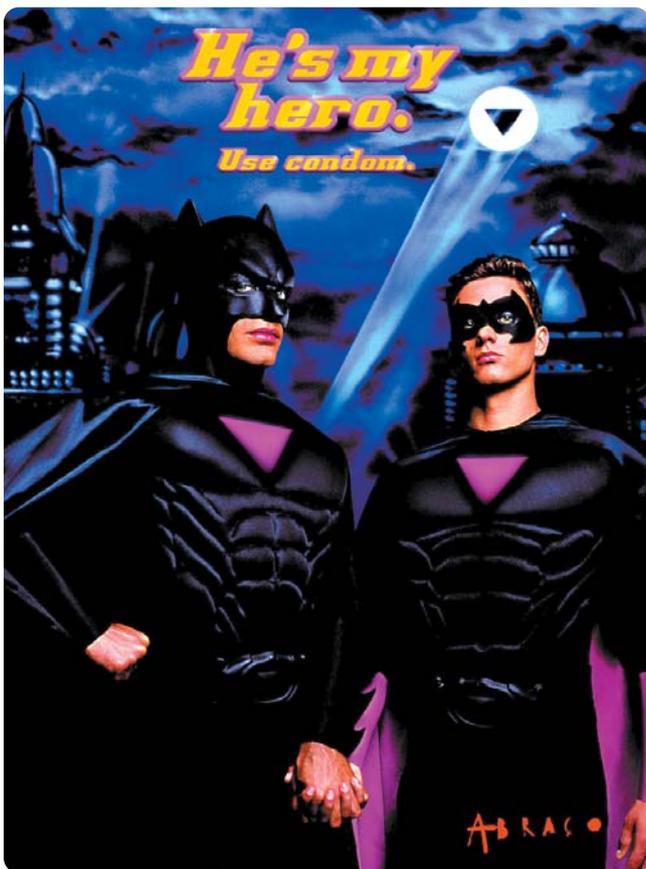


UNA IMAGEN por 1.000 palabras

Durante la pasada XIV Conferencia Internacional del SIDA en Barcelona, Design for the World invitó a tres diseñadores gráficos a asistir al encuentro y compartir sus ideas y reflexiones sobre el impacto que el diseño gráfico debe tener en la comunicación sobre el SIDA.

Design for the World es una ONG que aglutina las más importantes asociaciones internacionales de profesionales del diseño gráfico con la finalidad de aportar las habilidades y el compromiso de los diseñadores a las poblaciones más necesitadas.



De acuerdo con sus objetivos y con motivo de la XIV Conferencia del SIDA, celebrada en Barcelona en julio del año pasado, tres diseñadores de procedencias distintas elaboraron, a partir de la ingente cantidad de material gráfico que tuvieron ocasión de ver, un informe con el que pretendían por un lado mejorar la calidad de los materiales de comunicación y prevención sobre el SIDA y por otro, destacar el importantísimo papel que el diseño gráfico desempeña para tal fin.

El informe, al que se ha titulado con el nombre de *Diseño gráfico para el SIDA*, es un documento interesante y enormemente útil no sólo para los profesionales del diseño gráfico sino también para las organizaciones y asociaciones que quieren mejorar y hacer más eficaces sus mensajes.

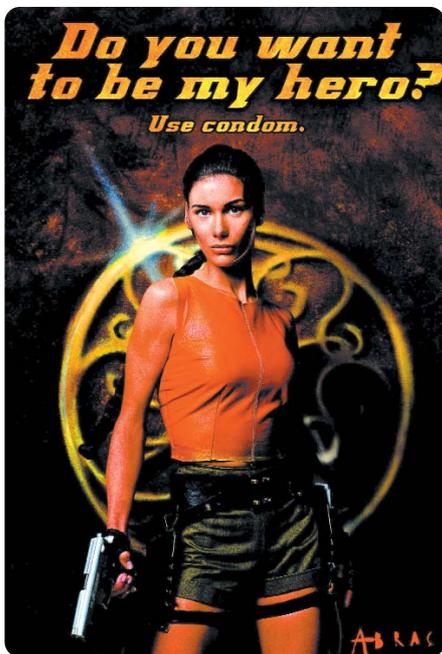
El documento se divide en tres partes que fueron realizadas por tres diseñadores gráficos que contaban con experiencia previa en el campo de la comunicación en VIH/SIDA.

Chaz Maviyane-Davies de Zimbabwe se encargó de elaborar el bloque titulado *Vida y Muerte. Diseño Gráfico para el SIDA: El sentido de lo posible*. Para el diseñador africano la clave para combatir la epidemia del SIDA estaría en una **atención global continua**, lo que en inglés se llama *continuum of care*, es decir, que sin desatender la prevención y el tratamiento –que sería una medida de impacto inmediato, de choque–, se debería ir más allá con una previsión a medio y largo plazo, centrandolo en el esfuerzo en la vulnerabilidad, la producción social y la seguridad. Se trataría de ‘una campaña pluridimensional, pluricultural, multidisciplinaria’ y con varios objetivos. Y es ahí donde entra en acción y se define el papel del diseñador gráfico, como creador de un lenguaje visual de comunicación, información y educación capaz de hacer frente a la amenaza mundial del SIDA.



Sin embargo, Chaz es consciente de que la ‘atención continua’ implica adelantarse a la epidemia, pensar más rápido que ella y en este sentido el diseño gráfico debe adaptarse a esta nueva forma de actuar con un nuevo lenguaje visual que cree nuevas formas y recursos narrativos que superen los agotados valores actuales.

Un ejemplo del estancamiento actual del diseño en el SIDA nos lo aporta con el tan conocido y trillado símbolo del lazo rojo que se



repite año tras año hasta la saciedad. Pues bien, Chaz considera que, sin desdeñar su importancia y significado, se trata de un icono simple que no puede transmitir por sí mismo toda la información inherente a él. A menudo, en el campo del diseño en VIH se utiliza un lenguaje sencillo y poco arriesgado para comunicar un trasfondo muy importante y ello porque, en su opinión, en la mayoría de casos 'la presentación prima frente al contenido' que pasa a un segundo plano o incluso al olvido a veces.

Para ejemplificar su propia concepción del diseño al servicio de una causa social de tal magnitud como es el VIH/SIDA, Chaz, llamado "el guerrillero del diseño gráfico", presenta un modelo gráfico del concepto 'atención continua', una herramienta gráfica que, ilustrando cómo la atención puede frenar el avance de la enfermedad, permite no sólo mostrar a los demás la importancia de este concepto sino también que cualquiera dispuest@ a hacer frente a la pandemia pueda situarse y «encontrar un camino a seguir dentro de esta multitud de cosas por hacer».

Comunicando el SIDA es el título de la sección del informe encargada a la norteamericana afincada en Sudáfrica Ellen Papciak-Rose. La diseñadora parte de la base de que la epidemia del VIH/SIDA ha generado una cantidad de artículos relacionados de muy distinta índole: pósters, folletos, camisetas, llaveros... de cuya producción se encargan ONG y asociaciones que en muchos casos cuentan para ello con recursos limitados.

Ellen da una serie de consejos prácticos sobre cómo mejorar la relación comunicativa entre las ONG y los diseñadores con el fin de conseguir mejores resultados gráficos en la comunicación sobre el VIH/SIDA. Un diseño creativo y eficaz debería ser el resultado de tres pasos: primero, unos requisitos de diseño claros y precisos por parte de la ONG que realiza un encargo; segundo, una investigación rigurosa y a conciencia sobre el tema por parte del diseñador gráfico, que comporte una implicación emocional en el resultado final. Según Ellen, «ser emocionalmente sensible al estigma y la discriminación del SIDA ayudará al diseñador gráfico a entender la

realidad de la epidemia» y a plasmarla en sus diseños. En tercer lugar, es imprescindible que el diseñador conozca el público a quien va dirigido el producto: quiénes son, qué idioma hablan, qué nivel social y cultural tienen, cuáles son sus tradiciones y símbolos de identidad.

El diseñador argentino Fabián Andino utiliza el mismo título del informe, *Diseño Gráfico para el SIDA*, para dar nombre a la parte de la que se hace cargo. Insiste en la idea, compartida también por sus compañer@s, del poder comunicativo del diseño gráfico, de su papel crucial en la batalla contra el SIDA, ya que puede actuar en todas y cada una de las áreas de la epidemia y por último, de la creación de diseños cargados de ideas claras, apoyados en una rigurosa información y compromiso por parte del creativo, el cual debe «tener amplitud de criterios y tener conciencia de que nuestra meta, en este tema, es salvar vidas».

Hemos querido ilustrar estas páginas con una espléndida campaña que los compañer@s de Abraço en Portugal abraco@esoterica.pt desarrollaron para la XIV Conferencia.

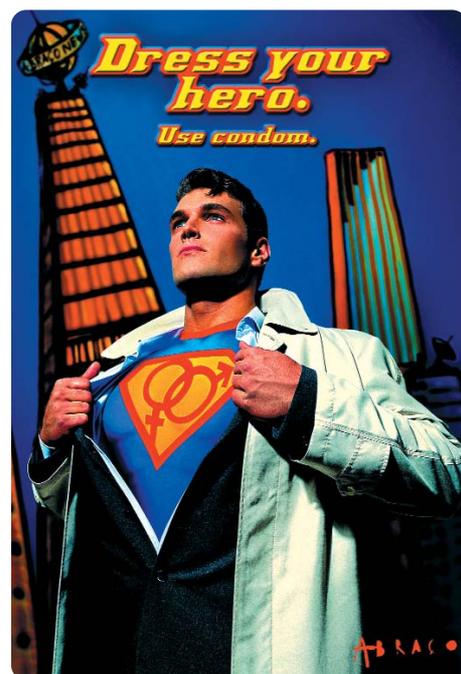
¿Quieres ser un héroe?

Esta campaña utiliza personajes clásicos del comic como "idea fuerza" para comunicarnos que debemos usar preservativo.

Los superhéroes elegidos, se identifican perfectamente en diferentes grupos y clases, desde pre-adolescentes hasta adultos, y en esta campaña particularmente, trabajan la idea para heterosexuales y homosexuales.

Ahora bien, ¿por qué serías un héroe si usas preservativo? Por una simple razón, al usarlo puedes salvar vidas, tú vida y la de las personas con quien estés.

El informe puede descargarse gratuitamente en <http://www.designfortheworld.org/>



Pepe Espaliú en el Reina Sofía

El Centro de Arte Reina Sofía de Madrid durante este primer trimestre del año exhibe una exposición dedicada al artista cordobés Pepe Espaliú (1955-1993) en la conmemoración del 10º aniversario de su muerte.

En 1993, Espaliú muere de SIDA dejando un legado artístico que lo había situado entre las figuras más internacionales del arte contemporáneo. Su vida artística estuvo marcada por una profunda actitud existencialista y reivindicativa, tanto de su condición de homosexual como la de portador del VIH. Fruto de ello, por ejemplo, es la acción que desarrolló en San Sebastián y después en Madrid y a la que llamó *carrying*, consistente en transportar en volandas a un enfermo de SIDA -en las dos acciones fue Espaliú mismo- a lo largo de una cadena humana formada por cientos de parejas.

La muestra retrospectiva, cofinanciada por la Junta de Andalucía, está formada por 57 dibujos, 15 pinturas y 44 esculturas datadas entre 1986 y 1993, fecha de su óbito; 4 fotografías y un vídeo del *carrying* de San Sebastián, el de Madrid y la acción *El Nido*.

- ▣ Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía (MNCARS)
- ▣ 3ª planta
- ▣ Fechas: Del 14 de enero al 31 de marzo de 2003
- ▣ Horarios: de lunes a sábado, de 10.00 a 21.00 h. Domingo de 10.00 a 14.30 h. Martes, cerrado
- ▣ Dirección: c/ Santa Isabel, 52, 28012-Madrid (Metro Atocha, línea 1). Tél.: 91 467 50 62 // 91 468 30 02
- ▣ Precio: 3,01 €