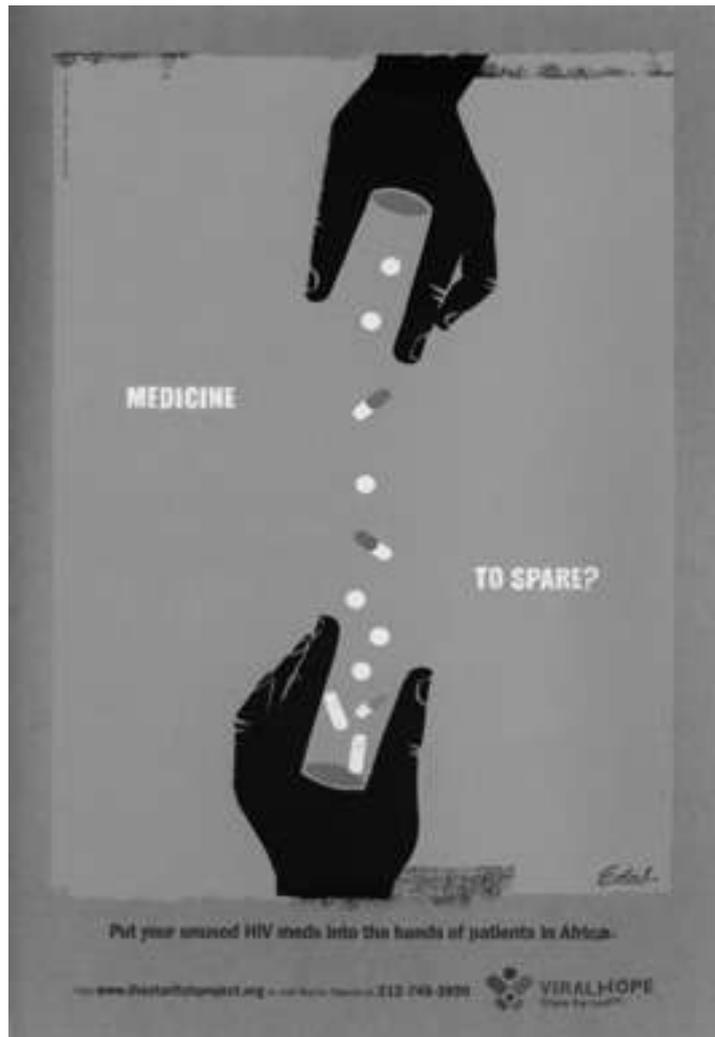
Éste es un método. También se puede abordar en forma de una acción de parte de un estudiante de diseño que quiera involucrarse con su comunidad. Otro método es que los estudiantes hagan más investigación secundaria en la internet para aprender tanto como puedan sobre un tema y así crear una respuesta visual inmediata ante algo que esté irrumpiendo o develándose en ese momento en el escenario local o internacional y que los haya cautivado. Le sorprendería ver lo ingeniosos que son estos jóvenes y cuán familiarizados están, hasta aquellos de quienes sospeche que no están conectados para nada con el mundo exterior. Si se les dirige hacia algo que les apasione, lo impresionarán con una respuesta apasionada e informada.

Yo he reunido años de posters verdadera-

mente fabulosos en estas clases. A menudo incluyo una selección de estos posters en mis presentaciones en las conferencias de educación en diseño y cuando visito otros colegios y universidades. Estoy muy orgullosa de este trabajo porque demuestra lo que los estudiantes pueden hacer cuando se les da la oportunidad de explorar sus propias pasiones. Sin embargo, todavía quedan instructores que no estarán de acuerdo conmigo en este aspecto, lo cual considero desafortunado.

**MCR:** ¿Cree que quienes no están de acuerdo con su método podrían temerle al trabajo sociopolítico? El riesgo es mucho más alto para los diseñadores que adoptan

Usa edel rodriguez for  
cline davis mann llc  
2007



este tipo de trabajo ya que el resultado es de vida o muerte, y no cifras de ventas; pero el riesgo también puede ser mayor para los profesores que manejan temas sociopolíticos en el salón de clase. La legislatura de Pensilvania impulsó una medida hace unos años con la que los profesores del sistema estatal universitario podían ser despedidos por promover un punto de vista político en particular en su salón de clases. Para evitar acusaciones, algunos podrían preferir no manejar temas controvertidos.

**ER:** Cuando los estudiantes presentan su trabajo en clase mi primera pregunta para ellos es: “¿Cuál es tu segmento objetivo? ¿A quién le estás hablando? ¿Este mensaje le habla a ellos? ¿El código del lenguaje visual le habla a este grupo objetivo?” Eso es lo que se espera de nosotros al comunicar un mensaje a un grupo o subcultura en particular, sin importar lo que el mensaje o el contenido del mismo sea. En mi salón de clases hablamos de cómo todos estamos siendo bombardeados con miles de mensajes cada día y cómo nos las arreglamos para filtrar este material basándonos en quiénes somos y lo que nos interesa. Individualmente, le ponemos atención a algunos mensajes y hacemos caso omiso de otros. En cualquier mensaje que

elaboran mis estudiantes, no los confronto con la cuestión de si “está bien o mal” basada en mi propia visión política o ideológica. Por ejemplo, algunos de mis estudiantes están a favor del aborto y hacen posters que promueven el derecho al aborto, mientras que otros de mis estudiantes son pro vida y crean posters defendiendo la restricción al derecho al aborto. Mi responsabilidad como su profesora es asegurarme de que el mensaje y la iconografía coincidan con el segmento al que han identificado como su público objetivo. Cualquier instructor debería poder hacer eso sin temor a represalias.

**MCR:** Al tener críticas de grupo a tareas en clase que tratan sobre contenidos sociopolíticos siempre dejo en claro que no estamos criticando el mensaje: estamos criticando la comunicación del mensaje. De lo contrario puede muy fácilmente convertirse en una discusión política más que en una discusión de lo bien que se está utilizando el lenguaje visual y los símbolos. Sin embargo, puede resultar difícil marcar la línea entre arte y prudencia. Por ejemplo, Ludwig Hohlwein, uno de los mejores diseñadores de posters, trabajó en beneficio de los Nazis y ciertamente existen otros ejemplos de personas muy talentosas que promovieron causas horribles. Cuando uno evalúa un diseño, puede resultar muy difícil separar el arte del diseño de la prudencia del mensaje.

**ER:** Si le vamos a decir a los jóvenes que usen su voz con pasión no debemos juzgar lo que van a decir, mientras no estén atacando o estén faltando al respeto a los derechos de los demás, especialmente en el salón de clases o en el colegio. Me ocupó siempre de la iconografía y cómo se está comunicando el mensaje. Tengo alumnos de todas las razas, colores de piel y orígenes étnicos. Además tenemos más jóvenes mujeres que hombres. Yo le recuerdo a todos mis alumnos que estén conscientes de que los diseñadores muchas veces perpetúan sin saber los estereotipos en su trabajo. Éste es un buen ejemplo: cuando se representa una presencia humana en el trabajo de cualquiera de mis estudiantes, esa presencia humana por lo general es un caucásico. Hasta los estudian-

Mexico teresa camacho  
1992



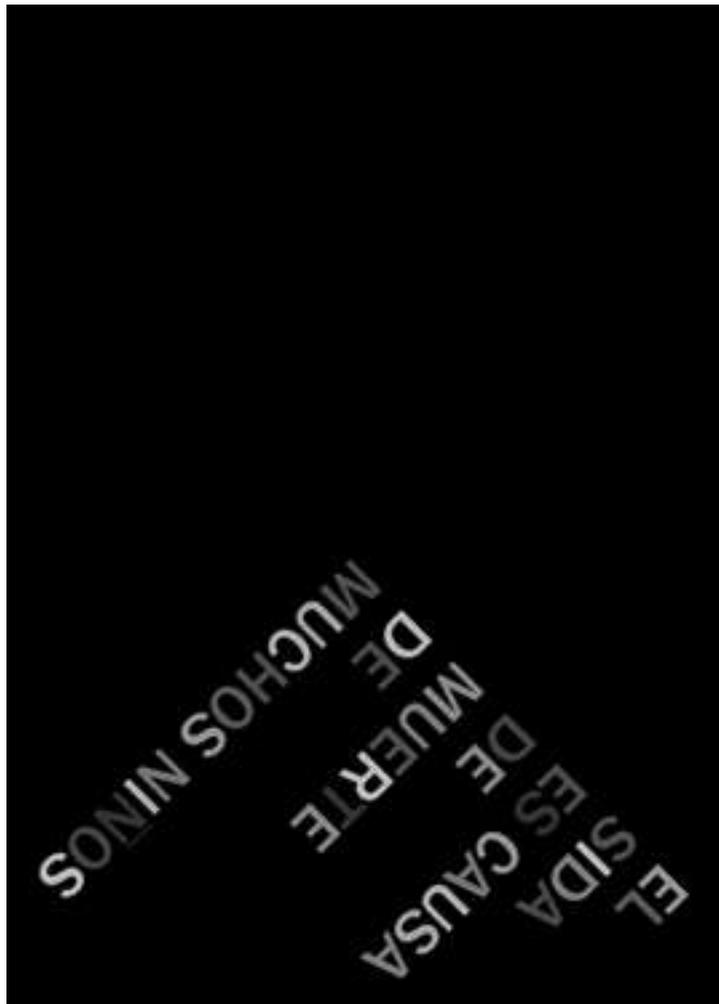
tes de color tienden a una representación caucásica “por defecto” en su trabajo. Mi respuesta habitual es sugerir otras maneras de expresar “lo humano” al representar a un ser humano. A veces digo “pónganlos morados”. Y los estudiantes me miran como diciendo “tienes dos opciones: blanco u oscuro”. Por lo general respondo que “como artistas y diseñadores poseemos una ‘licencia creativa’. Si presentar a un ser humano es importante para ti y no quieres identificarlo por su etnicidad o color de piel, entonces colorea la figura en morado o en otro color que no sea considerado color de piel”.

Otro ejemplo de poner estereotipos es el de representar varones “por defecto”, incluso lo hacen las mujeres. Las miro y les digo “Mira quién está en este salón; cuento 75% mujeres y 25% hombres. ¿Por qué representarías automáticamente un varón si no estás diseñando para productos masculinos o para disfunción eréctil?” Se ríen, pero queda claro lo que quería decir. Les hablo sobre el peligro de los “por defecto” y les recuerdo “Son ustedes quienes hacen este daño”. Muchas veces éste es un momento en el que a muchos de mis estudiantes se les abren los ojos. No están conscientes de que están perpetuando estereotipos por medio de las elecciones que están haciendo hasta que un instructor o compañero de clase se los hace ver. Yo siempre aliento a mis estudiantes a que encuentren maneras de representar lo humano sin género y sin color. Y es un verdadero reto para ellos.

**MCR:** En realidad no lo he considerado antes. Es un verdadero reto pensar en la humanidad de esa forma.

**ER:** Como comunicadores visuales tenemos que tener en mente y hacernos responsables de las imágenes que creamos y exponemos, y necesitamos darnos cuenta de que las imágenes que creamos podrían estar perpetuando estereotipos. Es nuestra responsabilidad comunicarle esta información a los estudiantes. Si nosotros no lo hacemos ¿entonces quién lo hará?

**MCR:** Quiero hablar de los posters de la exposición. Hay una cita del ensayo del catálogo hecha por Suzi Peel y Chaz Ma-



viyane-Davies que cuestiona una de las direcciones que podría tomar un diseñador al comunicar conciencia de SIDA: “Las metáforas eróticas abundan y muchas de ellas lo más que hacen es excitar, en el mejor de los casos, y en el peor de los casos, fomentar una conducta peligrosa. Gran parte de este trabajo de confrontación puede perpetuar la desafortunada idea de la desnudez y la sexualidad como perversidad, muchas veces alimentando el conservadurismo reaccionario y obstaculizando su propia causa”. ¿Qué responde a esa cita?

**ER:** Cuando Javier y yo revisamos los poco más de 3200 posters, vimos que cientos de ellos exhibían penes erectos y desnudez frontal total. Los alemanes, franceses y

Mexico felix beltran  
2006

holandeses no tienen problemas sociales al exhibir este tipo de imágenes en posters y carteles en lugares públicos. Ningún problema. Aquí el “por defecto” parece ser “voy a hacer un poster de conciencia de SIDA y para llamar la atención voy a fotografiar estos guapos con penes erectos para llamar la atención del público”. Posiblemente sí, y eso puede ser considerado como algo cultural.

Lo que Chaz está desafiando a los diseñadores a hacer es a encontrar otros tipos de metáforas con las cuales hacer llegar estos importantes mensajes a quienes los necesitan. Tal vez hay un solo pene erecto en *Graphic Intervention* diseñado por un talentoso diseñador joven de Hungría. El pene erecto está representado como una silueta negra que sirve de percha para un solo cuervo negro, símbolo de muerte. La metáfora es sencilla, comprensible y muy poderosa. Los posters suizos de SIDA que representan caracoles de mar y hojas de maíz son metáforas sencillas que representan órganos sexuales, en preciosas fotografías. Hubo muchos más posters como éstos en esta serie, pero nosotros elegimos esos dos. Suiza tiene una organización de conciencia de SIDA muy activa y cada año están desarrollando continuamente campañas nuevas y muy artísticas.

**MCR:** Uno de los clichés más antiguos en publicidad y diseño es que el sexo vende. Yo pienso que ese ensayo fue una reprimenda a la noción de que “el sexo vende” porque la conciencia de SIDA es demasiado importante como para apoyarse en trucos baratos para hacer llegar el mensaje. Enviar el mensaje equivocado puede generar consecuencias mortales.

**ER:** Completamente. No pusimos nada de este tipo de trabajo en la exposición.

**MCR:** Al seleccionar los posters para esta exposición, ¿cómo encontraron Javier y tú un equilibrio entre presentar los mejores ejemplos de diseño contra los ejemplos que ilustraban mejor las diferencias culturales?

**ER:** Ésa es una gran pregunta. Ambos somos diseñadores y queremos incluir posters que comuniquen mensajes importantes y a la vez sean formalmente poderosos.

En Europa Occidental y los países asiáticos como Japón o Sudcorea se hace énfasis en la estética. Algunos países, muchas veces los subdesarrollados, no tienen ese nivel de estética sofisticada. Lo que sí tienen es un código de lenguaje visual específico de su cultura que nos puede parecer amateur a nosotros. Los posters de los países industriales subdesarrollados usan muchos dibujos e imágenes hechas a mano. Esto, en mi opinión, es lo que coloca su trabajo en un contexto cultural específico en el que se entiende mejor los mensajes. Las culturas menos occidentalizadas o industrialmente desarrolladas tienen diferentes expectativas visuales y responden mejor al lenguaje visual de su propia cultura.

**MCR:** A primera vista, consideré que los posters expresivos, inteligentes, del “mundo desarrollado” son más sofisticados que los posters más de estilo comic, llenos de textos, del “mundo en desarrollo”, pero en realidad tiene menos relación con la sofisticación y más con los desafíos que enfrentan los respectivos diseñadores ¿verdad?

**ER:** Así es. Precisamente de eso trata esta exposición. Muchos de los posters de países subdesarrollados provienen del archivo. No pudimos adquirir personalmente los posters hechos en los pequeños poblados de África o del Sureste de Asia por nuestra cuenta. Esto es lo que Thomas Hill hace en forma tan brillante. Viaja por el mundo, va hasta estos pequeños poblados y simplemente toma este trabajo y lo trae. Lo ha hecho durante años. Es un verdadero coleccionista. No toma una decisión de si visualmente le gusta o no. Reúne todo aquello de lo que puede echar mano. Así que, para quien tiene un ojo visualmente muy sofisticado, había mucho “*dreck*” (del alemán “basura” y del yiddish “excremento” - ndt) en ese archivo. Con “*dreck*” lo que quiero decir es trabajo que trata de imitar la estética occidental por lo general usando software digital como Photoshop, sin el entrenamiento ni el conocimiento. El asunto es que el código visual no encaja en la comunidad para la cual está siendo creado. En todos los casos, especialmente desde los países menos desarrollados,

Javier y yo seleccionábamos una respuesta dibujada a mano prefiriéndola por encima de ese trabajo digital mal hecho. Al seleccionar los posters del mundo en desarrollo preferimos cosas que no estaban tratando de emular una respuesta occidental. Elegimos posters que consideramos que hablaban mejor a sus segmentos objetivo usando sus propios lenguajes visuales culturales. Por eso después de repasar los más de 3200 posters sólo seleccionamos 99. Al archivo le faltaban muchos posters representativos e importantes, como *Silence=Death* de Keith Haring y *Silence=Death* de Act-Up. Tanto Javier como yo pensábamos que era muy importante localizar estos posters por la profundidad y amplitud que podían aportar a la exposición.

**MCR:** Cuando los visitantes entren a las York College Galleries, encontrarán un gran conjunto de posters que representan una importante investigación y consideración curatorial y que tratan de temas de prevención y conciencia de SIDA, así como diferencias culturales. ¿Con qué impresión general le gustaría que nuestros visitantes se fueran?

**ER:** Cada persona que entre en la galería responderá de forma diferente a esta exposición, dependiendo de su propia experiencia y de su camino en la vida. El punto de vista de esta exposición es demostrar visualmente que la gente responde a diferentes estrategias de lenguaje visual en diferentes formas de acuerdo con su propio contexto cultural. A eso se reduce para nosotros, y además sucede que la exposición también es sobre un tema muy importante que toca a TODOS en el mundo.

Javier Cortés y yo no somos expertos o investigadores en HIV/SIDA, pero entendemos, como ciudadanos preocupados, lo importante que es fomentar un diálogo continuo sobre el HIV/SIDA en nuestras propias comunidades. En la sociedad de hoy hay tantos temas vitales e importantes. Los diseñadores y artistas se encuentran en la posición única de utilizar sus habilidades de lenguaje visual para ilustrar y promover mensajes importantes para la sociedad.

Cuando me pregunto “¿soy congruente?” Si le pido a mis alumnos que hagan este tipo de cosas “¿qué hago yo también?” Mi respuesta es “Esto es lo que yo hago” Podría hacer posters pero no lo hago. En vez de eso, uso mi papel de curadora para sembrar “semillas de pensamiento y acción” en nuestros jóvenes. Si exponemos a nuestros estudiantes a este tipo de pensamiento y acción al inicio de su crecimiento y desarrollo formativo, se encontrarán cómodos cuando se les dé la tarea de usar su habilidad para un bien mayor.

## Breve biografía

Elizabeth Resnick es Profesora y Directora del Departamento de Diseño Gráfico en el Massachusetts College of Art and Design de Boston, Massachusetts. Elizabeth es una apasionada curadora de diseño que ha desarrollado y organizado exposiciones de diseño desde 1991. Su última exposición “Graphic Intervention: 25 Years of International AIDS Awareness Posters 1985-2010” fue organizada con el co-curador Javier Cortés y actualmente está viajando dentro de los Estados Unidos. Su exposición anterior, “The Graphic Imperative: International Posters for Peace, Social Justice and The Environment 1965-2005” organizada con los co-curadores Chaz Maviyane-Davies y Frank Baseman, viajó con éxito durante 5 años dentro de los Estados Unidos y a varios lugares en el extranjero.

Las publicaciones de Elizabeth incluyen “Design for Communication: Conceptual Graphic Design Basics” (2003) y “Graphic Design: A Problem-Solving Approach to Visual Communication” (1984). Actualmente está contratada para producir un libro sobre diseño de posters en la era digital, que será publicado en 2013. Este material formará el contenido de una tercera exposición de posters internacionales.

