

liderazgo en la industria, algo que está ya pasando en algunos países como resultado de los cambios en la educación del diseño. Debemos discutir los tópicos que puedan resolver el que la educación del diseño juegue un papel central en el desarrollo de la cultura y el mercado, incluso en las nuevas circunstancias de relación internacional. En resumidas cuentas hace falta cuestionarse a qué tipo de proyecto se requiere que contribuya el diseño, cuales son sus objetivos, su papel y sus responsabilidades y si es ésta una disciplina autocrítica, y capaz de autodefinirse cada cierto tiempo para descubrir su razón de ser, para poner en marcha el avance de la disciplina hacia nuevos panoramas.

#### Referencias bibliográficas

- Acha, Juan (1999). *Introducción teoría de los diseños*. México: Editorial Trillas.
- Buchanan, Richard (1996). Wicked problems in design thinking. Myth and maturity: toward a new order in the decade of design. En V. Margolin y R. Buchanan (Eds.). *The Idea of Design* (pp. 3-20). Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Buchanan, Richard (2004, Invierno). Human-centered Design: Changing Perspectives on Design Education in the East and West. *Design Issues*, Volumen 20, Número 1, pp. 30-39
- Central Saint Martins College of Art & Design (2002). Tríptico, Londres: The London Institute.
- Corso di laurea in Disegno industriale (2000/2001). Catálogo, III Facoltà di Architettura-Design, Sede di Milano-Bovisa, Sede di Como, Politecnico di Milano.
- Domus Academy (1995). Catálogo, Print: Grafiche Mazzuchelli, Piccoli Formati s.r.l. Milán, Italia
- Edman, Robin (2004). Integrating design thinking across the higher education curriculum. En McDonald, Stuart (Ed.) *Design Issues in Europe Today* (pp.44-45). Obtenido el día 22 de junio de 2005, desde <http://www.beda.org/BEDA.pdf>
- Findeli, Alain (2001, Invierno). Rethinking Design Education for the 21st Century: Theoretical, Methodological, and Ethical Discussion. *Design Issues*, Volumen 17, Número 1, pp. 4-17
- Gil Cañizares, Andrés (2003). *La utilización de imágenes de referentes naturales para la generación de texturas gráficas: contexto formativo y estrategia metodológica*. Tesis doctoral no publicada, Departamento de Dibujo, Universidad Politécnica de Valencia.
- *Libro blanco para ANECA. Diseño de la titulación: diseño* (2004). Programa de convergencia europea diseño de planes de estudio y títulos de grado, CD-ROM. España: ANECA.
- McCoy, Catherine (1988). Education in an Adolescent Profession. En S. Heller (Ed.). *The Education of a Graphic Designer* (pp. 4 -). Nueva York: Allworth Press.
- Pericot, Jordi (1991). La pedagogía del diseño. En F. Hernández, et al. (Coords.). *¿Qué es la educación artística?* Madrid: Sendai Ediciones.
- Potter, Norman (1999). *Qué es un diseñador: objetos, lugares, mensajes*. Barcelona: Paidós Estética. Ediciones Paidós Ibérica.
- Rogal, María (1999). Radicales Con Voz. Radicals with a Voice. En L. Membreno y G. Salazar (Trad.). *Edges and Intersections*. Zed.6, pp. 14-35
- Stuff 2002, Central Saint Martins (2002). Catálogo, MA Industrial Design, MA ID-B company: Documents: MA ID:2001/02: Cohort 00/01 register .

#### Referencias de imágenes

- Figura 1. Urdimbre y tejido de tapices en la Abadía Merton. William Morris Gallery, on-line exhibition. Photographs of Morris and Company from the Gallery's collection. Obtenido el día 6 de abril de 2005, desde <http://www1.walthamforest.gov.uk/wmg/photos2a.htm>
- Figura 2. Examen de los trabajos del curso preliminar de Albers (1928-1929). En Fiedler, Jeannine, Feierabend, P. (Eds.) (2000). Bauhaus. España: Könemann Verlagsgesellschaft mbH, p. 374
- Figura 3. Collage de la Facultad de Diseño del Politécnico de Milán realizado con fotos obtenidas el día 17 de noviembre de 2006, desde <http://www.design.polimi.it/>

**Verónica Ariza Ampudia.** Doctora en Diseño y Comunicación.

## Movimiento olímpico y diseño

Los Juegos de México '68.

Carmen Dolores Barroso García

### El movimiento olímpico y el diseño

Los juegos olímpicos modernos, precisamente por sus dimensiones comunicativas, constituyen un importante fenómeno de producción, de semantización de valores y de contravalores sociales que trascienden a la práctica deportiva estrictamente considerada.<sup>1</sup>

El olimpismo, como todo gran fenómeno cultural, tiene aspectos positivos y negativos en función de las circunstancias históricas de su contexto, de la forma como son socialmente utilizados y de las políticas culturales y comunicativas que se organicen en torno a ellos. De la política cultural y comunicativa de la sede organizadora depende que tengan un mayor peso aspectos como fra-

ternidad, cooperación, igualdad, afán de pacificación, etc., que aspectos negativos como comercialización, inadecuación de las inversiones, chauvinismo o promoción de atletas superdotados.<sup>2</sup>

Esta promoción y selección de valores, que se realiza a través de una compleja producción comunicativa (signos, rituales, imágenes, escenificaciones, publicidad, información, entre otros), constituye la principal responsabilidad cultural, y también política, de la organización de unos juegos olímpicos.

El punto de vista de la comunicación nos permite afirmar que los juegos olímpicos constituyen, por sí mismos, un fenómeno cultural y que los destinatarios de este programa, más allá de lo que se ha entendido por olimpiada cultural, son todos los receptores, locales e internacionales, directos o indirectos, de sus productos de comunicación.<sup>3</sup>

En los años 60, el diseño gráfico formaba ya parte de la cultura y de la economía de los países industrializados.

Sin embargo, a pesar de los avances de la tecnología de la comunicación que permitieron que la información fuera repartida rápidamente por todo el mundo, los desarrollos todavía eran sorprendentemente localizados en determinados países y la mayoría de los diseñadores trabajaban como parte de un equipo.

Las transformaciones sociales que ocurrieron en el occidente en la década de los 60 se reflejarán también en la expresión gráfica y la comunicación visual. Sobre la influencia creciente del diseño gráfico en la sociedad, Enric Satué reflexiona: "En efecto, este servicio a la comunicación, recluso y fragmentado principalmente en la edición de libros, la industria de la impresión y las agencias de publicidad cobra a mediados de los años sesenta una nueva dimensión y se proyecta con fuerza multidisciplinar, contribuyendo decisivamente al desarrollo y modernización de los mensajes visuales emitidos desde entonces por televisión, prensa, revistas, imagen corporativa, empaque —o imagen de producto— y programas de señalización. Para ello, ha sido determinante la incorporación decisiva de técnicas de expresión gráfica como la fotografía, la pictografía, la señalética, la fotocomposición y la infografía, con las que se ha constituido el cuerpo casi místico de la informática. Por cierto, una revolución triunfante igualmente imprevisible que, según los oráculos tecnológicos más influyentes, ha dejado al diseño gráfico en una posición estratégica privilegiada, llamada a suceder a la arquitectura y al diseño industrial en la guía de la cultura del proyecto y sus disciplinas."<sup>4</sup>

El diseño gráfico fue llamado a solucionar problemas de comunicación y acabó siendo reconocido por los consumidores como sinónimo de moda y buen gusto. En esta época, los académicos profundizaron en los estudios sobre la influencia de la comunicación en la sociedad. La teoría que establece "el medio es el mensaje", del canadiense Marshall McLuhan, acordó que la tradición tipográfica comenzada con Gutenberg pertenecía a la edad mecánica, un hecho que condujo a modelos de pensamiento que fomentaban la especialización y la alienación, como ya había enseñado genialmente el personaje de Charles Chaplin en la película *Tiempos modernos* (*Modern Times*), de 1936.

McLuhan reconoció la intersección entre tecnología y cambio político, proponiendo que los nuevos medios desarrollados por la tecnología electrónica acabarían por crear una aldea global, donde todos los ciudadanos del mundo, sin importar la ubicación geográfica, estarían interconectados en una verdadera sociedad de la información.<sup>5</sup>

Retomando los juegos olímpicos, dada la importancia en la representación e identificación del logotipo es que su aprobación y presentación ante los medios de comunicación es una de las primeras actuaciones de las candidaturas. El símbolo de la sede actúa como elemento principal del conjunto de la identidad corporativa de los Juegos. La calidad y la singularidad del diseño constituyen, además, una primera razón para su posterior comercialización.

La primera vez que aparecen pictogramas específicos y que el diseño del logotipo actúa como elemento caracterizador de toda la imagen corporativa, es en los Juegos

de Tokio 1964, lo que marcó una clara frontera en el uso del diseño gráfico. Ya en 1968, en México, la imagen no se limita a ilustrar publicaciones y carteles, se extiende a elementos de diseño y ambientación, lo que nos plantea por primera vez el uso de un programa integral de identidad olímpica.<sup>6</sup>

### Los Juegos Olímpicos de México '68.

El mundo de 1968 puede considerarse lleno de acontecimientos singulares: están de moda los hippies y la psicodelia,<sup>7</sup> lo que causa gran escándalo, y jóvenes de países como Francia, Estados Unidos e Inglaterra salen a las calles buscando defender causas sociales con resultados muy violentos. Los movimientos de liberación sexual y de la mujer están en auge, y conflictos internacionales como el de Vietnam, la Unión Soviética y la revolución cultural maoísta serán durante todo ese año las principales noticias.

Mientras tanto, en nuestro país el año comenzaba con la expectativa de celebrar los XIX Juegos Olímpicos de la era moderna. Su importancia era aún mayor por ser el primer país Latinoamericano, en vías de desarrollo y de habla hispana en organizar una olimpiada, lo cual daba aún más relevancia al evento.<sup>8</sup>

La sesión plenaria del 16 de octubre de 1963 del Comité Olímpico Internacional, presidida por Mr. Avery Brundage en Baden Baden, Al., concedió a México la organización de las Olimpiadas de 1968, ganando la sede a Buenos Aires, Lyon y Detroit quienes eran también candidatas a la organización de la XIX edición de los juegos.<sup>9</sup> Siendo Presidente Gustavo Díaz Ordaz, éste giró instrucciones para que todas las dependencias de su gobierno ejecutaran las obras necesarias para que este evento trascendiera, designando para ello, ya en 1965, al Lic. Adolfo López Mateos<sup>10</sup> como presidente del Comité Organizador de los XIX Juegos Olímpicos. Aunque éste comenzó desarrollando una importante labor deportiva, por motivos de salud tuvo que declinar a su cargo en 1966, siendo nombrado en su lugar el Arq. Pedro Ramírez Vázquez.<sup>11</sup>

Sin embargo, una agitación estudiantil generalizada conmovió al mundo en 1968. Este mismo año murió asesinado el líder antisegregacionista Martin Luther King. Un mes más tarde estallaba en París la llamada revolución estudiantil de mayo. En junio, moría también asesinado el candidato a la presidencia de los Estados Unidos, Robert Kennedy, y en agosto era Checoslovaquia la que sentía la crudeza de la fuerza bruta con la invasión de las tropas del Pacto de Varsovia. A todo esto, el suceso más duro para los Juegos fue sin duda la matanza de estudiantes mexicanos en la Plaza de las Tres Culturas apenas dos semanas antes de iniciarse el evento. Alrededor de 300 personas murieron ante la desproporcionada represión del ejército.

Después, ya en plenos juegos, llegó la reivindicación de los afroamericanos, que apostaban por la igualdad de derechos entre los ciudadanos del país más avanzado del mundo. En la ceremonia de entrega de medallas en la prueba de 200 metros, por ejemplo, los medallistas, Tommie Smith, y John Carlos, aparecieron vestidos completamente de negro, con un guante de este color

en una mano y las zapatillas deportivas en otra, simbolizando el *black power*.<sup>12</sup>

Pero fuera de los problemas sociales y políticos que se presentaban en México y en el mundo, la organización de los juegos se volvía un asunto de gran importancia. A tan sólo 27 meses de que el evento comenzara, el Arq. Ramírez Vázquez se propuso crear un ambiente de convivencia basado en los ideales olímpicos, aún cuando el primer gran reto fue convencer a la prensa internacional de que los 2,200 mts. sobre el nivel del mar de la ciudad de México no mataría a los atletas por el esfuerzo físico que tendrían que realizar.

Dado que no se contaba con una fuerte infraestructura económica para apoyar grandes proyectos arquitectónicos (como en las Olimpiadas de Tokio en 1964), en el caso de México '68 le tocó al diseño gráfico jugar un papel importante en el desarrollo y éxito visual de los mismos.

Así, el comité organizador de los Juegos de México, al ver la necesidad de crear un sistema visual que funcionara como un medio de información internacional efectivo, a la vez que como un sólido aparato de identificación y publicidad, armó un equipo multidisciplinario de diseño que incluía al estadounidense Lance Wyman como director de diseño gráfico y al diseñador industrial británico Peter Murdoch como director de productos especiales.

El reto principal de este equipo de diseño era elaborar un sistema visual capaz de ser aplicado en una de las ciudades más grandes del mundo, ya que los Juegos olímpicos serían realizados dentro de esta zona urbana y no, como en otras ocasiones, en un lugar especialmente construido para este propósito.

De esta forma el diseñador Lance Wyman determinó que dicho sistema debería reflejar aspectos de la cultura mexicana, más que seguir modelos gráficos de moda. De tal modo, y como resultado de un estudio exhaustivo de antiguos utensilios aztecas y de elementos del arte popular mexicano, principalmente huichol, Wyman estableció el uso de líneas múltiples en repetición, formando patrones y el empleo dinámico de colores brillantes –que él consideró como un aspecto distintivo de la cultura mexicana– como las ideas principales de su diseño.

Partiendo de la combinación, ideada por Pedro Ramírez Vázquez, de los cinco aros olímpicos y el año de los Juegos, Lance Wyman y Eduardo Terrazas concibieron el logotipo para México '68, y lo desarrollaron después para crear el célebre cartel de los juegos, que recuerda los motivos de los indígenas huicholes. Este emblema sirvió además, como punto de partida del alfabeto olímpico, uno de los principales elementos del Programa de Identidad Olímpica, y que sería aplicado inclusive en la ropa que vestían las edecanes del evento.

La publicidad apareció en toda clase de artículos: lápidas, ropa, joyas de fantasía, etcétera. El símbolo de la paz, una paloma blanca al estilo del logotipo México '68, se imprimió en calcomanías que pronto aparecieron pegadas por doquier.

Los problemas lingüísticos que planteaban la información y orientación para los participantes y del público en general, se resolvieron en parte al diseñar una serie

de símbolos y pictogramas que permitieron a los visitantes sentirse en casa aunque no dominaran nuestro idioma. Varios diseñadores del Programa de Identidad Olímpica trabajaron en la formación de símbolos para indicar las manifestaciones e instalaciones de los programas artístico y cultural.

La identidad olímpica fue claramente establecida en la ciudad sede. Cada escenario de competencias, así como las principales arterias del sistema vial olímpico fueron esbozados por el Departamento de Diseño Urbano. La gran plaza del Estadio Olímpico fue pintada con el diseño derivado del logotipo, y sirvió para destacar las áreas de acceso.

Los símbolos reemplazaron las palabras en los boletos olímpicos y en las vías de acceso, permitiendo a los visitantes de más de 120 países llegar a la hora adecuada y localizar sus asientos por medio de la simbología en las instalaciones.

El sistema gráfico creado para las Olimpiadas de México '68 puede ser considerado como uno de los más exitosos en lo que a innovación y propuesta visual se refiere, así como también como un eficaz medio de comunicación internacional con un alto valor funcional, ya que prácticamente facilitó la vida de las personas que vivieron inmersas en su entorno durante ese tiempo.

Hay que señalar también que es aquí donde se puede encontrar un segundo intento de una mascota gráfica en unos juegos olímpicos (el primero fue en las Olimpiadas de invierno en Grenoble, Francia, ese mismo año de '68, realizada por Jean Brian). El ejemplar mexicano propuesto resulta ajeno al sistema gráfico del cual formó parte, es decir, dicha mascota (representación de un jaguar café con manchas verdes en forma de flores geométricas en su cuerpo y que lleva un moño decorado con los aros olímpicos en su cuello) funcionó más bien como un *souvenir* aislado, que como un elemento coherente con las formas generales del sistema o programa visual.<sup>13</sup>

La celebración de este gran acontecimiento deportivo exigió además la adaptación de las instalaciones de la ciudad, de sus calles y rutas para la movilidad y la festividad. Esto requirió un plan especial de señalización y diseño urbano que convirtiera a la ciudad en un gran escenario lleno de colorido y euforia, como señal de bienvenida a los visitantes y a los medios de comunicación. Esta ambientación se extendería principalmente a través de las grandes vías de conexión entre las instalaciones y entre éstas y las residencias olímpicas.

Dentro del Proyecto Urbano para la sede olímpica, se construyeron las instalaciones que requería tan importante evento: el Palacio de los Deportes, el Gimnasio, la Alberca Olímpica, el Canal de Remo y Canotaje, el Velódromo y la Villa Olímpica, considerando que ya se contaba con el Estadio Azteca, obra del mismo Arq. Ramírez Vázquez.<sup>14</sup>

Uno de los más espectaculares aciertos de Diseño Urbano fue el haber adornado la ciudad sede con miles de enormes globos llenos de helio. En plazas, vías principales, terminales de transportes o flotando sobre los lugares de competencias, estos globos decorados con el logotipo México '68 constituyeron un elemento del Programa de Identidad Olímpica.

El Diseño Urbano ayudó en forma efectiva a resolver los problemas de orientación y de circulación de vehículos durante el período olímpico. Las vías principales fueron marcadas por bandas pintadas en los postes de luz con el color correspondiente a las principales arterias del mapa México '68; de esta forma los recién llegados podían fácilmente encontrar su camino hasta las instalaciones. Los postes de luz estaban adornados con tiras de plástico con su color correspondiente y la paloma de la paz. Finalmente se creó la Ruta de la Amistad, una muestra de esculturas realizadas por artistas de diversos países, que se colocaron a lo largo de 17 kilómetros del Periférico Sur, y que fueron realizadas por reconocidos escultores y artistas plásticos de la época.<sup>15</sup>

### Conclusiones

La década de los sesenta se observa como un período de revolución de los esquemas de pensamiento en todo el planeta, principalmente por lo que se refiere a la población joven que protagonizó los conflictos que se generaron en esos años.

Los medios de comunicación definen al movimiento olímpico moderno. México '68 será uno de los procesos de comunicación más importantes para la historia, especialmente de la televisión, por los avances tecnológicos que impactaron enormemente a la población que ahora podía tener acceso a la información generada en el mundo casi instantáneamente.

Por lo anterior, la imagen para las Olimpiadas de México resultó tan impactante. En pleno auge del arte óptico, destaca la obra de Lance Wyman para estos juegos, donde pudo amalgamar los conceptos tradicionales mexicanos con los ideales olímpicos. Al desarrollar símbolos y pictogramas para representar los deportes enfocándose en partes del cuerpo de los atletas, logró superar las barreras del lenguaje de los primeros juegos olímpicos que se realizarían en un país hispanoparlante.

La enorme cantidad de arquitectos, diseñadores y artistas plásticos que participaron en el evento fue también relevante. Tan solo en la Ruta de la Amistad podemos encontrar esculturas de personajes como Alexander Calder junto a las de Mathias Goeritz o Germán Cueto, mientras la ciudad se llenaba de nuevas instalaciones diseñadas por Félix Candela o el mismo Ramírez Vázquez, organizador del evento.

El diseño fue, pues, el catalizador que permitió que, a 39 años de la histórica clausura de los XIX Juegos Olímpicos de México'68 el 27 de octubre de ese año, éstos sigan siendo un punto de referencia obligado para todos aquellos que intervienen en el movimiento olímpico y para quienes vivieron y siguen viviendo estas olimpiadas.

### Notas

1. De Moragas Spá, Miquel. "Barcelona'92. Los Juegos de la comunicación." Barcelona, Fundesco / Centre d'Estudis Olímpics de la Universitat Autònoma de Barcelona, 1994. p. 10.
2. Hoberman, John. *The Olympic Crisis: Sports, Politics and the Moral Order*. New Rochelle, Nueva York. J. Mac Aloon, 1986. pp. 41-42.
3. De Moragas, op. cit., p. 54.

4. Satué, Enric. *El diseño gráfico en España, Historia de una forma comunicativa nueva*. Madrid, 1997, Alianza Editorial. p. 12.
5. Bastos de Quadros, Itanel. "El Diseño Gráfico: de las cavernas a la era digital", en *Revista Latina de Comunicación Social*, número 19, julio de 1999, La Laguna (Tenerife), <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999fjl/70ita.htm>.
6. *Ibidem*.
7. Aparecen además nuevos ritmos musicales como el pop y el rock and roll con músicos y cantantes como los Beatles, los Rolling Stones, Janis Joplin o Jimmy Hendrix. En el campo literario los autores favoritos son los poetas de la llamada "Generación Beat": Jack Kerouac, Allen Ginsberg y William Burroughs.
8. Real, Martín. "Aquellos años. México 68: una sociedad que comenzaba a perder el candor." 2000, <http://www.etcetera.com.mx/>
9. Álvarez, José Rogelio (Director). *Enciclopedia de México*. México, D.F., edit. Enciclopedia de México, S.A., 3ª edición, 1974. Tomo 7, p.1055.
10. Como Presidente de México, el Lic. López Mateos había iniciado las gestiones para la postulación de México como sede de los XIX Juegos Olímpicos.
11. Casasola, Gustavo. *Seis siglos de Historia Gráfica de México. 1325-1976*. México, D.F., editorial Gustavo Casasola, S.A., 1978. Tomo 12, pp. 3642-3643.
12. <http://www.juegos-olimpicos.com/>
13. González, Jorge Alberto. "Un acercamiento a México 68", en *Gaceta Universitaria*, UNAM, México, D.F., 16 de diciembre de 2002. p. 20.
14. Ortíz, Delia Angélica. "Así eran en el '68: drogas, sexo, rock...", en *Reforma*, México, D.F., 1º de octubre de 1999.
15. Las esculturas que formaron parte de la Ruta de la Amistad fueron: *Señales*, de Ángela Gurría (México), *La torre de los vientos*, de Gonzalo Fonseca (Uruguay), *El ancla*, de Will Gutmann (Suiza), *Reloj solar*, de Grzegorz Kowalsky (Polonia), *Esferas*, Kioshi Takahashi (Japón), Obra de Todd Williams (Estados Unidos), *El sol bípedo*, de Pierre Szekeli (Hungría- Francia), Pieza de José María Subirachs (España- México), *Puertas del viento*, de Helen Escobedo (México), *Tertulia de gigantes*, de Joop J. Beljon (Holanda), *Puerta de paz*, de Itzhak Danziger (Israel), Obra de Clement Meadmore (Australia), *Las tres gracias*, de Miloslav Chlupac (Antigua Checoslovaquia), Obra de Constantino Nivola (Italia), *Muro articulado*, de Herbert Bayer (Estados Unidos), Pieza de Olivier Séguin (Francia), Escultura de Mohamed Melehi (Marruecos), Obra de Jorge Dubón (México), Pieza de Jacques Moeschal (Bélgica), *Sol Rojo*, de Alexander Calder (Estados Unidos), *Osa Mayor*, de Mathias Goeritz (México) y *Hombre corriendo*, de Germán Cueto (México). Actualmente parte de ellas se encuentran en proceso de restauración con fondos de empresas privadas, y el resto espera un patrocinador para su intervención. <http://www.palabrajoven.com/pj/noticias/>

### Referencias bibliográficas

- Álvarez, José Rogelio (Director). *Enciclopedia de México*. México, D.F., edit. Enciclopedia de México, S.A., 3ª edición, 1974. Tomo 7.
- Bastos de Quadros, Itanel. "El Diseño Gráfico: de las cavernas a la era digital", en *Revista Latina de Comunicación Social*, número 19, julio de 1999, La Laguna (Tenerife), <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999fjl/70ita.htm>.
- Casasola, Gustavo. *Seis siglos de Historia Gráfica de México. 1325-1976*. México, D.F., editorial Gustavo Casasola, S.A., 1978. Tomo 12.
- De Moragas Spá, Miquel. "Barcelona'92. Los Juegos de la comunicación." Barcelona, Fundesco / Centre d'Estudis Olímpics de la

- Universitat Autònoma de Barcelona, 1994.
- González, Jorge Alberto. "Un acercamiento a México 68", en *Gaceta Universitaria*, UNAM, México, D.F., 16 de diciembre de 2002.
  - Hoberman, John. *The Olympic Crisis: Sports, Politics and the Moral Order*. New Rochelle, Nueva York. J. Mac Aloon, 1986.
  - <http://www.juegos-olimpicos.com/>
  - <http://www.palabrajoven.com/pj/noticias/>
  - Ortíz, Delia Angélica. "Así eran en el '68: drogas, sexo, rock...", en *Reforma*, México, D.F., 1º de octubre de 1999.
  - Real, Martín. "Aquellos años. México 68: una sociedad que comen-

zaba a perder el candor." 2000, <http://www.etcetera.com.mx/>  
 - Satué, Enric. *El diseño gráfico en España, Historia de una forma comunicativa nueva*. Madrid, 1997, Alianza Editorial.

**Carmen Dolores Barroso García.** Arquitecta (1995) y Maestra en Restauración de Sitios y Monumentos (1997) por la Universidad de Guanajuato. Profesora de Tiempo Completo en la Escuela de Diseño de la Universidad de Guanajuato, México. Actualmente doctorante del DADU (Programa Interinstitucional de Doctorado en Arquitectura, Diseño y Urbanismo) con sede en la Universidad Autónoma del Estado de Morelos.

## Um século em cartaz

Cem anos de grandes designers

Lúcia Bergamaschi Costa Weymar

### Introdução

Após alguns anos de estudo acerca dos contrastes entre design moderno e pós-moderno resolvi ensaiar uma pequena contribuição para o ensino do design gráfico construindo juntamente com três turmas de alunos de Introdução ao Design Gráfico o projeto *Um Século em Cartaz, cem anos de grandes designers* cujas edições foram realizadas em 2003, 2004 e 2005.

Pensar o caráter expressivo do design gráfico e refletir sobre o design a serviço da cultura foi o objetivo desta proposta: uma tentativa de desvincular o design das atividades meramente comerciais e com fins lucrativos a que a profissão tem se dedicado na região de Pelotas / RS. A intenção foi a de proporcionar uma reflexão acerca dos grandes nomes do design mundial e nacional que perpassaram a história do design gráfico moderno e pós-moderno, homenageando-os na projeção de um cartaz onde o estilo do aluno interagisse com o do designer em questão, numa interlocução. A maioria dos alunos trabalhou em duplas e alguns individualmente como poderemos, mais adiante, constatar.

O presente artigo resgata aquela experiência, trazendo à luz as novas descobertas proporcionadas pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC RS<sup>1</sup>. A trajetória a ser desenvolvida para a construção do referido texto pretende uma pesquisa bibliográfica acerca desses dois momentos imperativos para o design do Século XX, mas tem no paradigma pós-moderno um foco mais abrangente, na medida em que as discussões proporcionadas pela disciplina cursada orientaram-se na contemporaneidade. O terceiro bloco desse artigo apresenta essa teoria relacionada a uma prática acadêmica em sala de aula, já que propor metodologias de ensino de design tem me parecido ser de grande valia nesse momento histórico brasileiro, onde a profissão cresce vertiginosamente. Que esta metodologia possa ser uma contribuição efetiva ao ensino, que sua bibliografia possa ser útil à pesquisa em design e que a posterior veiculação dos projetos dos alunos possa engrandecer o imaginário de nossa comunidade, como bem devem ser os projetos de extensão. Como professora universitária

federal, acredito que o tripé ensino / pesquisa / extensão, quando bem formatado, é mais um embrião para o desenvolvimento intelectual de nosso país.

### Design gráfico

Antecedendo as discussões acima citadas, penso ser pertinente apresentar ao leitor algumas definições acerca da área para situá-lo melhor nesse campo ainda a ser desbravado que é o campo da comunicação visual, ou do design de comunicação, tal como alguns teóricos têm preferido nomear. Tais citações foram extraídas do Seminário Contrastes do Design, na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.<sup>2</sup>

#### - O que é design?

Design é a área da experiência, habilidade e conhecimento do ser humano que está preocupada com a capacidade do homem de moldar seu meio-ambiente para satisfazer suas necessidades espirituais e materiais. (Archer, 1973)

Nenhuma definição única de design, ou ramos de prática profissional como design de produto ou design gráfico, cobrem adequadamente a diversidade de idéias e métodos reunidos sob o termo. A variedade de pesquisas apresentadas em congressos, artigos e livros sugere que o design continua a expandir-se em seus significados e conexões, revelando dimensões inesperadas tanto na sua prática como em sua compreensão. (Buchanan, 1990)

A área do design está dividida em design de produto (automóveis, calçados, eletro-eletrônicos, móveis, utilidades domésticas, vestuário, etc.) e design gráfico (editorial, embalagem, identidade visual, mídia eletrônica, promocional, sinalização, etc.).

#### - O que é design gráfico?

Design gráfico não tem um significado fixo. De uma maneira geral é a produção de mensagens visuais. O termo foi usado pela primeira vez pelo designer de livros e publicitário americano W. A. Dwiggins em 1922. (...) Atualmente ocorreu uma rápida expansão do trabalho do designer no campo digital. Nós provavelmente precisamos de um novo termo para descrever o que os designers de comunicação fazem, mas não sei qual. (Margolin, 2000)

#### - Qual a relação entre design e arte?

Eu percebo uma continuidade entre arte e design e acredito que há muitos cruzamentos entre um e outro.