

**Colaboración internacional del Instituto Superior de Diseño:
asesoría al Frente Francisco de Miranda**

**D.I. Alejandro Escobar Mateo
aescobarmateo7@gmail.com**

ISDI

Resumen

Testimonio del asesoramiento brindado al Equipo Nacional de Comunicación y Propaganda del Frente Francisco Miranda, durante nueve meses del año 2001. Como principal asesor del Equipo Nacional de Diseño Gráfico, el ponente analiza los modos de trabajar con este grupo (talentoso, pero sin academia) en un contexto de producción constante, que genera sobre todo productos políticos y de corte ecológico. Aborda experiencias de Comunicación Visual tales como la Campaña por los siete años de la organización, con resultados exitosos y cuyo objetivo fue sumar miembros a las filas del FFM; la celebración del Curso de Comunicación, en el cual se captaron nuevos talentos para el Equipo Nacional; el diseño y la implementación de un Sistema Señalético en plenas montañas de Carabobo para un campamento natural; y la participación en la propaganda desplegada en apoyo a los candidatos para las elecciones de la Asamblea Nacional celebradas en septiembre de 2010.

Ponencia

En el año 2009 el Instituto Superior de Diseño (ISDi) inicia los primeros pasos en su colaboración docente con la República Bolivariana de Venezuela, específicamente con la organización Frente Francisco de Miranda, como parte de un programa docente de formación y asesoría. Esta cooperación internacional llegaría para mantenerse curso tras curso a petición del Ministerio de Educación Superior, organismo encargado de colaborar con la organización venezolana en la superación de sus miembros en disímiles materias, entre las que se incluye el Diseño Gráfico. La carrera de Diseño de Comunicación Visual sería la máxima encargada de dar respuesta a dicha solicitud con sus profesores.

El Frente Francisco de Miranda (FFM) es una organización política y social que realiza un arduo trabajo comunitario. En ella militan más de 20 000 venezolanos. Fue fundada en La Habana en el año 2003 por Fidel Castro y Hugo Chávez, y tiene como principal misión defender la Revolución Bolivariana y prestar diversas ayudas al pueblo, en particular a las clases más necesitadas. Se nutre mayormente de jóvenes de procedencia social pobre que tienen como premisa su compromiso con el Gobierno Bolivariano. A partir de su ingreso a la organización dichos jóvenes son insertados en cursos de capacitación denominados “avanzadas”, las cuales surgieron en los primeros años en Cuba, pero posteriormente se trasladaron a Venezuela por motivos prácticos. Estos cursos de formación tienen como objetivo facultar a los miembros del Frente como especialistas en diferentes ramas, entre las cuales se encuentra la Comunicación, tanto Social como Visual.

Durante los primeros años en el área que suplía lo referente a la Comunicación Visual se contó con dibujantes que intervenían en el muralismo en las calles, como modo de llegar de forma directa a la población. Sin embargo estos miembros de las llamadas Brigadas Muralistas se limitaban, por lo general, a reproducir los diseños que se les encargaban desde entidades superiores como el Ministerio de las Comunicaciones (MINCI), que sí contaban con diseñadores gráficos.

Poco a poco comenzaron a surgir de forma autodidacta los primeros representantes de lo que pudiera llamarse un diseño gráfico improvisado, que siempre carecía de la necesaria planificación y de los adecuados métodos creativos para dar respuesta a las crecientes demandas de propaganda encargadas por la dirección del Frente. Es en este momento cuando surge la necesidad de insertar docentes en esta área, no solo para formar nuevos diseñadores, sino para asesorar a los que ya comenzaban a incursionar en este campo.

Vale resaltar que los primeros pasos de colaboración cubana en esta esfera no se dan precisamente con profesores que representan al ISDi, sino con profesionales del Grupo Creativo del Consejo de Estado Casa 4, quienes dejan un legado positivo en los modos de hacer de estos primeros representantes del diseño gráfico del Frente. Es notable la congruencia entre estos modos de trabajo de formación y los que posteriormente son aplicados por los docentes del Instituto debido a que dicho grupo creativo está conformado en su totalidad por graduados que en su mayoría impartieron clases en el ISDi.

En el año 2010 se me da la tarea de ser uno de los asesores del Equipo Nacional de Comunicación y Propaganda del FFM, y el principal asesor del Equipo Nacional de Diseño Gráfico. Colabora con la organización durante 9 meses en los cuales además imparte cursos para la captación de futuros diseñadores.

Evaluación inicial

A la llegada a Caracas, donde radica la Dirección Nacional del FFM, constato que el Equipo Nacional de Diseño Gráfico está conformado por apenas tres miembros, y de ellos solo dos cuentan con una experiencia mayor de un año en estas funciones. Inmediatamente comienzo la labor de asesoría y dirección del grupo, pues los volúmenes de trabajo diario que se les encargan a estos jóvenes de entre 18 y 22 años son a veces exagerados y con plazos muy cortos para darle término. El escaso tiempo para la generación de las soluciones de diseño, la falta de planificación y de un proceso de diseño estructurado, junto al desconocimiento de principios básicos de cada una de las especialidades del Diseño Gráfico son las principales causas de que la calidad de los proyectos sea baja. Además, el trabajo en equipo es escaso pues las tareas se reparten entre los tres integrantes y se trabajan por separado por lo que no se realiza la siempre necesaria conceptualización inicial grupal, método que aporta buenos resultados creativos para la arrancada de un trabajo.

Ante esto, surge como primera necesidad la ampliación del equipo, en aras de poder dar respuestas adecuadas a los sistemáticos encargos, además de que se evalúa la posibilidad de que se amplíen los tiempos de entrega para lograr mayor calidad en los diseños. Esto último es denegado por la Dirección de la organización alegándose que ante todo hay que dar respuestas gráficas cuando se orienten, por lo cual se plantea por nuestro equipo que entonces se hagan llegar los encargos lo más temprano que sea posible para dar un cierto margen a los diseñadores para la generación de alternativas y variantes que finalicen en soluciones de aceptable calidad.

Métodos para la formación de un equipo de diseño sólido

Para el crecimiento del grupo se hace imprescindible la necesidad de realizar un curso de la especialidad, y en mayo, después de un mes realizando captaciones por los 24 estados del país, comienza el 2do Curso de Comunicación con 8 salidas, entre ellas la de Diseño Gráfico que cuenta con una matrícula de 14 seleccionados para capacitarse. Al finalizar este curso de dos meses y medio, son captados para el Equipo Nacional de Diseño Gráfico un total de 6 estudiantes.

Imagen 1. Imagen gráfica para el 2do Curso de Comunicación *Creación Bicentenario*

El promedio de edad se mantiene cercano a los 20 años, sin embargo es interesante y llamativo cómo ingresa al grupo un estudiante de más de 50 años, el cual provenía de realizar trabajos en agencias privadas y es llevado al Equipo para desempeñarse como diagramador editorial por su experiencia en el diseño de libros, revistas y periódicos.

Una vez reestructurado el Equipo y ya con 9 integrantes, se definen funciones a partir de las experiencias previas al curso y los desempeños constatados en este. Además del diagramador editorial ya citado, se delimita un ilustrador; dos especialistas en el diseño web (por ser este uno de los medios que en 2010 el FFM comienza a explotar con mayor sistematicidad); dos integrantes que desarrollarán sobre todo diseño de identidad visual, gráfica ambiental y editorial; uno que se especializará en la generación de soportes gráficos para campañas y además trabajará en el diseño de envases e interiores; y dos que estarán desempeñándose en la brigadas muralistas. Estas especializaciones no limitaron en ningún momento la posibilidad de que se lograra un diseñador versátil, pues la mayoría de los miembros del equipo siempre estuvieron aptos para asumir otras tareas a partir de las demandas que se generaran. El trabajo que se realizó para la campaña que promovió a los candidatos del Partido Socialista de Unido de Venezuela (PSUV) para ocupar cargos en la Asamblea Nacional es un ejemplo notable de trabajo en equipo.

Principales resultados de diseño

Los principales resultados logrados en este año por el Equipo Nacional estuvieron marcados por la ganancia progresiva de calidades. Resulta interesante comparar los productos realizados en los meses iniciales del año con los que se generaron a fines de este ciclo.

El primer trabajo que se pudiera valorar de alto impacto fue la Campaña por el 7mo Aniversario de la organización, la cual se trabajó con un estrecho vínculo con los Equipos Nacionales de Planificación Estratégica, asesorados por la parte cubana por dos comunicadoras sociales y un periodista. Además, se

contó con el apoyo de dos filólogas para la redacción de los textos y la creación de las propuestas de slogans.

El proceso de diseño se planificó con meticulosidad en un trabajo grupal para llegar a la solución óptima de identificador, pasando antes por las premisas conceptuales y por la generación de diversas alternativas. La estrella como elemento identificador de la Revolución Bolivariana fue representada en una interesante fusión con los siete años cumplidos, lo cual logró cargar a la marca de originalidad a pesar de que al símbolo inicial se ha recurrido bastante en la gráfica nacional e internacional. El tratamiento gráfico gestual suavizó la agresividad de dicha estrella, sin restarle solidez y a la vez connota el atributo juvenil de la organización.

El programa de identidad de la campaña funcionó de manera sistémica, y se generaron más de 25 soportes que fueron implementados en su gran mayoría. Llamaron la atención algunas aplicaciones muy pertinentes para el contexto venezolano actual como los estuches y los fondos de pantallas para celulares, medio de comunicación masiva que porta hoy la mayoría de la población de este país.

Imagen 2. Campaña por el 7mo Aniversario del FFM.

La imagen gráfica y el sistema señalético para el campamento Batalla de Araure en el estado de Carabobo es otro de los proyectos sobresalientes de este. La demanda llega al equipo en pleno desarrollo del 2do Curso de Comunicación, y se hace necesario alternar clases y trabajo en jornadas que llegan a alargarse en ocasiones a las 20 horas.

El nombre se nos entrega ya aprobado por la Dirección Nacional, y se remite a la batalla librada en el estado Portuguesa en 1813 al mando de Simón Bolívar, donde son derrotados los españoles de forma contundente.

La concepción de este espacio, ubicado en un valle del estado de la región oriental, es la convivencia de los visitantes con la naturaleza, así como buscar la integración entre los miembros de la organización. El campamento se realiza con motivo del aniversario y se conciben diversas áreas como las de anfiteatro, de juego, de albergues, de concierto, etcétera.

Una vez lograda la identidad se comienza a generar la gráfica de apoyo al unísono con la señalética. Para la primera se trabajan los conceptos de lo rupestre, lo natural y lo histórico, de ahí que algunas vallas visualizan la batalla que da nombre al lugar, a partir de obras pictóricas que recrean esta epopeya. La marca del 7mo aniversario funciona en los soportes a partir de una estrategia de identidad de respaldo.

Para el diseño de las señales se decide mantener el rojo característico del FFM, a la vez que se mantienen los conceptos de lo rupestre y lo natural, por lo que se concibe un dibujo de pictogramas y un campo con un tratamiento gráfico desenfadado, lo cual además potencia el atributo juvenil, propio de la organización. Los materiales utilizados son bambú, madera y sogá (mecatillo), lo cual enmarca la visualidad de las señales en los conceptos que se quieren comunicar.

La producción de la señalética se realiza por el método de la serigrafía, y esta tarea se lleva a cabo por los mismos estudiantes del curso, de manera manual, al igual que la ubicación de las diferentes señales en el amplio espacio.

Imagen 3. Imagen gráfica y Señalética del Campamento Batalla de Araure

También en el ámbito de la comunicación en apoyo a la preservación del Medio Ambiente, el Frente juega un papel importante en Venezuela. En este campo sobresalió entre los productos diseñados la generación del nombre, los slogans, la estrategia de comunicación visual del Movimiento Ecológico de Venezuela (MEVEN) y la campaña en apoyo a la preservación de nuestro planeta.

El Movimiento Ecológico fue un proyecto de larga duración por lo que en el 2010 solo se llegó a concebir a nivel estratégico, pero resulta interesante en esta primera etapa el nombre generado por contracción silábica que no solo tiene la función de identificar al grupo sino que además sugiere que es visible, activo. La conjugación con los slogans connota esta idea, y se llegó a propuestas como “MEVEN haciendo ecología”, “MEVEN por todo el país”, “MEVEN siempre activo”. Así quedó pauta para dichos lemas que se concibieron con la virtud de ser cambiantes, hecho que potencia el dinamismo que se quiere atribuir al Movimiento.

En cuanto a la campaña en apoyo a la preservación del planeta Tierra la gráfica diseñada para diversos soportes que se implementaron en el medio urbano de Caracas principalmente, tuvo como concepto sobresalir por contraste con el gris de la ciudad a partir del empleo del blanco en propuestas de gran impacto visual. La experimentación tipográfica, el uso de composiciones bien equilibradas pero a la vez dinámicas y los resultados gráficos frescos y novedosos que se lograron fueron valores que mostraron el avance del equipo en sus resultados proyectuales.

Imagen 4. Campaña para la protección del Medio Ambiente

Al unísono con estos proyectos de larga duración y de extenso alcance hubo un amplio trabajo relacionado con la generación de soportes puntuales, pedidos que por lo general contaron con poco tiempo para su ejecución.

Destacan las medias páginas en un espacio que el diario *Orinoco* facilita al FFM para diseños relacionados con fechas históricas importantes o con sucesos políticos de interés. Los resultados fueron mejorándose poco a poco y finalmente fue tangible el dominio del diseño editorial por parte de los integrantes del equipo encargados de estos trabajos.

Diversos carteles en apoyo a Chávez, en especial la serie Socialismo la cual se centró en los logros del gobierno en esferas importantes como la alimentación, la salud y el deporte, entre otras. El estilo gráfico empleado impregnó a estas piezas de un alto valor estético con el uso de códigos modernos para su concepción. La palabra Socialismo se resaltó en los textos que remitían al contenido de los carteles.

Imagen 5. Carteles en apoyo al Proyecto Socialista.

El equipo intervino además en la gráfica que apoyó a los candidatos del PSUV para la Campaña Electoral para las elecciones con vistas a la conformación de la Asamblea Nacional. Es válido señalar en este caso que la campaña global para el apoyo a estos candidatos fue diseñada por el MINCI y el FFM se limitó a la creación de soportes aislados que llegaron al pueblo pero a un nivel micro. Sin embargo la Brigada Muralista fue reforzada para la generación de varios murales en las calles de Caracas y algunos estados claves. Dichos murales, a diferencia de años anteriores en que solo fueron reproducidos a partir del diseño encomendado por el MINCI, fueron concebidos por el propio equipo.

Sin dudas los resultados en avances del Equipo Nacional de Diseño Gráfico se hizo palpable. Los nuevos modos de hacer basados en la experiencia del ISDi que fue transmitida día tras día a estos noveles diseñadores impactaron de forma muy positiva en la calidad de los proyectos.

La posibilidad de haber trabajado con estos jóvenes, la satisfacción de verlos crecer dentro del complejo mundo del diseño y la obtención de buenos resultados concluyen en una experiencia particularmente especial para el claustro del ISDi en su colaboración internacional.

Anexos





