

Imágenes reimaginadas

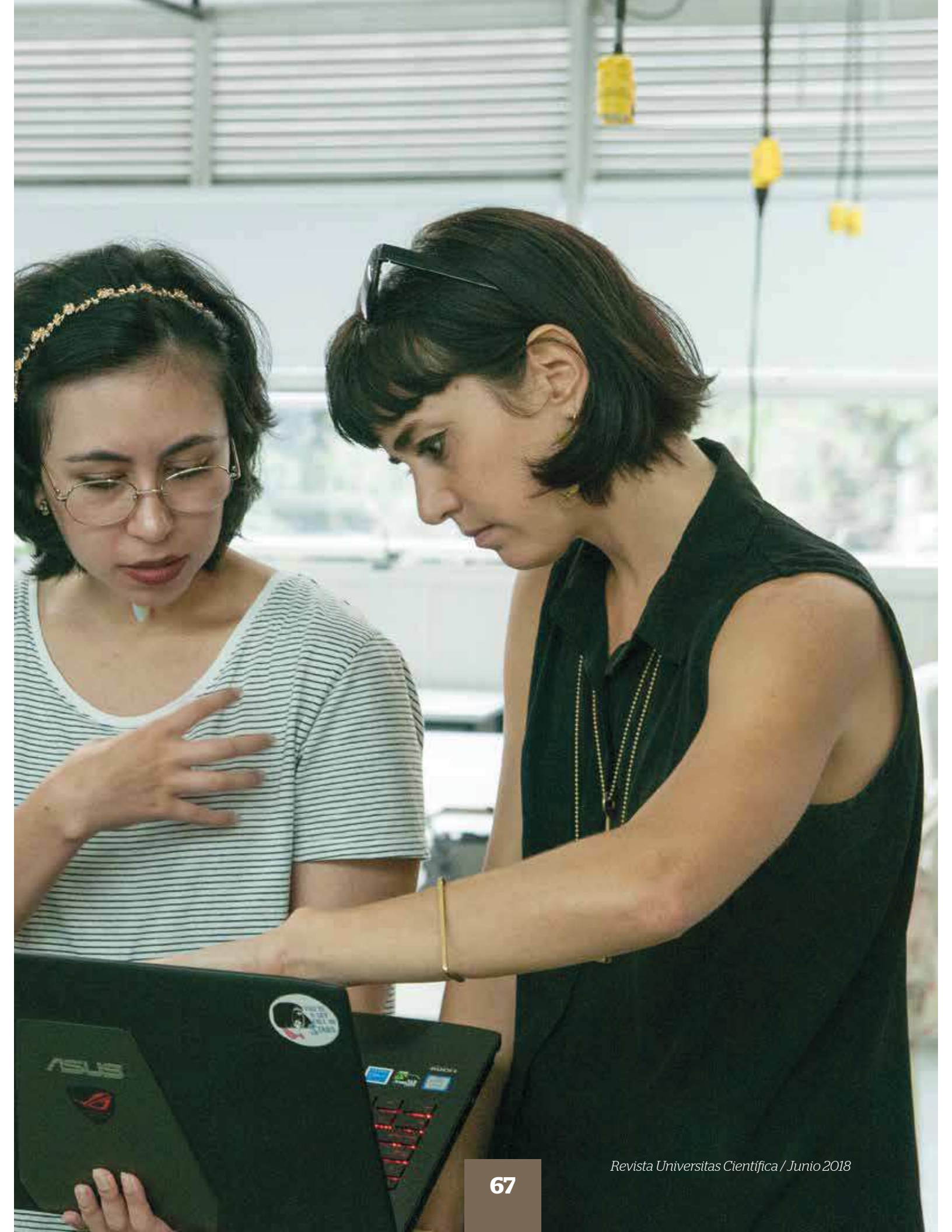
Alexandra Zsigmond

Directora de Arte de Opinión
de The New York Times

Fotos: Natalia Botero

Compartimos con los lectores de la Revista Universitas ideas y recomendaciones que Alexandra Zsigmond le dio al Programa de Divulgación Científica de la UPB en el marco del taller de arte editorial que dictó a estudiantes de la Facultad de Diseño Gráfico en octubre de 2017.

Alexandra es licenciada en Filosofía de la Universidad Stanford. La Sociedad de Ilustradores (Society of Illustrators) la premió por la calidad de su trabajo. Actualmente se desempeña como directora de arte de opinión en The New York Times.





Usted ha estado trabajando en el periódico *The New York Times* durante siete años, ¿cuéntenos sobre sus funciones allí?

He sido directora de arte y diseñadora de la sección de opinión durante todo este período, y he tenido varios roles: como directora de arte en el *Op-Ed* del diario; en la sección de cartas al editor; en *blogs* sobre ansiedad, filosofía y narrativas personales; y en la sección del resumen dominical del fin de semana. En todos estos lugares, generalmente me encargué de alrededor de diez ilustraciones originales por semana, trabajando con ilustradores independientes de todo el mundo para producir imágenes atractivas para artículos de opinión. Además, hice los diseños de impresión en los que aparecían estas imágenes. En el *Sunday Review*, específicamente, esto implicó la creación de un periódico de 12 páginas cada semana y la coordinación con editores, diseñadores de infografía y web, y editores de fotos para diseñar, editar y producir contenido. También manejé el rediseño de impresiones ocasionales y la sección especial, incluida la edición *Year in Pictures*, una colección de las mejores fotografías del año.

En mi poco tiempo libre organizaba exhibiciones públicas de arte editorial, fui juez de concursos de ilustración en todo el mundo y daba charlas públicas sobre la dirección artística.

En el discurso del primer día del taller usted dijo que: "en esencia, el arte es comunicación". ¿Qué quiere decir con eso?

Quiero decir que el arte es un lenguaje, pero en forma visual más que verbal. A través de la metáfora, el simbolismo, el color, el gesto, la línea y el estado de ánimo, una imagen puede retratar conceptos complejos y provocar emociones fuertes. Y dado que se percibe de manera integral en lugar de secuencial, puede proporcionar al lector una comprensión más inmediata y visceral de un tema de actualidad que las palabras por sí solas.

¿Por qué la ilustración es importante para la comunicación?

La ilustración editorial desempeña un papel único en las publicaciones de noticias, porque puede visualizar ideas en extremo abstractas y conceptuales, magnificando poderosamente el mensaje principal de un artículo.

Además, tiene el poder de mejorar el pensamiento, enriquecer la percepción e incluso fomentar el compromiso cívico.

En su experiencia, ¿cuál es la pista para saber qué es mejor, una fotografía o una ilustración para acompañar algún contenido?

Para muchos artículos, cualquiera sería apropiada. El truco es discernir cuál sería la opción más poderosa. Las ilustraciones funcionan bien para piezas que tratan temas abstractos, altamente conceptuales o muy generales, a menudo en los ámbitos de la psicología, la narrativa personal, la ciencia, la economía o la política. Por ejemplo, para un artículo sobre adolescentes

La ilustración editorial desempeña un papel único en las publicaciones de noticias, porque puede visualizar ideas en extremo abstractas y conceptuales, magnificando poderosamente el mensaje principal de un artículo.



Mediante la metáfora, el simbolismo, el color, el gesto, la línea y el estado de ánimo, una imagen puede retratar conceptos complejos y provocar emociones fuertes.

y ansiedad, una foto de un joven en una postura temerosa ciertamente podría funcionar, pero también se leería como una imagen trillada y como una representación demasiado literal. Por el contrario, una ilustración podría representar el mundo interior turbulento pero invisible del adolescente, acercando al lector al tema central que tiene entre manos.

En otros casos, una ilustración funciona mejor porque puede ayudar a establecer un artículo aparte de la manera habitual, en particular para eventos noticiosos que ya han sido ampliamente fotografiados e informados (como cualquier artículo sobre Trump).

Dicho esto, a veces una foto es realmente una mejor coincidencia para una pieza, especialmente cuando se discute un evento histórico específico o cuando ver la persona real, el lugar o la cosa mejorará mucho la comprensión del tema por parte del lector o el impacto emocional del artículo.

Cuando se comunique sobre ciencia, tecnología e innovación, ¿qué tipo de imágenes o recursos gráficos recomienda? ¿Y qué recomienda con público juvenil e infantil?

Los editoriales de ciencia son una excelente oportunidad para seleccionar una mezcla de fotografía e ilustración sorprendente. La comunidad científica ya produce algunas de las "ilustraciones" más atractivas mediante imágenes microscópicas y telescópicas, diagramas, impresiones de archivo y dibujos, infografías e imágenes cerebrales y corporales, todo lo cual hace que lo invisible sea visible a simple vista. Además, dado que el descubrimiento científico generalmente involucra experimentos y procesos en tiempo real, es una combinación excelente para formas de ilustración tipo *time-based*, como cómics, animaciones o formas de gráficos interactivos que atraen tanto a adultos como a niños.

Los medios digitales cambian la forma en que los lectores ven y experimentan ilustraciones editoriales y fotografías, con efectos tanto positivos como negativos.

Como fuente de inspiración, recomendaría consultar dos revistas científicas estadounidenses: *Nautilus* y *MIT Technology Review*. Ambas cuentan con un excelente diseño editorial y utilizan la ilustración de una manera contemporánea y atractiva.

En su discurso, usted mencionó que, al ilustrar y planificar una publicación, los medios digitales nos hacen pensar de manera diferente. ¿Qué puede decirnos sobre la relación entre las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), y las fotografías o ilustraciones? ¿Cuándo se deben usar animaciones para los contenidos editoriales?

Los medios digitales cambian la forma en que los lectores ven y experimentan ilustraciones editoriales y fotografías, con efectos tanto positivos como negativos. El lado negativo es la primacía del teléfono móvil: significa que la mayoría de las imágenes se ven a una escala muy pequeña, particularmente en comparación con los medios impresos. Las imágenes también se fuerzan en formas pequeñas y restrictivas, como las horizontales severas de Facebook y Twitter, mediante las cuales la mayoría de los lectores consumen sus noticias diarias.

Simultáneamente, sin embargo, los medios digitales abren posibilidades increíbles para la narración visual, en forma de gráficos interactivos, realidad virtual (RV), video e ilustración animada. Por lo general, las animaciones se combinan bien con artículos *time-based* o temas basados en procesos, como leer, envejecer, nadar y aprender. Un punto clave es que los *GIF* (*Graphics Interchange Format*) no deben usarse simplemente como llamativos en línea, aunque el interés visual que generan es ciertamente un efecto beneficioso secundario. Más bien, la animación debe emplearse para fortalecer un concepto editorial.

¿A qué se refiere con que una alternativa para ilustrar contenido es "reimaginar imágenes"?

Creo que esta pregunta se refiere a mi práctica de usar imágenes preexistentes de artistas contemporáneos para ilustrar artículos en la sección de opinión. A veces, en lugar de encargar una ilustración original, selecciono cuidadosamente una imagen existente del sitio web de la cartera de un artista que se ajuste al concepto y estado de ánimo de un artículo. Por supuesto, es necesario que el artista acepte la alianza. En la mayoría de los casos, los artistas están entusiasmados con la recontextualización y la presentación de su trabajo, pero en otros rechazan el empate porque



Los medios digitales abren posibilidades increíbles para la narración visual, en forma de gráficos interactivos, realidad virtual (RV), video e ilustración animada.

el artículo no se ajusta al significado previsto de la imagen. Es por eso que siempre es crucial preguntarle primero al artista. Cuando estas uniones son exitosas, la imagen adquiere una identidad y un significado completamente nuevo, así como una audiencia completamente nueva de lectores que tal vez nunca lo hayan visto de otra manera.

Nos gustaría compartir con usted que los estudiantes de ilustración del Programa de Diseño Gráfico de nuestra Universidad ilustran dos de nuestras publicaciones sobre ciencia. Son las revistas *Universitas Científica* e *Ingenio*. Esta última es para niños. ¿Qué piensa de este ejercicio y del producto final que se publica?

¡Gracias por compartir estas publicaciones! Son un ejercicio y una oportunidad fantásticos para los estudiantes. Aprecio especialmente la revista para niños y adultos jóvenes, pues creo que son un grupo desatendido dentro de la comunidad científica. Me gusta cuánta ilustración se usa en *Ingenio*; hace que la publicación se sienta dinámica y juguetona.

Mi principal crítica a ambas publicaciones es que la tipografía y el diseño editorial luchan con la ilustración. Es decir, el diseño usa tantos bloques de color que choca con la ilustración, lo que la hace menos llamativa y poderosa en la página. Recomiendo deshacerse de la mayoría (si no de todas) las bandas y los bloques de color y refinar la tipografía, creando así más espacio en blanco para que vivan las ilustraciones. También recomendaría experimentar con la ilustración o las bellas artes en la portada de la revista para adultos.