

10 ENTREVISTA A SUSANA MACHICAO



2021 MASTER OF THE USA

Preparativos para la exposición del país invitado



SUSANA MACHICAO DIRECTORA DE LA BIENAL DEL CARTEL DEL BOLIVIA, NOS COMENTA CÓMO EL EVENTO FORTALECIÓ AL DISEÑO LATINOAMERICANO Y SE CONVIRTIÓ EN UNA INDUSTRIA CULTURAL QUE CRECE EN CADA EDICIÓN.

Bienal del Cartel de Bolivia

BICARBÁ

Prof. Fabián Carreras

*Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales
Buenos Aires, Argentina*

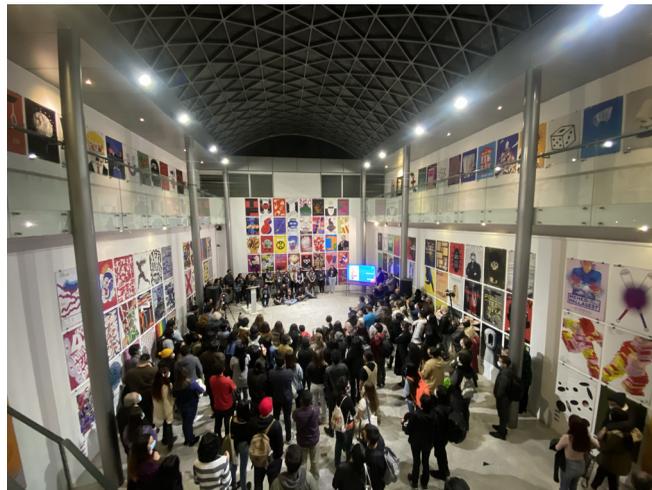
JURADO INTERNACIONAL

Múltiples miradas para elegir a los ganadores

PORTFOLIO



WWW.BICEBEBOLIVIA.COM
INSTAGRAM: @BICEBEBOLIVIA



EXPOSICIÓN PRINCIPAL
Entrega de premios

U: ¿Qué te motivó a ser diseñadora gráfica?

SM: Yo no busqué ser diseñadora, el diseño me encontró a mí. Me formé en una carrera comunicacional, como la mayor parte de los profesionales de mi generación, ya que no existía la carrera en mi país. Si sabía una cosa, no podía elegir las otras ramas que la formación me daba a elegir y el diseño, la creatividad y la resolución de mensajes a partir de una visión creativa - artística siempre fue lo mío. Con el tiempo hice del diseño una forma de vida. Me formé y crecí dentro de los espacios que me permitían ejercerlo. El estudio y la formación independiente también fue parte de este camino que elegí.

U: ¿Recordás algún cartel que te haya impactado en los inicios de tu formación?

SM: Tengo muchas imágenes en la cabeza y buena memoria gráfica y recuerdo muchos en la calle de mi ciudad no mencionar uno específico. El buen cartel siempre ha conseguido hacerme cruzar la vereda para poder leerlo y saber de qué se trata. Vaya qué sorpresa si encima lo que anunciaba era algo de mi interés, pero para ese entonces, atesorar una gráfica bien hecha era mandatorio. Despegarlo de la pared con cuidado, llevarlo a casa, ver si podría estar en las paredes de mi habitación y conservarlo. Para mis inicios de diseño y con los amigos colegas con los que me involucraba ese era

un factor clave: Comunicemos, pero hagamos esto más que memorable y que la gente quiera tener uno enmarcado. De eso se trata todo ¿no?

U: ¿Cómo surgió la idea de crear la bienal del cartel?

SM: La historia de las bienales en Bolivia, iberoamericana al inicio e internacional posterior con la BICeBé, no son un sueño personal sino un esfuerzo y necesidad colectiva. Todas las iniciativas previas a la BICeBé, con sus logros y falencias, marcaron un camino que nos permitió seguir y construir el evento por estos 13 años de vida. Creo que dentro de todo y más allá del interés y la pasión que como profesionales le damos a nuestra carrera, la bienal boliviana ha crecido porque en el camino hemos sabido seguir para luego crear nuestras metas propias. Al inicio fue conocernos con nuestros similares a nivel nacional, dar continuidad a la iniciativa iberoamericana que había dejado de hacerse, pero con otra impronta. De allí que la bienal se recreó con otros alcances, relacionamientos y actividades. A través del tiempo parece que la vida ha dado a esta bienal más de un comienzo y nos hemos tenido que demostrar a nosotros mismos, que podemos frente a todas las adversidades porque primero esta el dejar conocimiento y aprendizaje.



MUSEO CENTRO CULTURAL SAN FRANCISCO
Sincretismo de arquitectura y cartelismo

U: ¿Cómo fueron esos primeros pasos?

SM: Hemos comenzado con la idea de vincular a los espacios de formación y a los jóvenes profesionales y estudiantes del país. Conocernos nosotros primero, lo cual ha hecho que nos identifiquen como una bienal de jóvenes. Luego, a través de los años y de manera más orgánica, nos hemos visto como un espacio ventana del diseño latinoamericano en paralelo. Hoy en día la bienal es aprendizaje, reflexión y celebración del diseño con pares de todo el mundo.



VOLUNTARIADO LA FUERZA LATINA

#sinolohasvividonoloentienes

U: Para realizar el montaje de la exposición la bienal cuenta con un montón de jóvenes entusiastas que cumplen diferentes roles. ¿Podrías comentarnos como vivencian esa experiencia?

SM: Los jóvenes voluntarios de la bienal son uno de los tesoros más grandes que tenemos como evento. Son los encargados de llevar adelante, durante la semana de la bienal, todas la agenda que con tanto esfuerzo hemos programado 17 meses antes del evento.

Con muchos hemos creado un vínculo de verdadero que ha sobrevivido más allá de la bienal misma. Cada bienal convocamos a la postulación para formar parte de este equipo, hemos tenido en los mejores años más de 350 postulaciones de jóvenes de varias partes del país y profesiones vinculadas a las artes visuales.

Somos la BICefamilia y ellos acuñaron el #sinolohasvividonoloentienes y creo que es algo que encierra en si mismo toda esa vorágine creativa y el privilegio de vivir en primera persona la bienal con todos nuestros invitados. No hay cansancio físico que borre esa alegría.

U: ¿Podrías contarnos cómo participa el jurado y el proceso de selección de los carteles?

SM: Pues como toda jura seria la bienal siempre ha promovido un espacio de debate presencial con los miembros del jurado. Si bien tenemos reglas y procedimientos destinados a lograr un trabajo ejecutivo circunscrito en un tiempo determinado, puedo asegurarte que en los 13 años de la bienal, ninguna ha sido igual a otra.

Lo cual también determina ese particular espacio de subjetividad que existe en la lectura de un mensaje visual, sin embargo, estos procesos siempre han tenido un resultado de conclusión feliz, una situación que quizás no es de dominio público, pero sí internamente muy contentos. El jurado es el encargado de evaluar todos los carteles seleccionados de todos los recibidos. Esta preselección es otro trabajo que como bienal hemos ido perfeccionando, la pasada bienal 2021 creo que hemos logrado el *dreamteam* de trabajo y esta primera preselección ha contado con gente que ha amado el proceso y se ha comprometido en dar un resultado a la altura de la organización. Más no es un trabajo fácil, con más de 11k carteles recibidos, son largas jornadas y semanas las que se llevan para lograr una muestra de 360 finalistas.

U: ¿Cuál es el criterio funcional de los espacios expositivos y la selección de los países invitados?

SM: No existe un criterio funcional de selección del país invitado. Lógicamente existen condiciones de participación con invitado y muestras a considerar, pero hemos abierto y abrimos siempre la posibilidad de participación a todos los países.

Con respecto a los espacios expositivos pues que cuenten con las capacidades mínimas de una galería con respecto al cuidado del patrimonio, calidad expositiva, personal asignado que garanticen una muestra de calidad.



2015 LETTERING "CARGA MÁXIMA"
Azucena del Carmen y Alinder Espada



2017 BICEBÉ
Invitados y colaboradores en el cierre de la edición



U: También hay una amplia variedad de talleres ¿Cuáles son las temáticas y de que manera participan los estudiantes?

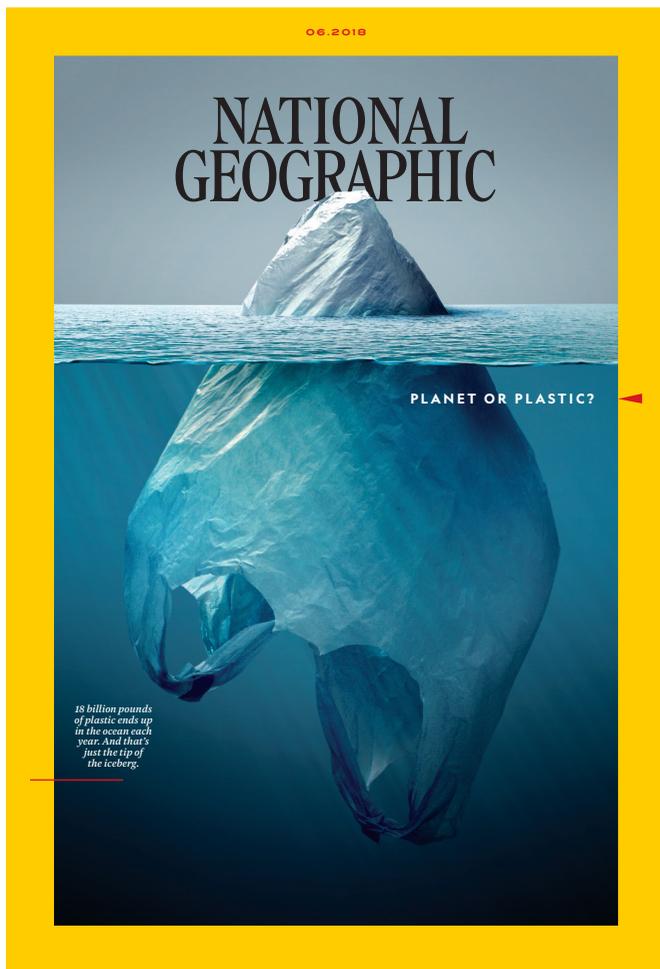
SM: La bienal construye con todos los invitados participantes una agenda y contenidos que van más allá del cartel o afiche. Entendimos la necesidad de generar un espacio de formación continua y de que los participantes aprendieran de las diferentes formas de pensar y solucionar problemas comunicacionales a través del diseño. Por un tiempo decidimos el volver a los básico: La hoja de papel blanco, un lápiz, un borrador y la cabeza del estudiante, y ha sido un camino muy interesante de transitar. Los talleres han tocado temáticas como el Branding, tipografía, empaques, caligrafía, creatividad, fotografía, ilustración, exploración, metodologías creativas y experimentación, entre otros.

U: En el año 2017 la revista National Geographic publicó en su portada el cartel de uno de los ganadores ¿Podrías describirnos como fue esta experiencia?

SM: Fue algo que nos sentimos orgullosos de haber transitado de la mano del mexicano Jorge Gamboa y nos sentimos muy orgullosos de todo lo que esa gráfica y el proceso honesto de este joven de Puebla ha logrado con su talento. Han sido más de una docena de espacios, plataformas, colectivos y empresas quienes han podido al iceberg de Gamboa en una de las anécdotas más lindas para contar.

Nos sentimos un poco culpables de haber obligado a Jorge a ser más público y menos reservado en las redes, sin embargo, no podríamos habernos quedado solo como espectadores y en cuanto salieron los carteles preseleccionados, la controversia y la respuesta de las personas a este cartel en particular fue maravilloso. La BICeBé fue intercomunicador con casi la mayoría de estos interesados, hasta que un día, después de publicar en Twitter a los ganadores de esa categoría nos escribe el editor de National Geographic por febrero 2018 buscando que ese cartel fuera portada de abril y así se hizo.

Esa imagen se ha pasado de ser la identidad de una obra de teatro a ser portada de revista en todo el mundo y camiseta o remera de colección de Hugo Boss ese verano. Hoy permanece en Nueva York en una exhibición permanente curada por el Smithsonian en una sala con el crédito de este joven latinoamericano y de la bienal. Lo cual cierra un viaje hermoso lleno con un solo cartel.



2017 CARTEL ENTAPA
Jorge Gamboa

U: Latinoamérica tiene tres bienales muy importantes (México, Ecuador y Bolivia). ¿Encontrás algún tipo de singularidad a diferencia de las bienales del resto del mundo?

SM: Como bienales provenientes de América Latina creo que tenemos una muy grande responsabilidad en la integración de la región sino en establecer los mejores estándares como bienales y eventos serios. Asimismo, de transmitir, desde nuestras particularidades la cultura, patrimonio y el diseño local.

En nuestra segunda bienal un amigo invitado nos dijo: no vengo desde Europa para ver lo mismo que veo allá, quiero ver lo que hacen los latinos y esa conversación ha quedado muy presente en generar presencia latinoamericana en nuestra agenda. Creo que somos inspiración, generadores de nuestras propias formas de ver el mundo y eso es algo que debemos potenciar como parte de nuestra agenda.

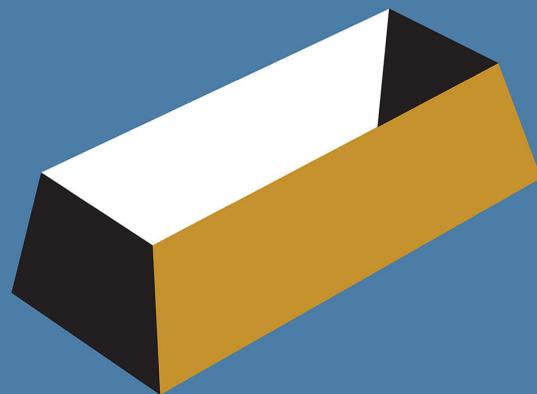
U: A 13 años de la creación de la primer BICeBé ¿Qué diferencias encontrás con las últimas ediciones?

SM: Las posibilidades, los alcances, las vinculaciones, el respeto dado y el respeto recibido. Entender que todos somos personas en constante aprendizaje. Responder a ciertos vacíos, trabajando por el bien común y el interés de todos los profesionales activos y en formación, vengan de universidades públicas o privadas.

U: ¿Cómo crees que interpretan las nuevas generaciones al cartel?

SM: Una particular reflexión que nos hacíamos con Felipe Taborda días atrás. El cartel está desapareciendo, me decía, como soporte impreso en una pared. Cada vez existen posibilidades comunicacionales y medios diferentes para anunciar un evento cultural, por ejemplo y eso es cierto de alguna manera si se entiende al Cartel como una pieza solicitada por un cliente que necesariamente tiene al papel como soporte. Lo que si es que hemos entendido de la importancia de generar discusiones y la valorización del cartel con este proceso: Realizado por un cometido, una solicitud y no únicamente como un ejercicio gráfico personal ahora llamados carteles de autor.

Rich/Poor



LIDO KUNSTMÜHLE "RICH SHIT ON POOR" | DESIGN: KARI PIIPPO 2019

CATEGORÍA B, CARTEL SOCIAL

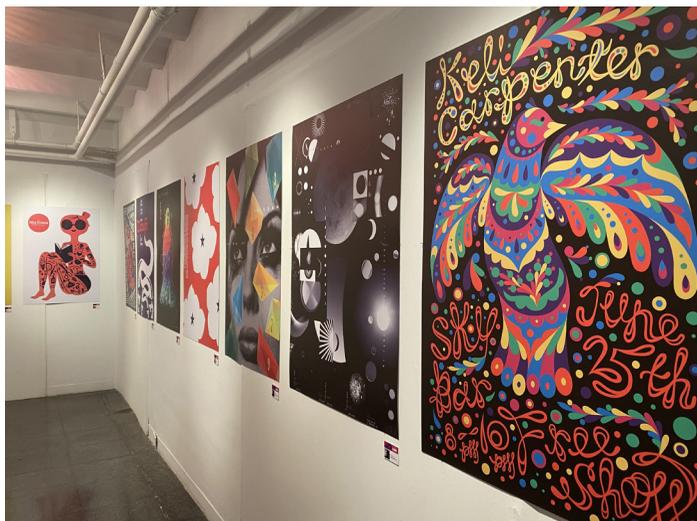
Primer premio, Kari Piippo

U: El nivel inscripción aumenta año tras año... ¿Cómo ves la participación de Argentina en relación a otros países de Latinoamérica?

SM: Si, hemos tenido esa fortuna, pero no queremos medirnos en esa dimensión.

Siempre habrá en punto 1.1 y el 1.2 con respecto a las cantidades, pero quienes organizan bienales también estamos conscientes de la gran cantidad de imágenes basura que recibimos. No me refiero a la valoración gráfica de las piezas, sino a ejercicios de color, de composición de una misma pieza como para probar suerte y ver si su trabajo ingresa al evento. Todo esto suma, y genera una estadística favorable para la comunicación del evento, pero las diferencias se ven en la cancha, en el producto final, en un preselección y jura serias. Esa calidad expositiva es la que es la cereza del helado. Argentina para la BICeBé es tremendamente importante. Comenzamos con poco acierto y ahora la proyección y participación es muy alta. Ojalá que algún día las gestiones que venimos haciendo con las entidades culturales del gobierno, nos den un sí y podamos contar con el país como invitado. No ha sido sencillo, aún ahora, es difícil entender al diseño como gestión cultural y es más fácil “vender y hacer entender” un festival de teatro o danza.



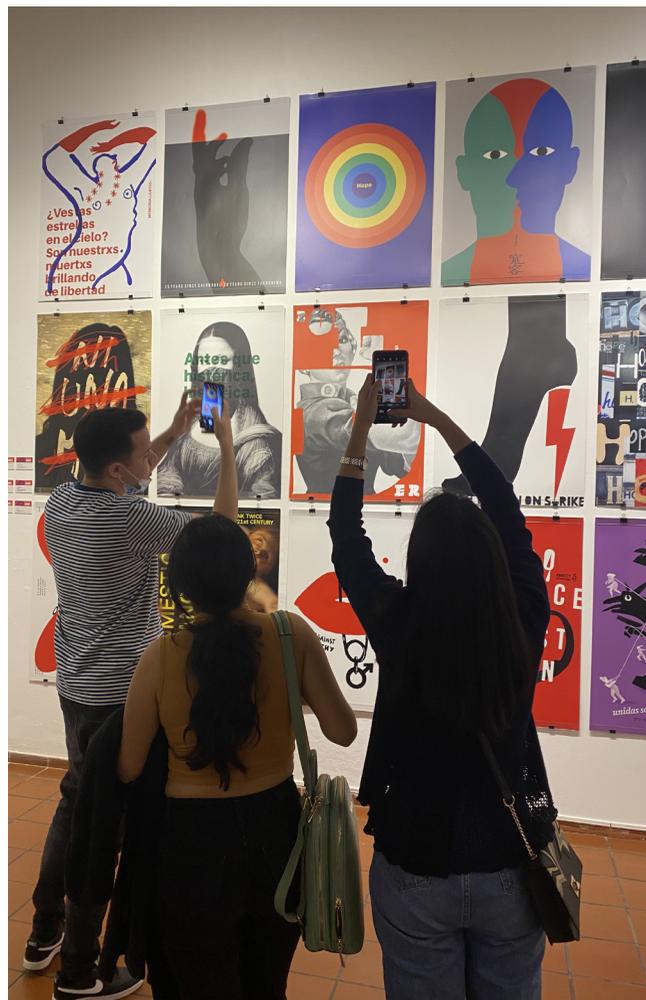


CINCO CATEGORÍAS

Cultural, social, político, Gif animado y el tema convocante de cada edición

U: ¿Qué le dirías a una persona que le gusta diseñar carteles y no ha participado nunca en una bienal?

SM: ¿Sino es ahora, cuando? Diseñar carteles es un verdadero viaje y apasiona tremendamente a quienes, con el tiempo, llegan a dominar la retórica visual de un buen cartel. No siempre ganarás un premio, pero si eres constante, podrás sentir la alegría de tener un cartel entre los finalistas.



MUROS DIGITALES

Visitantes compartiendo en las redes

U: Para sintetizar la intensidad de la bienal... ¿Podrías enumerar algunos de los temas que han tratado en las distintas ediciones?

SM: El volver a lo básico, la educación del diseño, la reflexión desde otras miradas, formas de ver y formas de hacer. El mundo da vueltas y tu no puedes quedarte viéndote el ombligo.

U: ¿Creés en un mundo mejor?

SM: Por supuesto. Más inclusivo, no desinformado y consciente de lo que debemos hacer para no destruir lo que nos queda de bueno. El cartel no cambia al mundo, pero somos responsables de generar registros visuales de la historia, los cuales a futuro será reinterpretados por otros, quizás. Capaces de generar mensajes responsables, y no como dice la profesora Elizabeth Resnick, invitados 2013 de la BICeBé: “hacer que la gente quiera cosas que verdaderamente no necesita”.



EXPOSICIÓN TEMÁTICA. DISEÑADORES POR GLASER
Homenaje A Milton Glaser.

Podés recorrer la última exhibición virtual en
<https://www.bicebolivia.com/exhibiciones-virtuales>