

LATINOAMERICA

POTENCIA ALTERNATIVA

Mediante un preciado libro objeto, la editorial *Taschen* da visibilidad a los diseñadores y estudios más destacados de la región, y analiza las relaciones entre sus condiciones de producción y una estética marcada por las raíces y el sacrificio.

NOVIEMBRE 2008

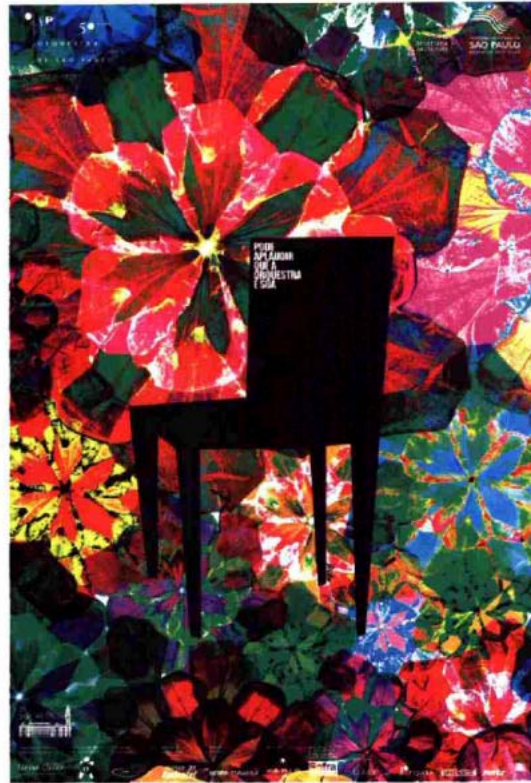
115 ALMA



Qué tienen en común la camiseta de Ronaldinho para Nike y las habitaciones del Hotel Fox de Copenhague? Ambas fueron diseñadas por el estudio venezolano MASA, capaz de fundir lo urbano con el folclore. A pesar de los retrasos y los vaivenes económicos y políticos que frenaron el desarrollo industrial y de la comunicación en relación a otras regiones del mundo, el diseño gráfico de América Latina es joven, alardea de originalidad y ostenta exponentes que han logrado una medalla de oro en el mapa global de la disciplina. A ellos está dedicado –aunque con título en inglés– *Latin American Graphic Design*, la primera antología de diseño gráfico latinoamericano, que la prestigiosa editorial *Taschen* acaba de editar, con los iconos de Brasil Felipe Taborda y Julius Wiedemann como máximos responsables. Como de estética se trata, la edición de 544 páginas traducida al español, italiano y portugués, recopila lo mejor del diseño latino de las últimas décadas, pero además es una obra en sí. Un libro objeto elaborado con el mismo cuidado y esmero que los trabajos que allí se exponen. Más de 200 afiches, tapas de discos, páginas web, logos, portadas de revistas y periódicos de los mejores estudios y diseñadores de los 20 países del continente, desde el año 1900 hasta la actualidad. Si el primer precepto del diseño busca la conjunción de funcionalidad y estética, este tomo las cumple de principio a fin, porque además de un catálogo de logros, les da visibilidad –uno de los imperativos de cualquier lenguaje visual– a una legión de profesionales con brillantes trabajos en su portafolio. El libro comienza con un extenso ensayo sobre la historia del diseño gráfico en Latinoamérica, desde principios del siglo pasado hasta nuestros días: su desarrollo, evolución y contribución a la cultura, haciendo un paralelo con los acontecimientos culturales más relevantes de cada momento, y conectando cuestiones estéticas con los cambios sociales y políticos donde emergieron. “Un día, la directora creativa de una importante cadena de televisión infantil de Estados Unidos para la que trabajaba me llamó por teléfono y me comentó que estaría de visita en México, y que le gustaría conocer mis instalaciones. Y claro, ahí caí en la cuenta de que mis instalaciones se trataban de un cuarto en la azotea de mi casa y mi computadora,” revela el mexicano Jorge Alderete. “Hacer diseño gráfico en Latinoamérica no es muy divertido, en el sentido frívolo o fashion del término. Es una tarea tan seria (o tan frívola) como en cualquier parte del mundo, y tiene como protagonista a gente que sueña o triunfa o sufre. Tal vez la diferencia, sobre todo en el caso de los que venimos de los países más pobres del continente, es que todo nos cuesta un poco más de sufrimiento, un poco más de tiempo, un poco más de dinero,” explica el uruguayo Rodolfo Fuentes. Un libro destinado a convertirse en referencia, que documenta la estética de un siglo y de toda una identidad.

www.taschen.com

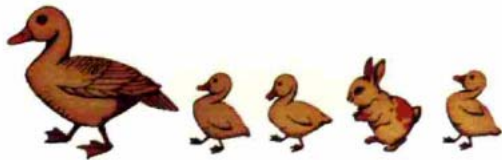
116 ALMA NOVIEMBRE 2008



Diseñado por Fabián Muñoz Díaz
 y Laura Oliva para LAS/12

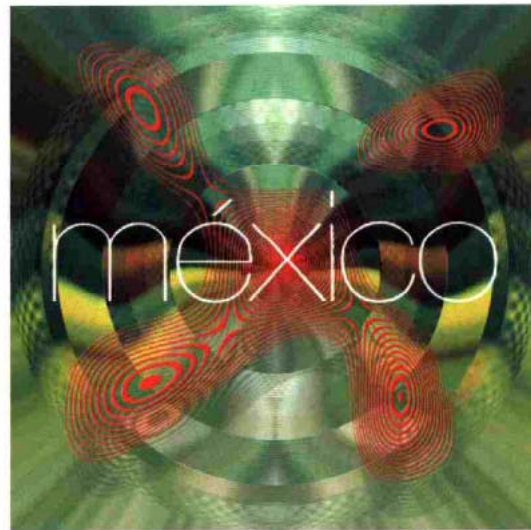
LAS/12

Las olas y el viento
 El ojo del diamante
 La graciosa Laura Oliva



ADOPCION

Apertura: Masa, Logo, 2002-2007, trabajo personal, Venezuela.
 Página anterior:
 Fabián Muñoz Díaz, Póster cinematográfico (Divina Desmesura, ICAIC), 2004, Cuba (izquierda); Jorge Alderete, Póster (Nike), 2006, México (derecha).



En esta página:
 Santiago Pol, Póster (homenaje a Gutenberg), 2000, Venezuela
 Kiko Farkas, Póster (Filarmónica de San Paulo), 2005, Brasil
 Alejandro Ros, Tapa del suplemento LAS/12, 2001, Argentina
 Antoni Sanches, Logo (Pavilion, Expo 2000 Hanover), 2000, México