



## Anexo. Qué entendemos por Covid Exit

El tema elegido para Madrid Gráfica en 2020 es el de la **Nueva Normalidad**. Y **Covid Exit** el lema inspirador, el contenido obligado y textual para los carteles expuestos.

El Coronavirus deja cientos de miles de muertos y muchas preguntas que necesitan respuesta.

La grave crisis humana y sanitaria provocada por el coronavirus, y la interrupción forzosa de toda la actividad económica y social en el mundo, ha puesto contra las cuerdas a gobiernos, instituciones, científicos y empresas y se ha convertido en un revulsivo global que deja tras de sí, además de millones de contagiados y cientos de miles de muertos, numerosas preguntas esenciales que reclaman respuesta, y que afectan a buena parte de las grandes certezas sobre las que está organizada nuestra vida política, nuestra actividad económica, y nuestra sociedad misma.

Recomponer la normalidad supone entrar en un periodo de cambios.

Pero como todas las crisis, ésta conlleva una oportunidad. Recomponer la normalidad perdida, supone entrar en un periodo de cambios. Un tiempo en el que se redefinirá qué parte de nuestra vida y de nuestra organización social se va a recuperar y qué parte estamos en riesgo de perder o debería ser conscientemente revisada.

Sociólogos, pensadores, políticos, economistas, científicos..., y también diseñadores, reflexionan ahora sobre las debilidades mostradas durante la pandemia y las oportunidades abiertas.

Abordar la fractura social es una prioridad.

Es urgente recuperar nuestra propia conciencia, con una visión más de conjunto como especie humana, revisar nuestras prioridades y señalar problemas y prioridades para salir de esta crisis. Empezando por la fractura social, una de las peores consecuencias de la crisis económica del 2008 y de la austeridad como única puerta de salida. Ahora, la pandemia y sus efectos económicos, van a empeorar esta fractura si no se prevén soluciones a corto y medio plazo.

La sociedad no debería pasar del aplauso diario a los *coronahéroes* durante la emergencia, al olvido y la vuelta a la precariedad en la nueva normalidad.



En la crisis,  
los invisibles  
han demostrado  
ser el engranaje  
de la sociedad.

Como dice el geógrafo francés Christophe Guilluy: “Durante la crisis, los invisibles, los que ayer no eran nada, han demostrado que son, de hecho, el engranaje esencial de la sociedad”.

Además, nuestra sociedad, llamada de la información, con unas capacidades tecnológicas globales no comparables con las de ninguna otra etapa de nuestra historia, se ha mostrado incapaz de frenar las oleadas de desinformación, de teorías conspiratorias y de negación de los hechos contra la evidencia científica. Emitidas en algunos casos, desde los propios centros de poder, lo que ha dificultado la articulación de medidas prácticas ante los graves problemas.

Las teorías  
conspiratorias  
y la desinformación  
pueden hacer más  
peligroso el futuro.

Según el filósofo estadounidense Jaron Lanier, “Las teorías conspiratorias descabelladas, la desinformación y la negación sistemática de los hechos desde las Redes Sociales y otros sistemas masivos, pueden volver más disfuncional y peligroso el futuro”.

Después de este largo periodo de confinamiento forzoso, con una cotidiana y dramática presencia de la enfermedad y el miedo, la salida de la crisis debe necesariamente pasar por una recuperación de la confianza en nosotros mismos y en nuestra capacidad de recuperación.

La Humanidad  
ha demostrado tener  
capacidad  
para recuperarse  
de las tragedias.

Como dice Sanjay Sarma, vicepresidente del Open Learning del Instituto Tecnológico de Massachusetts, “La Humanidad ha demostrado una y otra vez que tiene capacidad para recuperarse de las tragedias. El ingenio y la agilidad definen la nueva sociedad tecnológica”.

Abordar la actividad del día a día tras el Covid-19, necesita dosis de autocrítica y de ilusión a partes iguales.

En palabras de la cineasta Isabel Coixet, “Es este un tiempo en el que hay que reinventarse, ser más creativos que nunca...”.



La necesidad de la investigación y la inversión en talento e innovación y diseño se han hecho especialmente patente.

La investigación, la inversión en talento, la innovación y el diseño siempre han sido necesarios, pero ahora esta necesidad se ha hecho especialmente patente.

Cristina Garmendia, exministra de Ciencia e Innovación y presidenta de la Fundación Cotec, escribe sobre “la nueva normalidad”:  
“La pandemia ha hecho evidente la relación entre I+D+i y la salud pública. Al principio todo el mundo miró al sistema sanitario, ahora empieza a mirar al sistema científico y tecnológico. Sería lógico que esta atención trajera una mayor inversión en conocimiento”.

Covid.  
Es el tiempo de los diseñadores.

El diseño gráfico es una profesión con una clara función social. Pero en momentos especiales, la Gráfica debe demostrar la importancia de la mejor comunicación. Los carteles, específicamente, son una poderosa herramienta de transmisión de mensajes de forma eficaz y memorable, como dice el escritor y ensayista norteamericano especializado en diseño gráfico, Steven Heller: “Los carteles siempre han desempeñado un papel en las emergencias de salud pública, en tiempos de guerra o en las epidemias” .

Hoy, en una situación de Pandemia como la que hemos vivido y estamos viviendo, con centenares de miles de muertos y millones de contagiados por un virus silencioso y desconocido hasta hoy por la medicina. Algunas profesiones, como los sanitarios, se han convertido en protagonistas y héroes de la lucha contra la pandemia. Su abnegación y sacrificio, ha sido esencial para salvar muchas vidas en los peores momentos. Otros profesionales, como policías, empleados de supermercados o mensajeros, entre otras muchas más, han contribuido, también, a que la sociedad en su conjunto salga de la crisis.



Llenar las calles y las redes sociales con un mensaje de aliento y ánimo.

Los diseñadores tienen ahora una importante tarea social que cumplir. Llenar las calles con un mensaje de aliento, ánimo y responsabilidad a la vez. Haciendo que el Diseño contribuya a recuperar la vida urbana, cultural y social, y el pulso económico de la sociedad, esencial para lograr una recuperación plena.

El Diseño debe contribuir a recuperar la vida urbana y cultural y ayudar a la recuperación del pulso económico de la sociedad.

Necesitamos carteles que transmitan mensajes elaborados, bajo diferentes puntos de vista pero con un Tema y un Lema común: **“Covid Exit”**. Carteles que lleguen hondo, que sustituyan a las argumentaciones largas por mensajes sencillos y fuertes que a través del sentimiento, el sentido del humor o la fuerza gráfica, hagan pensar. Mensajes que lleguen a la vez al ojo, a la cabeza y al corazón.