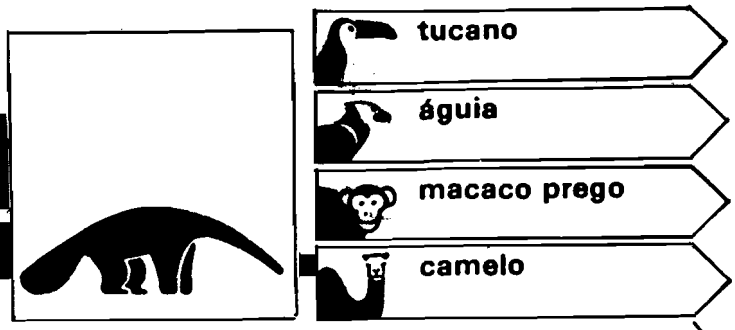
IMAGEN



DISEÑO GRAFICO E INDUSTRIAL DE AMERICA LATINA

Extractamos las conclusiones y recomendaciones del Encuentro sobre Diseño Gráfico e Industrial de América Latina organizado por el Centro Imagen Latinoamericana, Sao Paulo, Brasil, 1986.

Para estos problemas se pensó en algunas providencias como contactos del Centro con autoridades de los Ministerios de Educación y los sistemas de Educación Técnica y Profesional, proponer estrategias y programas académico-prácticos para actualización de docentes, canalizar becas, estimular la creación de oficinas experimentales de diseño gráfico e industrial, etc.

Imagen Latinoamericana es un Centro de Vocación Internacional con énfasis en A.L. y el Caribe, creado por UNESCO para la promoción y desarrollo de una imagen con identidad latinoamericana a través del diseño gráfico e industrial utilizado por los multimedios y la industria. Edita un boletín informativo del mismo nombre. Para pedidos e información dirigirse a Caixa Postal 30455 Sao Paulo SP - CEP 01051, Brasil. Tel. 251-1677.

CONCLUSIONES GENERALES

1.1. La pluralidad de concepciones y criterios aplicados a la **creación visual**, la **imagen**, el **diseño gráfico** e **industrial** a lo largo de este Encuentro, puso en evidencia que, por su naturaleza compleja, estos aspectos deben ser entendidos como un fenómeno integral, como un todo articulado que refleja realidades concretas y objetivas latinoamericanas o ficciones condicionadas por ese marco, no obstante la especificidad de ilustraciones, fotografías, filmes, diseños gráficos e industriales, etc.

A partir de esta perspectiva, no nos parece apropiado hablr de forma abstracta a propósito de imagen, creación visual o diseño gráfico e industrial. Es menester establecer límites conceptuales precisos que orienten la búsqueda de formulaciones teóricas afianzadas en la realidad cultural, social y económica así como en su historia, aspiraciones y deseos. América Latina reflejada en imagen, creación visual, diseño gráfico e industrial y en todo lo producido es la que debe ser diferenciada y diferenciable a partir de sus cualidades y estilo propios.

1.2 Es necesario que IMAGEN LATINOAMERICANA se consolide en cuanto Centro dedicado a fomentar proyectos que estimulen el desenvolvimiento de una imagen latinoamericana en sus múltiples formas de concepción, producción y expresión.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES POR AREAS TEMATICAS

2.1 Recomendaciones del Grupo de Información e Investigación

2.1.1 Es de gran importancia la conformación de un sistema de información central, en el que IMAGEN LATINOAMERICANA esté ubicado y dividido en dos grandes vertientes:

a) Centros regionales representados por diferentes estados brasileños e instituciones nacionales y extranjeros afines.
b) Centros internacionales con representación en las capitales de los diversos países latinoamericanos asociados al sistema de información, que facilitarían el tránsito de información y la ejecución de la consultoría. Un sistema de esa naturaleza apoyaría, de forma natural, el desarrollo de investigaciones en el campo de la imagen.

2.1.2 Con respecto a la recolección y divulgación organizada de información, se sugirió:

- Definir el tipo de servicios ofrecidos por IMAGEN LATINOAMERICANA.
- Definir los usuarios de los servicios del Centro.
- Establecer patrones del tipo de información necesaria en las áreas de imagen aplicada por los multimedios y la industria.
- Normalizar los términos técnicos utilizados por IMAGEN LATINOAMERICANA y preparar glosarios que faciliten la comunicación entre los sectores interesados, en particular los países de

habla hispana, portuguesa e inglesa de la Región.
- Preparar y promover la elaboración de relatos de profesionales de la imagen, creación visual, diseño gráfico e industrial aplicados a los multimedios y a la industria.

2.2 Recomendaciones del Grupo de Promoción y Divulgación

2.2.1. IMAGEN LATINOAMERICANA deberá estimular a los profesionales de la imagen, creación visual, diseño gráfico e industrial a adoptar una actividad organizada y sistemática de divulgación a partir de técnicas de promoción, publicidad y relaciones públicas que tornen sus proyectos e ideas conocidos del gran público y del mercado nacional e internacional, y promuevan la aproximación de tendencias en niveles de calidad de esos mercados.

2.2.2. Promover mecanismos de crítica y autocrítica para llevar a cabo evaluaciones objetivas sobre creación visual y diseño aplicados a los multimedios y a la industria, y definir condiciones mínimas para la presentación y promoción de un proyecto de Imagen.

2.2.3 Crear condiciones necesarias para mejorar y actualizar los programas formales existentes de capacitación y formación profesional, y propiciar programas de actualización y educación permanente para profesionales.

2.2.4 Conocer y divulgar proyectos, recursos y medios de promoción a nivel nacional e internacional aplicables a imagen, creación visual, diseño gráfico e industrial.

2.2.5 Estimular la realización de encuentros, seminarios, muestras, exposiciones, eventos de carácter formativo/informativo y promocional a nivel nacional e internacional.

2.3 Recomendaciones del Grupo de Formación y Actualización Profesional

2.3.1 El grupo examinó los procedimientos de educación formal en las áreas de comunicación visual, y definió sugerencias de soluciones a los problemas encontrados, teniendo siempre en mientes los objetivos y el ámbito de IMAGEN LATINOAMERICANA.

Fueron identificados cuatro problemas radicales:

a) Cursos no adecuados y omisiones en la formación de profesionales y en la capacitación de docentes.
b) Incompatibilidades entre el conocimiento generado en las escuelas profesionales y la práctica de los multimedios e industrias, tanto en las regiones brasileñas cuanto en los diversos países de América Latina y El Caribe.
c) Ausencia de oferta adecuada y sistemática de cursos de extensión en la forma de actualización, en áreas de interés para el profesional creador de imágenes y para el empresario que las aplica al producto.
d) Inadecuación de procedimientos de aprobación y licencia de funcionamiento de Escuelas de Comunicación visual a las necesidades reales y al potencial de enseñanza y del mercado que absorberá a los futuros profesionales.

Los dibujos de animales están tomados del Boletín Informativo de Imagen Latinoamericana.