

LA ENSEÑANZA DE PROYECTOS DE DISEÑO GRÁFICO

Análisis y propuestas contemporáneas
desde la investigación y la praxis

ANEXOS

ANEXO 1

Cuestionario profesores de Diseño Gráfico

ANEXO 2

Entrevistas a diseñadores

ANEXO 3

Manifiesto *Algunos consejos para los que empiezan*

ANEXO 4

La enseñanza de Diseño Gráfico. Marco legal

MEMORIA DE TESIS

para optar al grado de doctor presentada por:

Mercedes Forner Merino

Bajo la dirección de los doctores:

Emilio Roselló Tormo

Elpidio del Campo Cañizares

LA ENSEÑANZA DE PROYECTOS DE DISEÑO GRÁFICO

Análisis y propuestas contemporáneas
desde la investigación y la praxis

UNIVERSIDAD MIGUEL HERNÁNDEZ
DEPARTAMENTO DE ARTE
Programa de Doctorado:
Territorios Artísticos Contemporáneos

MEMORIA DE TESIS

para optar al grado de doctor presentada por:
Mercedes Forner Merino

Bajo la dirección de los doctores:
Emilio Roselló Tormo
Elpidio del Campo Cañizares

Profesores del Departamento:
Ciencias Sociales y Humanas
Altea, 2015

ANEXO **1.**

CUESTIONARIO
PROFESORES
DISEÑO GRÁFICO

cuestionario online: del 31 de enero al 3 de marzo de 2015

Dirigido a:

Profesores de Diseño Gráfico de las
Escuelas de Arte y Escuelas de Arte y Superiores de Diseño
que imparten el módulo o asignatura de *Proyectos*.

ESCUELAS DE ARTE PARTICIPANTES:

Andalucía:

Escuela de Arte *San Telmo*. Málaga.
Escuela de Arte de Sevilla.

Aragón:

Escuela de Arte de Huesca.

Castilla La Mancha:

Escuela de Arte *Albacete*. Albacete.
Escuela de Arte y Superior de Diseño *Pedro Almodóvar*. Ciudad Real.
Escuela de Arte *José María Cruz Novillo*. Cuenca.
Escuela de Arte de Talavera de la Reina.
Escuela de Arte de Toledo.
Escuela de Arte y Superior de Diseño *Antonio López*. Tomelloso.

Castilla León:

Escuela de Arte y Superior de Diseño *Virgen del Mirón*. Soria.

Cataluña:

Escola d'Art i Superior de Disseny *Pau Gargallo*. Badalona.
Escola d'Art i Superior de Disseny *Serra i Abella*. L'Hospitalet de Llobregat.

Comunidad Valenciana:

Escola d'Art i Superior de Disseny d'Alcoi.
Escola d'Art i Superior de Disseny d'Alacant.
Escola d'Art i Superior de Disseny de València.

Galicia:

Escola de Arte e Superior de Deseño *Pablo Picasso*. A Coruña.

Islas Baleares:

Escola Superior de Disseny de les Illes Balears. Mallorca.

La Rioja:

Escuela Superior de Diseño de La Rioja. Logroño.

Se agradece la colaboración en este estudio a todos los profesores de Diseño Gráfico que han contribuido con sus valiosas aportaciones forjadas en años de experiencia y dedicación a esta profesión.

Alfonso Hernández Saboya
Alícia Ferre i Belda
Ana Cantó Martínez
Ana M^a Pastor Campos
Antía Salgado
Antonio Granada López
Cándida Pérez Payá
Carlos Hernández Hernández
Carlos Sánchez Gómez
Carmen García Palacios
Consuelo Garrigós Pina
Cristina Llombart Pérez
David Zanón Andrés
Diego Carracedo Constenla
Elena Pardo Antequera
Elisabet Rodríguez Flores
Emilio García Otero
Esther de las Heras Ponce
Imbernón
Isabel Sena Palomar
Javier López Vila
Javier Rico Sesé

Javier Sáez Medrano
Javier Zuazo González
Jordi Sempere i Vicedo
Juliana Javaloy Estañ
Julio Arreaza González
Just J. Garrido Aracil
Marc A.
Marisa Mota López
Marta Pastor
Mónica Yoldi López
Montfragüe Fernández Lavandera
Nacho Clemente
Paco Salabert Nadal
Paula Acebo Balmori
Pedro Plaza
Rafael Vaquer Palmer
Sara de la Pola Rubio
Silvia Cerrolaza Calvo
Valentín Sánchez Villalón
Valle Teba de Montes
Xavier González

DOCENCIA DE PROYECTOS DE DISEÑO GRÁFICO

Definición del término

¿Cree adecuado modificar el término Diseño Gráfico por el de Diseño de Comunicación Visual, por recoger más claramente el sentido de la profesión y acercarla más al momento actual de la misma?

SÍ _____ 21 [50.0%]

NO _____ 13 [30.9%]

Otro _____ 08 [19.1%]

Otro (especificar):

- Diseño de mensajes gráficos.
- Necesitaría más datos para pronunciarme. La propuesta parece interesante.
- Creo que en el momento actual, la profesión no queda bien recogida por ninguno de los dos términos.
- Diseño gráfico y comunicación visual.
- No veo que sea necesario, veo solo un cambio en la nomenclatura, pero no en la esencia.
- Es más un problema de lexicografía que de disciplina laboral. ¿Modificarlo de dónde?.
- Sí, pero los cambios de nombre despista a padres y alumnos.
- Diseño de comunicación audiovisual.

Redacción de la propuesta proyectual

¿Qué factores tiene en cuenta a la hora de elaborar una propuesta proyectual?

Pregunta con posibilidad de selección múltiple de opciones

Nivel educativo y Curso _____	37 [84.1%]
Objetivos y contenidos de la programación didáctica _____	38 [86.4%]
Interdisciplinariedad con el resto de módulos y materias _____	30 [68.2%]
Perfil del grupo de alumnos _____	22 [50%]
Elementos motivadores _____	35 [79.5%]
Recursos materiales y técnicos _____	24 [54.5%]

Otros:

- Para elegir los temas y tipos de proyectos tengo en cuenta, además de lo citado: los intereses de los alumnos y alumnas, intereses del centro (si se puede). Pero principalmente, valoro lo que les piden hacer en las prácticas e intento prepararles en esa dirección (ya que imparto a grupos que están en los últimos cursos) para que sepan hacer o se hayan enfrentado a proyectos similares a los que exige el sector en estos momentos (ej. guerrilla, redes sociales, case studies). Como elemento motivador, realizar proyectos para concursos con premio, los alumnos son bastante reacios a la participación, cosa que solo puedo explicar por el miedo a no ganarlo. Y muchos más.
- Pienso en las salidas profesionales. En la formación integral (ecología, social, respeto, actualidad...).
- Primero nivel educativo y perfil del alumnado que condicionará los objetivos y contenidos específicos de la programación didáctica. El perfil del alumnado determinará aquellos elementos motivadores que estimulen el aprendizaje significativo. En la realización de los proyectos es imprescindible la interdisciplina entre módulos o asignaturas. Los recursos son importantes porque marcan parámetros a la hora de establecer la metodología didáctica.

- Todos los factores son importantes pero no todos tienen la misma relevancia. Creo que el perfil del alumnado es determinante a la hora de plantear el proyecto. La interdisciplineriedad es un objetivo importante pero creo que los programas y las estructuras educativas están pensadas verticalmente y actúan de esa manera, por lo cual depende de la flexibilidad de los demás compañeros.
- Procuero que exista alguna vinculación con la realidad procurando buscar condicionantes reales al proyecto como la existencia de un cliente o necesidad real concreta.
- Características del centro educativo y del aula.

¿Con qué especialidades se coordina con más asiduidad?

Pregunta con posibilidad de selección múltiple de opciones

Diseño Gráfico _____ **28 [63.6%]**

Medios Informáticos _____ **32 [72.7%]**

Fotografía _____ **19 [43.2%]**

Dibujo Artístico y Color _____ **08 [18.2%]**

Medios Audiovisuales _____ **13 [29.5%]**

OIL _____ **04 [09.1%]**

Hª del Arte _____ **09 [20.5%]**

Otras especialidades:

- Tipografía.
- Producto, Ilustración, Moda.
- Inglés, Diseño de Producto.
- Lo he intentado varias veces con malos resultados.
- Marketing, Fotografía, Historia.
- Con ninguna. No hay horas de coordinación.

- Como profesores de proyectos creo que es nuestro deber coordinarnos con todos y saber qué saben ya nuestros alumnos y qué están aprendiendo en el resto de módulos/asignaturas. Así damos sentido a todas las materias que adquieren un sentido práctico. Teniendo en cuenta que cada vez hay que dar más contenido en menos tiempo, con clases más saturadas... y alumnos más variados es vital intentar hacerlo, pero la realidad es compleja y resulta complicado conseguirlo (al menos en el sitio donde yo trabajo). Pero considero que no se puede impartir correctamente proyectos si esto no se hace.
- Organización y Legislación, Marketing.
- Producción e Impresión, Tipografía.
- Con ninguno.
- Tipografía.
- Creo que todas son necesarias, depende del proyecto y las personas que imparten la asignatura.
- Las asignaturas que imparto con Interiores y Producto, se fundamentan en los trabajos elaborados con las asignaturas de proyectos, y se intenta coordinar con ellas.
- Técnicas de Producción Gráfica.
- Procesos de Impresión.

Referentes

¿Qué referentes históricos utiliza más en sus clases?

Previos al siglo XIX _____	1 [2.3%]
Siglo XIX: Arts and Crafts _____	0 [0.0%]
Siglo XIX: Modernismo _____	1 [2.3%]
Siglo XX: Vanguardias “expresivas”: futurismo, expresionismo, dadaísmo, etc. _____	0 [0.0%]
Siglo XX: Vanguardias “geométricas”: cubismo, constructivismo, neoplasticismo, Bauhaus. _____	5 [11.4%]
Siglo XX: Surrealismo y poesía visual. _____	3 [6.8%]
Siglo XX: Nueva tipografía y Estilo tipográfico internacional. _____	6 [13.6%]
Siglo XX: Tendencias de la 2ª mitad: Escuela de N. York, Push Pin Studio, Psicodelia. _____	4 [9.1%]
Siglo XXI: Posmodernidad y últimas tendencias. _____	19 [43.2%]

Otros referentes históricos:

- Retórica visual, posmodernismo suizo, tendencia europea, tendencia label, tecno impresionismo, Urban Design.
- Suelo plantear con cada proyecto una época histórica.
- Trato de investigar y adaptar a las unidades didácticas referentes plásticos, pintores históricos, actuales... con los contenidos y proyectos.
- Todas según proyecto.
- Dependiendo del proyecto e incluso del alumno o alumna y su forma de querer comunicar, se debe saber indicar qué es lo conveniente en cada caso.
- Las vanguardias.

- He seleccionado los tres últimos pero no me lo permite el cuestionario.
- Referentes de la narrativa popular y cinematografía.
- Todos esos referentes que se citan son fundamentales. Quizá cada uno puede ayudarles por un aspecto diferente (ej. para romper retículas o uso expresivo de la letra va muy bien hacer referencia a vanguardias expresivas. Para transmitir conceptos simples E. de NY...).
- Previos al XIX y Nueva Tipografía.
- Siglo XX: primeras y segundas vanguardias. Siglo XX-XXI: Posmodernidad y últimas tendencias.
- Varios.
- En cada caso los necesarios. No tienen por qué ser siempre referentes históricos. Me parece un error vincular siempre la creación y desarrollo de Proyectos de comunicación a referentes históricos. Pueden ser literarios, música, técnicas o de cualquier otro tipo. Este año un alumno ha suspendido el Proyecto Final porque la Imagen de Identidad que creó para una empresa de marmolería estaba basada en el estudio y abstracción formal de una herramienta característica para el trabajo del mármol. El Tribunal reconoció el buen resultado pero entendió que le faltaba todo el estudio histórico artístico referido a antecedentes históricos, vinculación de la imagen a estilos concretos etc. Desde un punto de vista profesional y respetando la decisión del tribunal, me parece una barbaridad.
- Se utilizan casi todos dependiendo del caso.
- Todos los que puedo.
- Todos.
- Los referentes son válidos independientemente de a qué época pertenezcan. Marco la última casilla, pero lo correcto sería marcarlas todas.
- Utilizo todo tipo de referentes históricos independientemente del periodo temporal, me centro en la tipología del proyecto. Dependiendo de si es tipográfico, editorial, corporativo, etc.

- Dependiendo del trabajo se puede usar: Siglo XX: Vanguardias “expresivas”: futurismo, expresionismo, dadaísmo, etc. Siglo XX: Vanguardias “geométricas”: cubismo, constructivismo, neoplasticismo, Bauhaus. Siglo XX: Surrealismo y poesía visual. Siglo XX: Nueva tipografía y Estilo tipográfico internacional.

¿Qué diseñadores de referencia utiliza en sus clases?

- Paul Rand, Saul Bass, Carson, Isidro Ferrer, Sagmeister, Bogusky, o locales como Utopicum, We are small, Getting better... agencias de publicidad (La despensa), diseñadores activistas (diseño social), diseñadores e ingenieros de papel (para ir más allá de la herramienta digital)..., no sé, para cada proyecto intento que los alumnos abran el abanico con ejemplos de calidad, muchos y variados: espacio, objetos y mensajes.
- Isidro Ferrer, Chema Madoz, Luba lukova, Spiekermann, Sagmeister, Saul Bass... Es decir, los básicos y otros especialistas dependiendo de cada tipología de proyecto o trabajo.
- Sería muy complicado realizar un listado de diseñadores que se usan en clase. La propuesta de diseños se va realizando dependiendo de la propuesta de trabajo que se vaya a realizar. No tengo un diseñador de referencia. Sí es verdad que en muchos casos aparece Isidro Ferrer, Paul Rand, El Lizzitsky, J. Tschichold, Josef MüllerBrockmann, Max Miedinger, Saul Bass, Sergio Jiménez, Iván Castro.
- Paul Rand, Saul Bass, Daniel Gil, Isidro Ferrer, Manuel Estrada, Milton Glazer...
- Ninguno. Dependiendo de la propuesta se hace referencia a los que considero pueden aportar información válida. Siempre busco la pluralidad de fuentes y no pretendo nunca influir sobre ninguno en concreto. Es el alumno quien debe analizar y dirigir su interés hacia los modelos observados.
- Manuel Estrada, Tschichold, MüllerBrockmann, Getsner, Isidro Ferrer, Sánchez & Lacasta, Daniel Gil.
- Diversos estudios de diseño.
- Desde Enricus de Vulheno y Aldo Manunzio, pasando por John Baskerville, Firmin Didot hasta Edward Jhonston, Beatrice Ward, Jan Tschichold, Gerrit Noordzij, Erik

Speikermann, David Carson, Sagmeister & Walsh, Marian Bantjes, Pentagram, Non Format, Hey Studio, Mark MacKay, Iván Castro...

- Manuel Estrada, Pati Nuñez, Cruz Novillo, Otl Aicher...
- Busco gente desconocida, les resultan más cercanos. Los hay incluso mejores que los de siempre, los clásicos.
- Paul Rand, Massimo Vignelli, Saul Bass, Raymond Loewy, Herb Lubalin, Pentagram...
- La gran mayoría son profesionales que he conocido personalmente (Isidro Ferrer, Pep Carrió, Patrick Thomas, Manuel Estrada, Daniel Gil, Andreu Balius) y que en muchos casos han visitado la escuela o simplemente son exalumnos (Mark Brooks, Javier Jaén,...) También grandes clásicos (JosefMuller Brockmann, Saul Bass, Paul Rand,...) o profesionales de reconocimiento internacional (David Carson, Neville Brody, Sagmeister...).
- Diseñadores, tipógrafos y calígrafos españoles como Enric Jardí, Isidro Ferrer, Cruz Novillo, Andreu Balius, Laura Meseguer, Oriol Miró o Iván Castro, entre otros. Stefan Sagmeister, El Lizzitski, Rodchenko, Seb Lester, Alex Trochut, Kiss Miklos, Milton Glasser, Saul Bass, Martin Schmetzer, Daniel Gil... Depende de las características del proyecto a plantear, y en ocasiones de la línea que siga el alumno.

Diseñadores Gráficos: Manuel Estrada, Alberto Corazón, Cruz Novillo. Diseñador: Bruno Munari. Poetas Visuales: Jorge Chamorro, Mágoz, Sergio Delicado, Joan Brossa, Pierre D. La James Victore, Jon Contino, Iván Castro, Alex Trochut, Isidro Ferrer, David Carson, Saul Bass, Paul Rand, Daniel Gil, etc.

- Siglo XX y XXI con más frecuencia. Procuero combinar nombres de diseñadores conocidos (tanto nacionales como internacionales) con otros emergentes, gente joven, para crear empatía con el alumno.
- La mayoría diseñadores de editorial o tipógrafos por ser el área que imparto: Carvalho Bernau, Atelier Muesli STUDIO NEWWORK Pentagram Irma Boom etc Isidro Ferrer, Astrid Stavro, ladyssenyadora;
- Andreu Balius, Laura Meseguer, Didac Ballester, Pepe Gimeno, Iban Ramón,...

- En la pregunta ¿Qué referentes históricos utiliza más en sus clases? me hubiera gustado poder seleccionar más opciones ya que los referentes históricos que empleo son amplios y variados según el proyecto que los alumnos tengan entre manos.
- Tanto los más clásicos como los actuales, dependiendo de lo que se plantee en la propuesta. Incluso se motiva al alumnado a realizar sus propias mezclas estilísticas a partir de lo conocido y añadiendo su forma personal de trabajar. Sobre todo en el último curso de ESDG.
- Todos los que puedo.
- Depende del proyecto y sus objetivos. Siempre intento revisar grandes figuras y ejemplos actuales.
- Manuel Estrada, Isidro Ferrer, Thorgerson, Dan Friedman, Andreas Preis, Dr. Aldrete, Milton Glaser, Cruz Novillo, Alex Trochut, Chema Madoz, David Carson, Pep Carrió, Sagmeister, Yuko Nakamura, Diego Vainesman, Rubén Fontana Alberto Corazón, Saul Bass, Daniel Gil, Noma Bar, Neville Brody, Luise Fili, Mario Eskenazi y Pentagram entre mucho más.
- Bradbury Thompson, Saul Bass, Noma Bar, Pablo Lobato, Alberto Corazón, Mariscal...
- Sagmeister y Walsh (creatividad y riesgo), Demian Conrad (conceptualización profundo conocimiento de la impresión), Pati Núñez (didáctica, pedagógica y muy proyectual), Clase bcn (trabajo en equipo), entre otros.
- Múltiples y Premios nacionales de Diseño
- Iban Ramon, Didac Ballester, Nacho Lavernia, Dani Nebot, Pepe Gimeno, Nectar Studio, Enric Jardí, Javier Errea, Diego Obiol...
- Depende, suelo señalar españoles, mujeres, a los pioneros en general, y lo cercano más desconocido.
- Según el grupo o alumno.
- Depende del proyecto. Generalmente los más destacados en cada disciplina, tanto del ámbito histórico como de la actualidad.

- Imposible responder. A modo de homenaje, citaría el extraordinario diseño de la marca Newman de Raymond Loewy.
- Muchos, pero mis favoritos Isidro Ferrer, Reza Abedini, Paul Rand, Saul Bass, Fernando Gutiérrez, Magoz, Jhos Bril, Pablo Martín, Pep Carrió, Michel Batory, Pep Montserrat, Peter Donnelly, Sageimester, Lex drevinski, Charly Harper, Anagrama, Pentagram, Suma, Mucho, Graffica, Classe, Eduardo del Fraile, Estudio mosca, Ladiseñadora...
- Son muchos los nombres de diseñadores, estudios de comunicación, revistas de diseño, artistas gráficos y plásticos que vemos en el aula. Nombres como Alberto Corazón, José María Cruz Novillo, Sergio Jiménez, Alex Trochut, Sut Culture... trato de mezclar lo último con referentes históricos.
- Saul Bass, Sagmeister, Art Chantry, Paula Sher, Paul Rand, David Carson, Fukuda....
- Los más representativos de las distintas áreas del diseño de todas las épocas y después oriento a los alumnos según sus gustos y tendencias personales. Procuero no mostrar demasiado mis preferencias para no crear un estilo, mejor que ellos desarrollen su propio gusto.
- Utilizo una enorme cantidad de referencias en clase, desde William Morris a James Victore, de Piet Zwart a Experimental JetSet. Me da igual la época, el estilo o la pieza si ilustra un argumento y contribuye a su comprensión y asimilación por parte del alumno. Las referencias pueden estar incluso lejos de la historia del arte y del diseño, como manifestaciones culturales populares, literatura, teatro, cine, piezas publicitarias, envases, herramientas, etc.
- Tipógrafos de todas las épocas.

Valoración de los proyectos

¿En qué porcentaje valora los siguientes aspectos a la hora de seleccionar una de las ideas propuestas por el alumno en la fase de ideación?

Respuesta única en cada aspecto, de 1 a 5 en escala incremental de importancia.

Creatividad: ¿es novedoso el enfoque del tema? ¿es original la forma de transmitir el mensaje?

1 _____ 01 [02.4%]

2 _____ 05 [11.9%]

3 _____ 08 [19.0%]

4 _____ 10 [23.8%]

5 _____ 18 [42.9%]

Comunicación: ¿se adecúa a la línea de comunicación planteada? ¿está dirigida al público objetivo?

1 _____ 00 [00.0%]

2 _____ 01 [02.4%]

3 _____ 06 [14.3%]

4 _____ 11 [26.2%]

5 _____ 24 [57.1%]

Funcionalidad: ¿se puede desarrollar con los medios / habilidades / tiempos disponibles?

1 _____ 00 [00.0%]

2 _____ 04 [09.5%]

3 _____ 09 [21.4%]

4 _____ 16 [38.1%]

5 _____ 13 [31.0%]

Otros aspectos a valorar:

- Hago un matiz: como son ellos los que tienen que trabajarlas y no yo, los que las van a incluir en sus portfolios y si triunfan (si se trata de un concurso o algo así) los que van a ganar el premio, siempre procuro que las ideas las seleccionen ellos mismos, no yo, aunque les comento los pros y contras de cada una de sus propuestas e intento que reflexione esa persona (que generalmente nunca se ha enfrentado a un problema similar) que tenga en cuenta lo que conlleva producir esa idea y cuánto está dispuesto a trabajarla para ser capaz de llevarla a buen puerto (funcionalidad).
- Tiempo y forma de dedicación.
- Memorandum de trabajo; proceso de documentación proyectual: le doy importancia 10. Un buen comunicador debe saber explicar clara y correctamente las fases de proceso de trabajo, sin literatura pomposa ni trampas demagógicas. Una memoria de trabajo sirve para entender la complejidad de cualquier proyecto, por pequeño que aparente ser. Y esto, el alumno (y el docente) todavía parece que lo entiende como una tarea extra sin ningún tipo de beneficio para la formación.
- Adaptación de la solución formal al concepto.
- Alcance social (sostenibilidad, tendencias, globalización, localización, ética...)
- No puedo relacionar porcentajes con cifras del 1 al 5, he supuesto que el 5 es 100%, 4 es 75%, etc. También he supuesto que se refiere al total de la nota otorgada al ejercicio.

¿Qué valor porcentual aplica en la corrección de los proyectos?

Respuesta única en cada aspecto, de 1 a 10 en escala incremental de importancia.

Calidad conceptual:

1 _____ 00 [00.0%]

2 _____ 00 [00.0%]

3 _____ 02 [04.8%]

4 _____ 03 [07.2%]

5 _____ 07 [16.6%]

6 _____ 05 [11.9%]

7 _____ 07 [16.6%]

8 _____ 05 [11.9%]

9 _____ 01 [02.4%]

10 _____ 12 [28.6%]

Calidad técnica:

1 _____ 0 [00.0%]

2 _____ 1 [02.4%]

3 _____ 5 [11.9%]

4 _____ 6 [14.3%]

5 _____ 7 [16.6%]

6 _____ 5 [11.9%]

7 _____ 2 [04.8%]

8 _____ 9 [21.4%]

9 _____ 3 [07.2%]

10 _____ 4 [09.5%]

Otros aspectos a valorar:

- Presentación. Trabajo en equipo. Investigación.
- Fase de ideación, diferentes propuestas y proceso.
- Actitud, esfuerzo...
- Valoro cuatro fases: información, creación, realización y presentación...y sobre todo la gestión de diseño.
- Adecuación archivos generados. Organización de la información, Utilización de herramientas adecuadas.

- Estas valoraciones variarían si se tratase de otro curso, mi materia es de 1º.
- Para mí ambos aspectos son vitales, pero mi perfil e intereses resulta más creativo que técnico (yo no soy diseñadora gráfica, sino creativa publicitaria, por eso es donde más puedo aportarles).
- Atrevimiento, cantidad de errores, razonamiento sustentado en la observación, base teórica específica y transversal.
- Lo más importante es dar con un diseño útil y funcional.
- Calidad en la investigación documental, Calidad en la investigación de recursos expresivos o comunicativos.
- Interés. Investigaciones personales. Debate de ideas.
- Investigación. Abocetado. Capacidad de síntesis. Capacidad comunicativa. Presentación de proyectos.
- Creatividad.
- Temporalización. Fecha de entrega. Presentación (calidad y orden).
- Proceso, casi al 50%.
- Atención y esfuerzo.
- Respuesta basada en estudios de Ciclos Superiores. En el caso de Estudios Superiores el equilibrio es mayor (5/5).
- No sé cómo contestar, depende de cada proyecto. Según los objetivos.
- Tengo muy en cuenta lo relativo al lenguaje y códigos visuales.
- Planteamiento. Efectividad de la propuesta. Respuesta a la necesidad real. En definitiva, Funcionalidad.
- Selección, organización y estructuración de la información. Presentación y defensa del proyecto.
- Autonomía y seguridad en las decisiones.

- La mayoría de las veces esto es relativo, ya que depende del objetivo del proyecto. Sin embargo sería válido si tomamos como referencia el proyecto final (actualmente integrado).

Análisis del presente y retos futuros

¿En los últimos años qué cambios ha notado, si los ha habido, en la forma en que se enseña el diseño gráfico?

- La metodología se ha diversificado y flexibilizado en función de una mayor adaptación a cada proyecto de comunicación. De alguna manera se ha hecho más informal y pragmática enfocada a obtener un resultado final mejor acabado. En la misma línea La exigencia de calidad técnica en la resolución ha aumentado.
- No he notado muchos cambios, eso es lo que nos preocupa.
- Se ha estructurado y profesionalizado. Se ha alejado de la retórica artística.
- Las nuevas tecnologías e internet son actuales herramientas de trabajo que bien utilizadas permiten inmediatez en la búsqueda de información pero que tienen como inconveniente también la sobresaturación de información y fiabilidad de la misma. Muchos de los alumnos que empiezan los estudios tienen la falsa creencia de que el diseño gráfico es dominar un programa de desarrollo gráfico y se pierden en las grandes posibilidades que nos ofrece la tecnología llevando el diseño a un mero resultado estético y dominio técnico más que a un desarrollo intelectual, para solucionar este problema emergente está la aplicación en el aula de una buena metodología proyectual.
- El impacto de las nuevas tecnologías y los nuevos formatos digitales e interactivos plantean nuevos retos que mantienen al docente en continua evolución.
- Sólo hace seis años que me dedico a la docencia, tengo poco bagaje. Quizás destacaría que en plena era digital, y en una profesión que basa sus fundamentos en la comunicación visual, captar la atención del alumno hiperconectado a las redes es más difícil. Requiere un mayor esfuerzo por mi parte. Pero no los culpo. Yo también soy un profesor hiperconectado.

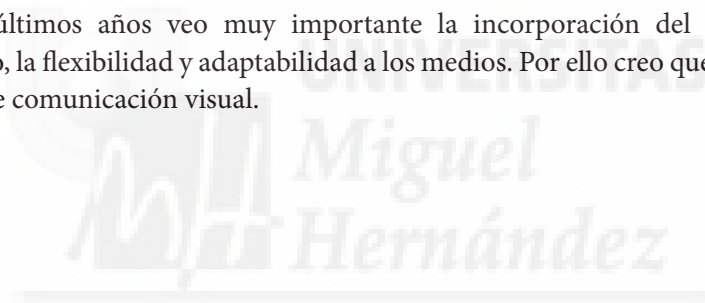
- Se está dejando de lado los métodos artísticos físicos (dibujo artístico, técnico, expresión gráfica) y solo se enseña a través de los medios informáticos.
- Creo que ha mejorado mucho, que el nivel de exigencia y de implicación de los docentes ha aumentado mucho, a pesar de la falta absoluta de apoyo y reconocimiento por parte de la Administración.
- Sí, un cambio brutal hacia las nuevas tecnologías y nos estamos olvidando del hombre. El alumno/a es el elemento que marca la diferencia.
- En realidad no tengo demasiada información al respecto, tan sólo llevo 30 años enseñando Diseño Gráfico y aprendiendo de mis alumnos. Sí ha habido cambios lógicamente, pero la realidad es que no tengo claro en qué medida han sido efectivos, porque no existe un paradigma real ni una regulación profesional de la actividad y esto condiciona la enseñanza de la misma. Si te interesa este tema (y si no lo has consultado con anterioridad), te recomiendo una serie de artículos recogidos en un libro que en realidad es una revista Temes de Disseny, del Servicio de Publicaciones de Elisava. N^o 6 ISSN 02136023 Dep. Legal: B. 10.4291991 Este número se dedica profusamente a PEDAGOGÍA DEL DISEÑO. Si te interesa y no lo encuentras, puedo conseguirte un ejemplar o al menos una copia.
- El alumno busca una menor carga teórica, estando más estimulado por la práctica y un tipo de aprendizaje más visual.
- Veo sobre todo cambios en la manera en la que se plantean los proyectos (en las propuestas) y en cómo se le pide la investigación al alumnado.
- Las enseñanzas han mejorado en cuanto a metodología, objetivos y contenidos. La evolución de las herramientas TIC ha favorecido que el alumno finalice sus estudios con más dominio y mejor preparado que los alumnos de hace 20 años. Por contra creo que se está perdiendo la potenciación de la creatividad y hay cierta tendencia a la *copia* de las fórmulas de diseño exitosas.
- El gran cambio que he notado ha sido la reducción de horas en la materia de proyectos. Hemos pasado de 12h a 7h en nuestros ciclos y esto va muy relacionado con la manera de enseñar, ahora tenemos menos tiempo y no podemos desarrollar trabajos de una manera amplia y correcta. Esto ha mermado la calidad ya que según los decretos deben ver muchas cosas en poco tiempo. El acceso a la información por parte del alumnado ha cambiado mucho desde el 2004 que empecé en la enseñanza.

- El gran acceso a la información por parte del alumnado es algo que nos ha beneficiado, igualmente ese acceso tan general a mucha información ha perjudicado de alguna manera la creatividad de nuestros alumnos, ven mucho y *utilizan* muchos recursos ajenos, eso es algo que se ha extendido de manera general en nuestros estudiantes.
- Se centra más en conseguir resultados gráficos impactantes, centrados en la instrumentalización y uso exclusivo de recursos digitales, acorde a las tendencias. Pero obviando la fase de producción y frecuentemente vacíos de contenido. Menos cantidad y más espacio para el pensamiento.
- La disponibilidad y utilización de herramientas nuevas como los medios informáticos han permitido desarrollar más la fase creativa en el aula, así como la consulta de ejemplos y tendencias en Internet que permiten al alumno obtener una educación visual más completa.
- Las nuevas tecnologías de la información (TIC) han facilitado el intercambio de comunicación para usar en clase con los alumnos, por ejemplo dropbox, slideshare, blogs, PLES.. Estas herramientas nos pueden ayudar a mejorar la comunicación bidireccional entre alumno y profesor, incentivando así su participación.
- La inmediatez de las tecnologías imperantes, la rapidez en la adquisición de materiales y recursos.
- Más tecnología, menos contenido conceptual.
- El cambio del plan de estudios que obliga a reformular las enseñanzas.
- En las Escuelas se tiende a utilizar mucho lo más *moderno* y no siempre es lo más eficaz.
- Mayor y mejor acceso a la información de calidad y profunda. Aparición de herramientas de trabajo colaborativo que amplían el espacio del aula y el tiempo de la clase. Herramientas de exhibición y promoción en la red. Desarrollo de software más democrático. Un mayor contacto con Europa gracias a Erasmus.
- Mayor uso de las técnicas digitales en detrimento de las técnicas manuales. Mayor uso de las nuevas tecnologías.
- He notado que existe mucho desconocimiento en cuanto al término diseño gráfico (todo el mundo piensa que diseñar es embellecer). Los alumnos aprenden mucho

más viendo diseñadores, referencias, comentando imágenes en clase... haciendo muchos ejercicios prácticos reales con la teoría que vemos en clase.

- Hay un exceso de tecnología en detrimento de talleres manuales y conceptuales. Muchos de los alumnos piensan que el diseño gráfico es manejar virtuosamente aplicaciones informáticas,
- 1. La pérdida del interés por parte de una parte de los alumnos por las técnicas manuales. Aunque depende de cada promoción. 2. La necesidad de tener aulas interdisciplinarias.
- Soy nueva en las escuelas y no puedo contestar con conocimiento de causa.
- Es mucho más ágil por los medios de consulta que se disponen. Tal vez por eso mismo falta más creatividad a la hora de buscar soluciones.
- Bueno, creo que hay que dominar mejor el formato audiovisual porque es lo que se demanda. Creo que hay que fomentar e insistir en la base estética (que es donde radica la fuerza de una idea y no debemos olvidar que son comunicadores visuales) Y creo que hay que apostar más que nunca por los buenos conceptos y las ideas novedosas, extrañas y locas, pero trabajadas (todo anda muy estandarizado). Ya tendrán el resto de sus vidas para hacer *lo de siempre*.
- Internet...
- La utilización de material audiovisual gratuito (entrevistas, documentales...) gracias a Internet (Vimeo, Youtube,...) para complementar las explicaciones en el aula.
- El diseño no es sólo composición y dominio de los procesos de producción. Se está enfatizando que primero hay que pensar la idea y después ejecutar bien.
- De metodología, de recursos, de presentación.
- Demasiada dependencia de las últimas tecnologías, ordenador, internet...
- En los últimos años se han notado grandes cambios, sobre todo, en la gran cantidad de recursos para desarrollar un proyecto y sus acabados.
- Puesto que los tiempos y los recursos se han reducido, la enseñanza ha tenido que ir poco a poco acortando los contenidos y la calidad se ha resentido.

- El desarrollo de la tecnología informática (tanto el software, cada vez más sencillo e intuitivo, como el hardware, cada vez más potente y accesible) ha cambiado radicalmente no únicamente el modo en que se enseña el diseño, sino la profesión en sí misma, en el sentido de que los profesionales deben ser cada vez más versátiles y capaces de trabajar para distintos medios. Además, Internet es el medio que no sólo permite conocer las últimas tendencias de manera inmediata sino que abre la posibilidad del trabajo colaborativo y con clientes de todo el mundo.
- Incorporación de profesionales del diseño a la formación.
- Creo que el cambio más importante es todo lo referente al acceso y uso de la información y la comunicación y el desarrollo tecnológico. Todos estos cambios han entrado en el aula y se hace uso de ellos.
- En los últimos años veo muy importante la incorporación del pensamiento narrativo, la flexibilidad y adaptabilidad a los medios. Por ello creo que debemos de hablar de comunicación visual.



METODOLOGÍA PARA LA ENSEÑANZA DE DISEÑO GRÁFICO

¿Cree que alguno de los métodos publicados (Bruno Munari, Bruce Archer, Jorge Frascara...) es aplicable al proceso de enseñanza/aprendizaje?

Sí _____ 35 [82.9%]

No _____ 07 [17.1%]

En caso de utilizar alguno de ellos, especificar el/los autor/es:

- Bruno Munari y Jorge Frascara.
- Bruno Munari.
- Principalmente Bruno Munari, por su sencillez didáctica y su fácil aplicación.
- Frascara.
- Los utilizo todos.
- Metodología de Bruno Munari y Jorge Frascara.
- Munari y Frascara.
- Bruce Archer y Jorge Frascara.
- Bruno Munari.
- Bruno Munari y Jorge Frascara.
- Jorge Frasca y Joan Costa.
- Frascara y Roberto Chaves. Se utilizan todos y ninguno a la vez, hemos aprendido de ellos pero las cosas han evolucionado mucho.
- Contemplo varias metodologías. Pero me gusta especialmente la de Bob Gill.
- Bruno Munari, Jorge Frascara, Wucius Wong, D.A. Dondis y Justo Villafañe.
- 1º Jorge Frascara y Josep Rom. 2º Munari.
- Bruno Munari, metodología proyectual.

- Ellen Lupton y Frascara.
- Munari, Bruno: *Cómo nacen los objetos; Diseño y Comunicación Visual*. Lupton, Ellen: *Intuición, acción, creación. Graphic Design Thinking*.
- Bruño Munari.
- Bruno Munari y Bruce Archer.
- Cualquier planificación de la docencia que conlleve la definición de objetivos, el despliegue de procesos y técnicas pedagógicos, la gestión de tiempos y recursos, que prevea inconvenientes y anticipe la respuesta adecuada y que considere las limitaciones y capacidades de los alumnos como individuos y como grupo, es indispensable. Cada contexto requiere una adaptación del método, y planificar esta adaptación es lo que hacemos todos cuando participamos en la elaboración de currículos, en las programaciones didácticas que redactamos todos los años y en el día a día en el aula.

Todos esos autores son útiles para enseñar a los alumnos qué es un método y cómo y por qué se aplica, pero dudo que por sí solos contribuyan a conseguir que un alumno sea más creativo o a que sus resultados sean mejores. En algunos casos, los defensores de *el método* se convirtieron en sus detractores, otros pertenecían al ámbito de la arquitectura (donde es obvio que todo debe ser técnico y disciplinado) y casi todos al diseño industrial y toda esa fiebre por la metodología me parece más un debate setentero ya muy superado y bastante estéril. Proyecto implica método. Cuando quiero llegar a un lugar, me informo antes sobre cuál es la mejor forma de llegar, es decir, cómo y por dónde pasar para consumir el menor número de recursos posible.

- Bruno Munari y Frascara.
- Bruno Munari, Jorge Frascara, Bernd Löbach y Joan Costa.
- Christopher Jones, Guy Bonsiepe, B. Munari, G. Rodríguez, Löbach Bernd. Otros.
- Bruno Munari y Jorge Frascara.
- Supongo que todos ellos pueden ser válidos. No los utilizo conscientemente, (sí cuando he impartido a primeros cursos). Son los que se enseñan en asignaturas básicas e iniciales como *Teoría y metodología de proyectos*. Son correctos porque

siguen unas pautas básicas y generales para definir e interiorizar (por parte del alumno), el problema de comunicación a resolver y ayudan a buscar y encontrar posibles soluciones.

Observaciones:

- Aunque son muy básicos, considero que en cierto modo se pueden aplicar todos, especialmente con alumnos que están empezando y no entienden claramente de qué va esto ni tienen un proceso metodológico personal.
- Siempre intento que en los primeros cursos sigan estas metodologías de forma rigurosa, y al final de la carrera permito cierta libertad, sin perder de vista el proceso creativo y el cuidado en los acabados.
- Uso una serie de métodos/técnicas o como queramos llamarlas para conseguir los objetivos pedagógicos de los módulos que imparto, aprendidos con la experiencia, a base de ensayar cada año cosas nuevas, y que aplico en función de las circunstancias especiales que se dan cada año (nivel general, etc.).
- Cualquiera de los métodos son aplicables según cómo se lleve a cabo el proceso de enseñanza/aprendizaje.
- Sólo he leído a Bruno Munari.
- La metodología de Bruno Munari me parece coherente, pero debe ser modificada y adaptada a nuestros tiempos, estudios y alumnado. En determinados trabajos adaptados a trabajos reales es necesario realizar modificaciones a determinadas metodologías algo obsoletas, aunque siempre imprescindibles de base. Al final realizas un corta y pega confeccionando una metodología propia y aplicada al trabajo diario.
- En realidad cojo lo que me interesa de cada uno de los autores y lo voy impartiendo según el proyecto que se este realizando en el aula.
- Los objetivos del proceso de enseñanza/aprendizaje no son los mismos objetivos que los que se pretenden alcanzar a la hora de aplicar la metodología proyectual de estos autores. Creo que debemos diferenciar entre la metodología didáctica para abordar proyectos y alcanzar objetivos didácticos y una metodología o proceso de diseño que nos sirva para abordar y dar soluciones a los problemas de diseño que se plantean en cada proyecto. Pero con adaptaciones en temporalización y en fases.

- *¿Cómo nacen los objetos?* me sigue resultando útil aunque no suelo utilizarlo en clase puesto ya se hace en otros módulos como teoría del diseño.
- Intento que los alumnos encuentren su propio método, siempre partiendo de los que han funcionado y se utilizan más.
- No se utilizan como guía específica de manera directa, pero las fases de cada proyecto siguen, en general, las pautas marcadas en ellos. Además, se consulta bibliografía específica para cada tipo de proyecto (diseño de identidad, packaging, señalética, editorial, publicidad, etc.), donde los procesos deben abordar problemáticas concretas.
- Frascara y Roberto Chaves. Se utilizan todos y ninguno a la vez, hemos aprendido de ellos pero las cosas han evolucionado mucho.
- En realidad todas las metodologías tienen una misma base, las de Munari y Frascara son el mejor ejemplo para entender su funcionamiento y terminología. También es muy claro y completo el modelo de Briefing de Frascara.
- Ellen Lupton en tanto editora del manual *Intuición, acción, creación*, donde se pone de manifiesto la práctica metodológica basada en el denominado *design thinking*.
- Como metodología basada en la experiencia, y aunque se trate de diseño industrial, se puede filtrar y adaptar lo que nos interese para nuestra disciplina. Creo que es interesante ver alguno de ellos para valorar el proceso del trabajo hasta llegar a la solución final.
- Se utiliza mayormente la planteada por Jorge Frascara, aunque en ocasiones nos resulta de bastante utilidad mezclarla con algunos de los pasos que plantea Bruno Munari, en especial los apartados de: componentes del problema, recopilación de datos y análisis de datos.
- 1º Los utilizo para introducir a los alumnos en una visión global de la profesión y del proyecto. 2º Munari me parece interesante para reflexionar sobre los elementos del diseño.
- Los métodos citados son aplicables pero no son la mejor de las opciones por ser sobre todo académicos.

- Se deben explicar diferentes metodologías proyectuales con el fin de poder conocer y estudiar todas las etapas esenciales del proceso.
- Utilizo la metodología sobretodo de Archer, pero también la propuesta por Frascara y Munari.
- Existen multitud de métodos aplicados a diversas disciplinas del diseño y especialmente al de producto donde los controles de calidad e inversiones para la fabricación son mayores. Algunos se pueden adaptar al entorno de la comunicación visual o diseño gráfico. Yo suelo distinguir entre Diseño gráfico como disciplina o campo profesional y comunicación visual como esencia de dicha disciplina para la materialización de los proyectos. A mí me parece que son cosas diferentes tanto en su forma como en su fondo. Yo entiendo igualmente que no existe un método lineal y que todos aportan riqueza y diversos enfoques y según el tipo de proyecto es más adecuado o interesante usar o basarse en unos u otros. Lo interesante es que el alumno acabe interiorizando un modo de trabajo que le permita abordar proyectos de un modo fácil y efectivo. Yo pienso que los métodos son para ayudar y facilitar, no para complicar las cosas. Un método complejo no es válido por definición porque va contra los objetivos de cualquier principio metodológico.

¿El método de enseñanza debe ser igual a los métodos utilizados por los profesionales para realizar sus proyectos, o es necesaria una metodología específica?

Igual al profesional _____ **13 [30.2%]**

Metodología específica _____ **29 [69.8%]**

Observaciones:

- Metodología específica que explore, proporcione condiciones similares al mundo laboral, pero es obvio que formarse es un paso anterior a trabajar. Aunque podría darse en según qué ciclo (los más prácticos) que trabajo y estudio fueran idénticas situaciones (Aprender Haciendo, AOP).
- Para empezar es siempre importante crear un método específico.
- Depende de la materia y de los casos específicos. Enseñamos a futuros profesionales y deben conocer diferentes metodologías para enfrentarse a cada caso concreto y para adaptar y generar una metodología propia. De la forma de trabajar de

profesionales de prestigio se aprende también mucho, por lo que pienso que sería una combinación de ambas respuestas.

- La idea de base es que el trabajo realizado en el aula sea lo más parecido a un trabajo real con un cliente. Esto se puede realizar gracias a la confección de trabajos reales. Sí es verdad que en determinados casos se crea una metodología específica debido a la aplicación de determinados objetivos curriculares.
- Es necesario acercar todo lo posible la práctica del diseño de mensajes gráficos a la realidad de la profesión, pero ha de establecerse obligatoriamente una monitorización del proceso con metodologías didácticas específicas para que el alumno entienda en qué fase del proceso está y cómo se le puede sacar partido.
- Pienso que deben trabajarse las dos situaciones, aunque no permite marcarlas.
- Dado que no existe una metodología estándar para abordar un proceso de diseño, el método de enseñanza debe ser mucho más organizado, guiado y controlado que la dinámica profesional. Debe ser planteado con calendarios de ejecución por fases, y todo el proceso debe reflejarse en una memoria donde el alumno muestre el planteamiento del problema, el desarrollo del proyecto y justifique la solución adoptada.
- Ya que la metodología usada para clase dependerá de distintos factores (tipología del alumnado y del proyecto entre otras), considero conveniente probar durante el proceso de enseñanza aprendizaje distintos métodos, para que el alumno pueda ir configurando su propio método de trabajo con el que podrá incorporarse al campo profesional.
- El método de enseñanza ha de ser lo más similar posible al método de trabajo utilizado a nivel profesional, si bien es necesario adecuarlo y aplicarlo de forma gradual para el desarrollo progresivo de determinadas aptitudes y conocimientos en el alumno.
- En el aula este tipo de enseñanza debe plantearse desde una perspectiva donde puedan abordar todo el proceso metodológico para que entiendan qué es un proyecto y valoren todas las fases del mismo. En un futuro profesional tendrán que saber adaptarse a los condicionantes que se les planteen porque además deberán coordinarse con más profesionales para llevar a cabo sus proyectos.

- Cada diseñador ha de crear su propia metodología y llamar a cada paso o proceso con la nomenclatura que considere oportuna.
- Esta metodología, aunque debe tomar como modelo el desarrollo profesional de proyectos, debe adaptarse al nivel educativo y a los contenidos específicos de cada unidad didáctica.
- Cada profesional aplica distintas metodologías. No hay una que sirva para todo.
- Para mí el principio básico es aprender y desarrollar la creatividad, no producir resultados para posibles clientes.
- Se debe utilizar una metodología específica, es decir, se debe utilizar la que utilizan los profesionales para realizar sus proyectos pero con pequeñas modificaciones para cumplir los objetivos y contenidos en una programación y en el aprendizaje.
- No creo que tenga que ser ni una cosa ni la otra. Considero que se debe ofrecer alguna/s que pueda servir de orientación, y fomentar que poco a poco cada uno vaya desarrollando la suya propia.
- Los métodos mencionados corresponden a la teorización de la praxis profesional, modificando y variando las fases y los tiempos.
- Una metodología específica que plantee los problemas de los profesionales pero que se adapte a las dificultades de aprendizaje del alumno.
- En cualquier caso, sí debería ser similar al método profesional.
- Creo que la enseñanza es un espacio de aprendizaje y de pensamiento en donde no se debe estar cubriendo únicamente las exigencias del mercado, sino que creo que se debe ir más allá, darles instrumentos y recursos a los alumnos para que puedan pensar por sí mismos y afrontar cualquier situación, eso requiere plantearles situaciones ideales con una metodología específica para que se cumplan los objetivos de reflexión que debe tener la enseñanza.
- Creo que hay que dar mucha más importancia a determinadas fases del proceso de trabajo.
- Se trata de enseñar diversas vías para que el alumnado sea libre de elegir en cualquier caso la que más se adapte a ella (no tienen por qué aferrarse a solo una, sino más bien con sus conocimientos e inquietudes que elaboren su propia forma).

- Los métodos de diversos autores (Munari, Frascara o los basados en el modelo de Bruce Archer...) se deben conocer y sirven como modelo para elaborar procesos de trabajo apropiados a cada proyecto concreto, pero también es necesario que el alumno como profesional del diseño adquiera la capacidad de elaborar sus propios métodos según necesidades concretas. Ya explico en las observaciones anteriores lo que opino de la necesidad de una metodología didáctica específica para abordar el proceso enseñanza/aprendizaje de la asignatura de proyectos.
- Si nuestras enseñanzas estuvieran basadas en Proyectos reales, con clientes reales, plazos reales y se materializaran o produjesen en el mundo real, evidentemente, los métodos deberían aproximarse a esa realidad y a un concepto más profesional. Pero nosotros debemos enseñar a utilizar uno o varios métodos al alumno y hacerle comprender su necesidad como herramienta y en ese sentido es necesario adaptar los métodos haciéndolos más asequibles hasta que el alumno los vaya interiorizando y personalizando en modelos propios o profesionales.
- Supongo que cada profesional tiene su método. Creo que no opera del mismo modo, por ejemplo, Alex Trochut, que Stefan Sagmeister, Alberto Corazón que Eric Spiekermann...
- Con algunas particularidades: plazos más amplios que en un estudio profesional. Incidir en la ideación manual como base de la creatividad. Aunque los tiempos son diferentes y siempre hay diferencias.
- Acercarnos a una visión profesional de lo que es la calle debe ser prioritario. Ahora no obstante creo importante introducir metodologías específicas para abordar conceptos más concretos de las guías docentes, adecuandote a las materias, guías y niveles de formación.
- Hay que preparar al alumnado para los encargos reales, si bien es necesario aportarles una carga teórica antes de cada proyecto.
- Creo que la tarea más compleja de estas materias proyectuales (que hace que no todo el mundo pueda impartirlas) es precisamente enseñar a los alumnos y alumnas a enfrentarse y resolver problemas de comunicación eficazmente y es difícil de enseñar: enseñar a mirar, a pensar, a investigar y tomar decisiones correctas pero al mismo tiempo diferentes (para llegar a algo creativo) y creo que para aprenderse/enseñarse y no perderse por el camino hay que seguir unos pasos . Por eso creo que primero hay que mostrarles y hacerles probar distintos caminos para que

con el tiempo, cada uno, en función del tipo de persona y de profesional que sea, cuando madure profesionalmente, desarrolle su propia metodología (cuando trabaje profesionalmente, si ha aprendido el sentido de cada parte, lo aplicará automáticamente, de forma menos consciente). Ahí creo que reside la importancia de las *memorias* porque reflejan esos procesos

- Durante la enseñanza se pone más énfasis en la adquisición de la metodología y en el adecuado desarrollo del proceso, mientras que la actividad profesional se orienta más a las consecución de soluciones que al proceso mismo.
- Por la especificidad de los ciclos de grado medio, no tienen conocimientos desarrollados en la fase creativa, centrándose los esfuerzos en la realización de archivos aptos para la impresión, solucionando problemas sencillos de composición e ideación.
- En realidad creo que sería la mezcla de las dos metodologías.
- Considero importante emular procesos, pero el punto de partida del estudio es con personal que ya tiene conocimientos y habilidades. Los alumnos han de adquirir tanto conocimientos, como habilidades. A través de las experiencias de los docentes.
- La metodología tiene que ver con el ejercicio de la profesión, pero un alumno tiene que formarse e ir aprendiendo y progresando gradualmente.

¿Elabora su propia metodología para la realización de proyectos de comunicación visual con sus alumnos?

Sí ___ 41 [97.7%]

No ___ 01 [02.3%]

En caso negativo ¿Cuál utiliza?

- Mezclo metodologías... y aplico dependiendo de multitud de factores.
- Para aprender a pensar y razonar sus soluciones utilizo el aprendizaje por descubrimiento. Para dotarlos del criterio necesario para su futuro laboral es fundamental que desarrollen su autonomía cuanto antes.

Observaciones:

- Una vez que se presenta el proyecto a realizar, se adapta, analiza y desarrolla la metodología.
- Cuando abordamos un proyecto lo iniciamos analizando las implicaciones sociales que plantea tanto el proyecto concreto como el área del diseño específico al que pertenece, de este modo el alumno se posiciona de modo activo pues se vincula al proceso de comunicación aportando su punto de vista, (está clara la diferencia a la hora de abordar un proyecto según métodos profesionales en los que el diseñador es mero transmisor de ideas). Aunque dependiendo del curso y la enseñanza, Ciclos o Enseñanza Superior.
- Hago comparativa, sobre las que existen, analizamos y encontramos la adecuada a cada proyecto, pues normalmente los proyectos son diferentes: Campañas, Señalética, Autoedición de Producto Editorial, etc...
- Metodología basada en mi experiencia profesional
- Como he comentado antes, me veo en la necesidad de adaptar diversos métodos y adecuarlos no sólo al nivel del alumnado sino también a las características particulares de cada proyecto. Por ejemplo entre un proyecto multimedia, web, etc y uno de gráfica impresa existen diferencias que deben abordarse de forma diferenciada.
- No es una metodología propia, sino más bien una metodología mixta; dependiendo de la fase del proyecto se insiste en un método más deductivo y de investigación o en otras fases se potencia la búsqueda de soluciones mediante la prueba y el error (Design Thinking).
- En realidad, uso diversos recursos metodológicos: unos aprendidos por experiencia profesional, otros por experiencia docente, otros por documentación bibliográfica.
- Las singularidades del proyecto planteado condiciona la metodología propuesta al alumnado.
- Se ayuda en la fase creativa, centrándose en la utilización de herramientas de realización.

- Marco unas pautas que considero lógicas a seguir y que después pueden servir de guión al elaborar las memorias.
- Depende del grupo de alumnado (edad, motivación, formación anterior, inquietud,...)
- Depende mucho del proyecto, soporte, público...
- Aunque sigo una pautas generales, cada nuevo proyecto voy modificando las metodologías para el caso que nos ocupa.
- Parto del esquema propuesto por Nigel Cross y lo adapto a la lógica de un contexto educativo.

¿El método de enseñanza debe ser aplicable de forma global o cada proyecto debe estudiarse para adaptar una metodología específica (estrategia proyectual)?

De forma global _____ **13 [30.2%]**

Metodología específica _____ **29 [69.8%]**

Observaciones:

- Con el método de enseñanza global creo que se fijan mejor los pasos a realizar, pero hay que adaptarlos a cada proyecto con sus especificaciones y finalidad.
- De lo global al caso específico.
- Hay una metodología global aplicable a todos los casos, pero se debe ajustar con variaciones a cada proyecto.
- Se ve una metodología de forma global y después se adapta una diferente según el proyecto a desarrollar.
- Cada proyecto tiene unos requerimientos y unos condicionantes especiales, la metodología debe adaptarse a cada situación, aunque partiendo de premisas básicas similares.
- La metodología de enseñanza debe tener en cuenta ciertos factores o variables, como por ejemplo perfil del alumnado que determina un estrategia didáctica concreta con el fin de conseguir también unos objetivos de aprendizaje concretos.

- Metodología Global y estrategia proyectual específica. No siempre existe metodología específica en campos novedosos o no está tan accesible a todos.
- La adaptabilidad y el cambio nos empujan a salir –como profesionales de la comunicación– de la *zona de confort*. Por lo tanto, es importante ir combinando metodología.
- Primero puede abordarse de forma global y luego ya se va hacia lo específico.
- Global, pero con especificaciones concretas si fuera necesario.
- Ni siempre la global ni siempre la específica
- Según el nivel en el que se imparta la materia, especialmente en los cursos altos, creo que es conveniente introducir metodologías específicas que ayuden a abordar la estrategia proyectual desde otros puntos de vista.
- Se debe aplicar de forma específica, siempre con unas pautas a tener en cuenta, es decir, se deben aplicar las fases necesarias para resolver el problema y desarrollar un buen proyecto.
- En esencia, se debe partir de una base global para ir entendiendo lo esencial y a partir de esa comprensión, saber aplicar, en algunos casos, una metodología específica, si así lo requiere el proyecto.
- Algunos proyectos necesitan una mayor profundización en la fase de investigación, otros en la fase creativa, otros en la ejecutiva... Incluso dentro de cada fase, en algunos les propongo ser más exhaustivos con el público objetivo, otros fijarse más en la competencia o antecedentes, etc.
- Aunque la base es la misma, en el trabajo por proyectos, cada uno presenta diferentes particularidades. A mi modo de ver el desarrollo del curriculum del alumno, debería de obedecer a esa estrategia global, que entiende las diferentes materias como los diferentes saberes (instrumentales, conceptuales y específicos).
- Mi método va desde la globalidad a lo específico, dedicando más tiempo a esta última.
- Me cuesta decantarme, sinceramente. Pero creo que para explotar el talento individual, tanto del profesor como del alumno, hay que admitir metodologías específicas dentro del método global.

- La estructura del proceso de diseño es habitualmente la misma, lo que cambian son los métodos o técnicas que se aplican en función de la naturaleza del proyecto.
- Cada proyecto requiere de unas estrategias específicas debido a los diferentes requisitos del cliente. Es posible aplicar métodos generales a determinadas partes pero es complejo hacerlo en su totalidad.
- Piensa globalmente y actúa localmente. Es mi filosofía.
- Creo que, partiendo de los pasos lógicos o básicos, cada tipo de proyecto pide una metodología específica.
- Creo haber contestado en las anteriores. Un método es una guía. Si existen multitud de ellos, de autores y diseñadores de relevancia, ¿cómo vamos a aplicar un método global? Si existe variedad es porque es necesaria, porque cada profesional o proyecto son distintos. Christopher Jones, nos muestra en su libro *Métodos de diseño* una gran variedad de ellos y ahí podemos ver claramente cómo se han creado métodos específicos para proyectos concretos. Un proyecto, un método.

No obstante sería interesante tener un esquema metodológico general y básico que pudiera personalizarse o adaptarse a diferentes necesidades proyectuales. Pero un método global, pienso que no. Si eso existiera el diseño sería otra cosa y al final podría ser ejecutado por máquinas o personas como máquinas. El método debe ser una herramienta al servicio del diseñador no un sistema global inamovible. Precisamente un diseñador se caracteriza por la toma de decisiones constantes. Una guía prefijada limitaría dicha capacidad. Yo entiendo el método como algo al servicio del diseñador no como una imposición que limite su capacidad de equivocarse.

La utilización de un método (estrategia proyectual) en la realización de proyectos de comunicación visual en el aula piensa que debería permitir:

Pregunta con posibilidad de selección múltiple de opciones

Aplicar en el aula procedimientos repetibles y asimilables __ 24 [54.5%]

Dividir el problema en partes más pequeñas _____ 28 [63.6%]

Superar el miedo al salto al vacío generando confianza y seguridad en el alumno _____ 29 [65.9%]

Organización y planificación del trabajo _____	41 [93.2%]
Identificar las necesidades planteadas en una propuesta comunicativa determinada _____	32 [72.7%]
Definir con eficacia el mensaje comunicativo _____	35 [79.5%]
La justificación de las soluciones adoptadas _____	31 [70.5%]
Ser aplicado a diferentes tipologías de proyecto _____	19 [43.2%]

Otros aspectos:

- Lo mas flexible posible o abierto. Científico (multidisciplinar).
- Búsqueda de problemas y soluciones novedosas.
- En los contenidos de ciclos de grado medio no se incluye la planificación y definición de proyectos de comunicación gráfica.
- Todos son válidos.
- Que el mensaje cumpla la función para lo que se ha creado.
- Como punto de partida para el desarrollo de metodologías propias todas las casillas anteriores forman parte de la metodología de un modo u otro, pero en esencia para mí un método debe permitir hacer mejor tu trabajo, es decir, ayudar a obrar y proceder en el proceso de diseño.
- El NO método también debería aplicarse.
- Valorar la rentabilidad de las soluciones barajadas. Definir y aplicar un timing, imprescindible.
- Una visión global pero transversal del problema específico a solucionar generando puntos de vista inéditos (creatividad).
- Adquirir conciencia del diseño gráfico como proceso. Ver las implicaciones y responsabilidades de carácter ético y moral que debe adquirir el diseñador/a como emisor de mensajes visuales y generador de “artefactos” nuevos (medioambiente).
- Aprender a pensar como comunicador visual y que cada alumno encuentre su propio método.

¿Está de acuerdo en la siguiente estructura básica de estrategia proyectual?: Definición de la propuesta, Análisis del problema / Búsqueda de información, Generación de alternativas / Proceso de ideación, Selección de la alternativa óptima, Producción.

Sí _____ 35 [82.5%]

No _____ 07 [17.5%]

En caso negativo, proponga cuál considera que debería ser la estructura:

- Creo que la parte del cliente tiene que estar más clara, con la presentación del contrabrief, sin que los costes de producción limiten la creación.
- Esa es, posiblemente la estructura más acertada. Pero estoy en total desacuerdo en que se ejecute por ese orden. No responde a una práctica profesional real ni realmente creativa. Casi siempre se ejecutan en paralelo y por retroalimentación. Una solución puede verse motivada y revelarse en las distintas fases de un proyecto y casi nunca sucede en la misma fase ni en el mismo espacio de tiempo. Eso no significa que no se tenga que reexaminar cada una de las partes del proceso para verificar que la solución propuesta resuelve efectivamente el problema definido por el diseñador.
- Si estamos hablando de estrategia para estudiantes, añadiría al final de ese listado, *Análisis o reflexión sobre el proyecto acabado y producido.*
- Definición de la propuesta, Análisis del problema, Búsqueda de información, Ideas iniciales, Selección de la idea a ejecutar, Ejecución, Verificación, Producción.
- Dividiría, no obstante, la búsqueda de información en: documentación, análisis de referentes y conclusiones.
- En general es un esquema que se repite en la mayoría de métodos conocidos, pero en realidad ninguno está adaptado a un aprendizaje sino que proceden de la experiencia o práctica profesional. Tal vez sea Bruno Munari uno de los autores que por su condición de docente se aproxime más a una propuesta didáctica.

Un grave problema es la imposición dogmática. Los alumnos aprenden uno o varios métodos sin comprenderlos y muchas veces adecuan su aplicación a los requerimientos del/de la profesor/a en función de la nota, no son conscientes de la verdadera dimensión de la herramienta y por tanto no les resultará útil en su futuro profesional. Rellenar apartados para cumplimentar una documentación exigida no

me parece la mejor manera de aplicar un método. Desgraciadamente en la mayoría de casos es así, pero a nosotros los profesores nos cuesta reconocer este aspecto.

Cuando uno se pone a hacer cualquier cosa, pintar la casa, cocinar, viajar, etc., verdaderamente lo que más cuesta es empezar y cuando has empezado es cuando echas en falta cosas que deberías haber tenido en cuenta y que ya no tienen solución y vas improvisando soluciones. Sabías qué cocinar, habías pensado colores para la casa o dónde ir de viaje, pero eso no es suficiente cuando se proyecta o se diseña.

Yo he sido profesional durante más de 30 años y también profesor de la especialidad, he contratado y despedido gente, he acogido alumnos en prácticas y sobre todo me he enfrentado a la cruda realidad del cliente en cientos de ocasiones y la conclusión, es que profesionalmente se trabaja de modo diferente al planteado en el aula. Siempre he procurado que mis alumnos se alejaran del dogmatismo y se acercaran a la realidad y eso me lleva en ocasiones a realizar propuestas reales y con clientes de verdad.

Para mí ninguna de las posibles fases tiene sentido sin una previa: *La comprensión del problema*. Cuando un cliente hace un encargo, estamos ante una primera propuesta, salvo que se haga a través de un exhaustivo y contrastado Briefing, es decir a través de un departamento comercial que ha planificado con otro de Marketing las estrategias de comunicación y se recoja con claridad en un documento la propuesta, con sus partes bien definidas, etc. En un caso así cualquier método o guía es válido para desarrollar de un modo organizado el Proyecto, aunque el exceso de documentación siempre irá en detrimento de su defensa ante un cliente bien formado y con criterio. En el resto de los casos, que son la mayoría, el cliente formula una primera propuesta con la que es prácticamente imposible ponerse a trabajar. Por tanto, entender el problema para saber qué se debe hacer es básico.

Es frecuente entre los alumnos que aplican literalmente un método descrito cualquiera, que a mitad de Proyecto, no sepan bien dónde están, ni qué están haciendo. Han buscado documentación, generalmente teórica influidos por un exceso de academicismo que yo considero innecesario y a veces absurdo. Historia de esto, historia de aquello, de la tipografía, de tal o cual movimiento artístico..., memoria va, memoria viene... Mi pregunta es, *¿todo eso para qué?* Yo discuto mucho con compañeros que lo exigen de manera literal porque está en un boletín o porque creen que para algo tienen tipografía o historia. Todo esto es un error. Sólo

hay que conocer la empresa, preguntar a la empresa, trabajar con la empresa, para comprobar la desconexión que existe entre un mundo y otro.

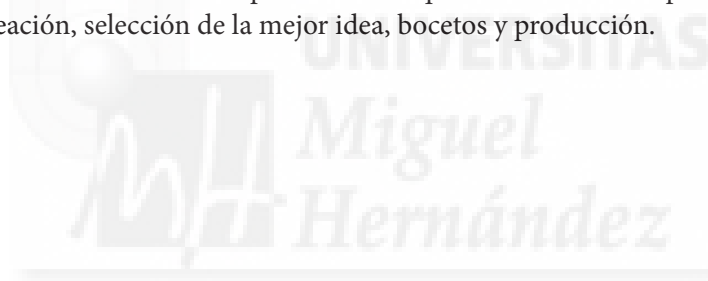
Pero en realidad, ¿cuál es el objetivo de la formación que les damos en un ciclo?. Que acaben trabajando en una empresa. Cuando llega un cliente y encarga un *logotipo* para una pequeña granja de caracoles, o un díptico de pavimentos para un acudir a una feria, o tantos y tantos proyectos del mundo real, es cuando podemos empezar a dimensionar todo este asunto y a centrarnos en lo esencial. Lo esencial es el problema real. Entender el problema, descomponerlo en partes, dimensionarlo, documentarse técnicamente, consultar a los especialistas pertinentes... y reformular en una nueva o segunda definición, dicho problema, para mí representa el 80% del éxito de un Proyecto. El 20% es fácil si se siguen las pautas ordenadas o fases de cualquier método conocido y si se tienen las destrezas técnicas necesarias para poder llevarlo a cabo.

Hay una frase milenaria que tomo prestada y que me gusta incluir en la metodología de mi programación: *Lo que oigo lo olvido, lo que veo lo recuerdo, lo que hago lo aprendo*. Desde mi punto de vista, hay que hacer que el alumno descubra la necesidad del método desde una propuesta real y no aleccionarle teóricamente para cubrir un formalismo o requerimiento. La metodología es compleja, pero básicamente sencilla de aplicar. Para ello el alumno tiene que saber pensar, cosa no siempre fácil. Antes de aleccionar en cualquier método, hay que despertar o instruir en la resolución y planteamiento de problemas. Quien mejor comprende y plantea, mejor resuelve. Todo este gran bloque inicial, creo que falta en nuestras propuestas y no se encuentra descrito en los manuales, porque se escriben para pautar a un profesional al que se presume ya capacitado para comprender los problemas iniciales. En el aula esto es diferente. Muy diferente y requiere por tanto una adecuación que no siempre estamos dispuestos o sabemos hacer.

- Depende el proyecto podemos añadir más o descartar algunas de las nombradas.
- 1. Definición y análisis del problema 2. Investigación y conclusiones 3. Redefinición del problema 4. Estrategia de diseño 5. Generación de alternativas conceptuales y formales 6. Evaluación de alternativas, selección y desarrollo de solución 7. Comunicación 8. Producción. Pero no siempre... ni necesariamente.
- El diseño de la comunicación visual tiene como objetivo básico emitir mensajes, algo intangible que se difunde en los medios y se materializa en los soportes. Luego

los proyectos se deben abordar desde una doble vertiente: una de comunicación y otra de realización.

- Sí, pero el orden puede ser alterado.
- Valoración y probación.
- Definición de la propuesta, Análisis del problema / Búsqueda de información/ Posible redefinición del problema / Conceptualización / Proceso de ideación o bocetos / Selección de la alternativa óptima, Producción / Post producción y seguimiento.
- Muy parecida, pero en lugar de búsqueda de información prefiero utilizar el término investigación (cliente, producto, público, competencia...) y tras esa fase les pido que determinen el concepto de diseño que enfocará todo el proceso. El resto igual: ideación, selección de la mejor idea, bocetos y producción.



TÉCNICAS CREATIVAS ESPECÍFICAS PARA LA DOCENCIA DEL DISEÑO GRÁFICO

En su opinión, el pensamiento creativo de su alumnado, se distingue por:

Pregunta con posibilidad de selección múltiple de opciones

Dominar un tema concreto _____	10 [22.7%]
Motivación por el tema _____	29 [65.9%]
Dedicar muchas horas al mismo _____	08 [18.2%]
La originalidad _____	18 [40.9%]
La flexibilidad _____	14 [31.8%]
Capacidad para plantear problemas _____	14 [31.8%]
Capacidad de establecer nuevas reglas _____	11 [25.0%]
Hacer uso de analogías _____	18 [40.9%]
Capacidad de observación _____	23 [52.3%]
Capacidad de análisis _____	24 [54.5%]
Otro _____	05 [11.4%]

¿Explica y utiliza técnicas creativas en el aula?

Sí _____ 40 [95.2%]

No _____ 02 [04.8%]

Observaciones

- Siempre en función de las necesidades, y cuando se presenta la necesidad de analizar el problema planteado, buscando forzar relaciones y puntos de vista laterales. La mayoría de las ocasiones determina la proyección y el análisis de diversas formas de solucionar problemas análogos.

- Se explican técnicas creativas y es potestad del alumno utilizarlas en sus proyectos. Creo que son más útiles como método de desbloqueo que como herramienta de trabajo en sí.
- Según sea el tipo de proyecto que plantee refuerzo, unas u otras.
- En la de Proyectos de 2º, conocer y utilizar diferentes técnicas creativas es una parte importante de cada proyecto.
- He impartido durante dos años la asignatura de Creatividad, e intento aplicar técnicas creativas en cada proyecto que planteo.
- Según el estado del grupo y sus carencias.
- En tipografía.

En caso afirmativo, ¿qué tipo de técnicas aplica?

Pregunta con posibilidad de selección múltiple de opciones

Técnicas de asociaciones libres:

intuitivas (brainstorming, analogía, estímulos a azar...) _____ 34 [77.3%]

Técnicas de asociaciones forzadas: racionales o

analíticas (estimular la capacidad combinatoria de la mente) _____ 28 [63.6%]

Otras:

- En general las técnicas de pensamiento lateral de Edward De Bono y los mapas mentales de Tony Buzan.
- Intento que vean el problema a resolver desde muchos ángulos y que definan bien y se metan en la piel del receptor del mensaje. Intento primero que se coman el tarro al máximo pero que luego simplifiquen al máximo el problema y la solución.
- Técnicas de estímulo del pensamiento emocional.
- El juego.
- Análisis pseudo semiótico de imágenes proyectadas puestas en relación con el problema planteado. Mood boards. Tablas de análisis comparativo. Benchmarking Heurística.

Cuestionario profesores de Diseño Gráfico

TÉCNICAS CREATIVAS ESPECÍFICAS PARA LA DOCENCIA DEL DISEÑO GRÁFICO

- Inducción/deducción, Retórica, Copy strategy.
- Búsqueda y utilización de materiales diversos.

Las técnicas creativas trabajadas en el aula, dan mejores resultados si son planteadas:

De forma individual _____ **03 [07.1%]**

En grupo _____ **06 [14.3%]**

Combinadas _____ **33 [78.6%]**

¿Considera necesario el desarrollo de nuevas estrategias creativas específicas para aplicar en el proceso de ideación proyectual?

Sí _____ **40 [95.2%]**

No _____ **2 [04.8%]**

En caso afirmativo, ¿en base a cuáles de las siguientes opciones considera interesante su desarrollo?

Pregunta con posibilidad de selección múltiple de opciones

Técnicas basadas en brainstorming _____ **19 [43.2%]**

Técnicas basadas en la analogía _____ **20 [45.5%]**

Técnicas basadas en estímulos al azar _____ **14 [31.8%]**

Estimular la capacidad combinatoria de la mente _____ **27 [61.4%]**

Técnicas para desarrollar en grupo _____ **29 [65.9%]**

Técnicas para desarrollar individualmente _____ **20 [45.5%]**

Estrategias relacionadas con la poesía visual _____ **26 [59.1%]**

Métodos proyectuales _____ **19 [43.2%]**

Otras:

- Yo no creo que mis alumnos, en general sean supercreativos. Quizá están demasiado influenciados por las nuevas tecnologías y al manejar todos las mismas herramientas (y tocar más ratón que papel y materiales) su fuerza visual y comunicativa se pierde. Copian demasiado y son muy conservadores, con miedo a saltarse el guión.
- Técnicas basadas en estímulos de la inteligencia emocional.
- En este curso académico están realizando cada uno de los/as alumnos/as unas agendas visuales. El curso pasado al asistir a la exposición de Isidro Ferrer y Pep Carrió nos encontramos con un trabajo creativo realizado por Pep, creando unas agendas de trabajo diario consistentes en desarrollar dibujos, collages, ideas, etc, en base a mirar el yo interno y la creación desde el pensamiento, la espontaneidad, los miedos, etc. En nuestro caso semanalmente hemos propuesto un trabajo en el que el alumnado dispone de un espacio de creación propio (agenda personal) basado en el trabajo sobre un concepto dado, una imagen o imágenes, incluso canciones. Esto nos está permitiendo encontrar verdaderos trabajos gráficos realizados por medio de la poesía visual o la mezcla de imágenes con diferentes técnicas plásticas. Verdaderamente es un trabajo muy completo para potenciar la parte creativa del alumnado.

ANEXO 2.

ENTREVISTAS DISEÑADORES



Enric Aguilera
Pablo Amargo
Pep Carrió
Pepe Cruz
Mario Eskenazi
Isidro Ferrer
Sandra Figuerola
Verónica Fuerte
Sr. García
Emilio Gil
Pepe Gimeno
Javier Jaén
Enric Jardí
Sergio Jiménez
Borja Martínez
Daniel Morales y Javier Euba
Daniel Nebot
Peret
Claret Serrahima

anexo 2 _ entrevista a diseñadores

ENRIC AGUILERA

entrevista realizada mediante cuestionario online: 9 de abril de 2015



“Los que resisten dignamente el paso del tiempo, que han estado a salvo de la dictadura de la moda... Para mí estos son los mejores proyectos.”

ENRIC AGUILERA

(Barcelona, 1952)

Muchas de los envases de alimentos, bebidas o cosméticos que nos rodean han sido creados por el diseñador catalán Enric Aguilera, lo que permite afirmar de él que se trata de uno de los creadores de packaging más importantes de la segunda mitad del siglo XX en España. Su formación se remonta a sus estudios de diseño en la escuela barcelonesa Massana, para tras aquellos años de estudio pasar a trabajar ya dentro del mundo profesional con algunos de los más importantes estudios y agencias de los años 70 y 80 tanto en Cataluña como en el resto del territorio nacional. Así, trabajó en Slogan, Asterisco, FriArt & Cano, Danis/Benton & Bowles, Delvico Bates o Tiempo BBDO, para en 1986 fundar su propio estudio y seguir diseñando algunos de los envases e identidades corporativas más reconocibles del panorama hispano.

Tras fundar AMR en 1998 junto a Morillas y Ruiz, estudio con el que llevó a cabo uno de los proyectos más relevantes que se realizaron a finales del siglo pasado en España tal y como fue el Pack Global para Pryca, en la actualidad dirige su propio estudio, Enric Aguilera Asociados. Entre sus innumerables e importantísimos clientes destacan empresas como los hipermercados Aldi y Carrefour, las cerveceras Mahou y San Miguel, la marca de conservas Helios, los zumos Minute Maid, la cadena de alimentación gourmet Delishop o el chef Martín Berasategui.

A lo largo de su trayectoria ha sido galardonado con más de 120 premios nacionales e internacionales en certámenes como el Art Directors Club de Nueva York, el Art Directors Club de Europa, Communication Arts, el Anuario del Club de Creativos, los premios Laus, o los festivales de Cannes y San Sebastián. Al mismo tiempo que se dedica a resolver todos estos proyectos y diseños, comparte su tiempo con la docencia en diferentes escuelas de diseño, desde las que ha formado a varias generaciones de diseñadores.

INICIOS Y FORMACIÓN

Los diseñadores gráficos suelen ser vocacionales. Desde muy pronto tienen claro que quieren dedicarse a esta profesión. ¿Fue éste su caso? ¿En qué momento y qué te motivó a encaminar tu carrera en este campo?

Desde siempre me gustó el dibujo y todo lo que tuviera que ver con la imagen en general y eso es algo que al final te marca, a partir de aquí acabas con algo relacionado.

Tu formación académica fue Bellas Artes en la Universidad de Salamanca ¿Qué ventajas y desventajas crees que aporta un tipo de formación académica como la tuya?

Cuando estudiaba en Massana se iniciaba un poco la denominación de Diseñador Gráfico y aún se utilizaba el término de Grafista, lo cual todo era mucho más manual, de aprender el oficio y menos técnico. Pero con la ventaja de que la mayoría de alumnos ya éramos profesionales y alternamos la escuela con el trabajo. Para mí es la gran diferencia.

Actualmente, si pudieras elegir el lugar donde estudiar, ¿cuál elegirías?

Siempre que se pueda el lugar más preparado en España es Barcelona. Escuelas como Eina, Elisava, Idep etc, aplican conceptos más parecidos a las buenas escuelas de fuera. Una vez dicho esto si es posible hay que irse una temporada fuera, Londres por ejemplo.

PROCESO DE TRABAJO Y CREATIVIDAD

En tu opinión, el pensamiento creativo, ¿por qué se distingue? ¿Consideras que la creatividad en el diseño gráfico se diferencia o es distinta a la de otras disciplinas artísticas?

Yo nunca me he considerado un artista ni nada que tenga que ver con el Arte. Un artista puede permitirse que sus pinturas nadie las entienda, yo no.

A partir de aquí y teniendo en cuenta que mi trabajo es por encargo tengo de cumplir unos requisitos como un Brief que ya me indicará el proceso y necesidades de cada proyecto.

¿Cómo describirías tu proceso creativo? ¿A qué elementos o técnicas recurre cuando necesitas inspiración para un proyecto?

Como digo, necesitaré por parte de mi cliente un Brief para luego entrar a elaborar un *Análisis*, definir una *Estrategia* para finalmente entrar en un proceso creativo que es consecuencia de estas fases.

¿Podrías sintetizar ese proceso creativo en unas fases generales?

BRIEF + CONTRABRIEF + ANALISIS Y ESTRATEGIA + DOCUMENTACION + CREATIVIDAD + PRODUCCION + PRESENTACION.

¿Se puede hablar de un método general para la realización de los proyectos, o cada tipología de proyecto requiere de un método diferente?

Creo que es necesario tener esta disciplina para iniciar cualquier proyecto, porque nuestro trabajo es de reflexión no es impulsivo. Luego, cada proyecto tendrá su propia personalidad y el día a día te llevará a un resultado y proceso distinto.

¿Cuál de tus proyectos consideras que ha sido el más importante de tu carrera a nivel metodológico y creativo? ¿Qué convierte un proyecto en un gran proyecto?

Los que resisten dignamente el paso del tiempo, que han estado a salvo de la dictadura de la moda... para mí estos son los mejores proyectos.

¿Has trabajado con profesionales de otras especialidades en el campo del diseño?, ¿con otros artistas o creadores ajenos al diseño? ¿Qué te ha aportado la experiencia de realizar un proyecto interdisciplinar?

No entiendo mi trabajo sin equipo, es algo imposible para mí.

En cada proyecto intervienen desde fotógrafos, ilustradores, tipógrafos... cada uno aportará su saber y su discusión. Para tener un resultado óptimo cada uno tiene que realizar su trabajo y alguien tendrá que dirigirlo.

LABOR DOCENTE

Desarrollas también una actividad como docente, ¿cuál crees que debe ser la función del profesor en la enseñanza del diseño gráfico e ilustración?

Evidentemente lo primero que tendré que hacer es esforzarme por que el alumno obtenga el máximo de conocimiento por mi parte, pero también que entienda valores como la pasión por el oficio y que a veces no se podrá ser el mejor diseñador del mundo, pero sí podrá llegar a ser un buen profesional.

¿Enseñas a tus alumnos la misma metodología proyectual que después empleas en tu trabajo como profesional del diseño?

Procuro crear en mis clases un clima lo más cercano a la realidad profesional, tratando proyectos con la misma dinámica que se desarrolla en cualquier estudio, timings , exigencia , etc..

ACTUALIDAD DE LA PROFESIÓN

¿Cómo valoras la preparación de los jóvenes que empiezan a trabajar en el diseño tras acabar sus estudios?

La verdad es que para empezar su carrera profesional en un estudio les falta compartir la labor docente con la profesional. Actualmente les falta una labor de oficio importante.

Actualmente, ¿qué término consideras que define mejor esta profesión: diseño gráfico o diseño de comunicación? ¿Quizá otro?

Me da un poco igual... ser *Diseñador Gráfico* está bien.

¿Cuáles son los retos y posibles escenarios futuros del diseño gráfico o diseño de comunicación? Por ejemplo, ¿qué influencias tendrán los avances tecnológicos?, ¿cambiarán las estructuras organizativas de los equipos?, ¿se abarcarán más ámbitos de acción para desarrollar proyectos?, ¿cree que el diseño tendrá cada vez un mayor compromiso social?

Cada vez todo va más rápido. Para mí lo importante es estar preparado para estos cambios y también para poder analizarlos y aceptarlos o no.

De todas maneras lo que no cambiará es el valor de la *Creatividad* como salida para hacer otra cosa diferente del resto.

EL DISEÑADOR Y LA SOCIEDAD

¿Qué proyecto utópico te gustaría realizar?

El que me diera más libertad.

¿Qué proyecto jamás harías?

Lo contrario de darme esa libertad. Tampoco aceptaría algo que no me gustara.



PABLO AMARGO

entrevista realizada mediante cuestionario online: 22 de marzo de 2015



“Un proyecto se convierte en un gran proyecto cuando trasciende el compromiso profesional y se convierte en un reto vital. Estos proyectos, generalmente realizados a lo largo de mucho tiempo, acaban imponiendo una lógica y razón de ser propias. Cuando se finalizan se tiene la impresión de haber modificado, en alguna manera, la percepción de la propia existencia.”

PABLO AMARGO

(Oviedo, 1971)

Pablo Amargo es uno de los ilustradores de mayor proyección de este nuevo siglo XXI en el panorama nacional. Tras estudiar Bellas Artes en Salamanca y especializarse en diseño gráfico y medios audiovisuales, su trabajo posterior se ha centrado en el campo de la ilustración, concretamente en ilustración en prensa, trabajos de cartelería para festivales cinematográficos y culturales e ilustraciones para libros. Sus imágenes beben de las herencias vanguardistas del siglo pasado pero sintetizadas por una mirada racional, serena y punzante que las convierte en auténticas obras maestras de la comunicación visual. En ellas nada sobra, pero tampoco nada parece faltar, logrando esa armonía que tan solo los grandes creadores son capaces de incorporar en sus proyectos.

A lo largo de su trayectoria ha trabajado para publicaciones tan relevantes como The New York Times, El País Semanal, New Yorker, The Boston Globe, Jot Down, La Vanguardia o La Maleta de Porbou. También ha participado en la realización de cubiertas de libros para Planeta o Random House Inglaterra. Ha logrado importantes galardones de ilustración, como pueden ser el Premio Lazarillo en 1999 por *No todas las vacas son iguales*, el Premio Nacional de Ilustración por *Osos de cuento* en 2004, una de las cinco placas bienales de la Bienal de Bratislava por *La princesa y el guisante* en 2005, un Laus de bronce en 2012, o cuatro premios Motiva de Oviedo en los años 2000, 2004, 2005 y 2010. Su última gran obra es el libro *Casualidad*, galardonado en todo el mundo como uno de los mejores libros ilustrados de la última década.

INICIOS Y FORMACIÓN

Los diseñadores gráficos e ilustradores suelen ser vocacionales. Desde muy pronto tienen claro que quieren dedicarse a esta profesión. ¿Fue éste su caso? ¿En qué momento y qué te motivó a encaminar tu carrera en este campo?

Sin duda, todo ocurrió en la infancia. Cuando tuve en mis manos los primeros comics y libros ilustrados, no tuve sensación de descubrimiento, más bien de reencuentro. Sentí el mundo de la ilustración como un refugio, un lugar amistoso pero lo suficientemente intrigante como para adentrarse y no desear salir de él. Fue mucho más tarde cuando descubrí que, además de una pasión, también podría vivir de ello.

Tu formación académica fue Bellas Artes en la Universidad de Salamanca ¿Qué ventajas y desventajas crees que aporta un tipo de formación académica como la tuya?

Antes de entrar en BBAA mis conocimientos estaban centrados exclusivamente en la ilustración. BBAA me abrió los ojos a otras disciplinas, aparentemente lejanas, pero que incorporé a mis intereses. Así la escultura, el arte conceptual o audiovisuales fueron un revulsivo. También asignaturas más técnicas como grabado o fotografía.

Pero quizá la mayor aportación fueron los estudios de Diseño Gráfico, no sólo por la disciplina de trabajo a la que nos sometían, sino también por la necesidad de generar un discurso explicativo alrededor del proyecto realizado. Utilizar la palabra como herramienta para analizar y profundizar sobre los ejercicios es algo que sigo necesitando en mi día a día, pese a que no haya necesidad de convencer a nadie.

La desventaja podrían encontrarse en el mismo lugar que sus ventajas. Hubo asignaturas que considero no me han aportado nada en absoluto, como pueden ser los años de pintura. Y también el sesgo de la Universidad; dependiendo de la Universidad en la que se estudiase, se omitían unos referentes u otros. Una anécdota de la que he sido consciente hace poco. En los cinco años de BBAA el nombre de Picasso no fue mencionado ni una sola vez por parte de los profesores o el entorno. En Salamanca parecía que el punto de arranque y único camino posible era el iniciado tras el expresionismo abstracto. Cada Universidad tiene sus preferencias y sus tabús.

Actualmente, si pudieras elegir el lugar donde estudiar, ¿cuál elegirías?

Desconozco la situación actual de la enseñanza. Hay escuelas privadas de diseño, ilustración, etc. muy especializadas.

PROCESO DE TRABAJO Y CREATIVIDAD

En tu opinión, el pensamiento creativo, ¿por qué se distingue? ¿Consideras que la creatividad en el diseño gráfico se diferencia o es distinta a la de otras disciplinas artísticas?

Entiendo que las disciplinas artísticas buscan la manera de dar forma a los procesos e inquietudes internas de manera creativa. A eso, que de por sí ya es extremadamente complicado, se une en el Diseño Gráfico la necesidad de cumplir con unos objetivos externos, que son las necesidades del proyecto, muchas veces ajenas a esas inquietudes íntimas. Conciliar ambas necesidades es algo que distingue esta actividad de las otras.

El pensamiento creativo consiste en tener la capacidad de conectar necesidades y realidades muy diversas, a veces aparentemente irreconciliables, de manera coherente. El humor, la sorpresa, la ironía, la capacidad de generar significados y otros valores de las creaciones gráficas no son un fin en sí mismo sino una consecuencia del ingenio empleado en esas conexiones.

¿Cómo describirías tu proceso creativo? ¿A qué elementos o técnicas recurre cuando necesitas inspiración para un proyecto?

Para que surja un proceso creativo, necesito establecerme límites. Por ejemplo, mi cocina parte de los productos que cultivo en mi huerto, no me gusta apropiarme de productos de huertos ajenos. En este sentido, no utilizo collages, fotografía, iconos, símbolos o pictogramas, ni tampoco dibujo ideas ajenas. Mis trabajos están hechos con dibujos propios, formas, personajes, objetos, composiciones, texturas... realizados por mí mismo.

No tengo un método de trabajo, así que suelo lanzarme sin un plan concreto y me dejo llevar por la intuición.

Todos mis dibujos se plantean en cuadernos que realizo en la intimidad del estudio. En ellos apunto todo lo que se me ocurre, que veo en la naturaleza, en el entorno, en fotografías, y que por alguna razón me resultan atractivos o percibo posibilidades comunicativas y que no sabría explicar. Es así desde hace muchos años, de modo que he logrado acumular una enorme cantidad de imágenes, ideas esbozadas, estrategias

conceptuales etc. De este modo recorro también a ellos para encontrar motivos, formas o recursos que todavía no están desarrollados.

No utilizo ninguna técnica sofisticada, más bien evito cualquier tipo de técnica que no sea la línea del lápiz para construir una idea. Intento representar las cosas con la máxima definición posible, siempre buscando lo esencial. Sólo dibujo las cosas que conozco, y nunca hago borrones o falseo cosas cuando no sé cómo son. Intento que el margen otorgado al azar o al encuentro casual sea el mínimo posible. Sin embargo, existen dos factores incontrolables y que son la base de estas creaciones.

Uno de ellos consiste en la mala memoria. Por mucho que represente cosas que conozco, siempre hay formas que se saltan la prueba de fidelidad con el modelo y que propician el equívoco.

Aquí interviene el segundo aspecto, que es el paso del tiempo. Cuando acudo a esos dibujos, al cabo de días o meses, los veo desde una mirada ajena a la persona que los realizó, y descubro aspectos, en las formas o en las composiciones, que invitan a recreaciones inesperadas.

Siguiendo con la intuición, es ella la que me confirma que una idea gráfica funciona o por el contrario necesita una vuelta de tuerca. En el caso de funcionar, la coloco al lado del proyecto escrito que tengo entre manos y compruebo cómo se relacionan. Si hay química entre la pareja sigo adelante. Si no es así, y es lo más normal, guardo la idea para otra mejor ocasión y sigo buscando.

El último paso es más relajado, ya que consiste en pasar ese dibujo al ordenador y poner negro sobre blanco. Mi única preocupación en este punto es el de darle toda la fuerza expresiva con pocos elementos (línea, color y composición) y que la idea se plantee con mucha claridad.

Mi foco está puesto en la realización de la idea, a la que dedico el 80% o 90% del tiempo, y muy poco a la realización física de la misma, que me resulta menos interesante.

¿Podrías sintetizar ese proceso creativo en unas fases generales?

Limitar los recursos lo máximo posible y preocuparse sólo en buscar mediante el ensayo y el error llevado por la intuición.

¿Se puede hablar de un método general para la realización de los proyectos, o cada tipología de proyecto requiere de un método diferente?

Podría decir que para una imagen solitaria sólo conozco un método: el trabajo basado en varias sesiones hasta que surge una idea atractiva.

Realizar un libro resulta inmensamente más complicado. Un libro es un artefacto compuesto de muchas partes. Pero el principio de todo no es una idea, es una sensación, un tono concreto que surge de la lectura y de la intuición del proyecto. Todo lo que se realiza posteriormente, aunque sean ideas intelectuales, está en función de este tono, que es básicamente de naturaleza emotiva.

¿Cuál de tus proyectos consideras que ha sido el más importante de tu carrera a nivel metodológico y creativo? ¿Qué convierte un proyecto en un gran proyecto?

Creo que los álbumes han sido los más valorados de mi carrera y para mí han sido los más importantes a nivel creativo y personal.

Un proyecto se convierte en un gran proyecto cuando trasciende el compromiso profesional y se convierte en un reto vital. Estos proyectos, generalmente realizados a lo largo de mucho tiempo, acaban imponiendo una lógica y razón de ser propias. Cuando se finalizan se tiene la impresión de haber modificado, en alguna manera, la percepción de la propia existencia. Si además estos proyectos reciben el aplauso o el reconocimiento profesional o social, uno los siente como si hubiese tenido el privilegio de haber vivido algo extraordinario que trasciende el acto privado.

¿Has trabajado con profesionales de otras especialidades en el campo del diseño?, ¿con otros artistas o creadores ajenos al diseño? ¿Qué te ha aportado la experiencia de realizar un proyecto interdisciplinar?

Por mi actividad de ilustrador trabajo con textos ajenos. Artículos, críticas literarias, poemas, ensayos y, en los libros, textos literarios. El hecho de orientar mi imagen hacia un texto, intentar que dialogue con él pero sin perder su autonomía siendo redundante, obliga a un ejercicio muy sutil, muy elaborado.

ACTUALIDAD DE LA PROFESIÓN

¿Cómo valoras la preparación de los jóvenes que empiezan a trabajar en el diseño tras acabar sus estudios?

He tenido muy pocas oportunidades de estar en contacto con jóvenes que están empezando. Mi sensación es que tienen unos conocimientos referenciales muchísimo más ricos de los que yo tenía a su edad. A eso se suma una enorme ilusión por aprender y mejorar. A veces parece que sus conocimientos no les parecen suficientes. Me he encontrado con jóvenes que no dejan de apuntarse a talleres y jornadas que surgen a lo largo del país y están así durante años.

Me he preguntado si esto no es una manera de procrastinar y demorar el salto al vacío. Creo que la preparación se completa cuando uno se encuentra en la soledad de su estudio.

Actualmente, ¿qué término consideras que define mejor esta profesión: diseño gráfico o diseño de comunicación? ¿Quizá otro?

Son ese tipo de cosas que, hasta este momento, ni me había planteado. He visto muchos diseñadores perder el tiempo pontificando sobre este tipo de clasificaciones; si esto es diseño, si esto no es ilustración, si esto es un cartel, etc. Pienso que detrás de estas disquisiciones se esconde el deseo de acotar un nicho de mercado por el miedo que supondría asumir que en realidad nos movemos en los amplios campos de la creatividad.

¿Cuáles son los retos y posibles escenarios futuros del diseño gráfico o diseño de comunicación? Por ejemplo, ¿qué influencias tendrán los avances tecnológicos?, ¿cambiarán las estructuras organizativas de los equipos?, ¿se abarcarán más ámbitos de acción para desarrollar proyectos?, ¿cree que el diseño tendrá cada vez un mayor compromiso social?

Personalmente no me gusta realizar imágenes pensando en influir en la sociedad. Mi trabajo está realizado desde la individualidad destinado a otra individualidad que tenga inquietudes similares. Lamentaría que el diseño gráfico, la fotografía o la ilustración limitaran su potencial poético por este tipo de compromisos.

Creo que los grupos y las estructuras organizativas, las conexiones entre personas y las redes sociales están muy bien, pero se sobre-valoran en exceso. Parece como

si hubiera miedo a estar sólo y a reflexionar por uno mismo. En mi caso acudo a profesionales que solucionen mis problemas, siempre cuestiones técnicas, pero evito en extremo las injerencias creativas.

EL DISEÑADOR Y LA SOCIEDAD

¿Qué proyecto utópico te gustaría realizar?

... No me lo planteo

¿Qué proyecto jamás harías?

Jamás firmaría ilustraciones cuyas ideas provengan de otra persona. He rechazado también hacer ilustraciones para promocionar bancos, básicamente por prejuicios, y creo que tampoco pondría mis imágenes al servicio de un partido político ni de una religión.



PEP CARRIÓ

entrevista personal: Oviedo, 6 de marzo de 2015



“Mi proceso creativo pasa cada vez más por escuchar y entender. Es fundamental ponerte en los zapatos del que tienes enfrente.”

“Hay que intentar que cualquier proyecto se convierta en un proyecto divertido. El proyecto más pesado, si lo llevas a tu terreno, se puede convertir en un buen proyecto. Si lo disfrutas es muy posible que hagas disfrutar al que viene detrás. Si lo sufres y es un horror, eso se verá. El planteamiento debe enfocarse a disfrutar y no a sufrir.”

PEP CARRIÓ

(Palma de Mallorca, 1963)

La vocación del mallorquín Pep Carrió por el diseño gráfico no fue totalmente inmediata. Si bien desde el principio tuvo claro que todo lo que tuviera que ver con formas, líneas, colores y texturas le atraía, no fue hasta que se apuntó a un curso de publicidad en la Escuela de Artes y Oficios de su ciudad natal cuando se dio cuenta de que un mundo lleno de posibilidades se abría ante él. De ahí el paso a una agencia de publicidad fue algo directo y casi natural, pero tampoco el trabajo en el mundo publicitario colmó todas sus aspiraciones. Ya en Barcelona, fue la experiencia dentro del estudio Vilaseca y Altarriba la que marcó las pautas del Pep Carrió diseñador que hoy en día despunta y trabaja al más alto nivel.

Aunque Pep Carrió no es diseñador gráfico. O no es tan solo un diseñador gráfico ortodoxo y convencional. Es además un ilustrador que llena de miles de líneas decenas de cuadernos que siempre lleva consigo; es también editor de libros; en sus ratos libres, y en los ocupados, construye objetos a partir de las cosas que nos rodean, pero que bajo su mirada se convierten en entidades con vida propia y cualidades que instantes antes no tenían; y es también un divulgador del mundo de la comunicación visual, la poesía visual y el diseño gráfico desde los más variados puntos de vista.

Pese a que su estudio resuelve encargos de todo tipo (identidades corporativas, marcas, carteles, etc) es sin duda en el mundo editorial en el que Pep Carrió se encuentra más cómodo y puede expresar un amor por los libros y la literatura que inunda todo lo que hace. De este modo, algunos de sus clientes editoriales son Alfaguara, para la que ha diseñado todas las cubiertas de la Biblioteca Mario Vargas Llosa, las decenas de libros para todos los niveles educativos de Santillana Educación, o la editorial Taurus. Además ha diseñado esculturas para galardones de poesía, diseño e ilustración, y ha recibido él mismo más de una decena de premios a su labor creativa y profesional.

INICIOS Y FORMACIÓN

Los diseñadores gráficos e ilustradores suelen ser vocacionales. Desde muy pronto tienen claro que quieren dedicarse a esta profesión. ¿Fue éste tu caso? ¿En qué momento y qué te motivó a encaminar tu carrera en este campo?

El diseño gráfico fue algo que llegó de una forma posterior. Yo sí tenía claro que me gustaba todo lo artístico. En mi casa había un ambiente relacionado con ese campo: mi madre era profesora pero además tenía un taller de cerámica; en casa siempre había papel, había lápices, se dibujaba, se escribía... siempre había un ambiente propicio a esto. Y yo lo que tenía claro desde siempre es que esa la parte artística me gustaba y me interesaba. Pero todo fue finalmente un poco casual: me apunté a la Escuela de artes y oficios de publicidad en Mallorca y estuve como dos cursos. Al final apareció una agencia que estaba buscando un dibujante, tal y como le llamaban en esa época, para que se incorporara a la empresa.

Entré en el mundo de las agencias de publicidad y me di cuenta que las agencias no me interesaban porque eran básicamente un espacio en que debías manejar demasiadas variables para llegar a un buen puerto: tenías que contar con demasiada gente; tener un buen copy al lado; tener unos buenos clientes; estar en una buena agencia... demasiados factores a manejar, y con mucha presión. Entonces fui a trabajar a Barcelona y ahí fue donde descubrí el diseño gráfico, en un estudio que se llamaba Villaseca y Altarriba, donde empecé a valorar y a entender lo que era un trabajo bien hecho, la autoría, lo que era estar detrás de un proyecto, etc.

Actualmente, si pudieras elegir el lugar donde estudiar, ¿cuál elegirías?

La verdad es que esto ha cambiado radicalmente porque cuando yo empecé si no te ibas a Barcelona y estudiabas en una escuela como por ejemplo la escuela Massana, o una escuela de ese tipo no había nada. El diseño estaba tratado como algo muy tangencial. Yo ahora que he estado dando talleres en algunas escuelas, ves que hay sitios que son muy apetecibles.

Hace poco que he estado dando un taller en la Facultad de Bellas Artes de Valencia y me ha parecido un sitio maravilloso. Primero porque era un sitio público, y me gusta mucho que sea público, reivindico lo público, y frente a lo privado yo encuentro en el

alumnado un nivel de compromiso mucho mayor sin duda, y mucho más entregados. Veo al profesorado generando propuestas y proyectos muy interesantes con recursos muy básicos... En cambio he encontrado a veces en las privadas un ambiente como más relajado y más elitista en el mal sentido. Tal vez las bolsas de trabajo están más engrasadas que en la pública, y luego pues sí, tienen sus máster de lujo. Pero si yo tuviera que elegir, iría a una buena Escuela pública antes que a una privada. Luego intentaría por todos los medios hacer algún tipo de máster o de especialización fuera de España.

Realmente ahora, a toro pasado, creo que me interesaría algo más general. Creo que es interesante aprender a pensar y a tener una mirada amplia, y luego desde esa mirada amplia enfocarte a una especialización. Me parece un error especializarse al principio en un entorno, en lo digital por ejemplo o en la animación, sin tener detrás un bagaje. Creo que es un tema similar al ejemplo de construir una casa: si vas a hacer una casa necesitas un forjado, una cimentación potente que luego sustente el edificio que vas a construir. Si no tienes ninguna cimentación, si no te interesa mucho el arte o no te interesa mucho la imagen, y eres tan solo un buen técnico, la tecnología es muy traicionera y pasado mañana puedes tener problemas.

Hay que buscar gente con una formación integral, que vaya más allá, incluso que pueda confluir con otras disciplinas que amplifiquen un poco ese bagaje que luego van a manejar. Desde la comunicación, el mundo gráfico, el diseño, todo importa, todo sirve y todo vale. Mi idea sería de lo general, y una vez que te defines en lo general por supuesto sí que es importante buscar un terreno en el que entiendas que tienes algo que contar: buscar lo mejor de ti y sacarlo. Y esto es muy importante, porque hay gente que no lo entiende bien y es un problema. A lo mejor eres malo en algo, pero extraordinario en otra disciplina, y tú te empeñas en lo primero y fracasas.

PROCESO DE TRABAJO Y CREATIVIDAD

En tu opinión, el pensamiento creativo, ¿por qué se distingue? ¿Consideras que la creatividad en el diseño gráfico e ilustración se diferencia o es distinta a la de otras disciplinas artísticas?

Sí. La disciplina del diseño tiene que cumplir una función. No entiendo el diseño desde un acto de autoría artística o algo sin que tenga un fin, que puede ser comunicar, puede ser crear un objeto de uso que funcione... La adecuación y la usabilidad que

tiene que tener algo diseñado es la gran prueba de un diseño: que funcione, que esté bien y que sea adecuado. A veces esos términos entre lo artístico, la autoría o que el autor se ponga por delante de la función, creo que es muy negativo.

Hay que saber claramente para qué estás trabajando. Yo intento tener eso muy claro. Esto no quiere decir que a la vez debas tener un lenguaje propio que puedas aplicar a proyectos concretos. No va reñida una cosa con la otra. De hecho tus herramientas al final son el entendimiento de lo que haces, el oficio, tus recursos, el arte por supuesto, y muchas cosas que tienen que ver con el arte aplicado, con el arte aplicado a una función. Es una creatividad orientada, dirigida. No puedo entender otra creatividad en el diseño que no sea esa. Cualquier otra creatividad me parece que no cumple la función del diseño y es una creatividad fallida en este campo del que estamos hablando.

¿Cómo describirías tu proceso creativo? ¿A qué elementos o técnicas recurras cuando necesitas inspiración para un proyecto?

Mi proceso creativo pasa cada vez más por escuchar y entender. Es fundamental ponerte en los zapatos del que tienes enfrente. Tienes que entender lo que te están contando, para qué, tienes que comprender qué presupuesto vas a manejar, tienes que comprender el contexto que rodea lo que vas a hacer. Ha habido veces que he salido de una reunión con el proyecto clarísimo en la cabeza. La comunicación me parece la primera piedra y casi te diría que la más importante para poder dar una respuesta certera.

Una vez que tengo esa información hay que contrastarla con el entorno, investigar un poco: te han encargado esto, dónde me estoy moviendo, qué se ha hecho, qué no se ha hecho. Después pensar que cada proyecto es una oportunidad para hacer algo que no se ha hecho o para hacerlo mejor de lo que ya se ha hecho.

Hay que intentar que cualquier proyecto se convierta en un proyecto *divertido*, siempre entre comillas. El proyecto más pesado, si lo llevas a tu terreno, se puede convertir en un buen proyecto. Si lo disfrutas es muy posible que hagas disfrutar al que viene detrás. Si lo sufres y es un horror, eso se verá.

El planteamiento debe enfocarse a disfrutar y no a sufrir. Esa es una doctrina que mucha gente no tiene y piensa más en el sufrimiento como vía para conseguir un buen trabajo.

¿Se puede hablar de un método general para la realización de los proyectos, o cada tipología de proyecto requiere de un método diferente?

Diría que puede existir un método común que pasaría por lo que he comentado antes, escuchar, analizar mirando en tu entorno, el contexto en el que se va a mover el proyecto... creo que todo eso sí es común a cualquier tipología. Ahora bien, yo no entiendo poder entrar en un proyecto sin antes haberte empapado un poco, haber intentado entender de qué trata el proyecto, y cada vez más lo entiendo así. Antes no, he ido aprendiendo en la medida en que me he dado cuenta de que muchas veces no había escuchado y había tirado por un camino que de pronto a mí me parecía muy interesante pero era un camino sordo a las necesidades, y al final era muy frustrante, porque a pesar de la paliza que te habías pegado, al final eras consciente de que no estabas donde tenías que estar.

Después están los métodos particulares con los que trabaja cada uno, y vamos buscando nuestro sistema, que es algo muy individual y personal. Estos sistemas particulares a veces son muy indefinidos, pero por mucho que te quieras librar de un cierto sistema de trabajo, repites una serie de procesos que parece que cuando te saltas alguno, a veces no aciertas. Los procesos tienen una cierta lógica y tú mismo te repites en las metodologías. Ahora bien, una cosa es el método que tú apliques para llegar a una cierta solución y otra muy distinta la técnica elegida para llevarlo a cabo. Existe un elemento importante en mi caso: los proyectos llamados *artísticos* son los que me generan más terror... Eso de *te lo he dejado abierto para que hagas lo que quieras*, a mí personalmente no me atrae nada. Ese tipo de proyectos de *haz lo que quieras* me da mucho miedo...

¿Cuál de tus proyectos consideras que ha sido el más importante de tu carrera a nivel metodológico y creativo? ¿Qué convierte un proyecto en un gran proyecto?

Hay un proyecto que aún bastante lo que hemos comentado y que disfruté mucho. Todo el proyecto relacionado con el Liceo de Barcelona hizo que me sintiera muy a gusto. La mezcla de solución del encargo, parte de expresión personal, proceso de trabajo, relación con el cliente, porque también es importante sentir que el cliente está de tu lado y que no va poniéndote palos en las ruedas... En definitiva, ese proyecto tuvo muchas de las cosas que yo considero importantes. Ha habido otros proyectos que también han estado muy bien, pero en ese caso concreto, la suma de lo que te he dicho hizo que fuera algo muy especial y bonito.

Luego hay proyectos que tal vez no tienen nada de personal, en los que la expresión personal no tiene cabida, como pueden ser los procesos que hemos hecho en el estudio para Santillana, pero que se convierten en proyectos de gran interés. En este caso de libros educativos, lo más interesante ha sido la visión tan amplia de estar en el trabajo desde el nacimiento del proyecto antes de que hubiera nada, pasar a establecer un título, a crear un libro de intenciones, de filosofía, creado con Carlos Grassa, convencer a los departamentos de que ese era el camino y así poder empezar a trabajar y convertir eso en un proyecto además muy exitoso en el que has estado desde el principio hasta el final. Todo esto hace que a pesar de que quizá a nivel visual no sea el tipo de proyecto que más te emocione, a nivel de dedicación, de dimensión, ha sido un proyecto muy bonito. Como decía antes, no veo un proyecto bueno o un proyecto malo y dependerá de tu actitud ante el trabajo que se convierta en algo interesante. Un proyecto como el de los libros educativos de Santillana para mí es fundamental, porque creo en la función del diseñador como alguien que aporta, mejora y utiliza ese entorno para cambiar a mejor la sociedad en la que se encuentra.

ACTUALIDAD DE LA PROFESIÓN

¿Cómo valoras la preparación de los jóvenes que empiezan a trabajar en el diseño tras acabar sus estudios?

Siendo justos, ahora mismo los chavales salen cada vez más preparados que nunca. La gente tiene acceso a muchísima información, las escuelas comienzan a tener un nivel, hay muchos másteres, hay muchos talleres, por lo que viene gente muy interesante. Ves cosas de gente muy jovencita que vienen con posibilidades muy interesantes de hacer cosas. Y eso me alegra muchísimo.

¿Cuáles son los retos y posibles escenarios futuros del diseño gráfico o diseño de comunicación? Por ejemplo, ¿qué influencias tendrán los avances tecnológicos?, ¿cambiarán las estructuras organizativas de los equipos?, ¿se abarcarán más ámbitos de acción para desarrollar proyectos?, ¿crees que el diseño tendrá cada vez un mayor compromiso social?

El futuro quiero verlo desde lo positivo. Creo que esta crisis ha sido terrorífica. Lo que ha hecho ha sido cargarse muchas zonas de profesionales muy interesantes. Las ha arrasado y ha hecho que sitios que hubieran podido ser pasos intermedios para la gente que empieza hayan desaparecido. Pienso en mi caso: yo empecé con esa

figura que hoy en día casi ya no existe, la de aprendiz, que era un papel interesante. Ahora mismo muchos estudios ya no pueden permitirse ese tipo de figuras, y todo ha cambiado radicalmente por la nueva manera de trabajar. La tecnología ha hecho que la gente trabaje en microestructuras desde puntos muy diversos y eso tiene cosas muy buenas pero también muy malas.

De alguna manera habría que intentar conseguir que hubiera entornos de trabajo compartidos. A veces veo mucha gente trabajando en solitario sin un equipo al lado que les apoye o les dé ese empujón que todos necesitamos a veces. Lo típico que tu compañero de estudio pase por tu lado y te diga: ¡pero si eso es lo mejor que has hecho en mucho tiempo! Algo de lo que no te habías quizá dado cuenta. Es fundamental compartir con otros profesionales el trabajo del día a día. Me parece una vida tristísima en tu entorno individual, por mucho foro o mucho internet que creas que te rodea. Hubiera podido optar por trabajar solo, pero me interesa compartir un proyecto con otras personas, aunque sea en un estudio pequeño.

EL DISEÑADOR Y LA SOCIEDAD

¿Qué proyecto utópico te gustaría realizar?

Un proyecto no tan utópico pero al que me gustaría dedicarme de manera intensa sería un proyecto editorial de gente que me gusta, pudiendo sacar adelante un proyecto diferente con ilustradores, con fotógrafos... Ya tengo una pequeña pata ahí, *In pectore*, pero el mundo de la edición para dar a luz a gente que está por ahí trabajando de manera anónima me encanta. Ese sería el proyecto utópico: una editorial en la que se conjugaría mi trabajo como diseñador con el poder compartir con gente interesante sus proyectos e ideas.

¿Qué proyecto jamás harías?

Muchísimos. No haría proyectos solamente por dinero. Creo que hay dos partes. Una la ética: yo no haría algo que atentara contra unos principios básicos o participar en cosas de las que tuviera que esconderme hasta el punto de no ser capaz de decir: *esto lo he hecho yo*. Ese proyecto no hay que hacerlo. Eso desde lo ético. La gran libertad es poder decir que no. No soy ambicioso en lo económico. Para mí lo económico es la gasolina que te permite seguir haciendo cosas, y ganar dinero por ganar dinero no es algo que me interese. Te lo digo con la mayor sinceridad. El dinero puede ser muy

bueno si te permite seguir planteándote proyectos, pero muy malo si te conviertes en rehén de ese dinero, y yo he visto las dos posibilidades. He visto gente pasándolo muy mal por tener dinero, tanto en lo profesional como en lo personal, pero la inanición también es muy mala...



PEPE CRUZ

CRUZ MÁS CRUZ

entrevista realizada mediante cuestionario online: 21 de marzo de 2015



“Procuro concentrarme al máximo y pensar en el encargo como si no existieran precedentes. Es la mejor manera de no caer en tópicos o en clichés.”

“[...] creo que las nuevas generaciones salen muy bien formadas en el plano técnico, aunque en lo verdaderamente importante, este oficio exige estar formándose día a día, mucho más allá de la universidad.”

PEPE CRUZ

En otros países como Italia existe una arraigada tradición de arquitectos que acaban dedicándose al mundo del diseño, ya sea de mobiliario, de producto o gráfico. No ocurre así en España, y de ese modo personalidades como Pepe Cruz deben vencer la barrera, el obstáculo y el prejuicio que parece perseguir a los formados en arquitectura cuando se internan en otros campos de la creatividad. Además en el caso de Pepe Cruz, los obstáculos no han sido únicamente estos posibles prejuicios, sino que su historia familiar también pudo convertirse en un lastre en un momento determinado de su trayectoria.

Ser el hijo de uno de los diseñadores más importantes de todo el siglo XX en España como es Pepe Cruz Novillo, puede ser a la vez una maravillosa oportunidad y un estímulo impagable, pero también convertirse en una pesada carga para alguien que desee acercarse a la magnitud de lo conseguido por su progenitor. Afortunadamente para Pepe Cruz siempre ha sido lo primero. La figura de su padre sirvió como referente desde hace décadas a este arquitecto de las imágenes y la comunicación visual, hasta el punto que hace ya tiempo que trabajan y colaboran juntos en el estudio Cruz más Cruz. En pocas ocasiones un binomio padre-hijo ha sido tan fructífero como en el caso de los Cruz, pues si la obra previa del padre estaba ya por pleno derecho en los libros de historia del diseño español, lo producido a dos manos entre ellos no desmerece lo más mínimo la altísima cota de calidad y refinamiento a la que el apellido Cruz estará siempre indisolublemente unido.

INICIOS Y FORMACIÓN

Los diseñadores gráficos suelen ser vocacionales. Desde muy pronto tienen claro que quieren dedicarse a esta profesión. ¿Fue éste su caso? ¿En qué momento y qué te motivó a encaminar tu carrera en este campo?

Creo que nunca quise dedicarme a nada que no tuviera que ver con la creación. Mi padre es para mí una referencia, y su consejo de estudiar arquitectura ha sido vital.

Tu formación académica es en Arquitectura ¿Qué ventajas y desventajas crees que aporta un tipo de formación académica como la tuya?

La formación como arquitecto es muy positiva para dedicarse al diseño, aunque lamentablemente en España parece que sólo podemos dedicarnos a hacer edificios.

En otros países, como Italia, hay una gran tradición de diseñadores (incluso de moda) con formación de arquitectos.

Actualmente, si pudieras elegir el lugar donde estudiar, ¿cuál elegirías?

Suiza o Estados Unidos.

PROCESO DE TRABAJO Y CREATIVIDAD

En tu opinión, el pensamiento creativo, ¿por qué se distingue? ¿Consideras que la creatividad en el diseño gráfico se diferencia o es distinta a la de otras disciplinas artísticas?

Trabajo codo con codo con un artista y diseñador, y creo que el proceso es muy distinto. Para empezar, en diseño existe la figura del cliente, y por lo tanto del encargo.

¿Cómo describirías tu proceso creativo? ¿A qué elementos o técnicas recurre cuando necesitas inspiración para un proyecto?

Procuro concentrarme al máximo y pensar en el encargo como si no existieran precedentes. Es la mejor manera de no caer en tópicos o en clichés. En ese primer momento, prefiero no documentarme.

¿Podrías sintetizar ese proceso creativo en unas fases generales?

Creo que no.

¿Se puede hablar de un método general para la realización de los proyectos, o cada tipología de proyecto requiere de un método diferente?

Creo que el método, para mí, es el que acabo de comentar. Y no depende del proyecto que tengo entre manos.

¿Cuál de tus proyectos consideras que ha sido el más importante de tu carrera a nivel metodológico y creativo? ¿Qué convierte un proyecto en un gran proyecto?

Seguramente, la nueva identidad visual del Gobierno de España (aún inédita) y la colaboración con mi padre en su *Diafragma decaféonico de dígitos* para la fachada del Instituto Nacional de Estadística, en Madrid. La calidad de un proyecto no depende de su tamaño, en mi opinión.

¿Has trabajado con profesionales de otras especialidades en el campo del diseño?, ¿con otros artistas o creadores ajenos al diseño? ¿Qué te ha aportado la experiencia de realizar un proyecto interdisciplinar?

Soy muy respetuoso con la especialización, aunque yo no me considero especialista. Prefiero saber algo de muchas cosas que mucho de alguna cosa, y por lo tanto recurrimos a especialistas cuando es necesario.

ACTUALIDAD DE LA PROFESIÓN

¿Cómo valoras la preparación de los jóvenes que empiezan a trabajar en el diseño tras acabar sus estudios?

Soy profesor universitario de arquitectura y de diseño, y creo que las nuevas generaciones salen muy bien formadas en el plano técnico; aunque en lo verdaderamente importante, este oficio exige estar formándose día a día, mucho más allá de la universidad.

Actualmente, ¿qué término consideras que define mejor esta profesión: diseño gráfico o diseño de comunicación? ¿Quizá otro?

Prefiero DISEÑO a secas. Como medicina a secas, o arquitectura a secas.

¿Cuáles son los retos y posibles escenarios futuros del diseño gráfico o diseño de comunicación? Por ejemplo, ¿qué influencias tendrán los avances tecnológicos?, ¿cambiarán las estructuras organizativas de los equipos?, ¿se abarcarán más ámbitos de acción para desarrollar proyectos?, ¿crees que el diseño tendrá cada vez un mayor compromiso social?

Todo cambia a enorme velocidad, excepto lo esencial: el concepto de *calidad* como algo objetivo, no discutible e independiente de las herramientas tecnológicas.

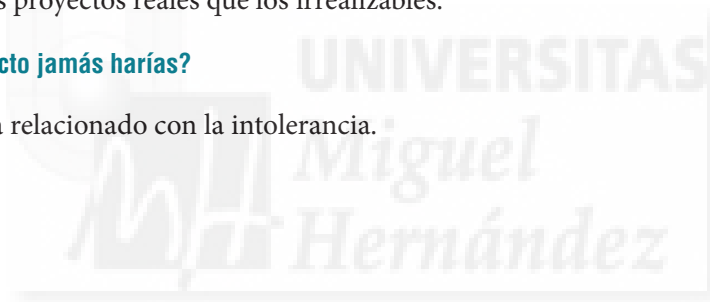
EL DISEÑADOR Y LA SOCIEDAD

¿Qué proyecto utópico te gustaría realizar?

Prefiero los proyectos reales que los irrealizables.

¿Qué proyecto jamás harías?

Cualquiera relacionado con la intolerancia.



MARIO ESKENAZI

entrevista realizada mediante cuestionario online: 19 de marzo de 2015



*“El pensamiento creativo se distingue por...
encontrar soluciones de manera única.”*

*“Siempre empiezo analizando el problema y luego
lo reformulo hasta encontrar aquello que lo haga
único y me lleve a una solución original.”*

MARIO ESKENAZI

(Córdoba, Argentina, 1945)

La formación original de este argentino naturalizado en España fue de arquitecto. Arquitectura fue lo que estudió en su ciudad natal, y a la arquitectura es a lo que se dedicó tras llegar a Madrid en 1971 huyendo de la situación política de su país, situación que desembocaría en la dictadura militar de 1976. Para la trayectoria de Eskenazi fue fundamental su traslado a Barcelona, ciudad en la que conoce a Carlos Rolando, otro argentino asentado en España, y con quien colaborará en su estudio en proyectos de diseño, de dirección de arte y de publicidad para entidades como la Banca Catalana.

En 1979 entra en contacto con la editorial Paidós-Barcelona, con la que todavía hoy en día colabora realizando algunas de las mejores cubiertas del panorama editorial nacional de las últimas décadas. Tras un periodo de trabajo dentro de Summa, ya en los 90 continúa su trabajo de manera individual, realizando proyectos de identidad para entidades tan relevantes como el Banco Sabadell y múltiples campañas vinculadas al Ayuntamiento de Barcelona, como Barcelona Neta o los encargos de los Transportes Metropolitanos de Barcelona TMB. Su estilo es claro, directo y aparentemente sencillo. De una inmediatez y estructura extraordinariamente sólida, quizá herencia de su formación como arquitecto, son proyectos en los que todas las partes se interrelacionan de manera fluida hasta conseguir un todo perfecto en el que lo superfluo no tiene cabida.

Durante su prolífica carrera ha conseguido numerosas distinciones como más de veinte Premios Laus, un Gran Laus a toda su trayectoria o un Communication Arts Prize en San Francisco, Estado Unidos. En el año 2000 fue galardonado con el Premio Nacional de Diseño.

INICIOS Y FORMACIÓN

Los diseñadores gráficos suelen ser vocacionales. Desde muy pronto tienen claro que quieren dedicarse a esta profesión. ¿Fue éste su caso? ¿En qué momento y qué te motivó a encaminar tu carrera en este campo?

Creo que todos los profesionales, cualquiera que sea su especialidad, son vocacionales. Por lo que a mí respecta, en cuanto descubrí el Diseño Gráfico quise dedicarme a esto. Y el motivo, la enorme atracción que sentí por la comunicación visual, la variedad de campos en los que me podía desarrollar.

Tu formación académica es en Arquitectura ¿Qué ventajas y desventajas crees que aporta un tipo de formación académica como la tuya?

Una gran ventaja de la formación académica es el conocimiento que se adquiere. Y en cuanto a Arquitectura, el proceso proyectual es bastante similar. Desventajas ninguna!

Actualmente, si pudieras elegir el lugar donde estudiar, ¿cuál elegirías?

Londres. Tal vez St Martins School of Art. También New York. School of Visual Arts, Cooper Hewitt, Parsons... etc.

PROCESO DE TRABAJO Y CREATIVIDAD

En tu opinión, el pensamiento creativo, ¿por qué se distingue? ¿Consideras que la creatividad en el diseño gráfico se diferencia o es distinta a la de otras disciplinas artísticas?

El pensamiento creativo se distingue por... encontrar soluciones de manera única. La creatividad es la misma en todos los campos, desde el arte a la ciencia.

¿Cómo describirías tu proceso creativo? ¿A qué elementos o técnicas recurre cuando necesitas inspiración para un proyecto?

Mi proceso creativo es bastante racional... o conceptual. Nunca busco inspiración, tengo unos deadlines y tengo que cumplirlos, y siempre de la mejor manera.

Siempre empiezo analizando el problema y luego lo reformulo hasta encontrar aquello que lo haga único y me lleve a una solución original.

¿Podrías sintetizar ese proceso creativo en unas fases generales?

Análisis. Respuesta conceptual. Estudio formal. Diseño.

¿Se puede hablar de un método general para la realización de los proyectos, o cada tipología de proyecto requiere de un método diferente?

El método es el mismo, lo que cambia es el problema.

¿Cuál de tus proyectos consideras que ha sido el más importante de tu carrera a nivel metodológico y creativo? ¿Qué convierte un proyecto en un gran proyecto?

A ese nivel, no hay uno más importante que otro. Lo que convierte un proyecto en un gran proyecto puede ser la difusión, a veces la importancia del cliente. Hay muchas variables.

¿Has trabajado con profesionales de otras especialidades en el campo del diseño?, ¿con otros artistas o creadores ajenos al diseño? ¿Qué te ha aportado la experiencia de realizar un proyecto interdisciplinar?

He trabajado con arquitectos, interioristas, diseñadores industriales, fotógrafos e ilustradores. Lo que me aporta el trabajo interdisciplinar es entender otras maneras de trabajar, la necesidad de responder con otros requerimientos técnicos, o ver que métodos similares se deben ajustar a distintas tecnologías.

ACTUALIDAD DE LA PROFESIÓN

¿Cómo valoras la preparación de los jóvenes que empiezan a trabajar en el diseño tras acabar sus estudios?

Eso depende de donde hayan estudiado.

Actualmente, ¿qué término consideras que define mejor esta profesión: diseño gráfico o diseño de comunicación? ¿Quizá otro?

Tal vez diseño de comunicación.

¿Cuáles son los retos y posibles escenarios futuros del diseño gráfico o diseño de comunicación? Por ejemplo, ¿qué influencias tendrán los avances tecnológicos?, ¿cambiarán las estructuras organizativas de los equipos?, ¿se abarcarán más ámbitos de acción para desarrollar proyectos?, ¿crees que el diseño tendrá cada vez un mayor compromiso social?

No me gusta predecir, pero obviamente los avances o cambios tecnológicos influyen. El diseño se ha desarrollado según los avances tecnológicos. Y si, cambiarán las estructuras organizativas. No solo influye la tecnología, sino también la economía. Por otro lado, el compromiso social no lo tiene el diseño, el diseño es un proceso. El compromiso social lo deben tener los diseñadores.

EL DISEÑADOR Y LA SOCIEDAD

¿Qué proyecto utópico te gustaría realizar?

Me gustaría realizar proyectos reales. Identidades culturales, por ejemplo.

¿Qué proyecto jamás harías?

La identidad de un partido de derechas.

ISIDRO FERRER

entrevista realizada por Skype: 10 de marzo de 2015



“[...] a mí no me gusta la palabra metodología, porque encierra excesivamente el proceso. Una vez que generas un método no puede ser un método científico que se repita hasta la extenuación, sino que tiene que ser un método flexible que permita que sucedan cosas, que varíen, que hagan que esto esté vivo, que fluctúe. Yo soy un antimétodo en mi forma de trabajar, porque intento muchas veces invertir los procesos; posibilitar que haya elementos externos que determinen una forma de actuación concreta, integrar el azar y el error dentro del propio proceso.”

ISIDRO FERRER

(Huesca, 1963)

Ilustrador y diseñador de gran éxito durante las últimas dos décadas, se trata de uno de los creadores más apreciados por todo tipo de públicos y clientes, siendo un auténtico referente para la docencia de la comunicación visual en las escuelas de arte nacionales. Formado inicialmente como actor y escenógrafo, su acercamiento al mundo visual vino provocado por una larga convalecencia tras un grave accidente. Tras unos primeros pasos como ilustrador en el Heraldo de Aragón, en su trayectoria fue clave el traslado a Barcelona, donde trabajó y se formó con autores tan relevantes como Josep Pla-Narbona o Peret. A partir de ese momento su carrera gozó de un éxito y reconocimiento crecientes.

Entre sus clientes más importantes destacan Canal +, El País, Santillana o el Centro Dramático Nacional, para el que ha realizado varias campañas desde el año 2006 que se han convertido en hitos del diseño de carteles contemporáneos en España, siendo expuestos en numerosos países. Entre sus publicaciones destacan colaboraciones con el escritor Eduardo Galeano en el libro *Los sueños de Elena* (2011), y con otros diseñadores como Pep Carrió con la publicación *Abierto todo el día* (2013).

Entre sus numerosos premios se encuentran el Premio del Ministerio de Cultura al mejor libro editado en 1993, el Premio Nacional a las mejores ilustraciones infantiles y juveniles en 2006 o el Premio Daniel Gil de edición en 2003. En 2002 recibió el Premio Nacional de Diseño.

FORMACIÓN

Actualmente, si pudieras elegir el lugar donde estudiar en el campo de la comunicación gráfica, ¿cuál elegirías?

Yo creo que en la Escuela del Cartel de Cracovia, en la École Julien en París o en Central Saint Martins de Londres, sería lo más importante para mí; desde mi punto de vista sobre lo que yo conozco. La École Julien es una escuela muy antigua, es una escuela privada en París que tiene una metodología muy interesante, pero lo verdaderamente válido de la escuela es que todos los proyectos son reales, que la participación de los alumnos está plenamente implicada dentro del mundo profesional, y que el 70% de los profesores son profesionales en activo. Te están dando clases profesionales de gran calibre, con lo cual el conocimiento de la materia es real dado que lo están experimentando día a día.

La escuela de Cracovia es una escuela donde han dado y siguen dando clases algunos de los grandes maestros de la cartelería polaca, con una metodología muy singular, con una forma de entender el diseño muy social, muy comprometida, muy implicada dentro de todos los procesos sociales. La gente que sale, tienen un posicionamiento vital muy activo.

PROCESO DE TRABAJO Y CREATIVIDAD

En tu opinión, el pensamiento creativo, ¿por qué se distingue? ¿Consideras que la creatividad en el diseño gráfico se diferencia o es distinta a la de otras disciplinas artísticas?

El pensamiento gráfico se distingue por encontrar soluciones válidas a los problemas que se establecen; cualquier pensamiento creativo encuentra soluciones válidas. Yo creo que el mecanismo es muy parecido en todas las disciplinas, salvo en el arte que no busca encontrar soluciones sino generar expresiones, expresiones personales.

En el terreno del arte habría una diferencia con el resto de las disciplinas que no son artísticas, pero yo creo que el Diseño Gráfico no entra dentro de esa categorización de Arte, pues busca encontrar respuestas válidas.

¿Cómo describirías tu proceso creativo? ¿A qué elementos o técnicas recurre cuando necesitas inspiración para un proyecto?

Mi proceso creativo es anárquico y azaroso. Técnicas... ninguna, porque no existe una técnica para encontrar las soluciones; este es un proceso, y es un proceso constante. Las soluciones llegan en los momentos más insospechados, cuando menos lo esperas, pero tienes que estar siempre atento, tienes que estar siempre dispuesto, tienes que estar constantemente en acción. La solución puede llegar antes de que se cuestione el problema o a veces mucho después; pero la solución llega no porque busques la solución, sino porque estás constantemente pendiente de encontrar soluciones. O sea, sería una actitud, de estar atento, de estar dispuesto.

¿Podrías sintetizar ese proceso creativo en unas fases generales?

Una cosa es el proceso creativo, que puede ser caótico y azaroso, pero otra es el proceso que sigo en el trabajo, y en ese trabajo sí que sigo un proceso que puede explicarse. En el trabajo sí que intento desarrollar una serie de puntos que facilitan el proceso.

El primero es el análisis del encargo cuando tengo que enfrentarme a un trabajo concreto. Luego hay una búsqueda de información y de documentación. Una vez que tengo esa información llego a una conceptualización del trabajo para poder encontrar la idea que soporte el discurso. Una vez que tengo ya esa idea, lo que intento es encontrar el tono adecuado para dar forma a la idea; cual es la forma que una relación más estrecha tiene con esa idea. Y una vez que ya sé cuál va a ser esa forma me pongo con la realización, pero no siempre de la misma manera, sino que suceden muchas cosas azarosas que pueden condicionar este proceso.

¿Se puede hablar de un método general para la realización de los proyectos, o cada tipología de proyecto requiere de un método diferente?

Esas fases podrían aplicarse prácticamente a casi todo, lo que pasa es que a mí no me gusta la palabra metodología, porque encierra excesivamente el proceso. Una vez que generas un método no puede ser un método científico que se repita hasta la extenuación, sino que tiene que ser un método flexible que permita que sucedan cosas, que varíen, que hagan que esto esté vivo, que fluctúe. Yo soy un *antimétodo* en mi forma de trabajar, porque intento muchas veces invertir los procesos; posibilitar que haya elementos externos que determinen una forma de actuación concreta, integrar el azar y el error dentro del propio proceso.

¿Cuál de tus proyectos consideras que ha sido el más importante de tu carrera a nivel metodológico y creativo? ¿Qué convierte un proyecto en un gran proyecto?

Hay distintos proyectos interesantes; cuanta mayor envergadura tiene el proyecto más interesante puede resultar. Como un gran disparate podría estar la historia del *Agua de Lunares* que conté en las Jornadas de Alpunto 2012 en Albacete. Ese es un proceso errado desde el principio ya que empieza a tener muchos condicionantes no contemplados, pero es interesante porque todos esos problemas externos posibilitan que el proyecto se vaya siempre posicionando en un lugar no deseado y estableciendo nuevas coordenadas. Es un proyecto que no me interesa demasiado por lo sufrido, pero puede ser un proyecto interesante.

A muy largo plazo y todo el desarrollo que ha implicado y toda la investigación, ha sido la gráfica para el Centro Dramático Nacional. Yo la cogí hace 10 años. Empecé con ellos y durante cinco temporadas estuve trabajando de forma continuada; más tarde y durante un año lo cogió Peret, y luego yo volví otra temporada. Durante dos años he dejado de trabajar con ellos porque hubo una renovación en el equipo, y este año volvieron a llamarme. Esta temporada sigo haciendo el proyecto del Centro Dramático Nacional, con lo cual es un proyecto muy dilatado, cortado, que ha ido evolucionando pero que desde el inicio ha resultado un proyecto muy interesante.

Pero a mí los que más interesantes me han resultado son los procesos de los proyectos más recientes, más novedosos. Hay un proyecto en el que estoy trabajando que va a ver la luz dentro de un mes y medio en la Feria de Mueble de Milán; es para una empresa de lámparas de Valencia que se llama Lucifer. Nace de un encargo abierto, no cerrado, sin briefing, que me permite toda la libertad de maniobra posible y que conforme se va construyendo va evolucionando en una dirección imprevista y va creciendo con la complicidad del propio cliente. Es un proyecto que nace aquí y que se desarrolla de una manera exponencial muy interesante y que acaba en un lugar totalmente inesperado, pero porque hay muchos agentes externos que van sumando intenciones y que hace que el proyecto se sitúe en un terreno casi insólito.

¿Has trabajado con profesionales de otras especialidades en el campo del diseño?, ¿con otros artistas o creadores ajenos al diseño? ¿Qué te ha aportado la experiencia de realizar un proyecto interdisciplinar?

Lo que aporta es la suma de conocimientos, y el desplazarte de su espacio de comodidad para entrar en territorios donde tienes que delegar en otro para poder

llegar a un resultado compartido. Tienes que generar espacios comunes donde no estás al servicio de tu único punto de vista sino que el punto de vista tiene que ser consensuado entre todas las partes, con lo cual esto es verdaderamente interesante porque si hay empatía y sinergia dentro del equipo de trabajo, lo que eso genera es una visión caleidoscópica, múltiple, que llega a un campo de visión mucho mayor del que uno tiene. Y no solamente un campo de visión, sino también un campo de actuación.

LABOR DOCENTE

Has impartido talleres de diseño e ilustración en diferentes ocasiones, ¿cuál crees que debe ser la función del profesor en la enseñanza del diseño gráfico e ilustración?

Pues no tengo ni idea. Yo te puedo decir desde mi propia experiencia como yo no poseo un cuerpo teórico porque no vengo del Diseño Gráfico, estudié teatro y no diseño, y en mi caso no puedo transmitir una serie de conocimientos teóricos sobre la materia, sino lo que intento transmitir en mi caso, es una experiencia y posibilitar a largo plazo una reflexión sobre esa propia experiencia. Lo que tengan que impartir los profesores yo creo que es una cuestión más de conocimientos tanto teóricos como técnicos, reales.

En los últimos años, ¿qué cambios has notado, si los ha habido, en la forma en que se enseñan estas disciplinas?

Sí, yo creo que sí. Lo que veo en este momento es una pérdida enorme de norte. Lo que ha variado la disciplina en este momento, y eso es aplicable también a la docencia y a la enseñanza, la profesión no tiene claro cuál es el futuro inmediato. Y si no tiene claro el futuro inmediato, tampoco puede saber cuál es el futuro a largo plazo, ni mucho menos.

En una disciplina tan joven como el Diseño Gráfico, con tan pocos años de existencia y que ha visto como la tecnología ha variado de una forma dramática e importante muchas de las certezas ya existentes, lo que hay es un *desnortamiento* enorme. Pero tanto en la comunidad profesional como en la comunidad de la enseñanza.

Lo que veo son por un lado muchos titubeos; también veo muchas búsquedas y muchas alternativas pero sin tener claro cuál es la dirección que hay que mantener.

¿Enseñas a tus alumnos la misma metodología proyectual que después empleas en tu trabajo como profesional del diseño?

No puedo inventarme nada que no haya experimentado antes. Yo lo que hago es que muestro las bases conceptuales sobre las que construyo mi propio discurso, y también las herramientas con las que yo me manejo a diario de esta profesión. Es una experiencia que viene desde lo personal y que se comparte con los alumnos en los talleres.

¿Y las técnicas creativas?

Lo mismo que lo anterior

ACTUALIDAD DE LA PROFESIÓN

¿Cómo valoras la preparación de los jóvenes que empiezan a trabajar en el diseño tras acabar sus estudios?

Si no tuviese la comparativa con otros países, diría que estábamos en el ranking bien situados hace tiempo. Depende con quien nos comparemos podemos seguir bien situados, pero comparativamente con ciertas metodologías o formas de enseñanza en los países que nos rodean, sobre todo países de Europa como Francia, Alemania, Suiza, incluso Italia menos pero también, Inglaterra, diría que el nivel es bastante mediocre a la salida de los estudios. Además con mucha confusión a la hora de afrontar la profesión; habría que eliminar la palabra Arte dentro de esta disciplina en las Escuelas. No son Escuelas de Arte. No. Es otra cosa.

Actualmente, ¿qué término consideras que define mejor esta profesión: diseño gráfico o diseño de comunicación? ¿Quizá otro?

Comunicación Visual. Eliminaría la palabra Diseño, ha perdido todo el sentido. El problema de la palabra diseño es que se ha pervertido como la palabra arte. Ambos sustantivos han terminado en el saco de la basura y entonces cuando se adjetiva el sustantivo y se aplica *diseño*, lo adjetivas. Se dice: algo es *de diseño*, entonces es la repanocha, no quiere decir absolutamente nada; quiere decir que es totalmente inválido: porque es superficial, porque es estético, porque es inservible, porque es inútil.

A la palabra diseño se la ha estrujado y ha perdido todo el sentido. Entonces la comunicación visual tiene que ver con esos dos ámbitos en los que nos movemos, con el de la comunicación y en el ámbito de lo visual.

¿Cuáles son los retos y posibles escenarios futuros del diseño gráfico o diseño de comunicación? Por ejemplo, ¿qué influencias tendrán los avances tecnológicos?, ¿cambiarán las estructuras organizativas de los equipos?, ¿se abarcarán más ámbitos de acción para desarrollar proyectos?, ¿cree que el diseño tendrá cada vez un mayor compromiso social?

Los retos es redefinirla de una forma razonable y real que va a ser muy difícil, algo que en otros países se ha conseguido, pero que está en constante cambio, porque el campo visual también lo está.

También los usos de ese entorno visual, es un uso que ha cambiado enormemente del papel a lo digital; entonces hay que redefinir. No sólo la profesión y la educación, sino también redefinir el hecho de mirar y de la información que obtenemos de forma constante en los medios. Realmente es una locura, una chaladura.

EL DISEÑADOR Y LA SOCIEDAD

¿Qué proyecto utópico te gustaría realizar?

Poner de acuerdo a los distintos dioses para que llegasen a un acuerdo entre ellos, para que no hubiesen fricciones entre los dogmas de fe. Ese sería un proyecto... Generar un espacio de concordia entre los distintos dioses existentes.

¿Qué proyecto jamás harías?

Un proyecto que estuviese vinculado con la propaganda política. Cualquier proyecto vinculado con la propaganda política, lo rechazaría de inmediato.

SANDRA FIGUEROLA

entrevista realizada mediante cuestionario online: 23 de marzo de 2015

“Creo que un profesional de la comunicación debe posicionarse y opinar con lo que mejor sabe hacer, sus mensajes. No concibo esta profesión como un mercenario al servicio de quien le contrate. Creo que sería incapaz de comunicar bien algo en lo que yo no creo...”

“Es bastante común en los alumnos las parálisis que les provoca a veces enfrentarse a un reto creativo, y estas técnicas les ayudan a desbloquearse. Realmente pienso que funcionan...”

SANDRA FIGUEROLA

(Valencia)

Formada en la Facultad de Bellas Artes de San Carlos en Valencia, su trayectoria vital y profesional ya nunca podrá desligarse de la capital valenciana, pues será en esa ciudad donde sus principales proyectos e iniciativas tengan lugar. En 1984 es uno de los once miembros fundadores del colectivo interdisciplinar La Nave, junto a figuras tan destacadas como Daniel Nebot, Paco Bascuñán, Nacho Lavernia y Luis Lavernia. Allí permanecerá hasta la disolución en 1991 de esta iniciativa tan relevante para todo el diseño español de los 80, ya fuera desde un punto de vista gráfico, como desde los campos del diseño industrial o el de la arquitectura y el interiorismo. De aquellos años destacan trabajos de objetos hinchables para la empresa Toi y el comienzo de la más que fructífera colaboración con la firma Gandía Blasco, con la que continúa trabajando hoy en día.

Entre 1991 y 1997 trabaja bajo la denominación de Estudio Ni, realizando encargos tan importantes como los del pabellón de la Comunidad Valenciana en la Expo de Sevilla en 1992 o colaboraciones internacionales en países como Japón o Italia. Desde 1997 y hasta 2009 trabaja en el estudio Figuerola/Gallén, sin bajar nunca el nivel de excelencia en sus proyectos y con clientes como la Companya de Teatre Micalet, los Teatres de la Generalitat o la Ciutat de les Arts y les Ciències, para la que realizó la gráfica y la cartelería de los conciertos en el Palau de les Arts Reina Sofía. Durante los últimos años sus proyectos se enmarcan dentro de El Almudín, estudio de diseño y comunicación formado junto a los diseñadores Adrián Cabrera, Cándido Solaz, Iván Burgos y Román Sánchez.

Aparte de su labor profesional desde el año 2002 Sandra Figuerola trabaja también como docente, comenzando esta tarea como profesora de la asignatura de proyectos de diseño gráfico en la Escuela Superior de Diseño del CEU-San Pablo de Valencia, y desarrollándola más tarde en talleres tanto en la propia ciudad de Valencia como en el extranjero.

INICIOS Y FORMACIÓN

Los diseñadores gráficos suelen ser vocacionales. Desde muy pronto tienen claro que quieren dedicarse a esta profesión. ¿Fue éste tu caso? ¿En qué momento y qué te motivó a encaminar tu carrera en este campo?

En mi caso fue absolutamente casual. Yo estudiaba BBAA y no me planteaba un futuro profesional como artista... estudiaba bellas artes porque era lo que más me atraía dentro del campo creativo. No había entonces estudios especializados en diseño.

La participación en un concurso de carteles de Rock, y ganar el concurso, me hizo plantearme la posibilidad de dedicarme profesionalmente al diseño.

Estudiaste diseño gráfico en la Facultad de Bellas Artes de Valencia ¿Qué ventajas y desventajas crees que aporta un tipo de formación académica como la tuya?

Ventajas, sin duda cultura visual. Lenguajes y modos de hacer y de interpretar la realidad. El discurso teórico de algunos artistas me ha aportado concepto y me han hecho plantearme encargos desde una perspectiva más profunda, más conceptual. Desventajas, carencia con las herramientas digitales. Me ha faltado mucha formación en ese aspecto... pero creo que eso se puede suplir o adquirir fácilmente, por tanto valoro mucho más las ventajas en mi formación.

Actualmente, si pudieras elegir el lugar donde estudiar, ¿cuál elegirías?

La verdad es que no estoy muy informada en esta cuestión. Sí me ha interesado y me hubiera encantado poder participar en el proyecto puesto en marcha por Benetton llamado Fabrica; es un proyecto dedicado a la comunicación, que apuesta por la creatividad de los jóvenes artistas provenientes de todo el mundo, invitados tras una exhaustiva selección, para desarrollar proyectos de comunicación bajo la dirección artística de expertos de los distintos sectores.

PROCESO DE TRABAJO Y CREATIVIDAD

En tu opinión, el pensamiento creativo, ¿por qué se distingue? ¿Consideras que la creatividad en el diseño gráfico se diferencia o es distinta a la de otras disciplinas artísticas?

Realmente pienso que el proceso creativo es muy parecido, creo que la diferencia radica en la existencia del encargo. En diseño te ciñes a un proyecto concreto. Buscas la solución para un problema determinado y eso condiciona tu planteamiento y formas de hacer.

El proyecto artístico en otras disciplinas, en cambio, es mucho más libre, ya que no está determinado por un encargo. No hay un fin concreto, ni sujeto a ningún proceso industrial. Solo las especulaciones mentales del artista.

¿Cómo describirías tu proceso creativo? ¿A qué elementos o técnicas recurre cuando necesitas inspiración para un proyecto?

Primero aparecen las ideas y los conceptos, intento pensar en abstracto, huyendo de lo concreto, porque luego me resulta difícil dejar caminos que ya he iniciado, y tengo una sensación de bloqueo.

De esta forma unos conceptos se vinculan a otros y surgen las primeras asociaciones, visualizaciones. Trato de huir de caminos trillados y abrir puertas al pensamiento lateral... a veces escribo palabras, conceptos... Nunca recorro al ordenador en un principio, solo cuando tengo la idea muy clara, lo utilizo. Para mí es una herramienta, fantástica, que me facilita la búsqueda de las formas, imágenes o tipos pero que sólo utilizo en el proceso final de realización.

¿Podrías sintetizar ese proceso creativo en unas fases generales?

Trato de pensar ideas muy generales, amplias y ambiguas. No cerrarme puertas creativas sino abrirme a campos nuevos para poder decir las cosas de otra manera. Ir de lo abstracto a lo concreto, de las ideas generales a los detalles... la idea o el proyecto permanece en mi cabeza de forma obsesiva y en ese proceso mental es cuando aparecen las asociaciones verbales y visuales. Luego hay que hacer visible esa idea mediante el lenguaje gráfico... eso me resulta más fácil.

¿Se puede hablar de un método general para la realización de los proyectos, o cada tipología de proyecto requiere de un método diferente?

Dentro del ámbito donde yo me muevo, donde hay un gran componente gráfico, o gráfico aplicado a la industria, la metodología utilizada es siempre muy parecida. La metodología será diferente en los proyectos de diseño industrial, con tiempos más largos y fases más estructuradas, en cuanto a prototipos, verificación, etc...

¿Cuál de tus proyectos consideras que ha sido el más importante de tu carrera a nivel metodológico y creativo? ¿Qué convierte un proyecto en un gran proyecto?

El proyecto de los Memory Container, propuesto por Alessi. Participamos en un concurso internacional, acotado a mujeres. Fue un proyecto que supuso la esencia de mi forma de hacer, donde me di cuenta de la importancia de tener una idea clara, y un concepto coherente. Luego, ponerle cara a esa idea es mucho más sencillo, y si lo haces con sentido del humor, mucho mejor. En ese proyecto se pudieron dar todas esas circunstancias: concepto y gráfica con sentido del humor, para un proyecto de una empresa emblemática, como Alessi, justo en el inicio de mi carrera. ¡Estupenda carambola!

¿Has trabajado con profesionales de otras especialidades en el campo del diseño?, ¿con otros artistas o creadores ajenos al diseño? ¿Qué te ha aportado la experiencia de realizar un proyecto interdisciplinar?

Trabajamos en un proyecto para la feria de Verona, Habitare il Tempo. Nosotras (M. Gallen y yo), fuimos las directoras artísticas y seleccionamos para participar en él, a mujeres con un perfil de artistas/diseñadoras. La experiencia fue interesante... y estimulante, pero los artistas desconocen los procesos industriales, y a veces teníamos que limitar o llevar a la realidad ideas demasiado locas o caras o difíciles de plasmar. Prefiero trabajar con profesionales que conocen mínimamente la industria, la verdad...

LABOR DOCENTE

Desarrollas también una actividad docente en el CEU San Pablo y en Bellas Artes ¿Cuál crees que debe ser la función del profesor en la enseñanza del diseño gráfico?

Creo que es importante enseñarles a pensar antes de hacer. A tener ideas y a trabajar desde el concepto. Enseñarles la importancia de la cultura y la cantidad de cosas que nos aporta, estimularles para que vayan a museos, para que adquieran cultura visual. Que conozcan la historia del diseño, lo que hemos heredado y lo que constituye nuestra base, para utilizarlo como plataforma y poder crecer, experimentar y proponer nuevos lenguajes.

En los últimos años, ¿qué cambios has notado, si los ha habido, en la forma en que se enseña diseño gráfico?

No tengo datos objetivos para pensar que ha habido diferencias. Yo utilizo mi propio método, que voy adaptando, dependiendo del nivel gráfico que me encuentro en las aulas cada año. Detecto una gran falta de cultura visual y una fascinación por la técnica y las herramientas digitales.

También intento bajar los egos excesivos de la mayoría de los alumnos...

A la hora de enseñar diseño, ¿qué crees que falta y sobra en las escuelas de diseño gráfico en España?

Como apunto en la pregunta anterior, estimularles en el conocimiento de la cultura, no sólo la vinculada a la creatividad. Creo que no se le da la importancia que tiene, ya que la cultura aporta lenguajes, conceptos, recursos... etc. Los diseñadores y creativos somos los cronistas de una época determinada y para ello debemos conocer los códigos y lenguajes de ella, y eso es lo que te da la cultura.

Importantísimo también enseñarles a pensar, para dotar de contenido las imágenes que proyectan, y que no sean sólo proyectos estéticos sin ningún tipo de contenido o mensaje.

Me parece que hay sobredosis de herramientas digitales, programas de tratamiento de imagen y no se le da suficiente importancia al tema tipográfico, por ejemplo.

¿Enseñas a tus estudiantes la misma metodología proyectual que después empleas en tu trabajo como profesional del diseño?

Sí, pero por fases. Yo trabajo activando muchos campos a la vez, ideas, lenguajes, metáforas, conceptos... y abocetando mucho. A mis alumnos les dosifico la metodología. Tienen una libreta donde se registran las diferentes fases: primero las ideas, los bocetos y más adelante los aspectos formales, imágenes, tipografías y composición...por último enseñan en clase su trabajo y así aprenden a defender su proyecto con argumentos.

¿Y las técnicas creativas?

Hay muchas y todas valen: brainstorming, mapas visuales, asociaciones...les insisto que pasen a la acción. Es bastante común en los alumnos las parálisis que les provoca a veces enfrentarse a un reto creativo, y estas técnicas les ayudan a desbloquearse. Realmente pienso que funcionan...

ACTUALIDAD DE LA PROFESIÓN

¿Cómo valoras la preparación de los jóvenes que empiezan a trabajar en el diseño tras acabar sus estudios?

Realmente creo que están bien preparados. Conocen las herramientas digitales, los programas de tratamiento de imagen, etc... Son hábiles buscando información y recursos gráficos, son audaces y tienen iniciativa.

Creo que andan más verdes en cuestiones de maquetación y tipografía.

Actualmente, ¿qué término consideras que define mejor esta profesión: diseño gráfico o diseño de comunicación? ¿Quizá otro?

Algo más genérico como comunicación me parece más adecuado, ya que este término incluye otros soportes más actuales, como las aplicaciones online, páginas web, o acciones vinculadas al marketing, además de los soportes gráficos convencionales.

¿Cuáles son los retos y posibles escenarios futuros del diseño gráfico o diseño de comunicación? Por ejemplo, ¿qué influencias tendrán los avances tecnológicos?, ¿cambiarán las estructuras organizativas de los equipos?, ¿se abarcarán más ámbitos de acción para desarrollar proyectos?, ¿crees que el diseño tendrá cada vez un mayor compromiso social?

Creo que estamos viviendo una auténtica revolución desde el punto de vista de la comunicación al mismo nivel de importancia que supuso la invención de la imprenta en su día con la comercialización de los libros y la transmisión del conocimiento.

Los avances tecnológicos contaminan todos los aspectos de la vida. Es un cambio radical en muchos planteamientos ya que estos avances van a cambiar los hábitos de comunicación de las personas. Se deberán redefinir nuevos códigos, y se crearán nuevos lenguajes. Los equipos serán multidisciplinares sin lugar a dudas como ya casi lo son ahora. Es imposible que una sola persona conozca y tenga las destrezas y habilidades necesarias para la comunicación online y offline.

El compromiso social del diseño parece que depende más de modas y épocas determinadas y no acaba de establecerse de forma sólida en la sociedad... aunque detecto que cada vez hay más conciencia ecológica.

EL DISEÑADOR Y LA SOCIEDAD

¿Qué proyecto utópico te gustaría realizar?

Me encantaría poner en marcha una productora de objetos y muebles de diseño, realizados en colaboración con etnias minoritarias, que tuvieran un gran porcentaje de trabajo artesanal y que pudiera recuperar tradiciones o técnicas ya olvidadas. Unir diseño y proyecto social. Ese sería para mí un gran proyecto.

¿Qué proyecto jamás harías?

No trabajaría en proyectos contrarios a mis principios ni a mi ética: no colaboraría en campañas que cuestionaran el aborto o la libertad de elección por parte de las mujeres, ni promocionaría la desigualdad entre géneros, ni participaría en campañas a favor de los toros, o alentando el maltrato animal, ni colaboraría en campañas políticas contrarias a mi ideología progresista... etc. Creo que un profesional de la comunicación debe posicionarse y opinar con lo que mejor sabe hacer, sus mensajes. No concibo esta profesión como un mercenario al servicio de quien le contrate. Creo que sería incapaz de comunicar bien algo en lo que yo no creo...

anexo 2 _ entrevista a diseñadores

VERÓNICA FUERTE

HEY STUDIO

entrevista telefónica: 13 de marzo de 2015



“Hace falta enseñar una buena base histórica del diseño: enseñar muy bien tipografía, enseñar muy bien identidad, enseñar a presentar... la base.”

VERÓNICA FUERTE

HEY STUDIO

(Barcelona, 1980)

Con apenas una década de experiencia al más alto nivel, Verónica Fuerte se ha convertido ya en uno de los nuevos valores del diseño gráfico nacional. Formada en el centro barcelonés Elisava dentro de la especialidad de diseño gráfico, completó su formación gracias a un posgrado de tipografía en la escuela EINA, también en la ciudad condal. Su trayectoria profesional ha venido marcada por el trabajo en varios de los más importantes e innovadores estudios de Barcelona como Sonsoles Llorens, Summa o Wladimir Marnich.

En 2007 Verónica Fuerte funda el estudio Hey junto a Tilmán Solé, y desde entonces vienen resolviendo numerosos proyectos de toda índole, siempre con una marcada personalidad. El estilo del estudio está marcado por el gusto por las imágenes directas, por el impacto inmediato de la geometría, las tintas planas y los colores llamativos, por la potencia visual de unas tipografías fuertes e impactantes. La búsqueda de la excelencia en este tipo de soluciones gráficas y visuales les ha llevado a trabajar con clientes como el Museu d'Art Contemporani de Barcelona MACBA, el Centre de Cultura Contemporània de Barcelona CCCB, la multinacional Pepsi, la organización Intermon Oxfam o la editorial Random House Mondadori.

Aparte de su trabajo dentro del estudio Verónica Fuerte ha impartido clases de ilustración en la Escuela de fotografía, diseño y moda de Barcelona IDEP, así como diversos talleres y ponencias. El estudio Hey ha sido galardonado con premios como los Laus, los premios Visual o los ADC Young Guns 7 de la ciudad de Nueva York.

INICIOS Y FORMACIÓN

Los diseñadores gráficos suelen ser vocacionales. Desde muy pronto tienen claro que quieren dedicarse a esta profesión ¿Fue éste tu caso? ¿En qué momento y qué te motivó a encaminar tu carrera en este campo?

En parte sí era un poco vocacional. No sabía muy bien lo que era el diseño gráfico, pero sí sabía lo que eran manualidades, pintura, coloreado. Había como cosas que me atraían desde pequeña. Cuando conocí el diseño gráfico y vi las asignaturas, entendí que me gustaba mucho.

Tu formación académica es la de licenciada en diseño gráfico en Elisava y también realizaste un posgrado de tipografía en EINA. ¿Qué ventajas y desventajas crees que aporta un tipo de formación académica como la tuya?

Las ventajas es que es una buena base de diseño y el posgrado es la especialización en algo que te gusta, te motiva cuando has acabado la carrera. Lo único que me hubiese gustado ahora con el tiempo, es irme a estudiar fuera un año.

Actualmente, si pudieras elegir el lugar donde estudiar en el campo de la comunicación gráfica, ¿cuál elegirías?

En Londres, en la Saint Martins.

PROCESO DE TRABAJO Y CREATIVIDAD

En tu opinión, el pensamiento creativo, ¿por qué se distingue? ¿Consideras que la creatividad en el diseño gráfico se diferencia o es distinta a la de otras disciplinas artísticas?

Yo creo que el proceso creativo es parecido en otras áreas, aunque tampoco las conozca demasiado. Al final es buscar referentes; documentarse en el inicio; una vez estás documentado buscar ideas; compartirlas.

Al ser una profesión de uso comercial donde hay un cliente, el diseño se puede diferenciar de otras profesiones artísticas en las que no hay un cliente, pero aun así, pienso que la búsqueda de la creatividad es parecida.

¿Cómo describirías tu proceso creativo? ¿A qué elementos o técnicas recurre cuando necesitas inspiración para un proyecto?

Lo primero me documento. Busco que están haciendo las mismas compañías; también busco referentes visuales que pueden ser de diseño, de arte, muebles, puede ser cualquier tipo de documentación. Una vez tengo toda esta documentación la analizo, miro y después ya empiezo el proceso creativo de ideas: una vez está todo documentado comienza ese proceso.

En mi caso, al ser un estudio de diseño, es compartido con los del estudio y cada uno va teniendo ideas y después, una vez están creadas, las compartimos entre nosotros y elegimos las propuestas que presentamos al cliente.

¿Se puede hablar de un método general para la realización de los proyectos, o cada tipología de proyecto requiere de un método diferente?

No, más o menos siempre es el mismo; la diferencia es diseño o ilustración. En ilustración los tiempos son más cortos, y la primera idea que tienes es la que sale, porque no tienes tiempo de pensar ni de probar. En diseño sí que tienes tiempo y entonces intentas experimentar, probar otros caminos. Pero sí seguimos el mismo proceso en todos los proyectos sean grandes o pequeños

¿Cuál de tus proyectos consideras que ha sido el más importante de tu carrera a nivel metodológico y creativo? ¿Qué convierte un proyecto en un gran proyecto?

Es muy difícil esto. Yo creo que es el cliente y queda contento al final, cuando funciona. Por ejemplo, un proyecto pequeño de mermeladas para una amiga mía en Miami que cogimos sin muchas ganas, pero al final ha salido bien y no solo están contentos, sino que el resultado se ve: están vendiendo mucho más y en este caso estamos todos contentos; esto es lo positivo, cuando el proyecto realmente funciona y cumple los objetivos.

¿Has trabajado con profesionales de otras especialidades en el campo del diseño?, ¿con otros artistas o creadores ajenos al diseño? ¿Qué te ha aportado la experiencia de realizar un proyecto interdisciplinar?

A veces sí colaboramos con fotógrafos, pero la verdad es que no hemos hecho muchas colaboraciones, porque al ser también ilustradores muchas veces lo resolvemos todo nosotros. Pero sí que cuando hemos trabajado con algún fotógrafo es otro punto

de vista más amplio y te aporta cosas que tú no aportarías. Yo creo que es bueno, es positivo.

LABOR DOCENTE

Desarrollas también una actividad docente en IDEP Barcelona ¿Cuál crees que debe ser la función del profesor en la enseñanza del diseño gráfico?

Ya no doy clases desde hace dos años, pero creo que la función es formar, formar bien. Que los alumnos tengan una buena base de diseño y que salgan preparados, pero sin ninguna visión subjetiva del profesor, simplemente que estén bien preparados para cuando salgan a la vida real.

En los últimos años, ¿qué cambios has notado, si los ha habido, en la forma en que se enseña diseño gráfico?

Quizá, con todo esto de Bolonia sí ha cambiado bastante, ha cambiado desde que yo fui a la Universidad. Como yo no sigo en esto, el nivel no lo sé muy bien, pero creo que sí ha cambiado. Creo que los alumnos están mucho más preparados ahora y cada año más, o sea, salen demasiado bien preparados.

Hay un editor inglés que solo habla de diseño y fue a una charla y decía que los alumnos salen demasiado profesionales, y cuando encuentran un trabajo se deprimen porque no pueden hacer lo que les han enseñado, porque la realidad no satisface sus expectativas, que son demasiado altas.

A la hora de enseñar diseño, ¿qué crees que falta y sobra en las escuelas de diseño gráfico en España?

Hace falta enseñar una buena base histórica del diseño: enseñar muy bien tipografía, enseñar muy bien identidad, enseñar a presentar... la base. Esto muchas universidades no lo acaban de enseñar bien o lo pasan muy por encima y yo creo que es lo básico.

¿Enseñas a tus alumnos la misma metodología proyectual que empleas en tu trabajo como profesional del diseño?

Sí, primero ideas, bocetos, documentación y luego cuando la idea está seleccionada, realizarla.

ACTUALIDAD DE LA PROFESIÓN

Actualmente, ¿qué término consideras que define mejor esta profesión: diseño gráfico o diseño de comunicación? ¿Quizá otro?

Quizá, Comunicación Visual.

¿Cuáles son los retos y posibles escenarios futuros del diseño gráfico o diseño de comunicación? Por ejemplo, ¿qué influencias tendrán los avances tecnológicos?, ¿cambiarán las estructuras organizativas de los equipos?, ¿se abarcarán más ámbitos de acción para desarrollar proyectos?, ¿crees que el diseño tendrá cada vez un mayor compromiso social?

Creo que serán más o menos los mismos, pero aplicados en otros terrenos. Continuará habiendo identidad, editorial, pero aplicados en otros soportes, mucho más digital, más *motion*, pero las necesidades serán las mismas.

EL DISEÑADOR Y LA SOCIEDAD

¿Qué proyecto utópico te gustaría realizar?

Muchos, hay muchos que no he hecho aun; una identidad grande, aerolíneas, o un packaging completo de algo importante... muchas cosas, todo lo que no he hecho hasta ahora.

¿Qué proyecto jamás harías?

Para una empresa o entidad que no compartiera su ideología, está claro.

SR. GARCÍA

entrevista personal: Oviedo, 2 de marzo de 2015



“[...] hay que animar a perder el miedo a los alumnos. Cada uno tenemos cosas dentro que muchas veces no nos atrevemos a sacar, y un profesor lo que tiene que hacer es ayudarte a sacarlas, a expresarte.”

“Para mí es muy importante la ironía: el sonreír. Y el primero que sonrío soy yo y hago collage por esto: porque me hace mucha gracia. Así, el “eureka” el primero que lo dice soy yo.”

SR. GARCÍA

(Madrid)

Desde muy joven el mundo de la imagen siempre fue un auténtico imán para la persona escondida tras el seudónimo de Sr. García. Sin embargo, no acabó estudiando Bellas Artes sino que fue el mundo de la publicidad en el que se formó durante tres años, tras los que se introdujo en el campo del diseño gráfico a partir de unos estudios complementarios. Durante alrededor de quince años trabajó en agencias de publicidad de la capital, colaborando con todo tipo de profesionales como tipógrafos, directores de arte o fotógrafos, lo que ayudó a enriquecer su visión del mundo de la gráfica. Desde hace unos años se dedica a la ilustración de prensa a partir de la técnica del collage, rastreando en mercadillos y tiendas de viejo imágenes que combinará de las maneras más arriesgadas para ofrecer nuevas perspectivas sobre temas de la actualidad.

Ha publicado en medios como El País Semanal, Esquire, Diario Sur, Cambio 16, el suplemento de moda de El País SModa, la revista futbolística Líbero, el diario Público, o la publicación alemana Ein Magazin Über Ortey Opzij. Ha participado en diversas exposiciones tanto nacionales como en el extranjero, además de ser un activista a favor del reconocimiento del collage como técnica y medio de comunicación visual, por lo que no es de extrañar que sea no de los miembros fundadores de la Sociedad de Collage de Madrid.

INICIOS Y FORMACIÓN

Los diseñadores gráficos e ilustradores suelen ser vocacionales. Desde muy pronto tienen claro que quieren dedicarse a esta profesión. ¿Fue éste tu caso? ¿En qué momento y qué te motivó a encaminar tu carrera en este campo?

Yo tenía que haber estudiado Bellas Artes pero mi madre no me dejó estudiar esa carrera. Me obligó a estudiar publicidad porque pensó que eso daría más dinero que Bellas Artes, y después de tres años estudiando publicidad en la Complutense de Madrid, en los que me aburrí soberanamente, decidí hacer un máster de diseño gráfico ya que era realmente lo que me apetecía hacer. Por aquel entonces había muy pocas escuelas e hice un máster de diseño gráfico y dirección de arte. A raíz de ese máster y de hacer realmente lo que me apetecía, empecé a dedicarme a esto. Acabé la carrera porque era *lo que había que hacer* pero realmente no me interesaba.

¿Qué ventajas y desventajas crees que aporta un tipo de formación como la tuya?

Creo que ahora hay escuelas más especializadas que antes. Supongo que habría escuelas de arte en aquella época, pero yo estudié una carrera porque era lo que se debía hacer, y en ningún momento me planteé entrar en una escuela similar como las que hay ahora. Lo cierto es que viéndolo de manera retrospectiva, puedo casi considerarme autodidacta, al menos en lo que estoy haciendo ahora mismo. De hecho hay un día clave que es cuando, después de trabajar quince años en publicidad, una noche en la agencia, de madrugada y con bastante hambre, bajas al Vip's a comprar algo y te encuentras un libro de un tal Diego Lara. No tienes ni idea de quién es, pero vi una portada que me maravilló y lo cogí. ¡Me encantó!. Y así se me despertaron, más que las ganas de hacer collage, las ganas de volver a utilizar las manos.

Yo había empezado en publicidad cuando no había ordenadores: empecé cuando había repromáster, cuando había fotocopiadoras, cuando había Letraset, cuando componías a mano, cuando utilizabas el cutter, cuando utilizabas pantonera, cuando pintabas con rotuladores, etc. Y todo aquello lo perdí cuando llegó el ordenador, que llegó a los cuatro o cinco años de estar trabajando y arrasó. Dejamos de pensar con las manos para pensar con una pantalla de ordenador delante. Después de quince años trabajando así me encontré con esta persona, vi su trabajo personal y me dije: yo quiero hacer esto. Había dibujado toda mi vida, había hecho muchas cosas siempre y

lo había abandonado.

Actualmente, si pudieras elegir el lugar donde estudiar, ¿cuál elegirías?

Una escuela de arte. De hecho mi hijo quiere estudiar artes escénicas, que aunque no tenga que ver con lo visual, estamos mirando precisamente ese tipo de centros.

PROCESO DE TRABAJO Y CREATIVIDAD

¿Cómo describirías tu proceso creativo? ¿A qué elementos o técnicas recurre cuando necesitas inspiración para un proyecto?

Mi método es que no hay método. Precisamente me enganché al collage por eso: por lo que tiene de espontaneidad y por lo que tiene de no pensar, de no metodizar todo. El azar.

Trabajar muchas horas en un proyecto con un briefing o una idea que tienes que plasmar te bloquea muchísimo, y el collage es todo lo contrario. Uso unos recursos muy escasos: una revista, dos revistas, sin nada encima de la mesa. Pero las cosas salen, y salen sin pensar. Cuando estoy haciendo mi trabajo personal no pienso. Intento no pensar o pensar muy poco. El método es dejarte llevar. Incluso cuando tengo un trabajo por encargo me ocurre algo similar: el tiempo es muy limitado y encima de tu mesa tienes el material que tienes. No busco más material ni puedo esperar al día siguiente. Tengo que trabajar con lo que tengo encima de la mesa. Tengo ideas o imágenes en la que cabeza que me pueden valer, pero no tengo claro antes de empezar que buscaré una imagen concreta.

En mi caso es un proceso muy poco racional, a diferencia de lo que ocurre con la ilustración más tradicional como la que puede hacer Pablo Amargo. Él piensa y racionaliza lo que quiere plasmar. Yo no. Todo va viniendo de manera un tanto azarosa. Para mí es muy importante la ironía: el sonreír. Y el primero que sonrío soy yo y hago collage por esto: porque me hace mucha gracia. Así, el *eureka* el primero que lo dice soy yo. Yo no busco la crítica social, aunque a veces al final también lo haces, no busco la belleza como pueden hacer otros... busco la sonrisa.

¿Cuál de tus proyectos consideras que ha sido el más importante de tu carrera a nivel metodológico y creativo? ¿Qué convierte un proyecto en un gran proyecto?

Hijos preferidos tengo muchos... pero son cosas muy pequeñas. Haber publicado en el El País por ejemplo, para mí es uno de mis *hijos preferidos*.

Por complejidad puedo decirte que quizá sea organizar una exposición de trabajo personal en la cual tienes que preparar muchas piezas, pero si te refieres al mundo del diseño, quizá sean algunas campañas que he hecho para el Ayuntamiento de Madrid. Son trabajos complejos porque tienes que agradar a otros, tienes que medir tu lenguajes, además eso va a estar en la calle... Tengo un briefing en el que tengo que contar más cosas, tienes que hilvanar más hilos, pero es por complejidad. El método es muy parecido en todos los casos.

Un proyecto se convierte en un gran proyecto si estás a gusto tú mismo, si lo disfrutas. Eso se nota. La gente nota cuando eso ocurre. El primero a satisfacer eres tú mismo: si te gusta, es seguro que a otros también.

¿Has trabajado con profesionales de otras especialidades en el campo del diseño?, ¿con otros artistas o creadores ajenos al diseño? ¿Qué te ha aportado la experiencia de realizar un proyecto interdisciplinar?

Sí claro. He trabajado en publicidad con fotógrafos, con directores de arte, directores de cine, con otros ilustradores, con interioristas. Cuando colaboras con tanta gente me parece divertidísimo. De hecho tuve la oportunidad de trabajar con Soledad Puértolas para una ilustración en El País y fue muy enriquecedor: el conectar con otras disciplinas es muy interesante, te aporta tantas cosas buenas que es fundamental.

En este caso yo tengo los años de experiencia en la publicidad, un mundo en el que tú no eres más que una piecicita más entre un montón de gente. Trabajas con tu equipo pero estás rodeado de otros profesionales que intervienen y que tienen que aportar lo suyo.

LABOR DOCENTE

Desarrollas también una actividad docente impartiendo talleres. ¿Cuál crees que debe ser la función del profesor en la enseñanza del diseño gráfico?

Tampoco me considero un profesor, pero creo que hay que animar a perder el miedo a los alumnos. Cada uno tenemos cosas dentro que muchas veces no nos atrevemos a sacar, y un profesor lo que tiene que hacer es ayudarte a sacarlas, a expresarte.

En mi caso, al ser autodidacta, no he tenido esa figura, pero creo que es muy importante ese papel del profesor de ayudar a lanzarte a la piscina. En los talleres por tanto lo que intento es darles confianza, quitarles el respeto a hacer collage. Hay que plantear juegos. Todo esto no deja de ser un juego.

En los últimos años, ¿qué cambios has notado, si los ha habido, en la forma en que se enseña diseño gráfico?

No lo sé porque tampoco he estado metido en la docencia.

A la hora de enseñar diseño, ¿qué crees que falta y sobra en las escuelas de diseño gráfico en España?

Creo que hay demasiada especialización, pero a la vez demasiada globalización luego cuando se sale a la calle. En las escuelas se forma de una manera muy específica, pero después en la calle tienes que saber hacer de todo: desde programar en HTML hasta fotografía, desde tipografía a ilustración... Está mal pensado. Me parece bien la especialización, pero hoy en día en realidad tú te lo guisas y tú te lo comes.

Creo también que hay pocos proyectos reales, al menos desde mi experiencia en el mundo publicitario. Hay mucha teoría, pero la realidad es otra, mucho más pedestre, y cuando aterrizas en eso, el alumno que llega con su carpeta llena de trabajo maravillosos a veces lo pasa mal por el contraste.

También es cierto que ahora mismo el mercado de profesionales está muy saturado: donde antes había pocas personas trabajando ahora hay miles, y pasa en todos los campos...

ACTUALIDAD DE LA PROFESIÓN

Actualmente, ¿qué término consideras que define mejor esta profesión: diseño gráfico o diseño de comunicación? ¿Quizá otro?

Creo que hacemos comunicación, o eso deberíamos hacer todos: comunicación. No me considero diseñador gráfico, pero quizá juego con ventaja porque vengo del mundo de la publicidad y sé lo que es la comunicación, sé lo que significa comunicar. Creo que un diseñador gráfico se queda en otro aspecto, o al menos antes. Es algo más técnico, no tan global como debería ser ahora.

¿Cuáles son los retos y posibles escenarios futuros del diseño gráfico o diseño de comunicación? Por ejemplo, ¿qué influencias tendrán los avances tecnológicos?, ¿cambiarán las estructuras organizativas de los equipos?, ¿se abarcarán más ámbitos de acción para desarrollar proyectos?, ¿crees que el diseño tendrá cada vez un mayor compromiso social?

Lo que está pasando es que nos estamos atomizando. Se ha pasado de grandes estudios de diseño, de grandes compañías que hacían marcas, de grandes agencias y de grandes equipos de comunicación, a todo lo contrario. Volvemos a lo mismo: cada uno en su casa hoy en día es capaz de hacer casi todo, ya sea para España como para Japón. Estamos en un mundo tan atomizado que una persona, colaborando con mucha más gente, puede hacer prácticamente lo que quiera.

El mensaje debe ser muy claro, y si yo no sé fotografiar y mi mensaje debe llegar de esa manera, me pondré en contacto con un fotógrafo; no soy un gran tipógrafo, pero puedo llamar a Iván Castro y que me haga un rótulo maravilloso, un rótulo que será caligráfico. Lo que hay que tener claro es el tono del mensaje, y así podré encargarle esa rotulación a Iván Castro si el mensaje lo requiere, o comprar una Helvética si lo que necesito es otro tono. Sin embargo, al final es lo mismo: sabes lo que quieres comunicar y decides cómo hacerlo.

EL DISEÑADOR Y LA SOCIEDAD

¿Qué proyecto utópico te gustaría realizar?

Me encantaría hacer un museo del collage español.

¿Qué proyecto jamás harías?

No puedo decir eso porque el bolsillo al final te quema. He trabajado para política y para muchas cosas. Quizá sea por deformación profesional por mi pasado en publicidad, un mundo en el que no tienes casi ningún principio.

EMILIO GIL

entrevista realizada mediante cuestionario online: 19 de marzo de 2015



“Enseñar a amar esta profesión, que es un privilegio. Insistir en que saber más de lo último no significa saber lo más importante. Mantener una curiosidad por todo y por cualquier disciplina. Profundizar en la historia del diseño. Y de cara al futuro, adelantarse a orientar su preocupación e intereses hacia una profesión que necesariamente se va a reinventar en los próximos años.”

EMILIO GIL

Existen pocas personas dentro del mundo del diseño gráfico en España que puedan presumir de una formación como la que ha tenido Emilio Gil. Su formación ha pasado por centros tan importantes como la School of Visual Arts de Nueva York, donde estudió bajo el magisterio de monstruos del diseño como Milton Glaser, James McMullan o Ed Benguiat, y acabó especializándose en comisariado de exposiciones en la más que prestigiosa escuela Central St. Martins de Londres, auténtica meca para muchos jóvenes y no tan jóvenes diseñadores y comunicadores visuales.

En 1980 fundó el estudio Tau diseño, uno de los pioneros en todo el territorio nacional en los campos del diseño y la comunicación institucional, así como en el desarrollo de programas de identidad visual corporativa.

Aparte de su trabajo como profesional del mundo de la gráfica, es una de las personalidades más destacadas en lo que se refiere a la docencia del diseño, la divulgación de la comunicación visual y el comisariado y organización de exposiciones y publicaciones. Destaca su papel como profesor del Máster de Edición de Santillana Formación y la Universidad de Salamanca, así como su docencia en las universidades Carlos III y Europea de Madrid, además de haber sido el director de varios cursos de verano de la Complutense en su sede de El Escorial en Madrid. Entre sus trabajos como comisario no pueden dejar de citarse las exposiciones *Signos del siglo. 100 años de Diseño Gráfico en España* en el Reina Sofía en el año 2000 y auténtico hito de la historia del diseño en España, *¿Dissenyes o Diseñas?* (Madrid, Berlín, Sofía), *24x365. Diseño Gráfico para la Comunicación pública* (Círculo de BBAA de Madrid. 2008) y *Grafistas. Diseño gráfico en España 1939-1975* (MNAD, octubre 2011). Es así mismo autor de *Pioneros del Diseño Gráfico en España*, coautor de *Lo bello de las cosas* y traductor de *Palabra de diseñador*, este último del año 2015. Desde junio de 2009 es presidente de AEPD, la Asociación Española de Profesionales del Diseño, y ha recibido a lo largo de su trayectoria galardones como el Laus de oro en 1995 o el Certificate of Excellence del Type Directors Club de Nueva York en 1995.

INICIOS Y FORMACIÓN

Los diseñadores gráficos suelen ser vocacionales. Desde muy pronto tienen claro que quieren dedicarse a esta profesión. ¿Fue éste tu caso? ¿En qué momento y qué te motivó a encaminar tu carrera en este campo?

Cuando estaba realizando la carrera de Arquitectura Técnica en Madrid empecé a buscar dónde poder iniciarme como diseñador gráfico influenciado por los trabajos que conocía de Daniel Gil, José María Cruz Novillo y Julián Santamaría. Creo que mi interés por esta profesión nace, remotamente, de ser nieto y sobrino de impresores y por la curiosidad que me provocaban las revistas extranjeras bien diseñadas que en aquellos años llegaban a España.

Estudiaste diseño gráfico en la SVA (School of Visual Arts) de Nueva York y en la Central St. Martins de Londres ¿Qué ventajas y desventajas crees que aporta un tipo de formación académica como la tuya?

Mis estudios en la SVA son varios años posteriores a mis comienzos profesionales en los que me inicié de forma autodidacta, por lo tanto la formación que recibí en la SVA neoyorquina me sirvió para fundamentar esos conocimientos, confirmar intuiciones y recibir enseñanzas de grandes nombres del diseño norteamericano como Milton Glaser, Ed Benguiat o James McMullan. Algo similar, aunque muchos años después, me ocurrió con la formación en comisariado: después de haberlo ejercido de forma intuitiva busqué una fundamentación para lo que estaba ya practicando.

Actualmente, si pudieras elegir el lugar donde estudiar, ¿cuál elegirías?

La Central St. Martins de Londres y la SVA de Nueva York.

PROCESO DE TRABAJO Y CREATIVIDAD

En tu opinión, el pensamiento creativo, ¿por qué se distingue? ¿Consideras que la creatividad en el diseño gráfico se diferencia o es distinta a la de otras disciplinas artísticas?

Se distingue por sus fines. Por los objetivos que persigue y por la necesidad autoimpuesta de aportar propuestas originales. Se diferencian radicalmente: para mí el diseño gráfico debe adecuarse a unos fines definidos en el encargo. No concibo el

diseño como un ejercicio de estilo o de autoría sino como la solución a un problema o necesidad. ¿Qué tienen en común ambos pensamientos? Coincido con Anni Albers en que *el diseñador es un intermediario que ayuda a que lo no existente se convierta en realidad.*

¿Cómo describirías tu proceso creativo? ¿A qué elementos o técnicas recurre cuando necesitas inspiración para un proyecto?

Para mí el diseño gráfico es un proceso de transmisión de información con una solución formal adecuada. Por ello en mi proceso de trabajo me centro primero en conocer lo mejor posible cual es la información a transmitir. Depende del encargo.

Para la creación de Identidad Visual recorro a: la lectura del Diccionario de la RAE, al catálogo tipográfico de fundiciones digitales tipo Font Shop, el repaso de ideas de los grandes maestros del diseño gráfico de las décadas de los 50, 60 y 70 del siglo XX.

En trabajos de diseño editorial, me gusta hacer pruebas a escala 1:1 para comprobar la idoneidad de márgenes, cuerpos e interlíneas, comprobando su comportamiento para diferentes elecciones tipográficas.

¿Podrías sintetizar ese proceso creativo en unas fases generales?

Recorro a: intentar un "vacío" en mi cabeza lo más amplio posible de prejuicios o ideas preconcebidas sobre aquello que voy a trabajar, estudiar la parte semántica del proceso sin mezclarla con ninguna referencia formal... todavía informarme sobre soluciones de otros, anteriores, a problemas similares, plantear soluciones abocetadas realizadas por medios manuales, comprobar cómo funcionan esas soluciones cuando se "geometrizan" y redibujan con instrumentos informáticos, dialogar con el cliente o quién ha planteado el trabajo, sobre esas posibles soluciones, para recoger sus aportaciones y puntos de vista plantear la solución final.

¿Se puede hablar de un método general para la realización de los proyectos, o cada tipología de proyecto requiere de un método diferente?

Tiendo a pensar que más bien lo segundo aunque haya *rutinas* en el proceso que son válidas para diferentes proyectos.

¿Cuál de tus proyectos consideras que ha sido el más importante de tu carrera a nivel metodológico y creativo? ¿Qué convierte un proyecto en un gran proyecto?

La creación de la identidad gráfica y la línea general de comunicación de la Asamblea del Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional celebrada en Madrid en 1994, porque por primera vez un proyecto que nacía de la creación de una logomarca se aplicó a toda una línea de comunicación extensa, compleja y variada en la que hubo que coordinar diferentes proveedores, técnicas, soluciones visuales y arquitectónicas; diseñar para diferentes idiomas e integrarse en una logística probada y contrastada en ediciones anteriores de la Asamblea.

A título personal y por lo que ha supuesto en mi carrera personal el libro *Un Toro negro y enorme* dedicado a la creación de Manolo Prieto (Laus de oro en Diseño Gráfico Editorial, Premio de la TDC de Nueva York, Premio Donside en Londres). Este libro resultó el inicio de mi interés por el trabajo de los pioneros del diseño gráfico en España, una generación de gran talento que merecía una reivindicación como excelentes profesionales que fueron.

¿Has trabajado con profesionales de otras especialidades en el campo del diseño?, ¿con otros artistas o creadores ajenos al diseño? ¿Qué te ha aportado la experiencia de realizar un proyecto interdisciplinar?

He trabajado con diseñadores tipógrafos, interioristas y especialistas en señalización además, como es lógico, de proveedores de artes gráficas. He trabajado con pintores, arquitectos, poetas, fotógrafos, escritores, especialistas en denominación.

A veces me han aportado una forma diferente de apreciar los materiales, la importancia del detalle, la forma de *encuadrar* la mirada, la riqueza de las palabras y sus significados. Con los especialistas en *naming* (con perdón), cómo el diseño empieza en un nombre y cómo los significados de ese nombre son materiales para diseñar. (Y a la vez reflexionar sobre la celebre sentencia de Shakespeare: What's in a name? That which we call rose by other name would smell as sweet)

LABOR DOCENTE

Desarrollas también una actividad docente en diferentes centros ¿Cuál crees que debe ser la función del profesor en la enseñanza del diseño gráfico?

Enseñar a amar esta profesión que es un privilegio. Insistir en que saber más de lo *último* no significa saber lo más importante. Mantener una curiosidad por todo y por cualquier disciplina. Profundizar en la historia del diseño. Y de cara al

futuro adelantarse a orientar su preocupación e intereses hacia una profesión que necesariamente se va a reinventar en los próximos años. El diseño gráfico va a cambiar sus categorías clásicas: editorial, identidad corporativa... por un diseño transversal orientado hacia la mejor utilización de los escasos recursos, cooperativo y con el énfasis puesto en lo social

En los últimos años, ¿qué cambios has notado, si los ha habido, en la forma en que se enseña diseño gráfico?

La irrupción de lo digital. Al formalizarse los grados universitarios de diseño la incorporación, en algunos centros, de buenos profesionales del diseño.

A la hora de enseñar diseño, ¿qué crees que falta y sobra en las escuelas de diseño gráfico en España?

Lo que he contestado en la primera pregunta de este apartado del cuestionario, de cara al futuro.

¿Enseñas a tus estudiantes la misma metodología proyectual que después empleas en tu trabajo como profesional del diseño?

Sí, aunque me interesa sobremanera como aplican todo su conocimiento del mundo digital a su forma de proyectar, conocimientos en que me superan amplísimamente por no decir totalmente.

¿Y las técnicas creativas?

Sí.

ACTUALIDAD DE LA PROFESIÓN

¿Cómo valoras la preparación de los jóvenes que empiezan a trabajar en el diseño tras acabar sus estudios?

Incomparablemente mejor que la preparación de los profesionales de mi generación.

Actualmente, ¿qué término consideras que define mejor esta profesión: diseño gráfico o diseño de comunicación? ¿Quizá otro?

El lema que acompaña al nombre de mi empresa es *Diseño para la Comunicación*.

¿Cuáles son los retos y posibles escenarios futuros del diseño gráfico o diseño de comunicación? Por ejemplo, ¿qué influencias tendrán los avances tecnológicos?, ¿cambiarán las estructuras organizativas de los equipos?, ¿se abarcarán más ámbitos de acción para desarrollar proyectos?, ¿crees que el diseño tendrá cada vez un mayor compromiso social?

Creo que está contestado anteriormente. Ya se están produciendo cambios en las estructuras organizativas de los equipos, no solo en los aspectos empresariales equipos que reúnen especialistas diferentes temporalmente para acometer un proyecto sino en la incorporación de diseñadores orientados a los soportes digitales.

Intuyo y de hecho ya hay experiencias que esos equipos se formarán con profesionales residentes en ciudades distintas e incluso en diferentes países.

EL DISEÑADOR Y LA SOCIEDAD

¿Qué proyecto utópico te gustaría realizar?

Una campaña para que el pensamiento humano fuera más *empático*.

¿Qué proyecto jamás harías?

Cualquiera que vaya en contra de mis principios morales.

PEPE GIMENO

entrevista realizada mediante cuestionario online: 23 de marzo de 2015



“Para mí el pensamiento creativo surge con la necesidad de dar respuestas a todo tipo de circunstancias que se nos plantean. Una magnífica propuesta creativa suele estar ligada a una buena formulación del problema.”

“Para adivinar el futuro debemos mirar el pasado.”

PEPE GIMENO

(Valencia, 1951)

Si hay figuras que han marcado el diseño gráfico y la comunicación visual en España durante los últimos veinticinco años, no cabe la menor duda de que Pepe Gimeno es una de ellas, y una de las más relevantes, influyentes e importantes. Graduado por la Escuela de Artes Aplicadas y Oficios Artísticos de Valencia en 1969, durante las siguientes dos décadas trabajó en diferentes empresas y estudios publicitarios, desde los que vivió el fin de la dictadura y el comienzo de la democracia, la muerte de un sistema anquilosado y tradicional y la entrada del país en la actualidad europea.

Desde el año 1987 en el que crea su propio estudio, la actividad de Pepe Gimeno ha sido extraordinariamente fructífera, no solo desde un punto de vista profesional o comercial, sino también bajo la óptica de la difusión, organización y vertebración de una disciplina, la del diseño de comunicación, que necesitaba de personalidades como la de este valenciano para poder dar el salto definitivo a la modernidad. Los clientes y proyectos llevados a cabo por este diseñador durante tres décadas de trabajo son innumerables, aunque quizá destaquen por su relevancia la marca para la Presidencia de España en la Unión Europea en 2002, o la creación de la tipografía FF Pepe, la cual ha sido galardonada con el Certificado de excelencia en diseño tipográfico por el TDC en 2001, y se ha convertido desde entonces en una de las fuentes de tipo script más utilizadas y empleadas.

Los cargos y puestos de responsabilidad que ha ocupado en asociaciones relacionadas con el diseño son otro capítulo importantísimo de su trayectoria: Presidente de la Asociación de diseñadores profesionales de Valencia entre 1989 y 1992, miembro del Type Directors Club de Nueva York (TDC) o parte del comité organizador del I Congreso de Tipografía, celebrado en Valencia, en 2004. Su obra está presente en colecciones como la del Instituto Valenciano de Arte Moderno (IVAM) o la colección de Merril C. Berman en Nueva York.

INICIOS Y FORMACIÓN

Los diseñadores gráficos suelen ser vocacionales. Desde muy pronto tienen claro que quieren dedicarse a esta profesión. ¿Fue éste su caso? ¿En qué momento y qué te motivó a encaminar tu carrera en este campo?

De siempre me ha gustado trabajar con letras, ilustrar, colorear... Cuando tenía quince años y estaba en sexto de bachiller, justo antes de empezar el curso de preparación para la universidad, decidí que por encima de todo quería hacer interiorismo. Me metí en la Escuela de Artes Aplicadas y en el transcurso del curso común, cambié a lo que entonces se llamaba Dibujo Publicitario. A partir de ese momento he estado trabajando en este campo. Unas veces más en el campo de la comunicación, otras rallando en lo artístico, pero siempre me he sentido diseñador gráfico.

Tu formación académica fue en la Escuela de Artes Aplicadas y Oficios Artísticos de Valencia ¿Qué ventajas y desventajas crees que aporta un tipo de formación académica como la tuya?

Es necesario que diga, en primer lugar, que la palabra diseño no la oí ni una sola vez durante el tiempo que permanecí en la escuela. Este hecho es bastante descriptivo del nivel y tipo de formación que recibimos en aquella época. Era una formación generalista, nada especializada, donde el contenido de los proyectos perseguía el dominio del dibujo, la composición, el tratamiento y la técnica del color sin ninguna base teórica, pura práctica. Nada sobre la Gestalt ni sobre tipografía ni sobre nada, era lanzarnos al ruedo sin conocimientos previos. En aquellos años recibimos una formación con unas carencias como mares. Siempre he tenido un cierto resentimiento por la formación que recibí.

Todas estas carencias me han configurado con un determinado perfil, tanto a mí como a algunos diseñadores de mi generación. A esas circunstancias debemos, todos nosotros, la capacidad de buscarnos la vida, de mirar con los ojos muy abiertos con ganas de saber y de comprender. Ser unas auténticas esponjas. Estar abiertos a ampliar nuestros campos de conocimiento e invadir zonas desconocidas para nosotros. Por último y como punto positivo, esta formación generalista, nos ha permitido movernos bien en esa estrecha frontera que separa diseño y arte.

Actualmente, si pudieras elegir el lugar donde estudiar, ¿cuál elegirías?

No estoy metido en este ámbito y no conozco en profundidad los programas educativos que actualmente se ofrecen a los futuros diseñadores, pero seguramente me decantaría por alguna escuela con programas educativos más especializados del que yo he cursado. Sin duda como una clara reacción a mi periplo formativo.

PROCESO DE TRABAJO Y CREATIVIDAD

En tu opinión, el pensamiento creativo, ¿por qué se distingue? ¿Consideras que la creatividad en el diseño gráfico se diferencia o es distinta a la de otras disciplinas artísticas?

Para mí el pensamiento creativo surge con la necesidad de dar respuestas a todo tipo de circunstancias que se nos plantean. Una magnífica propuesta creativa suele estar ligada a una buena formulación del problema. A mi modo de entender el pensamiento creativo funciona de modo muy similar en casi todas las disciplinas. La cuestión está en que las materias donde se aplica son tan diversas que a primera vista puede parecer que son procesos muy distintos pero en el fondo no lo son. Por ejemplo el diseño y el arte comparten los mismos lenguajes, el color, la composición, la forma, los principios de la percepción..., también el proceso creativo. Lo que no comparten es su finalidad, sus objetivos. Esto a simple vista separa ambos procesos pero, para mí, son muy similares.

¿Cómo describirías tu proceso creativo? ¿A qué elementos o técnicas recurre cuando necesitas inspiración para un proyecto?

Para mí el proceso creativo es una experiencia a caballo entre la racionalidad y el caos. Ambos componentes son imprescindibles, la cuestión es la proporción adecuada de cada uno de estos componente en cada proyecto. El primer paso es determinar con claridad el objetivo del proyecto. Una vez determinado se fija a modo de *estrella Polar* que ha de guiar todo el proceso. Una vez fijado el objetivo viene el caos, todo vale, todo puede ser factible de ser valorado y tomado en consideración.

Una vez reunidas las propuestas, se analizan y teniendo presentes los parámetros de la *estrella Polar* se analizan y se valoran. Si ha surgido algo de interés se desarrolla y en caso contrario se vuelve de nuevo al caos. Cuando necesito inspiración vuelvo a mirar las limitaciones que me plantea el proyecto, aunque no lo parezca es muy inspirador. La necesidad agudiza la creatividad.

¿Podrías sintetizar ese proceso creativo en unas fases generales?

Determinación de objetivos. Búsqueda de propuestas. Análisis y valoración de las propuestas. Nueva búsqueda, o bien, desarrollo de la propuesta elegida. Ajuste de la propuesta y revisión final. Elaboración de la presentación.

¿Se puede hablar de un método general para la realización de los proyectos, o cada tipología de proyecto requiere de un método diferente?

Más que de un método diferente yo hablaría de que cada tipología o cada grupo de tipologías requiere utilizar un lenguaje diferente. Así si lo que vamos a desarrollar es una marca, vamos a utilizar un lenguaje sintético. Si estamos planteando un catálogo o un libro vamos a necesitar ser mucho más narrativos. Un proyecto de señalización nos exige un planteamiento tremendamente racional y por el contrario una imagen de un evento nos puede pedir un lenguaje más sugerente y poético.

Para mí, en todos los casos, la estructura metodológica del proyecto es muy similar, lo que es muy diferente es el tono y el lenguaje de la comunicación.

¿Cuál de tus proyectos consideras que ha sido el más importante de tu carrera a nivel metodológico y creativo? ¿Qué convierte un proyecto en un gran proyecto?

El proyecto que metodológicamente me ha exigido más es el rediseño de la marca Roca que realicé en 2004/5. Tuve que compartir con el cliente cada paso que daba, cada pequeña decisión debía estar razonada, analizada, compartida y aprobada. Era como hacer el proceso del desarrollo de un proyecto pero a cámara lenta. Fue duro pero muy interesante, tenías la necesidad de racionalizar todas las decisiones que normalmente realizas de forma automática. Y esta actitud, a la larga, fue muy positiva y resultó ser una experiencia muy interesante. Para que un proyecto se convierta en un gran proyecto creo que deben confluír una serie de circunstancias:

- Que aporte algo nuevo.
- Que aguante muy bien el paso del tiempo.
- Que el cliente sepa mantener sus valores.
- Que sea un proyecto de mucha visibilidad, con mucha presencia en la calle.
- Que permanezca en uso durante mucho tiempo y llegue a consolidarse.

¿Has trabajado con profesionales de otras especialidades en el campo del diseño?, ¿con otros artistas o creadores ajenos al diseño? ¿Qué te ha aportado la experiencia de realizar un proyecto interdisciplinar?

En estas experiencias es donde he comprobado que el pensamiento creativo es muy parecido entre las distintas disciplinas con las que he colaborado. He trabajado con músicos, escritores, escultores, arquitectos, interioristas... Las experiencias siempre han resultado muy estimulantes y cuando terminas el proyecto te das cuenta de que has aprendido

ACTUALIDAD DE LA PROFESIÓN

¿Cómo valoras la preparación de los jóvenes que empiezan a trabajar en el diseño tras acabar sus estudios?

Creo que saben lo suficiente como para empezar a trabajar en un estudio que consolide lo que se ha iniciado en la escuela. La pena es que muchos empiezan trabajando solos y creo que para eso no están preparados. El aprendizaje en un estudio creo que es importantísimo para ellos.

Actualmente, ¿qué término consideras que define mejor esta profesión: diseño gráfico o diseño de comunicación? ¿Quizá otro?

Creo que el concepto diseño gráfico es más amplio que diseño de comunicación. Cuando hablamos de diseño de comunicación podemos estar dejando fuera especialidades que para mí también son diseño gráfico, como la gráfica ornamental y de estampados.

¿Cuáles son los retos y posibles escenarios futuros del diseño gráfico o diseño de comunicación? Por ejemplo, ¿qué influencias tendrán los avances tecnológicos?, ¿cambiarán las estructuras organizativas de los equipos?, ¿se abarcarán más ámbitos de acción para desarrollar proyectos?, ¿crees que el diseño tendrá cada vez un mayor compromiso social?

Para adivinar el futuro debemos mirar el pasado. Y como ya hemos podido comprobar, los cambios van a afectar muchísimo a la profesión en todos los aspectos, desde el organizativo hasta los ámbitos de trabajo. Desde el comienzo de los años noventa fecha en que empezó para mí el último cambio de la profesión hemos visto como florecían nuevas tipologías de trabajo a la vez que quedaban relegadas otras.

La profesión ha cambiado mucho en muchas cosas, unas para bien y otras para mal. Pero en el fondo al diseñador se le pide lo mismo, se le pide respuestas y soluciones a las necesidades del cliente. Ahora realizadas a través de nuevas herramientas y para nuevos soportes, pero lo que se sigue buscando del diseñador es la creatividad. Espero que en el futuro el diseño adquiera mayor compromiso social pero si nos atenemos a los hechos, desde los años noventa hasta ahora, a mi modo de entender, no ha habido ningún cambio significativo en ese sentido.

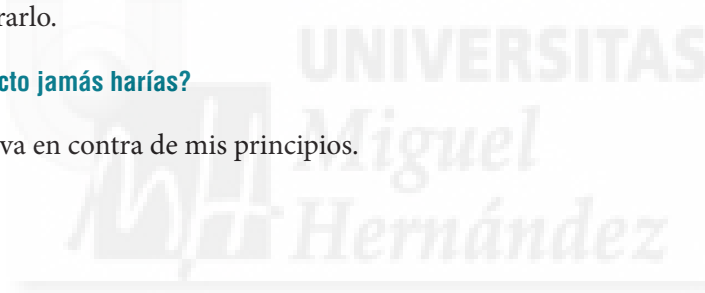
EL DISEÑADOR Y LA SOCIEDAD

¿Qué proyecto utópico te gustaría realizar?

Un curso acelerado para que la gente aprendiera a mirar las cosas, a analizar lo que ve y a valorarlo.

¿Qué proyecto jamás harías?

Aquel que va en contra de mis principios.



JAVIER JAÉN

entrevista telefónica: 11 de marzo de 2015



“[...] hay que enseñar a desenamorarse de las ideas; y entender qué significa la profesión; y entender que hay proyectos que necesitan que te quedes un día sin dormir y otros que los resolverás en un minuto. Aquello de poner toda la carne en el asador es algo que debemos enseñar en la escuela.”

“Intento que la clase sea un espacio de debate y también un laboratorio, porque es el momento en el que hay que hacer experimentos. La vida cuando sales de la escuela ya es lo suficientemente dura y real como para que no lo intentemos.”

JAVIER JAÉN

(Barcelona, 1983)

Con tan solo 32 años Javier Jaén se ha hecho un hueco en el complicado mundo de la ilustración en prensa, lo que denota un talento especial para ser capaz de comunicar con trazos, collages y colores las ideas más complejas de articulistas y periodistas de todo tipo y condición. Estudió Diseño Gráfico y Bellas Artes en su ciudad natal, formación que completó con estancias en ciudades extranjeras como Nueva York o Budapest.

Su trabajo se centra principalmente en la ilustración editorial, la cartelería y la comunicación visual dentro del ámbito de la cultura, empleando siempre un lenguaje repleto de ironía y trufado de juegos visuales, metáforas y guiños que permiten alcanzar lo que el gran Paul Rand llamaba *la sonrisa del cerebro*. Su trabajo ha sido publicado en The New York Times, The New Yorker, The Washington Post, Time, la Universidad de Harvard, La Vanguardia, El País, Penguin Random House, Vueling Airlines o la UNESCO, entre otros. Durante los últimos cinco años ha participado en talleres y conferencias en todo el mundo, y su obra ha sido expuesta en muestras en Nueva York, Londres, El Salvador, Tallin, Roma o Barcelona. Además ha trabajado como docente en el Istituto Europeo di Design en Milán, y en la Escuela de diseño, fotografía y moda IDEP en Barcelona.

INICIOS Y FORMACIÓN

Los diseñadores gráficos e ilustradores suelen ser vocacionales. Desde muy pronto tienen claro que quieren dedicarse a esta profesión ¿Fue éste tu caso? ¿En qué momento y qué te motivó a encaminar tu carrera en este campo?

La verdad es que nunca fue vocacional, ni siquiera sabía que existía esta profesión, nadie en torno a mí tenía que ver con estas cosas; mi padre mecánico de coches, mi madre ama de casa, mi hermano estudió telecomunicaciones... no había nadie alrededor de esto. Sí que me llamó la atención siempre el mundo de los medios de comunicación.

A los doce años empecé en la radio municipal de Barberà del Vallés y allí estuve entre los diez y los quince años. Y esos años sí que fui desarrollando una atracción muy fuerte por la comunicación en un sentido muy amplio del periodismo, de lo que significaba en general los contenidos propios. En esos años hice un programa de humor con unos amigos. Yo creo que de alguna manera fui generando un patrón de cómo me gustaba utilizar la comunicación.

Quería estudiar periodismo pero era muy mal estudiante y después de repetir y repetir bachillerato me cansé de estar en el mismo instituto y fui a otro y por casualidad en ese otro instituto hacían el Bachillerato Artístico. En las horas libres fui echando un ojo y alguien me recomendó una Escuela de Diseño en esos años en los que estaba un poco perdido en la vida, y bueno, pues probé con gráfica publicitaria y me encantó. Desde entonces es a lo que me dedico todos los días.

Estudiaste Diseño Gráfico y Bellas Artes en Barcelona, Nueva York y Budapest. ¿Qué ventajas y desventajas crees que aporta un tipo de formación académica como la tuya?

Desventajas ninguna. Estudié Gráfica Publicitaria y Bellas Artes y supongo que en realidad la única desventaja es que me gustaría saber más de más cosas.

Me hubiese gustado estudiar diseño más profesionalmente, no sé si es esa la palabra, pero a otro nivel. Sí hice la especialidad de Diseño en Bellas Artes, pero no quedé muy satisfecho con el tema. Pero desventajas ninguna, ojalá pudiera estudiar distintas cosas más.

Actualmente, si pudieras elegir el lugar donde estudiar, ¿cuál elegirías?

Por el tipo de trabajo en el que estoy interesado iría a Nueva York. Si se pudiera acceder a alguna beca para ayudar un poco sería genial, aunque es difícil. Es todavía el epicentro donde están pasando muchas de las cosas que a mí me interesan, y sobre todo a nivel académico y profesional se trabaja a un nivel y con un tipo de preocupaciones sobre qué significa la imagen, su valor, que a mí me interesan más. Incluso laboralmente, allí están pagando unos precios por los que se puede vivir: me refiero a poder pagar un apartamento, unos impuestos y un sitio donde trabajar. Hablándote desde mi experiencia, desde que estuve en Nueva York cambió mucho la forma de entender mi profesión, de hecho hoy vivo de lo que hago para allí.

PROCESO DE TRABAJO Y CREATIVIDAD

En tu opinión, el pensamiento creativo, ¿por qué se distingue? ¿Consideras que la creatividad en el diseño gráfico se diferencia o es distinta a la de otras disciplinas artísticas?

Supongo que el pensamiento creativo establece conexiones entre cosas que no estaban conectadas y a partir de ese principio creo que podemos trabajar desde cualquier disciplina, ya sea para hacer unos macarrones con salmón, para lo que también hubo un día en el alguien lo hizo por primera vez, o coger los huevos y batirlos y hacer una cosa que no conocíamos. Es quizá una manera de observar y de comportarse frente al entorno, independientemente de la disciplina; hay quien lo utilizará para tocar la guitarra, otros para mejorar su proceso de trabajo en una cadena de montaje de una fábrica, o donde sea. Creo que es más casi una forma de abordar las cosas y ponerlas un poco en duda, y por eso es muy importante tener siempre un espíritu crítico sobre las cosas, porque luego uno puede hacerlas a su manera, pero creo que es importante replantearlas.

¿Cómo describirías tu proceso creativo? ¿A qué elementos o técnicas recurre cuando necesitas inspiración para un proyecto?

La verdad es que nunca he pensado en ese tipo de cuestiones; es como un patrón que se repite en entrevistas o cuando vas a una charla y te preguntan cómo es el proceso. Pero en mi caso lo vivo como algo intuitivo, como un proceso del que no soy demasiado consciente. Evidentemente existe algo cuando intento dar un paso atrás y veo el trabajo en conjunto, sí que hay ciertos patrones que se repiten: como una cierta asociación de ideas, una cierta presencia de humor o del ingenio. Pero nunca

he trabajado desde el a, b, c, d. Sí que es cierto que trabajo sobre la búsqueda de ideas, a veces haciendo un pequeño mapa sobre un papel, pero hay veces que buscando en Google una imagen aparece una conexión que te lleva a pensar en otra cosa. Pero no creo que siempre haya un proceso y no sé si es positivo o negativo, porque a la hora de abordar los proyectos, cada proyecto empieza de cero, desde un punto de vista conceptual y formal. No es lo mismo un dibujo en una servilleta, que una escultura, que un collage o unos pictogramas... No hay un patrón.

¿Cuál de tus proyectos consideras que ha sido el más importante de tu carrera a nivel metodológico y creativo? ¿Qué convierte un proyecto en un gran proyecto?

Pues supongo que sería una respuesta muy variable; ¿qué convierte un fin de semana en un gran fin de semana? Pues depende, hay mil aspectos. En cuanto a un proyecto, puede ser un proyecto que te ha dado visibilidad y te ha situado en el mapa; o ha sido económicamente interesante, es decir, que el proyecto te va a dar para pagar tu casa los próximos tres meses; o hay proyectos en los que has disfrutado mucho personalmente o suponen un cierto reto. En mi caso, no sé elegir una sola cosa y hay ciertos proyectos que les tienes mucho cariño, pero en mi caso al trabajar con proyectos muy muy muy cortos (una portada de un libro, una ilustración de prensa) hay poco tiempo para encariñarse.

A mí me pasa más con clientes que con un proyecto en concreto porque muchas veces los proyectos son de un día para otro o de dos días y al final es una sola imagen. Pero por ejemplo, la relación que tengo con el New York Times ha sido y es muy buena, y muy enriquecedora: he aprendido muchísimo trabajando con ellos. La dirección de arte allí está muy presente y hay veces que es casi la figura de un profesor. Te diría que sí que ha sido quizá un paso importante en la carrera por la forma de entender los proyectos, económicamente, personalmente, quizá gracias a la colaboración con el New York Times.

¿Has trabajado con profesionales de otras especialidades en el campo del diseño?, ¿con otros artistas o creadores ajenos al diseño?, ¿Qué te ha aportado la experiencia de realizar un proyecto interdisciplinar?

Sí, lo he hecho y lo intento hacer siempre que puedo, pero la realidad es que los plazos son horribles y así es difícil ponerse de acuerdo con otras personas. Además, los presupuestos son muy ajustados y a eso hay que sumarle algo quizá poco popular, pero creo que es así: es que el proceso creativo es muy individual y a la hora de

colaborar con otras personas es súper importante definir los roles para que no salten chispas extrañas por ningún sitio. Pero si se consigue encontrar el equilibrio yo creo que es súper rico.

Ahora estoy haciendo un proyecto que era a través de visión 3D y necesito colaborar con personas que conocen el tema muchísimo más que yo. Yo creo que siempre le puede aportar una riqueza especial, pero aunque no me gusta que sea así, soy bastante hombre orquesta.

LABOR DOCENTE

Desarrollas también una actividad docente en diferentes centros. Has sido profesor en el Instituto Europeo de Design, IDEP, y con frecuencia llevas a cabo talleres y conferencias ¿Cuál crees que debe ser la función del profesor en la enseñanza del diseño gráfico?

Es una profesión en la que la parte autodidacta tiene bastante peso. Eso no quiere decir que no haya que pasar por la escuela porque es totalmente imprescindible, pero creo que el profesor debe motivar muchísimo, estimular, retar desde la súper exigencia. Yo creo que tenemos la tendencia a ser como demasiado blandos y el rigor es algo de lo que no nos debemos olvidar. Rigor sí, pero siempre generando un espacio agradable en la clase, la cual es un lugar donde se va a compartir, donde se va a estar a gusto.

Creo que ese factor de disfrutar con lo que haces de alguna manera queda presente. Y que cada uno tiene que encontrar su manera de hacer y aunque suene un poco naif, de pasárselo bien; pasárselo bien con el trabajo es súper importante.

Pero en las clases de verdad yo creo que hay que subir mucho las exigencias porque ahí fuera es mucho más salvaje, mucho más duro y el mundo real es muy muy muy duro. Y hay veces que hay que repetir una idea quince veces; y hay que enseñar a desamorarse de las ideas; y entender qué significa la profesión; y entender que hay proyectos que necesitan que te quedes un día sin dormir y otros que los resolverás en un minuto. Aquello de poner toda la carne en el asador es algo que debemos enseñar en la escuela; yo intento hacerlo buscando ejercicios de motivación y sobre todo que despierten mucho el espíritu crítico. Intento que todos los trabajos se presenten siempre en grupo y todo el mundo los comente, no sólo yo. Creo que a través de ese tipo de procesos uno va viendo lo que le ha ido bien al compañero y lo que no le ha ido tan bien y así aprende también de lo suyo. Así, si aprendemos a saber porqué nos

gustan o no las cosas, creo que poco a poco vamos dando un paso de gigante. Es mi propia manera de ver el trabajo.

En los últimos años, ¿qué cambios has notado, si los ha habido, en la forma en que se enseña diseño gráfico?

Pues mi experiencia en ese aspecto es muy corta, de lo que sí estoy convencido es de que hay un cambio tecnológico muy bestia, que no sólo está afectando a las enseñanzas de diseño gráfico sino a cualquier tipo de enseñanzas. Se nos está replanteando qué tenemos que enseñar, cómo lo tenemos que enseñar, porque está cambiando muy rápido.

Te diría que quizá en las escuelas hay que enseñar la *materia gris* de nuestra profesión, es a lo que deberíamos dar más espacio porque el software cambiará seguro, las herramientas cambiarán seguro y cada vez a una velocidad más rápida, y si nos centramos mucho en esa parte técnica, no estamos desarrollando un pensamiento que puede sobrevivir a los cambios tecnológicos que vengan, porque nuestra profesión no es una profesión simplemente tecnológica que esté vinculada al último programa que acabe de salir, sino a muchas otras cosas y quizá toda esa parte más tecnológica la podemos aprender hoy en día con un tutorial que vemos en Youtube de un mexicano que lo hace muy bien y te explica el último programa.

En mi opinión creo que nos estamos obsesionando todos, y yo el primero, en todo lo que pasa delante de la pantalla y eso va a cambiar; y va a cambiar mañana o pasado y lo estamos viendo en la forma que se relacionan las personas. A mí me encanta diseñar carteles, pero ¿cuántos carteles en el mundo profesional te encargan? Muy pocos. Quizá tiene más sentido explicar desde comunicación visual cómo tenemos que hacer un evento en Facebook para que venga alguien a no sé dónde. El principio es ese: cómo puedo comunicar lo que yo quiero hacer, lo que mi cliente quiere hacer, de la mejor manera posible.

Cuando doy clases, intento no poner nunca ejercicios cerrados en cuanto al formato. Hay un ejercicio que hago que tienen que generar una reacción en alguien de alguna manera, y a partir de ahí utiliza todo lo que tengas a mano: si hay que hacer carteles y pegarlos en toda la ciudad, pues ¡adelante!. Si hay que hacer camisetas ¡adelante!, pero si hay que hacer una cuenta de Twitter, pues... ¡adelante!. Son cosas que tienen que estar en nuestro lenguaje, en nuestro vocabulario.

¿Enseñas a tus alumnos la misma metodología proyectual que después empleas en tu trabajo como profesional del diseño?

Intento hacer ejercicios que estimulen o hagan cosquillas en los mismos sitios donde yo creo que está bien utilizar la comunicación visual. No les enseño mi manera de hacer, porque cuando doy clases no es un curso de *cómo ser Javier Jaén*, porque sería ridículo. Cada uno tiene que encontrar su manera de hacer, su voz, su manera de andar y cómo se relaciona con el mundo porque al final, aunque nos hemos pasado muchos años negándolo, el trabajo tiene mucha parte de personal. Cada uno creo que tiene que encontrar su manera de sentirse cómodo y poder aportar algo. Sí que les intento enseñar muchos ejemplos de cosas muy distintas que considero pueden ser estimulantes para alguien que está empezando a estudiar diseño o ilustración.

¿Y las técnicas creativas?

Como te he dicho, hacemos muchos ejercicios cortos que puedan estimular esas conexiones de las que hablábamos antes, o tener en cuenta cuando trabajamos con temas peliagudos. Te pongo un ejemplo. Si yo dibujo una familia con papá, mamá, los hijitos, la casa y el árbol, es una definición excluyente, en la que todo el que no responda a ese tipo de familia no se va a ver representado. O si hablo de religión y utilizo solo una cruz, todo el que no responda a esa cruz se verá excluido. Y ese tipo de cosas las intentamos trabajar a partir de esos ejemplos, o de ejercicios cortos. O qué significa la originalidad, o si nos interesa o no... Intento que la clase sea un espacio de debate y también un laboratorio, porque es el momento en el que hay que hacer experimentos. La vida, cuando sales de la escuela, ya es lo suficientemente dura y real como para que no lo intentemos. Hay que hacer muchas pruebas en la escuela, y equivocarse y que no pase nada y discutir, y por qué ha funcionado y por qué no...

ACTUALIDAD DE LA PROFESIÓN

¿Cómo valoras la preparación de los jóvenes que empiezan a trabajar en el diseño tras acabar sus estudios?

Sinceramente no te puedo contestar demasiado a esa pregunta porque lo desconozco. Me imagino que no estamos nadie muy preparados, ni yo tampoco. Pero no te puedo contestar porque no tengo constancia más allá de las ocasiones en las que he dado clase.

Actualmente, ¿qué término consideras que define mejor esta profesión: diseño gráfico o diseño de comunicación? ¿Quizá otro?

No lo sé... Yo me relaciono con la profesión más desde la comunicación visual, pero nunca he hecho mucha distinción entre el diseño o la ilustración, si esto lo he resuelto con un dibujito o con una tipografía... Para mí supongo que enlazándolo un poco con esos años de la radio de los que hablábamos al principio, aunque parezca que no tiene nada que ver, para mí tiene que ver el que el denominador común es la comunicación y cómo lo hacemos. Así que el término comunicación visual me puede servir. Pero vamos, las etiquetas sobre cómo se llama lo que hago nunca me han preocupado demasiado, porque como siempre me ha gustado coquetear con muchas disciplinas, esas etiquetas las he sentido siempre como más restrictivas que otra cosa.

¿Cuáles son los retos y posibles escenarios futuros del diseño gráfico o diseño de comunicación? Por ejemplo, ¿qué influencias tendrán los avances tecnológicos?, ¿cambiarán las estructuras organizativas de los equipos?, ¿se abarcarán más ámbitos de acción para desarrollar proyectos?, ¿crees que el diseño tendrá cada vez un mayor compromiso social?

Como no soy adivino, seguro que cualquier cosa que diga no se va a cumplir... Si pensamos cómo era el mundo hace diez años, cómo se relacionaban las personas, cómo conocías a tu pareja, cómo quedabas con tus amigos para ir a tomar una cerveza, no tiene absolutamente nada que ver con cómo es hoy. Y el mundo está cambiando tanto que el diseño, o la ilustración o todas estas cosas, cambiarán porque el mundo cambia: los coches cambian, la gente cambia, las músicas cambian, la ropa cambia... Y nosotros somos una *micropieza* dentro de todo eso, así que cambiará seguro. ¿Hacia dónde? No lo sé. Posiblemente la cuestión de los formatos es cada vez menos importante, y veremos que sobrevivirán las buenas ideas, más allá de si es en papel, en cartel, en un link o en una cosa que nos han enviado que ni siquiera sabemos muy bien todavía qué es... Por eso es importante focalizar la manera en la que pensamos, porque la manera en la que se van a ejecutar esas cosas ya llegará, ya iremos encontrándola. Pero sobre todo en las escuelas hay que pensar en eso: en cómo abordamos los proyectos de una forma más conceptual, porque esa resolución gráfica, que yo entiendo que para los alumnos y los profesores sea lo más inmediato, nos hemos dado cuenta de que es muy relativa.

Como ejemplo el caso de la ilustración. ¿Quién sabe dibujar? Levantarán la mano unos cuantos y seguro que un porcentaje de esos lo hacen súper bien, pero da igual

porque hoy en el mundo ¿cuánta gente sabe dibujar la cara de Obama perfectamente? Miles. Millones... ¿Pero qué pasa con esa imagen? ¿Qué nos está contando? ¿Adónde va? Eso es más complicado.

Yo creo que para lo bueno y para lo malo, estamos en una época en la que la técnica es cada vez más importante. Lo estamos viendo con el fenómeno de los *memes* que corren por Internet, o esa imagen que te ha llegado a través del Whatsapp que está medio pixelada, pero resulta que te ha hecho reír, que puede parecer una cosa muy sencilla. ¿Pero a cuánto ruido estamos expuestos cada día? ¿Cuántas cosas hay que las vemos y no nos acordaremos nunca más? ¿Cuántos papeles nos dan por la calle y los tiramos antes de llegar a la esquina? No nos podemos permitir seguir generando ruido. Y supongo que eso conecta con lo que decíamos de ir buscando cosas que cuenten algo. Cómo lo cuentan o desde qué plataforma lo cuentan pues ya veremos. No es lo más importante.

EL DISEÑADOR Y LA SOCIEDAD

¿Qué proyecto utópico te gustaría realizar?

En mi caso puedo decirte que ha ido todo muy rápido, porque profesionalmente me dedico a esto hace cinco o seis años, y hoy estoy haciendo las cosas que hace cinco o seis años eran mis proyectos utópicos. Ahora mismo tengo un poco de conflicto con estas cosas, porque no sé muy bien cuál es la respuesta a esa pregunta y sé que estoy disfrutando mucho con lo que hago, pero me apetece hacer más cosas. Y esas otras cosas pueden ir desde una silla, a una película, a algo que no tenga absolutamente nada que ver con el diseño gráfico o la ilustración, así que supongo que más que una respuesta concreta del tipo un cartel para no sé qué, o la portada de un disco de no sé quién, he visto que no es eso lo que más me satisface, sino cuestiones que tienen que ver más con retos creativos que sean estimulantes personalmente para que decida poner mis horas, mi esfuerzo y mi tiempo.

¿Qué proyecto jamás harías?

Supongo que algo en lo que no crea. Sinceramente he tenido mucha suerte en ese aspecto porque muy pocas veces he tenido que decir que no por esas cuestiones. Y cuando lo he tenido que decir ha sido desde una posición desde la que no necesitaba ese dinero para comer al día siguiente.

Cosas en las que no me sienta cómodo: desde que no me guste la persona con la que hablo, hasta que no responda a mis valores, sean cuales sean. Milton Glaser decía que no teníamos que trabajar con personas con las que no nos iríamos a cenar... algo así sería. Esto es una relación personal como cualquier otra, por lo que hay gente de la que tú ya sabes que tienes que estar alejado en tu vida, porque pueden convertirse en una pesadilla, por lo que en la medida de lo posible y te lo puedas permitir, aléjalos.



anexo 2 _ entrevista a diseñadores

ENRIC JARDÍ

entrevista realizada mediante cuestionario online: 2 de marzo de 2015



*“Estar atento. Preguntar. Desmenuzar.
Copiar. Darle la vuelta.”*

*“Por encima de las disciplinas, ejerzas
de ilustrador, diseñador gráfico o de
artista, tu obra depende de tu actitud.”*

ENRIC JARDÍ

(Barcelona, 1964)

Una de las más interesantes personalidades dentro del diseño gráfico catalán de las últimas décadas es la del barcelonés Enric Jardí. Formado en Elisava, la Escola Superior de Disseny i Enginyeria de Barcelona, desde hace casi treinta años es también profesor en el mismo centro educativo. Su labor docente es intensísima. Aparte de la institución ya citada, ha dado clases en lugares como EINA (Centre Universitari de Disseny i Art de Barcelona), la Facultat de Comunicació y Relacions Internacionals Blanquerna de la Universitat Ramon Llull, la Universitat de Vic, o centros universitarios en el extranjero como los de Oporto (Portugal), Rovaniemi (Finlandia), o Santiago de Chile (Chile).

Su campo de especialización, tanto desde un punto de vista profesional como en su labor de docente, es la tipografía, y de hecho dirige los estudios de posgrado en dicha disciplina en la citada EINA. Sin embargo, sus intereses no se agotan en el mundo de las letras y los tipos, sino que son mucho más amplios y abarcan todos los campos del diseño gráfico y la comunicación visual, con especial atención al diseño de revistas, la creación de cubiertas editoriales y la ideación de imágenes corporativas tanto para empresas privadas como para instituciones y eventos de todo tipo.

Su labor como divulgador es muy intensa y no se circunscribe tan solo a su trabajo en las aulas, sino que la aborda también desde publicaciones de gran calado. Entre estas destacan los libros *Veintidós consejos sobre tipografía (que algunos diseñadores jamás revelarán)* y *veintidós cosas que nunca debes hacer con las letras (que algunos tipógrafos nunca te dirán)* (2007) y *Pensar con imágenes* (2012). En octubre de 2009 recibió el Premi Nacional de Disseny otorgado por la Generalitat de Catalunya.

INICIOS Y FORMACIÓN

Los diseñadores gráficos suelen ser vocacionales. Desde muy pronto tienen claro que quieren dedicarse a esta profesión. ¿Fue éste tu caso? ¿En qué momento y qué te motivó a encaminar tu carrera en este campo?

Sí, fue una vocación temprana. Creo que quería ser diseñador gráfico antes de saber que eso se llamaba así.

Estudiaste diseño gráfico en la Escuela Elisava ¿Qué ventajas y desventajas crees que aporta un tipo de formación académica como la tuya?

Cursar una serie de asignaturas significa cubrir un currículum de lo que en aquel momento alguien consideraba que debía saber un diseñador gráfico. Aunque este propósito nunca es completo ni lo será, sí que adquieres una serie de conocimientos que condicionan tu manera de ver el mundo y de cómo afrontar los problemas. Pero la escuela es también un espacio para hacer algunas cosas que no volverás a hacer.

Actualmente, si pudieras elegir el lugar donde estudiar, ¿cuál elegirías?

Eina o Elisava, por este orden.

PROCESO DE TRABAJO Y CREATIVIDAD

En tu opinión, el pensamiento creativo ¿por qué se distingue? ¿Consideras que la creatividad en el diseño gráfico se diferencia o es distinta a la de otras disciplinas artísticas?

En cada disciplina cambian las técnicas, el discurso, la autoría, la experiencia artística, etc. Pero por encima de las disciplinas, existen también diferencias de voluntad expresiva, de verse a uno mismo como *solucionador de problemas*, de inventor, de estrella, de comunicador.

Por encima de las disciplinas, ejerzas de ilustrador, diseñador gráfico o de artista, tu obra depende de tu actitud.

¿Cómo describirías tu proceso creativo? ¿A qué elementos o técnicas recurre cuando necesitas inspiración para un proyecto?

Es imposible de describir. Es como describir la configuración del habla. Hay ideas pensadas y trabajadas, ideas inspiradas en otras cosas -a veces muy remotas- e ideas que no sabes de dónde salen.

¿Podrías sintetizar ese proceso creativo en unas fases generales?

Estar atento. Preguntar. Desmenuzar. Copiar. Darle la vuelta.

¿Se puede hablar de un método general para la realización de los proyectos, o cada tipología de proyecto requiere de un método diferente?

Cada proyecto te lleva a caminos distintos. Hay soluciones que ya conoces y hay cosas que requieren soluciones inesperadas.

¿Cuál de tus proyectos consideras que ha sido el más importante de tu carrera a nivel metodológico y creativo? ¿Qué convierte un proyecto en un gran proyecto?

El más importante no es el más conocido o el que te ha hecho más famoso. Además depende de la época. Ahora lo veo así pero en el futuro no sé si será así, pero creo que mi blog Weekly Garden Thoughts, que llevo cuatro años editando, es donde más me he equivocado y donde más he puesto.

¿Has trabajado con profesionales de otras especialidades en el campo del diseño?, ¿con otros artistas o creadores ajenos al diseño? ¿Qué te ha aportado la experiencia de realizar un proyecto interdisciplinar?

Cualquier conocimiento de algo que no sea *mi campo* (sea cual sea mi terreno) es siempre interesante. De hecho, cuanto menos afín a lo mío, mejor.

LABOR DOCENTE

Desarrollas también una actividad docente en diferentes centros ¿Cuál crees que debe ser la función del profesor en la enseñanza del diseño gráfico?

Para mí son varias: mostrar un panorama del oficio y de su ámbito, explicar procesos y casos reales, analizar trabajos propios y ajenos y procurar que el alumno se olvide de demostrarte que él ya sabe o que es bueno. Esto último es lo más difícil.

En los últimos años, ¿qué cambios has notado, si los ha habido, en la forma en que se enseña diseño gráfico?

Hay más presencia de la tipografía y de las técnicas audiovisuales.

A la hora de enseñar diseño, ¿qué crees que falta y sobra en las escuelas de diseño gráfico en España?

No sobra nada. Y precisamente porque falta tiempo de aprendizaje, se podrían eliminar algunas cosas en beneficio de otras. Por ejemplo se podría eliminar hacer fanzines o talleres de letterpress, donde los alumnos creen que aprenden pero en realidad sólo disfrutan.

¿Enseñas a tus estudiantes la misma metodología proyectual que después empleas en tu trabajo como profesional del diseño?

No, son cosas distintas. No hay que ocultar nada, al contrario, pero un proyecto y el aprendizaje son cosas distintas.

¿Y las técnicas creativas?

Esta parte es más difícil. No existe un método, solo puedes ayudar a mirar.

ACTUALIDAD DE LA PROFESIÓN

¿Cómo valoras la preparación de los jóvenes que empiezan a trabajar en el diseño tras acabar sus estudios?

Naturalmente tienen carencias. Especialmente técnicas.

Actualmente, ¿qué término consideras que define mejor esta profesión: diseño gráfico o diseño de comunicación? ¿Quizá otro?

No son lo mismo. Hay quien hace una cosa o la otra, o ambas.

¿Cuáles son los retos y posibles escenarios futuros del diseño gráfico o diseño de comunicación? Por ejemplo, ¿qué influencias tendrán los avances tecnológicos?, ¿cambiarán las estructuras organizativas de los equipos?, ¿se abarcarán más ámbitos de acción para desarrollar proyectos?, ¿crees que el diseño tendrá cada vez un mayor compromiso social?

Los avances tecnológicos han ido cambiando permanentemente la profesión y lo más probable es que seguirán haciéndolo. Las estructuras serán más individuales debido

también a la tecnología, pero solo en la cuestión presencial. También el ámbito cambia, esa también ha sido la tendencia a lo largo de la historia. Y en cuanto al compromiso social, no veo ningún indicio para pensar que los diseñadores se comprometan más en el futuro, como tampoco se comprometerán más los abogados o los carpinteros.

EL DISEÑADOR Y LA SOCIEDAD

¿Qué proyecto utópico te gustaría realizar?

Un alfabeto para todas las escrituras.

¿Qué proyecto jamás harías?

Algo que vaya contra mis principios



SERGIO JIMÉNEZ

entrevista realizada mediante cuestionario online: 21 de marzo de 2015



“La buena gente (y por ende la gente buena) son las que hacen que un proyecto sea un gran proyecto.”

“La docencia me ha aportado estudio. Nunca he estudiado tanto diseño como ahora que tengo que enseñarlo y eso es muy positivo. Se aprende mucho enseñando.”

“La experiencia aporta sobre todo humildad :)”

SERGIO JIMÉNEZ

(Toledo)

Nacido en la capital castellano-manchega y formado en la ciudad de Cuenca, en la que estudió Bellas Artes, hoy en día reside en Madrid, desde donde afronta todo tipo de encargos relacionados con la comunicación visual en sus más variados enfoques. Pese a su versatilidad, los campos en los que Sergio Jiménez ha alcanzado cotas difícilmente superables son los de la ilustración y la rotulación. En sus manos las letras parecen poder adoptar cualquier tipo de forma, color y función, y su renovación del lettering le ha hecho muy apreciado por un amplio abanico de clientes tales como el suplemento de El País SModa, la editorial Random House Mondadori, la revista musical Rolling Stone, el diario El Periódico de Catalunya, Renfe, la emisora de los 40 Principales, empresas como Vodafone, Xbox 360 o Diesel, e instituciones como la Comunidad de Madrid o la Junta de Castilla-La Mancha. Entre sus referencias están la rotulación a mano inspirada en cualquier etapa del diseño gráfico, las películas de serie B, el mundo de los cómics y los tebeos, o todo lo que tenga que ver con el skate, su música y su estética.

Como docente y divulgador ha participado en varias decenas de eventos, talleres y jornadas, sobre todo en la ciudad de Madrid (Typomad, Ilustrísima, Semana del diseño UEM, Universidad Carlos III, Dfest - Matadero...), pero también en escuelas de arte y facultades de Cuenca, Toledo, Ciudad Real, Guadalajara o Valencia.

INICIOS Y FORMACIÓN

Los diseñadores gráficos e ilustradores suelen ser vocacionales. Desde muy pronto tienen claro que quieren dedicarse a esta profesión. ¿Fue éste su caso? ¿En qué momento y qué te motivó a encaminar tu carrera en este campo?

Yo tenía claro que quería ser ilustrador y contar historias. Aunque en principio mi intención siempre fue ser dibujante de cómics. Mi desviación hacia el diseño y el lettering llegó en la facultad de BBAA sobre todo por cierta desmotivación en otras áreas. En BBAA descubrí que no sabía dibujar cuando creía que sí. A la vez descubrí que era posible utilizar todo aquello que hacía *mal* como materia prima para explorar el dibujo y el diseño. Y así empezó todo

Tu formación es de licenciado en Bellas Artes ¿Qué ventajas y desventajas crees que aporta un tipo de formación académica como la tuya?

Estudí en la la facultad de Cuenca en un periodo en el que el programa era bastante híbrido. Apenas había materias obligatorias y sí muchas optativas a partir del segundo año. Eso facilitó que evitase en gran medida aquello que me interesaba menos y que moldease una trayectoria más propia.

Apenas he tenido formación académica en un sentido clásico más allá de la escuela de artes. El encanto de Cuenca es que partía de nuevas tecnologías, diseño, arte conceptual, cine, etc... y de una forma un tanto caótica (posmoderna si lo puedo decir). La desventaja es que a veces uno se veía carente de pasado (de historia) y eso podía dificultar entender determinados discursos del presente.

Actualmente, si pudieras elegir el lugar donde estudiar, ¿cuál elegirías?

Seguramente en la escuela Elisava, en EINA o en la St Martins School

PROCESO DE TRABAJO Y CREATIVIDAD

En tu opinión, el pensamiento creativo, ¿por qué se distingue? ¿Consideras que la creatividad en el diseño gráfico e ilustración se diferencia o es distinta a la de otras disciplinas artísticas?

Para mí se distingue por ser la capacidad de articular aquello que conoces para encontrar soluciones poco probables. Citando a Bruno Munari sería el uso de la fantasía para solucionar problemas. No sabría precisar si en la ilustración y el diseño gráfico es distinta de otras disciplinas, pero sí sé que en ambas se hace con un fin concreto en general ligado a un proyecto de comunicación.

¿Cómo describirías tu proceso creativo? ¿A qué elementos o técnicas recurre cuando necesitas inspiración para un proyecto?

Un proceso muy centrado en técnicas manuales de dibujo y a su vez en técnicas digitales basadas en la optimización del defecto. Suelo recurrir a internet, a pasear, a la literatura y al cine, a la música y por encima de todo a los cómics y la ilustración.

También me gusta mucho observar los errores de otras personas cuando no saben dibujar. Me atrae la torpeza en el dibujo y la pintura, lo naif y los *accidentes felices*

¿Podrías sintetizar ese proceso creativo en unas fases generales?

Fase de conceptualización (a veces sigue la estrategia de un brief y otras veces es más espontánea). Suelo escribir y hacer grandes listas de palabras en un cuaderno.

Incluye también la documentación. Fase de experimentación y visualización. Dibujo y test de materiales (a veces analógicos y otras veces directamente en illustrator y photoshop). Fase de disposición y color. Busco esquemas de relación entre los distintos elementos de la gráfica/imagen. Fase de optimización y artefinal.

¿Se puede hablar de un método general para la realización de los proyectos, o cada tipología de proyecto requiere de un método diferente?

Creo que en mi caso se puede hablar de un método proyectual general que se adapta a las especificaciones de cada proyecto. Distingo entre ámbitos: editorial, prensa, publicidad. En los tres es variable el tiempo y la jerarquía en la toma de decisiones respecto a las fases. Luego habría un ámbito de lo personal, donde el tiempo, la experimentación y la exigencia son variables.

¿Cuál de tus proyectos consideras que ha sido el más importante de tu carrera a nivel metodológico y creativo? ¿Qué convierte un proyecto en un gran proyecto?

El más importante puede que sea un proyecto que hice para ATTIK London en el año 2010 bajo la dirección de un director de arte al que admiraba desde hace muchos

años: James Sommerville (actualmente Head Up Designer en Coca Cola). Era un encargo de gráfica para las latas de CocaCola México que al final no salió.

En ese proyecto aprendí muchas claves sobre organización del tiempo y el trabajo, el buen feedback y lo que para mí ha sido lo más valioso que es ditinguir la buena dirección de arte.

Creo que un proyecto es un gran proyecto cuando trabajas con un buen equipo que sabe delegar y articular responsabilidades. La buena gente (y por ende la gente buena) son las que hacen que un proyecto sea un gran proyecto.

¿Has trabajado con profesionales de otras especialidades en el campo del diseño?, ¿con otros artistas o creadores ajenos al diseño? ¿Qué te ha aportado la experiencia de realizar un proyecto interdisciplinar?

Sí, casi siempre trabajo con otros profesionales. Es importante entender que uno nunca trabaja solo cuando es ilustrador. Siempre hay más perfiles (pocos o muchos depende del ámbito) que toman decisiones en los proyectos. La experiencia aporta sobre todo humildad :)

LABOR DOCENTE

Has realizado talleres en diferentes ocasiones, ¿cuál crees que debe ser la función del profesor en la enseñanza del diseño gráfico e ilustración?

Creo que debe ser más que nunca la función precisamente de creativo. Alguien que aporte fantasía a partir de aquello que conoce y que ayude a otros a articular su conocimiento. También debe ser un indicador objetivo de lo que significa diseñar/ilustrar hoy.

En los últimos años, ¿qué cambios has notado, si los ha habido, en la forma en que se enseña estas disciplinas?

La ascensión de más profesionales (diseñadores gráficos/ilustradores) a la docencia (bien sea en universidades, escuelas, talleres...) y la incorporación de su conocimiento a los planes de estudio

A la hora de enseñar diseño, ¿qué crees que falta y sobra en las escuelas de diseño gráfico en España?

Falta una conexión real con la práctica profesional sobre todo en lo que toca a administración, presupuestos, etc... también falta historia del diseño en muchas ocasiones. Sobra la generación de falsas expectativas sobre lo que es la profesión, que en general exige más disciplina y constancia de lo que se vende

¿Enseñas a tus alumnos la misma metodología proyectual que después empleas en tu trabajo como profesional del diseño?

Sí, pero dentro de otras muchas metodologías. *Yo lo hago así, pero luego hay otros que lo hacen o hacían así...*

¿Y las técnicas creativas?

Lo mismo que te decía en la respuesta anterior. Puedo mostrar mis técnicas creativas pero me veo en la obligación de investigar otras y mostrarlas lo más objetivamente posible. La docencia me ha aportado estudio. Nunca he estudiado tanto diseño como ahora que tengo que enseñarlo y eso es muy positivo. Se aprende mucho enseñando

ACTUALIDAD DE LA PROFESIÓN

¿Cómo valoras la preparación de los jóvenes que empiezan a trabajar en el diseño tras acabar sus estudios?

Hay de todo. En general mi percepción es buena, en ocasiones incluso está por encima de aquellos que van a reclamar sus servicios. Por ejemplo hoy en día las agencias de publicidad siguen pidiendo experiencia, pero conozco a muchos recién graduados que sin experiencia tienen conocimientos de entornos digitales a un nivel que no siempre se da en las agencias. Insisto en una necesidad de mostrar la profesión como cultura pero también mostrar la realidad profesional. Veo que la gente sabe cómo se diseña una fuente display basándose en el estilo suizo pero no sabe presupuestarla, por poner un ejemplo.

Actualmente, ¿qué término consideras que define mejor esta profesión: diseño gráfico o diseño de comunicación? ¿Quizá otro?

Si diseñar es proyectar o planificar que diría Paul Rand, el primero sería un plan más concreto y el segundo un plan más complejo y global. Aunque no puedo precisar en esto. En Italia he oído recientemente el término Diseño Visual

¿Cuáles son los retos y posibles escenarios futuros del diseño gráfico o diseño de comunicación? Por ejemplo, ¿qué influencias tendrán los avances tecnológicos?, ¿cambiarán las estructuras organizativas de los equipos?, ¿se abarcarán más ámbitos de acción para desarrollar proyectos?, ¿crees que el diseño tendrá cada vez un mayor compromiso social?

Seguramente el compromiso social será uno de los ámbitos de acción de mayor relevancia a corto plazo. Vivimos tiempos que son un punto de inflexión en la historia del diseño. La tecnología siempre es cambiante y modifica procesos dentro del plan/proyecto y por ende el pensamiento creativo se amplía. Las estructuras de los equipos ya han cambiado y estoy seguro de que seguirán cambiando. Los perfiles son más concretos, más disgregados y conectados online... influye también la situación económica actual que desvía la atención de nuevo hacia lo local.

EL DISEÑADOR Y LA SOCIEDAD

¿Qué proyecto utópico te gustaría realizar?

Un programa de televisión dedicado íntegramente a la ilustración.

¿Qué proyecto jamás harías?

Uno que conlleve un discurso racista.

BORJA MARTÍNEZ

LO SIENTO STUDIO

entrevista realizada mediante cuestionario online: 2 de marzo de 2015



“Cocinar ideas para convertirlas en un plato creativo funcional, práctico y válido. Hacer de la síntesis un producto comestible con éxito. Crear recetas (formas de procesar las ideas) para desarrollar y formalizar una idea, vestida de un producto concreto.”

“Internet se ha convertido en una herramienta de consulta compulsiva que satura muchas veces el proceso creativo dejándolo en algo repetitivo, con imágenes ya existentes que no aportan un avance o novedad a la disciplina. La influencia es total y hay que saberla canalizar. El buen uso de las tecnologías amplifica, el mal uso, atrofia.”

BORJA MARTÍNEZ

LO SIENTO STUDIO

(Barcelona, 1974)

Para desgracia de la música pero suerte para el diseño gráfico, Borja Martínez no consiguió realizar su primera vocación musical, la que le impulsaba hacia la combinación de notas y acordes para conseguir armonías, pero sí la segunda, la que le ha convertido en un maestro en otras combinaciones, en este caso las de tipografías, imágenes, colores o fotografías. Gracias a una formación híbrida entre el diseño industrial, que estudió en la escuela Elisava de Barcelona, el diseño gráfico, llevada a cabo en el London College of Printing (hoy, London College of Communication), Borja es capaz de resolver múltiples tipos de encargos, sin perder nunca un acercamiento tremendamente original al proyecto.

Tras pasar por varios estudios como Gráfica o Basedesign, en 2005 funda en solitario el estudio Lo Siento, con el cual ha trabajado para clientes de talla internacional como los sanitarios Roca, el restaurante de Ferran Adrià El Bulli, el fabricante de pasta y helados italianos Sando Desii, el grupo de música electrónica The Pinker Tones, el también músico Macaco, o la Cidade da Cultura de Galicia, por citar tan solo algunos. Hoy en día el estudio está compuesto por cinco profesionales, y el abanico de trabajos que es capaz de producir es aparentemente inabarcable: identidades corporativas, packaging, rediseños y restyling, diseño editorial, trabajos en web o iniciativas propias que se han presentado en decenas de exposiciones y eventos. Sus proyectos han sido recogidos y publicados en libros y revistas de todo el mundo, y en 2010 el estudio fue galardonado con el premio Grand Laus a la excelencia en el diseño.

INICIOS Y FORMACIÓN

Los diseñadores gráficos suelen ser vocacionales. Desde muy pronto tienen claro que quieren dedicarse a esta profesión. ¿Fue éste su caso? ¿En qué momento y qué te motivó a encaminar tu carrera en este campo?

No realmente, yo quería ser músico, esa era mi vocación, pero no funcionó desgraciadamente, ya que la comunión con otras personas a veces no fluctuó. En mi caso, la curiosidad por ver, analizar cualquier detalle me hizo fijarme en el trabajo de mi mejor amigo, diseñador gráfico del estudio mucho, para mi una gran persona además de excelente profesional al que quiero y admiro. Ver como solucionaba sus proyectos, me hizo despertar el estímulo creativo, que me empujó a lanzarme y probar esta disciplina que hoy es mi realidad.

Estudiaste Diseño industrial en la Escuela Elisava y Diseño gráfico en el London College of Communication de Londres ¿Qué ventajas y desventajas crees que aporta un tipo de formación académica como la tuya?

La combinación enriquece. Para un grafista no es suficiente sólo mirar diseño gráfico, al contrario, lo que creo que habría que hacer es mirar otras disciplinas diferentes a la tuya. De esa forma nutres tu archivo visual e intelectual aportando una nueva visión creativa a tu proceso de trabajo. Es importantísimo tener curiosidad por las cosas que te rodean, hacerte preguntas, investigar, probar y luego HACER. A mí, estudiar diseño industrial me ha aportado una visión diferente a la hora de afrontar distintos proyectos en un campo como el diseño gráfico. La fusión de ambas disciplinas ha hecho que mi discurso sea más amplio y de esta forma desarrollar un discurso algo diferente a lo establecido.

Actualmente, si pudieras elegir el lugar donde estudiar, ¿cuál elegirías?

Londres, sin duda. Me lo ha dado todo, transformó totalmente mi forma de ver y analizar las cosas. Me cambió la vida básicamente. En Londres, las tendencias y los nuevos discursos gráficos, se crean, se hacen, se cocinan, nacen y por tanto te ofrecen la oportunidad de participar en ellos. Allí todo pasa más rápido, pero la gimnasia que practicas cada día te hace ser una persona más ágil a la hora de absorber y entender cómo funcionan las cosas.

PROCESO DE TRABAJO Y CREATIVIDAD

En tu opinión, el pensamiento creativo, ¿por qué se distingue? ¿Consideras que la creatividad en el diseño gráfico se diferencia o es distinta a la de otras disciplinas artísticas?

No realmente. Yo hago siempre un paralelismo con la cocina. Los procesos son semejantes, el resultado es diferente en su formato, pero el proceso es casi igual. Cocinar ideas para convertirlas en un plato creativo funcional, práctico y válido. Hacer de la síntesis un producto comestible con éxito. Crear recetas (formas de procesar las ideas) para desarrollar y formalizar una idea, vestida de un producto concreto.

El proceso por tanto es casi exacto al de otras disciplinas, solo cambia el medio y el resultado final.

¿Cómo describirías tu proceso creativo? ¿A qué elementos o técnicas recurre cuando necesitas inspiración para un proyecto?

La base para mí está en la inmersión en el encargo, análisis del producto, cómo se ha procesado, por qué existe de la forma que existe, de dónde viene y a dónde va, quién lo consume? quién no lo consume? por qué, cómo, dónde y el qué.... análisis básico y profundo del encargo. Es de esta forma como extraigo una síntesis que se convierte (junto a una familia tipográfica, creada o no) en parte del proceso creativo que me lleva a realizar un discurso gráfico.

¿Podrías sintetizar ese proceso creativo en unas fases generales?

Analítica del cliente. Los porqués del encargo, qué, cómo y por qué de dicho producto. El Adn del producto. Análisis. Ingredientes! Probar, vivir el producto o encargo como si fuera tuyo. Documentación general: qué existe y qué no existe en el mundo acerca de ese tema en cuestión. Crear un panel de ideas, preguntas, tendencias... y empezar a construir un discurso acorde con la marca o servicio.

¿Se puede hablar de un método general para la realización de los proyectos, o cada tipología de proyecto requiere de un método diferente?

Hay un proceso que siempre suele ser el mismo EXISTE UN PROBLEMA (el cliente tiene un problema), NECESITA UNA SOLUCIÓN (diseño comunicación). Su producto no sabe cómo explicar lo que es y lo que hace al público objetivo. Solución:

Crear un lenguaje específico con personalidad que dé imagen y sentido al producto. HONESTIDAD! (sin disfrazar). La idea viene y llega cuando hay un problema que solucionar.

¿Cuál de tus proyectos consideras que ha sido el más importante de tu carrera a nivel metodológico y creativo? ¿Qué convierte un proyecto en un gran proyecto?

Sandro Desii, es un buen ejemplo de cómo convertir un producto gourmet con una imagen insuficiente y sin identidad, en un proyecto de éxito al dotarla de actitud, identidad y un sistema orgánico que crece con el tiempo. Un sistema dinámico capaz de darle personalidad a cada uno de sus productos convirtiéndolos en piezas singulares que se comunican con el consumidor.

¿Has trabajado con profesionales de otras especialidades en el campo del diseño?, ¿con otros artistas o creadores ajenos al diseño y a tu estudio? ¿Qué te ha aportado la experiencia de realizar un proyecto interdisciplinar?

Trabajo bastante con interioristas y fotógrafos, ello hace que el trabajo o discurso gráfico crezca y se amplifique contribuyendo a crear una imagen final más sólida y funcional. Pero eso sería un trabajo más de colaboración. Quizás lo más cerca haya sido trabajar con ilustradores, con ellos es siempre probable que la simbiosis entre diseño gráfico y arte dé como resultado algo sorprendente.

ACTUALIDAD DE LA PROFESIÓN

¿Cómo valoras la preparación de los jóvenes que empiezan a trabajar en el diseño tras acabar sus estudios?

Es difícil generalizar, hay de todo, pero la veo algo debilitada, los veo demasiado abstraídos por el poder de internet. Algo tecnodependientes, ya que por un lado mastican demasiado diseño gráfico, que siempre es bueno para conocer la actualidad, pero se olvidan de lo que hay fuera de los ordenadores.

Internet se ha convertido en una herramienta de consulta compulsiva, que satura muchas veces el proceso creativo dejándolo en algo repetitivo, con imágenes ya existentes que no aportan un avance o novedad a la disciplina. La influencia es total y hay que saberla canalizar. El buen uso de las tecnologías amplifica, el mal uso, atrofia.

Actualmente, ¿qué término consideras que define mejor esta profesión: diseño gráfico o diseño de comunicación? ¿Quizá otro?

Comunicación gráfica.

¿Cuáles son los retos y posibles escenarios futuros del diseño gráfico o diseño de comunicación? Por ejemplo, ¿qué influencias tendrán los avances tecnológicos?, ¿cambiarán las estructuras organizativas de los equipos?, ¿se abarcarán más ámbitos de acción para desarrollar proyectos?, ¿crees que el diseño tendrá cada vez un mayor compromiso social?

Vamos directos a un futuro táctil, sensorial y basado en la realidad aumentada de aquello que nos rodea. El papel del diseño es vital para darle personalidad a estos canales de información. El móvil o reloj como objeto se convertirá en un aparato capaz de obtener y proyectar aquella información que necesitemos a tiempo real, y ahí es donde la forma de contar las cosas será a través de un buen diseño y comunicación gráfica.

EL DISEÑADOR Y LA SOCIEDAD

¿Qué proyecto utópico te gustaría realizar?

La imagen de un partido político llamado: VOTO EN BLANCO

¿Qué proyecto jamás harías?

Cualquiera que esté asociado a una dictadura.

DANIEL MORALES

JAVIER EUBA

MORUBA

entrevista realizada mediante cuestionario online: 26 de marzo de 2015

“Un proyecto se convierte en un gran proyecto cuando trasciende el compromiso profesional y se convierte en un reto vital. Estos proyectos, generalmente realizados a lo largo de mucho tiempo, acaban imponiendo una lógica y razón de ser propias. Cuando se finalizan se tiene la impresión de haber modificado, en alguna manera, la percepción de la propia existencia.”

DANIEL MORALES

JAVIER EUBA

MORUBA

(Logroño, 2008)

Moruba no es una persona sino dos. Moruba son dos mentes trabajando al unísono hasta convertirse en uno de los estudios de diseño más exitosos de los últimos años en toda España, como demuestran los numerosos premios y galardones. Moruba son Daniel Morales y Javier Euba, oriundos de La Rioja, donde comenzaron su formación en la actual Escuela Superior de Diseño ESDIR, finalizaron su periodo formativo dentro de la especialidad de diseño gráfico en la Escola d'Arts Josep Serra i Abella de L'Hospitalet de Llobregat. Tras un periodo de trabajo y especialización en Cataluña, en 2008 deciden unirse definitivamente y fundar Moruba con sede en Logroño, desde donde vienen resolviendo una extraordinaria variedad de encargos, siempre con un enfoque sorprendente, fresco, novedoso y diferente.

Como corresponde a auténticos riojanos, el mundo del vino y su imagen es uno de los principales caladeros para sus encargos, habiendo contribuido durante la última década a la imparable renovación visual de todo lo relacionado con la enología y el cultivo vitivinícola. Por otro lado, pero siempre relacionado directamente con el ámbito de la gastronomía, algunos de sus mejores trabajos tienen como punto de partida el packaging de restaurantes, casas de comida, marcas de alimentos, aceites de oliva o cervezas, campo este último en el que destaca uno de los diseños más premiados de los últimos años como es el de la cerveza Dolina. Pese a su clara especialización en el campo del vino y la gastronomía, también otras marcas o instituciones como el Gobierno de La Rioja se cuentan entre sus clientes. Todo el trabajo realizado durante este breve periodo les ha valido un sorprendente número de galardones entre los que destacan más de veinte Premios Laus en tan solo cinco años, tres Harpers Design Awards de Londres, tres Pentawards belgas, o dos premios de la AIGA de Nueva York, sin duda una de las instituciones más importantes dentro del mundo del diseño.

Los diseñadores gráficos suelen ser vocacionales. Desde muy pronto tienen claro que quieren dedicarse a esta profesión. ¿Fue éste vuestro caso? ¿En qué momento y qué os motivó a encaminar vuestra carrera en este campo?

La verdad es que sí. Ya desde muy jóvenes, creo que incluso desde niños, nos atraía la gráfica de revistas, libros, discos, envases, etc. Por entonces no eras consciente que eso fuera una profesión y que se pudiera vivir de ello. Entre los 15 y 18 años sí vimos que existían unos estudios dedicados a formar profesionales para ello y no nos lo pensamos dos veces. La posibilidad de trabajar en un campo creativo era y sigue siendo algo muy atractivo para nosotros.

Estudiasteis en Barcelona ¿En qué centro y qué tipo de formación? ¿Qué ventajas y desventajas creéis que aporta un tipo de formación académica como la vuestra?

Comenzamos nuestros estudios en la por entonces Escuela de Artes Aplicadas de Logroño (actualmente ESDIR) y los completamos en Barcelona con la especialidad de Diseño Gráfico en la Escola d'Arts Josep Serra i Abella de L'Hospitalet de Llobregat. Es difícil de enumerar una serie de ventajas o desventajas, quizás el contacto con diferentes campos artísticos como la fotografía, ilustración, etc. es algo muy enriquecedor y que te ayuda a formarte como un buen diseñador.

Desventajas, igual la falta de contacto real con la profesión, que ciertas materias estén impartidas por profesionales del diseño. Aunque muchos centros solventan este problema con workshops o talleres.

Actualmente, si pudierais elegir el lugar donde estudiar, ¿cuál elegiríais?

Nuestra experiencia en Barcelona fue fantástica, creo que repetiríamos sin dudarlo. Hay muchas y muy buenas escuelas. Pero lo que sí que haríamos con total seguridad es completar nuestra formación con algún tipo de máster fuera de España, probablemente Londres y a ser posible en Central Saint Martins.

PROCESO DE TRABAJO Y CREATIVIDAD

En vuestra opinión, el pensamiento creativo, ¿por qué se distingue? ¿Consideráis que la creatividad en el diseño gráfico se diferencia o es distinta a la de otras disciplinas artísticas?

La creatividad es algo muy abstracto, definirla y clasificarla es complicado. Si se distingue o no la creatividad en el diseño gráfico a la de otras disciplinas, creemos que no. La creatividad es creatividad y da igual que seas diseñador, fotógrafo, arquitecto cocinero. La diferencia esta en el prisma desde el que observas, si estás en fase de creación de concepto, en fase de diseño, en fase de presentación al cliente, en todas ellas se requiere creatividad pero aplicas una especie de filtro para que fluya en la dirección que te interesa.

¿Cómo describiríais vuestro proceso creativo? ¿A qué elementos o técnicas recurrís cuando necesitáis inspiración para un proyecto?

Nuestro proceso creativo es muy caótico y efervescente. A veces brota por sí solo y a veces nos atascamos y no hay manera de que salgan las cosas. Nuestro truco infalible es salir del estudio y alejarnos de los ordenadores, del teléfono y todo tipo de distracción que nos despiste y contamine. Nuestro truco secreto es conducir, nos montamos en el coche y nos vamos de viaje, no falla. En cuanto salimos a la carretera entramos en una relajación total y las ideas fluyen solas.

¿Podríais sintetizar ese proceso creativo en unas fases generales?

Es muy complicado ya que todas las fases son desordenadas y caóticas, en definitiva son inclasificables. Disparas ideas, algunas absurdas y otras geniales, entre una buena idea y una simple ocurrencia hay una delgada línea. Y esa sería la primera fase. La segunda fase, cuando encuentras la idea buena, la que te deja descansar al llegar a casa porque estás satisfecho y ya no le das más vueltas porque estás convencido que has encontrado lo que buscabas. Una última fase sería la de la 'destilación' dejar esa idea en una especie de alambique para depurarla y quedarse con la esencia, entonces la solución formal sale sola porque tiene una idea sólida que soporta todo.

¿Se puede hablar de un método general para la realización de los proyectos, o cada tipología de proyecto requiere de un método diferente?

Creemos que la tipología la marca más que el proyecto el diseñador o creativo. Cada uno tiene sus métodos, son una suma de varias cosas, tu forma de ser, donde has trabajado anteriormente, la presión que ejercen tus clientes sobre ti. Al final todo ello te hace tener tu método y darle prioridad a unos aspectos u otros.

¿Cuál de vuestros proyectos consideraríais que ha sido el más importante de vuestra carrera a nivel metodológico y creativo? ¿Qué convierte un proyecto en un gran proyecto?

Es muy difícil decantarse por uno, es como elegir solo a un hijo. Nosotros nos tomamos cada proyecto como si fuera el último que vamos a realizar, lo damos todo. Pensamos que cada proyecto es como una bala que no podemos desperdiciar. La única manera de escoger uno es si nos ceñimos a su palmarés de premios, en ese caso 'Dolina' es un trabajo que sobresale del resto por los logros obtenidos y respecto a su proceso creativo y metodología fue muy especial, pero no más que la de otros proyectos. Y la diferencia de un proyecto y un gran proyecto es muy sutil, posiblemente lo memorable que sea con el paso del tiempo. Al finalizar un proyecto aún no sabes si será un gran proyecto, el paso del tiempo lo dirá.

¿Habéis trabajado con profesionales de otras especialidades en el campo del diseño?, ¿con otros artistas o creadores ajenos al diseño? ¿Qué os ha aportado la experiencia de realizar un proyecto interdisciplinar?

Sí, tenemos muchos colaboradores que participan en nuestros proyectos. Nos encanta tener una visión externa de otras personas, nos parece que es muy enriquecedor y que todo suma. Aporta mucha frescura a los proyectos porque amplías tus horizontes creativos y descubres nuevos caminos. Siempre que podemos intentamos que en cada proyecto participe alguien, fotógrafos, ilustradores, redactores, algunas veces más que diseñar hacemos dirección de arte.

LABOR DOCENTE

Desarrolláis también una actividad docente impartiendo cursos y talleres ¿Cuál creéis que debe ser la función del profesor en la enseñanza del diseño gráfico?

Sí, de vez en cuando. Cuando los timing de los proyectos nos lo permiten, impartimos alguno. Creemos que la función del docente varía un poco según la asignatura o materia que imparta. De todos modos pensamos que una de las funciones más importantes es la de estimular al alumno, despertar su curiosidad y prepararlo para una profesión muy cambiante y continua evolución. Un diseñador ha de ser curioso, inquieto y no relajarse demasiado pensando que ya lo sabe todo. Cuando terminas de estudiar esto solo acaba de empezar.

En los últimos años, ¿qué cambios habéis notado, si los ha habido, en la forma en que se enseña diseño gráfico?

No somos muy conscientes de cuales han sido los cambios en la enseñanza pero sí

de cómo han afectado estos cambios a los alumnos y por consiguiente a los nuevos diseñadores. Es muy diferente el perfil del nuevo diseñador de hoy en día que el de hace 10 o 20 años.

A la hora de enseñar diseño, ¿qué creéis que falta y sobra en las escuelas de diseño gráfico en España?

Nuestra actividad docente es más bien simbólica y no somos los más adecuados para juzgar las escuelas de diseño. Quizás lo que hemos mencionado anteriormente, el contacto más directo con la realidad profesional, el oficio puro y duro transmitido por profesionales en activo.

¿Enseñáis a vuestros alumnos la misma metodología proyectual que empleáis en vuestro trabajo como profesionales del diseño?

Intentamos que encuentren su propia metodología, que aprendan a depurar sus ideas, a destilarlas. Otra cosa que intentamos transmitir a los alumnos es la pasión con la que nosotros vivimos este oficio, si vibras con los proyectos eso se transmite al resultado final.

¿Y las técnicas creativas?

Como hemos mencionado antes cada uno tiene su propia técnica. Intentamos que cada uno encuentre la suya propia y fomentamos el despegarse del ordenador durante un tiempo. Ver el problema desde otra perspectiva que la que te ofrece una pantalla.

ACTUALIDAD DE LA PROFESIÓN

¿Cómo valoráis la preparación de los jóvenes que empiezan a trabajar en el diseño tras acabar sus estudios?

Pues no somos los más indicados para valorar eso. En nuestro estudio no hay ningún joven diseñador (de momento) y las experiencias que hemos tenido no han sido del todo satisfactorias. Suponemos que hay de todo, bien preparados y mal preparados, es cuestión de dar con la persona adecuada. En general por el nivel de los portafolios que recibimos se nota un nivel de acabados más alto que los de nuestra época pero por contrapartida también apreciamos muchas similitudes en los trabajos, cosas de la globalización e internet.

Actualmente, ¿qué término considerarías que define mejor esta profesión: diseño gráfico o diseño de comunicación? ¿Quizá otro?

A nosotros siempre nos ha gustado diseño gráfico a secas. El término ‘diseño de comunicación’ nos parece más ambiguo. Comunicación es un concepto muy amplio y quizás se ha usado para querer abarcar demasiadas cosas. Reivindicamos la palabra ‘gráfico’.

EL DISEÑADOR Y LA SOCIEDAD

¿Qué proyecto utópico os gustaría realizar?

No tenemos ni idea, estamos en un escenario muy cambiante. Esta es una profesión muy joven, que está altamente influenciada por la tecnología, las herramientas cambian cada día por lo cual también cambian las estructuras, la manera de trabajar, etc. Lo que sí tenemos claro es que el buen diseñador del futuro será aquel que piense más antes de actuar, que sea más reflexivo. Todo va demasiado rápido y hay que ser cada vez más consciente de lo que se hace y no dejarse llevar por las tendencias, los blogs, etc.

Respecto al compromiso social, no somos muy optimistas en ese aspecto, ojalá pero lo vemos difícil. Creemos que el resto de la sociedad aún tiene una visión muy frívola del diseño, lo ven como una simple herramienta para vender sus productos.

¿Qué proyecto jamás haríais?

Pues nunca nos lo hemos cuestionado, quizás un packaging para un Kalashnikov. No nos gustaría poner nuestros conocimientos de diseño al servicio de la industria de las armas.

DANIEL NEBOT

entrevista realizada mediante cuestionario online: 13 de marzo de 2015



“Soy de los diseñadores que no diseñamos con el lápiz, sino con la goma de borrar.”

“Cada proyecto, por pequeño que parezca, es una oportunidad para hacer un gran diseño y no conviene desaprovechar ninguna oportunidad.”

DANIEL NEBOT

(Barracas, Castellón, 1953)

Graduado en Artes Aplicadas en Valencia, es desde la capital del Turia desde donde este diseñador global trabajará y marcará el desarrollo del diseño valenciano y español durante las décadas de los ochenta y los noventa. Su trayectoria profesional se inició en estudios como Nuc (1972) o Enebecé (1981), y en 1984 participa en una de las iniciativas más representativas e influyentes de las últimas décadas: la creación del colectivo La Nave en la misma ciudad de Valencia. Desde su sede en una nave situada en la calle San Vicente, esta fusión de once personalidades provenientes de campos como el diseño gráfico, el diseño industrial, el interiorismo o la arquitectura, marcó un antes y un después en la práctica del diseño en España. La Nave surgió de la unión del citado estudio Enebecé (compuesto por el propio Nebot, Paco Bascuñán y Company), con Caps i mans (en el que se encontraban Albors, José Juan Belda, Nacho Lavernia y Luis Lavernia), unión a la que se incorporarían Marisa Gallén, Sandra Figuerola, Carlos Bento y Luis González, y pese a que su recorrido fuera corto en el tiempo (de 1984 a 1991), marcó el diseño de la Comunidad Valenciana y del resto del país.

Finalmente en 1991 y tras la disolución de La Nave, Nebot fundó su propio estudio, desde el que ha trabajado para importantísimos clientes como la propia Generalitat Valenciana, la Fundació Bancaixa, la Federación de Industrias del calzado español, ambas universidades valencianas (la Politècnica y la Universitat), el Instituto Nacional de Estadística o el Museu Valencià de la Il·lustració i la Modernitat MUVIM.

Su estilo, heredero de las más importantes vanguardias del siglo XX pero siempre matizado por su visión personal de la realidad que le rodea, le ha valido numerosos premios como el Premio Laus en 1993, El Premio Japan Design, El Premio AEPD de la Asociación Española de Profesionales del Diseño en 1995 o el Design Plus de Frankfurt en 1993. En 1995 fue galardonado con el Premio Nacional de Diseño

INICIOS Y FORMACIÓN

Los diseñadores gráficos suelen ser vocacionales. Desde muy pronto tienen claro que quieren dedicarse a esta profesión. ¿Fue éste su caso? ¿En qué momento y qué te motivó a encaminar tu carrera en este campo?

Me equivoqué en la fecha del examen de ingreso a la Escuela de Bellas Artes y, para no perder un año, me matriculé en la Escuela de Artes y Oficios, en la especialidad de Dibujo publicitario. A partir de ahí descubrí el diseño gráfico.

Nunca he hecho muchas distinciones entre diseño gráfico y de producto. A lo largo de mi carrera he alternado los dos, más el diseño expositivo de una forma absolutamente normal.

Tu formación académica es de graduado en Artes plásticas en Valencia ¿Qué ventajas y desventajas crees que aporta un tipo de formación académica como la tuya?

Los estudios en la Escuela de Artes y Oficios duraban cinco años, yo abandoné en tercero y, dado los conocimientos que se impartían sobre diseño gráfico en aquella escuela del principio de los 70, me considero de formación autodidacta.

Actualmente, si pudieras elegir el lugar donde estudiar, ¿cuál elegirías?

No conozco en profundidad las diferentes escuelas. si pudiera, creo que elegiría alguna escuela en Londres, Amsterdam o Berlín, aunque me consta que Elisava en Barcelona está muy bien.

PROCESO DE TRABAJO Y CREATIVIDAD

En tu opinión, el pensamiento creativo, ¿por qué se distingue? ¿Consideras que la creatividad en el diseño gráfico se diferencia o es distinta a la de otras disciplinas artísticas?

Lo importante es el análisis y la síntesis, después el concepto y al final la creatividad. Todo esto dentro de una estructura proyectual.

¿Cómo describirías tu proceso creativo? ¿A qué elementos o técnicas recurre cuando necesitas inspiración para un proyecto?

Mi proceso de diseño se basa en la síntesis y la condensación, trato de transmitir el mensaje con la mayor economía de medios posible. Respecto a la inspiración, a lo largo de la historia se han solucionado de maneras muy diversas problemas muy similares a los que nos enfrentamos hoy los diseñadores, pensar en los frisos asirios, en las pinturas de las criptas paleocristianas, en las escrituras cuniformes mesopotámicas, en la escultura etrusca, las pinturas rupestres mediterráneas, la imaginería inuit, las cabezas olmecas o el exquisito repertorio formal japonés..... es de gran ayuda para ver la luz.

¿Podrías sintetizar ese proceso creativo en unas fases generales?

Soy de los diseñadores que no diseñamos con el lápiz, sino con la goma de borrar.

¿Se puede hablar de un método general para la realización de los proyectos, o cada tipología de proyecto requiere de un método diferente?

La metodología para abordar el proyecto pertenece a cada diseñador, el desarrollo de cada proyecto varía en función de la complejidad del mismo.

¿Cuál de tus proyectos consideras que ha sido el más importante de tu carrera a nivel metodológico y creativo? ¿Qué convierte un proyecto en un gran proyecto?

No tengo ni idea, para mí los proyectos una vez acabados no son ni creatividad ni metodología, son diseños que funcionan o no funcionan. Cada proyecto, por pequeño que parezca, es una oportunidad para hacer un gran diseño y no conviene desaprovechar ninguna oportunidad.

¿Has trabajado con profesionales de otras especialidades en el campo del diseño?, ¿con otros artistas o creadores ajenos al diseño? ¿Qué te ha aportado la experiencia de realizar un proyecto interdisciplinar?

En el desarrollo de los proyectos de diseño casi siempre se incorporan profesionales de otras disciplinas. En el caso del gráfico son habituales: ilustradores, fotógrafos, tipógrafos, maquetadores, realizadores de audiovisuales, impresores... y los de producto: delineantes, modeladores 3D, renderistas, ingenieros, maquetistas... Y en los de diseño expositivo: historiadores del arte, restauradores, arquitectos, aparejadores, iluminadores, interioristas, montadores... Debemos pensar que la autoría de los proyectos casi siempre es plural y la relación con el equipo siempre enriquecedora.

ACTUALIDAD DE LA PROFESIÓN

¿Cómo valoras la preparación de los jóvenes que empiezan a trabajar en el diseño tras acabar sus estudios?

Cada vez con mayor dominio de las herramientas de trabajo y más afectados por las tendencias de moda en sus propuestas plásticas. Digamos más maestría, menor personalidad.

Actualmente, ¿qué término consideras que define mejor esta profesión: diseño gráfico o diseño de comunicación? ¿Quizá otro?

A mí siempre me gustó cómo se denominaba cuando empecé: grafismo y grafista. Recaltar que esto es diseño me parece que obedece a un complejo, pasa lo mismo con el interiorismo: diseño de interiores o con la floristería: diseño floral. ¿No os parece un poco esnob y ridículo?

¿Cuáles son los retos y posibles escenarios futuros del diseño gráfico o diseño de comunicación? Por ejemplo, ¿qué influencias tendrán los avances tecnológicos?, ¿cambiarán las estructuras organizativas de los equipos?, ¿se abarcarán más ámbitos de acción para desarrollar proyectos?, ¿crees que el diseño tendrá cada vez un mayor compromiso social?

El diseño gráfico entre otras cosas es comunicación, pero la comunicación abarca mucho más que el diseño gráfico. Llamar al diseño gráfico diseño de comunicación es igual de inadecuado que si le llamáramos publicidad. Seguro que la tecnología nos brinda y nos brindará nuevas oportunidades, pero el diseño va más allá de la herramienta o el medio. Y, respecto al compromiso social, esta es una cuestión de las personas, no de las profesiones.

EL DISEÑADOR Y LA SOCIEDAD

¿Qué proyecto utópico te gustaría realizar?

Utópico, no sé... ¿por qué utópico...?

¿Qué proyecto jamás harías?

Aquel que atente contra la libertad y la dignidad de las personas...

PERET

entrevista realizada mediante cuestionario online: 20 de marzo de 2015



“Hablar de creación es una pretensión que no se sostiene. Me parece más propio hablar de una recreación constante, como así ha sido desde el primer momento en que en una cueva del sur de Francia, o en el desierto argelino, los primeros homínidos pensantes del paleolítico intentaron apropiarse de la realidad, reproduciéndola mediante imágenes, simbólicamente...”

PERET

(Barcelona, 1945)

Hablar de Pere Torrent, conocido desde hace décadas como Peret, es hablar de uno de los grandes pioneros del diseño gráfico en España. Formado en la Escola Massana y en el estudio de Pla-Narbona, en 1967 abre su primer estudio pero su actividad se ve interrumpida por una fecundísima estancia en París. Allí residirá entre los años 1970 y 1976, periodo en el que trabaja con agencias tan importantes como Young & Rubicam resolviendo encargos de nivel internacional que serán fundamentales para su formación definitiva. A la vuelta a Barcelona en 1978, y ya en los albores de la democracia, crea su propio estudio, en cuyos trabajos comenzarán a aparecer influencias de toda la historia del Arte de la humanidad.

Amante de cualquier manifestación plástica y visual, desde las pinturas neolíticas del Tassili argelino hasta las vanguardias artísticas del siglo XX, todo ello aparece en sus ilustraciones, diseños y esculturas, pero siempre tamizado por su particular visión irónica, sarcástica y profundamente crítica contra cualquier poder establecido. Su estudio ha sido durante las últimas décadas lugar de formación y maduración de algunos de los más grandes diseñadores actuales como el propio Isidro Ferrer, quien nunca duda en dejar patente la importancia que para su carrera tuvo el contacto con Peret a finales de los años 80.

La lista de sus clientes sería extraordinariamente prolija, pero hay que destacar firmas e instituciones como el Ayuntamiento de Barcelona, la Generalitat de Catalunya, la revista Marie-Claire, L'Express, la marca de automóviles Citroën, el diario La Vanguardia o Correos, por citar tan solo unos cuantos. Ha recibido numerosos galardones como los Premios Laus de diseño, varios Premios Marc Martí de cartelismo o el Premio de plata en el Festival Promax de televisión. En 1998 fue galardonado con el Premio Nacional de Diseño.

INICIOS Y FORMACIÓN

Los diseñadores gráficos suelen ser vocacionales. Desde muy pronto tienen claro que quieren dedicarse a esta profesión. ¿Fue éste tu caso? ¿En qué momento y qué te motivó a encaminar tu carrera en este campo?

Al entrar en la adolescencia parece obligado el despertar vocacional, al menos es lo que se suele decir o creer. Yo diría más bien, que en el mejor de los casos lo que hay es una confusión enorme, ante los distintos caminos a seguir que se ofrecen a nuestra curiosidad, para entrar en el mundo adulto.

Respondiendo a tu pregunta y en mi caso, puedo decir que una vocación, en el caso que se produzca a edad temprana, no es más que el fruto de las influencias de tu entorno familiar, social y escolar. Pero generalmente, salvo excepciones, no está muy claro. A mí, como a muchos otros niños siempre me gustó dibujar y de pequeño soñaba con ser arquitecto. Un poco más tarde quise ser dibujante de tebeos (cómic), porque era un apasionado lector y coleccionista de ellos en los años 50. Sin embargo, por circunstancias de la época, empecé a trabajar a los catorce años en un Banco, y estuve obligado a estudiar administración y contabilidad, cosas que odiaba.

A los dieciséis, me inscribí en el Conservatorio Municipal de Artes Suntuarias Massana para estudiar lo que entonces te convertía en *dibujante publicitario*. Pero esta escuela, en la que no llegué a completar los estudios, fue como penetrar en la cueva del tesoro de Alí Babá. Era tanta mi avidez y urgencia en aprender, que tuve la suerte de contar con el apoyo y la complicidad de varios profesores, con los cuales no sólo aprendí, sino que uno de ellos me puso en contacto con el que fue mi maestro iniciático.

Estuve apenas cinco meses en el estudio de Josep Pla-Narbona, pero ese corto período fue definitivo en mi devenir. Con él descubrí un mundo desconocido para mí, el de la Cultura, en todos sus aspectos: arte, música, fotografía, poesía, y por supuesto lo que era una novedad en esos años, el grafismo. Ya no era un dibujante publicitario, era un grafista. Y lo más importante aprendí a mirar, no sólo a ver.

Tu formación comenzó en la Escuela Massana ¿Qué ventajas y desventajas crees que aporta un tipo de formación académica como la tuya?

Ya he respondido lo que fue para mí la Escuela Massana, solo quiero añadir que una escuela nunca aporta desventajas, más bien lo contrario. Una escuela no te garantiza el porvenir, eso depende del interés, la curiosidad y de las ganas de aprender del alumno, y de su capacidad para aprovechar, transformar o filtrar lo aprendido y sobre todo, a no dar por concluída la etapa de aprendizaje. Se aprende durante toda la vida. Un título no es más que un trozo de papel.

Actualmente, si pudieras elegir el lugar donde estudiar, ¿cuál elegirías?

Sinceramente no sé que responderte a esta pregunta. He conocido muchas escuelas de diseño en España, y en distintos países en los que he impartido talleres o dado charlas y, en general, salvo alguna excepción, todas tienen un nivel bastante bueno. Claro que depende más del profesorado, que puede ser cambiante, que de la trayectoria o prestigio adquirido por la escuela. Y añado que la Escuela, no es más que el primer peldaño, importantísimo, pero sólo el primero y que no es responsable del futuro de sus alumnos. La vida no forma parte de las asignaturas de ninguna escuela.

Me permito un consejo para jóvenes curiosos y es el de buscar el libro *La vida instrucciones de uso*, en francés *La vie mode d'emploi* de Georges Perec. No voy a hablar de él, basta con que busquen en Google la referencia y verán por qué vale la pena. Y si no, que comprenda quién quiera o comprenda quién pueda. He dado este ejemplo pero no voy a hacer una lista, que sería inacabable, de otros. Solamente insistir que hay numerosos autores cuya obra es una fuente de ideas y sugerencias. Una frase, una palabra es mucho más sugerente que una imagen ya resuelta y acabada.

PROCESO DE TRABAJO Y CREATIVIDAD

En tu opinión, el pensamiento creativo, ¿por qué se distingue? ¿Consideras que la creatividad en el diseño gráfico se diferencia o es distinta a la de otras disciplinas artísticas?

Creo que el pensamiento creativo es la capacidad que tiene la mente de generar ideas para describir mediante palabras o imágenes: realidades, sueños, situaciones o deseos. Es la capacidad de transformar un texto, una frase, un poema, una imagen o una melodía en una metáfora.

Para mí, la mejor gimnasia para desarrollar la creatividad, es la de tener siempre los cinco sentidos activos. Te puede llegar una idea escuchando música, leyendo o viendo un atardecer, contemplando una escultura o descubriendo el geniecillo escondido

en un cachivache abandonado e inútil. Todo nos habla, pero hay que estar atentos. Otra recomendación, que creo muy útil, o al menos para mí lo fue, es el libro de José Antonio Marina *Elogio y refutación del ingenio*.

No veo ninguna diferencia entre el diseño gráfico y otras disciplinas artísticas, por la sencilla razón, que el diseño tan ensimismado y computerizado en la actualidad, no es otra cosa que un arte aplicado. La creatividad no tiene barreras, fronteras o límites.

Basta con echar una ojeada, por ejemplo, a los constructivistas o suprematistas soviéticos anteriores a la revolución rusa, o a los dadaístas, futuristas, etc. Veréis que no hemos inventado nada nuevo. Hablar de creación es una pretensión que no se sostiene. Me parece más propio hablar de una recreación constante, como así ha sido desde el primer momento en que en una cueva del sur de Francia, o en el desierto argelino, los primeros homínidos pensantes del paleolítico, intentaron apropiarse de la realidad reproduciéndola mediante imágenes, simbólicamente..

¿Cómo describirías tu proceso creativo? ¿A qué elementos o técnicas recurre cuando necesitas inspiración para un proyecto?

Me parece importante puntualizar de entrada que un diseñador, a diferencia de un artista, es deudor de un discurso ajeno: el del cliente. Si genera, y puede hacerlo, por supuesto, un discurso propio, su actividad entonces es artística. No obstante hay que matizar que el hecho de trabajar en la comunicación visual al servicio de un discurso ajeno, no es óbice para no enriquecer en la medida de lo posible, o según las propias capacidades, ese discurso. Se trata de dotar del máximo sentido simbólico, a las distintas capas de sentido de la imagen creada.

Es decir, si el cliente nos pide una cebolla, la imagen obviamente ha de ser la de una cebolla, pero esta está formada por capas y ahí es donde podemos intervenir. No hay que olvidar que una imagen siempre dice más de lo que aparentemente dice. Una imagen siempre es polisémica, aunque bien es cierto que descubrir esos sentidos ocultos o distintos, depende de la capacidad cultural del espectador.

Me parece que mi proceso creativo ha quedado descrito en las respuestas anteriores y los elementos a los que recurro también. Las técnicas son tan solo el instrumento para llegar al fin, y eso ya depende de cada uno el encontrar las que le son más útiles. A qué elementos recurro depende del resultado al que quiero llegar. Antes del gran hermano Macintosh, que es la herramienta total, que utilizo por supuesto, he

aplicado distintos y variados, todos siempre ligados a lo que, como ya he explicado, a una actividad artística.

¿Podrías sintetizar ese proceso creativo en unas fases generales?

Antes que nada analizar y estudiar el briefing del cliente, es imprescindible y necesario para poder trabajar en la dirección apropiada del encargo. El resto ya lo he explicado en la pregunta anterior.

¿Se puede hablar de un método general para la realización de los proyectos, o cada tipología de proyecto requiere de un método diferente?

Los métodos son generales en general, como su propio nombre indica. Lo que realmente importa es desarrollar tus propios métodos, que no excluyen, por supuesto, el recurrir también a los generales. Lo que requiere cada proyecto concreto, no es una cuestión sólo de método, sino la de dar siempre más de lo que se nos pide. Eso es lo que hace la diferencia. Antes de que el cliente quede convencido con la propuesta, es uno mismo quién debe estar absolutamente convencido de ella.

¿Cuál de tus proyectos consideras que ha sido el más importante de tu carrera a nivel metodológico y creativo? ¿Qué convierte un proyecto en un gran proyecto?

Como un padre de familia numerosa, me es imposible decidir cual es o ha sido el más importante. Todos lo son en su momento. Es cierto, que también tengo algunas preferencias, pero si me encuentro en la disyuntiva de tener que escoger, recurro a una simple regla de tres: el tiempo. El tiempo siempre pone las cosas en su sitio. Así hay imágenes o trabajos, que en su momento me parecieron las idóneas, y que años después no aguantan lo suficiente, mientras que otras parecen estar más allá de cualquier contingencia temporal y eso sin habérmelo propuesto conscientemente, en su momento.

En un proyecto, como en otros ámbitos, lo importante no es tanto el tamaño, como que la cosa funcione, para que sea un gran proyecto.

Has trabajado con profesionales de otras especialidades en el campo del diseño ¿Qué te ha aportado la experiencia de realizar un proyecto interdisciplinar, como por ejemplo los escenografismos?

He trabajado, sobretodo, con arquitecto/as, quienes aun no siendo fáciles, dado que

abarcan muchas disciplinas en su trabajo, muchas veces alguno/as de ellos/as creen saberlo todo y la cooperación se complica. Pero en general ha sido muy enriquecedor. A modo de ejemplo de esa cooperación, yo diría que he sido el flautista invitado en la orquesta dirigida por el maestro de obra. Siempre he sido consciente que no era solo mi proyecto y que era un trabajo de equipo y en general la cohabitación ha sido buena.

El término *escenografismo* acuñado por el semiólogo francés Michel Wlassikoff, ensambla la práctica escenográfica, generalmente teatral, con la comunicación visual. Es la puesta en escena de imágenes, símbolos o señales simbólicas, que ayudan a explicar o facilitar el uso o el recorrido de un lugar, pero no solamente de manera funcional como la señalética, sino aportando un plus cultural y poético. He desarrollado trabajos de escenografismo en transportes urbanos, en una biblioteca, en un entorno natural, en espacios comerciales y culturales o en eventos festivos.

También en mis trabajos de ilustración para la prensa, he tenido que lidiar con articulistas o escritores de opinión, con los que no necesariamente estaba de acuerdo. Siempre he realizado la ilustración de acuerdo con el tema tratado en el artículo, pero en bastantes ocasiones en sentido opuesto a la opinión del autor, expresando la mía. He aprovechado la incapacidad de saber leer una metáfora visual que reina en general en la prensa.

ACTUALIDAD DE LA PROFESIÓN

¿Cómo valoras la preparación de los jóvenes que empiezan a trabajar en el diseño tras acabar sus estudios?

Siento no poder dar una respuesta concreta, porque aunque he visto los trabajos de algunos alumnos de escuelas y he tenido a algunos en prácticas en mi estudio, no puedo pronunciarme sobre el tema.

Actualmente, ¿qué término consideras que define mejor esta profesión: diseño gráfico o diseño de comunicación? ¿Quizá otro?

Sinceramente no me parece relevante. El término diseño ha sido tan usado y abusado, que ya está completamente integrado en la sociedad y en la cultura. Diseño gráfico, diseño de comunicación o comunicación visual, tanto monta, monta tanto, lo uno como lo otro. Todos son sinónimo de lo mismo.

¿Cuáles son los retos y posibles escenarios futuros del diseño gráfico o diseño de comunicación? Por ejemplo, ¿qué influencias tendrán los avances tecnológicos?, ¿cambiarán las estructuras organizativas de los equipos?, ¿se abarcarán más ámbitos de acción para desarrollar proyectos?, ¿crees que el diseño tendrá cada vez un mayor compromiso social?

En cuanto a retos o posibles escenarios futuros no tengo ni idea, ni la verdad, me importa. Nuestro oficio depende del desarrollo social, económico, cultural y político de la sociedad en la que vivimos y en la actualidad no se puede decir que estemos en un momento cumbre y exaltante de la especie humana. Prefiero obviar esta cuestión porque no soy excesivamente optimista sobre el género humano. Como diría Joan Fuster, el escritor valenciano: *Seguimos respirando como en el paleolítico, no hemos avanzado mucho en este aspecto.*

En cuanto a los avances tecnológicos, no me parecen una mejora en sí mismo, todo depende de su uso, y en relación a la práctica de nuestra oficio, estos avances, paradójicamente aunque permiten obtener imágenes espléndidas, muy a menudo están vacías de contenido. La insignificancia de muchas de esas imágenes espectaculares, queda patente en la ausencia de significados, precisamente.

No sé si el diseño tendrá cada vez más compromiso social, pero debería tenerlo.

En cualquier caso, es obligación nuestra intentarlo o cuando menos no contribuir al embrutecimiento visual de la sociedad.

EL DISEÑADOR Y LA SOCIEDAD

¿Qué proyecto utópico te gustaría realizar?

No tengo ninguna utopía pendiente profesionalmente. Social sí, por ejemplo, la instauración de la III República en España y la abolición de la monarquía. Me parece absurda y obsoleta en pleno siglo XXI.

¿Qué proyecto jamás harías?

Cualquiera que fuera en contra de la igualdad y de los derechos humanos. Tampoco ninguno que exalte o trate de vender el pensamiento mágico o irracional, propio de religiones o esoterismos varios.

anexo 2 _ entrevista a diseñadores

CLARET SERRAHIMA

entrevista telefónica: 14 de abril de 2015

“Me considero casi como un médico de cabecera. Escucho, analizo, hago diagnósticos, llego a unas conclusiones y después receto. El trabajo es a veces incluso cercano al del psicólogo ya que tienes que entender el brief que el cliente te ha dado, y ese brief nunca dice toda la verdad. No porque el cliente no quiera decírtela, sino porque ni siquiera él mismo la sabe.”

CLARET SERRAHIMA

(Barcelona, 1950)

Desde los años 70 la figura de Claret Serrahima se ha configurado como una de las más importantes e influyentes del diseño con foco en Barcelona. Definir a este personaje fundamental del diseño de las últimas décadas no es fácil: diseñador y comunicador, fotógrafo y dibujante, activista cultural y cronista visual de su ciudad y su tiempo, narrador en imágenes y artista vocacional, Serrahima es una de las figuras más representativas de todo el diseño español de la segunda mitad del siglo XX. Formado en Bellas Artes y con una primera etapa en la que sus intereses se volcaron a la labor pictórica, poco tiempo después descubre el ámbito del diseño y sus enormes posibilidades de impacto en la sociedad. Destaca su profundo convencimiento en la necesidad de una formación intelectual y cultural de los profesionales del diseño gráfico, defendiendo la prevalencia del concepto frente a la forma, de la idea frente a su materialización práctica.

Fundador del estudio de diseño ClaseBcn, actualmente con sucursales en otras ciudades, ha trabajado para los más importantes clientes catalanes realizando desde carteles hasta identidades corporativas, especializándose en el diseño de logotipos y marcas. Es autor de las identidades visuales de instituciones como el Institut Ramon Llull, el Fútbol Club Barcelona, la Fundació Alícia, la entidad bancaria CatalunyaCaixa o el propio Ayuntamiento de Barcelona, por citar tan solo las más relevantes.

Durante su carrera profesional ha sido galardonado con premios como el Laus de Honor en la 44ª edición de estos premios, o el Premi Nacional de Disseny.

INICIOS Y FORMACIÓN

Los diseñadores gráficos suelen ser vocacionales. Desde muy pronto tienen claro que quieren dedicarse a esta profesión. ¿Fue éste tu caso? ¿En qué momento y qué te motivó a encaminar tu carrera en este campo?

En todas las profesiones la vocación debería ser la norma. En mi época, cuando empecé a estudiar, había alrededor de un 70% de personas que no sabían lo que querían hacer, y tan solo un 30% de compañeros que sí tenían clara la profesión y que la veían como una vocación. Sin embargo, creo que la gente joven, o en mi caso yo mismo cuando era joven, la vocación no es realmente la de hacer diseño gráfico, sino más bien una vocación creativa. Con los años esa inicial vocación creativa se va dirigiendo hacia el arte, o el diseño gráfico, o el diseño industrial, etc... Pero el impulso primero es hacia el mundo creativo desde un punto de vista más amplio, aunque siempre en la creatividad visual.

En mi caso, con una formación en Bellas Artes, quería dedicarme a ser pintor, a las artes plásticas, y durante un tiempo me fui de casa muy joven y viví en un estudio, y allí pintaba y comía y vivía... También por aquel entonces mandé algunos cuadros a concursos y vendí otros, pero en un momento determinado me sobrevino una auténtica crisis de imaginación, una crisis personal en relación al arte y a la pintura y a mi propia condición de persona proveniente de una familia burguesa metida dentro de un ambiente bohemio.

Es entonces cuando, con 19 o 20 años, encuentro mi camino en el diseño gráfico, descubro el diseño y me alejo del arte. Me planteo qué papel tiene el artista en la sociedad, y me doy cuenta de que el diseño sí que tiene una relación con la sociedad, y que el diseñador aporta más y me interesa.

Estudiaste Bellas Artes en Barcelona, pero ¿qué ventajas y desventajas crees que aportó esa formación eminentemente artística para tu trabajo posterior como diseñador gráfico?

Ahora todo ha cambiado, pero entonces se creía que saber dibujar era importante para ser diseñador gráfico. Más tarde descubrí que no, pero entonces era considerado importante. De todas maneras, la formación en artes lo que me aportó tuvo mucho que ver con un buen nivel de dibujo, con conceptos relacionados con la composición

cromática y la estructuración espacial, y son tres aspectos que después han sido muy importantes en mi trabajo como diseñador y que seguramente no hubiera podido dominar tan bien si no hubiera sido por esos años de prácticas artísticas y pictóricas.

Actualmente, si pudieras elegir el lugar donde estudiar, ¿cuál elegirías?

Elegiría una escuela en la que el diseño no fuera sólo forma y concepto, sino que ampliaría el abanico para acabar con uno de los grandes defectos que tenemos los diseñadores, entre los que por supuesto me incluyo, y que es la gran pobreza cultural e intelectual que tenemos. Fundaría una escuela en la que al diseño se sumarían clases de filosofía, de humanidades, para conseguir que el diseño formara parte de la vida intelectual del país, del entorno.

Es clave la interdisciplinabilidad y el nivel cultural. Soy de la opinión de que si se encarga un proyecto a una persona de alto nivel cultural e intelectual, siempre dentro del campo de las artes visuales como puede ser un arquitecto, el resultado será mejor que el de un diseñador gráfico por mucho que éste haya estudiado cinco años de diseño.

Ahora mismo estoy organizando un máster para una escuela pública en Barcelona, y para impartir las clases no he seleccionado a diseñadores, sino a filósofos, literatos, gente de un nivel cultural e intelectual altísimo, porque creo que esa es la base del buen diseño.

PROCESO DE TRABAJO Y CREATIVIDAD

En tu opinión, el pensamiento creativo, ¿por qué se distingue? ¿Consideras que la creatividad en el diseño gráfico se diferencia o es distinta a la de otras disciplinas artísticas?

Evidentemente que sí. Está claro que hay unas diferencias básicas entre el arte y el diseño, y la base de esas diferencias radican en su funcionalidad.

El arte plantea preguntas de igual manera que la filosofía, y ambas disciplinas no contestan a esas preguntas, sino que dejan que sea el receptor el que cree las respuestas. Desde este punto de vista, incluso se podría decir que desde Duchamp el arte tal y como lo conocíamos ya no existe, ha muerto. A diferencia del arte, el diseño gráfico se hace preguntas y después las contesta, cosa que el arte no tiene porqué hacer, porque no es su función. Es por eso que el diseño está mucho más cercano a

la sociedad que el arte, está mucho más al servicio de la sociedad, pero no desde un enfoque emocional sino práctico.

El arte, dada su libertad, tiene la obligación de arriesgarse, de proponer y de investigar. Y el diseño y los diseñadores, siempre que estén bien preparados culturalmente, deben comer y beber del arte. Incluso entre las propias disciplinas artísticas existen diferencias parecidas a las del arte y el diseño en general. La poesía es totalmente libre, pero no lo es la arquitectura, dado que ésta debe resolver unas necesidades de manera similar a lo que hace el diseño a partir de un brief que establece unas condiciones.

¿Cómo describirías tu proceso creativo? ¿A qué elementos o técnicas recurre cuando necesitas inspiración para un proyecto?

Me considero casi como un médico de cabecera. Escucho, analizo, hago diagnósticos, llego a unas conclusiones y después receto. El trabajo es a veces incluso cercano al del psicólogo ya que tienes que entender el brief que el cliente te ha dado, y ese brief nunca dice toda la verdad. No porque el cliente no quiera decírtela, sino porque ni siquiera él mismo la sabe. Siempre hay que leer entre líneas a la hora de enfrentarse a un nuevo proyecto a partir de un briefing. Llega un momento en el que incluso tienes que enseñar al cliente todo aquello que él no sabe, siempre dentro del campo de la comunicación, obviamente.

Una vez comprendido el brief y hecho el diagnóstico, hay que empezar el proceso de conceptualización y después el proceso formal, la creación de la forma. En definitiva la forma, que no es otra cosa más que el resultado final, es también el resultado de todo ese proceso que estamos comentando, que sin duda es lo más importante del trabajo. Si se sigue este proceso de tanto trabajo con el cliente, de tanta comunicación con el cliente, es muy difícil que un proyecto se tire para atrás, y puedo decir que en mi caso casi ningún proyecto no ha sido aprobado dado que siempre sigo este proceso. El diseñador y el cliente deben formar un buen equipo de trabajo, y nunca enfrentarse entre sí, porque eso sería negativo para el proyecto. Tiene que existir una relación de confianza, como entre el médico y el paciente, o entre un abogado y su cliente.

En cuanto a los elementos o técnicas a las que recurrir para conseguir inspiración, hay tres elementos de los que no puedes escapar que son, *el conocimiento, las tendencias y la información*. El segundo de ellos, el de las tendencias, es sin duda el que menos me atrae, pero no puedes escapar a él. Y hablo de tendencias, no de modas, las cuales

son mucho más puntuales y concretas y definidas en el tiempo, sino de tendencias más generales que marcan lo que se hace en cada momento.

¿Se puede hablar de un método general para la realización de los proyectos, o cada tipología de proyecto requiere de un método diferente?

En general se puede hablar de un método válido para todos los proyectos, sobre todo en lo que a la primera parte se refiere. Sí es cierto que en cuanto se entre en la fase de conceptualizar, los métodos se hacen más específicos y cambian. Sólo en los proyectos personales y propios puedes saltarte este proceso de trabajo, pero está claro que esos proyectos se alejan del concepto tradicional de diseño y se acercan más al mundo de lo artístico dado que no tienen tantos condicionantes. En mi caso esos proyectos entran dentro de lo que llamo *proyectos hechos con el vientre*, a diferencia de otros trabajos que *hago con las manos, con la cabeza o con los pies*, que son términos que empleé en una exposición que hice hace algún tiempo en Barcelona sobre buena parte de mis últimos proyectos.

¿Cuál de tus proyectos consideras que ha sido el más importante de tu carrera a nivel metodológico y creativo? ¿Qué convierte un proyecto en un gran proyecto?

Tengo muchos y es difícil decidir cuál de ellos puede ser el mejor o el más importante, pero sí es cierto que hay uno concreto, muy metódico y que durante mucho tiempo no me atrajo nada pero que acabó siendo muy interesante, que fue la identidad corporativa de Catalunya Caixa. El brief era muy concreto y definido, con muchos condicionantes de lo que no podía aparecer en la identidad (ni la palabra Caixa ni la palabra Catalunya, ni el color naranja por cuestiones de las fusiones bancarias que habían llevado a cabo, etc), pero que al final conseguí que todo lo que me habían prohibido estuviera en el proyecto final y me divertí mucho convenciendo a gente tan importante de que al final se hiciera lo que yo pensaba.

He tenido también otros proyectos muy mediáticos, como los rediseños del escudo del Fútbol Club Barcelona o del propio Ayuntamiento de Barcelona, pero no son los proyectos que más me llenan pese a que durante un tiempo puedan llegar a traerte incluso mucha fama y conocimiento en la sociedad. Los proyectos que más me han satisfecho han sido siempre los relacionados con el mundo de la cultura.

¿Has trabajado con profesionales de otras especialidades en el campo del diseño?, ¿con otros artistas o creadores ajenos al diseño? ¿Qué te ha aportado la experiencia de realizar

un proyecto interdisciplinar?

La colaboración con profesionales de otros campos es básica. El conocimiento, el humanismo, la cultura, todos son elementos básicos para un mejor diseño. El diseñador gráfico no puede decidir vivir aislado en una montaña y sin relacionarse con otros campos de la creatividad, por lo que la interdisciplinaridad es fundamental. El diseñador gráfico moderno debe conocer, al menos, todo el resto de campos creativos y visuales, pero debería aspirar a mucho más y ser capaz de alcanzar un buen nivel en otros ámbitos culturales e intelectuales.

LABOR DOCENTE

Desarrollas también una actividad docente. ¿Cuál crees que debe ser la función del profesor en la enseñanza del diseño gráfico?

En veinte años en la escuela Eina nunca he enseñado a formalizar y por el contrario siempre he intentado desarrollar el pensamiento en mis alumnos. La forma debe ser aprendida en parte por uno mismo, y no tanto a través de una escuela, como un niño aprende a hablar, por poner una comparación o un símil. Es por ello que no creo en la figura del profesor que dice lo que está bien o mal formalmente, sino que creo en un profesor que da referencias para que el alumno pueda llegar a sus propias conclusiones. Es fundamental fomentar la curiosidad en el alumno, incitarle a ver, conocer e investigar sin pausa, algo que con el mundo de internet es cierto que puede ser más fácil que hace años.

En los últimos años, ¿qué cambios has notado, si los ha habido, en la forma en que se enseña diseño gráfico?

Vuelvo sobre el mismo concepto: sobra y entorpece la excesiva formalización que domina las escuelas y su procedimiento.

¿Enseñas a tus alumnos la misma metodología proyectual que después empleas en tu trabajo como profesional del diseño?

La metodología concreta con la que trabajo no la enseño a mis alumnos. Lo que intento es transmitirles las vivencias y las emociones, que sientan el proyecto, que lo hagan suyo, que lo vivan. Eso es lo importante.

ACTUALIDAD DE LA PROFESIÓN

¿Cómo valoras la preparación de los jóvenes que empiezan a trabajar en el diseño tras acabar sus estudios?

No salen bien preparados para la realidad. Deberían estar dos años más de becarios antes de enfrentarse a la realidad, que es mucho más dura y complicada. Y sigo pensando que una de las carencias más evidentes que tienen los nuevos diseñadores gráficos es en relación a la cultura y al nivel intelectual.

Después de tres años les falta esa carga intelectual y por supuesto las vivencias que da la experiencia. Eso es un problema a la hora de trabajar y afrontar proyectos, ya que por definición el cliente debe confiar en el diseñador de la misma manera que confía en su médico o en su abogado. Y para que esa confianza se dé y exista, el diseñador tiene que estar más formado tanto intelectual como profesionalmente que el cliente. Si no es así, la confianza nunca se dará.

Actualmente, ¿qué término consideras que define mejor esta profesión: diseño gráfico o diseño de comunicación? ¿Quizá otro?

Comunicación gráfica.

¿Cuáles son los retos y posibles escenarios futuros del diseño gráfico o diseño de comunicación? Por ejemplo, ¿qué influencias tendrán los avances tecnológicos?, ¿cambiarán las estructuras organizativas de los equipos?, ¿se abarcarán más ámbitos de acción para desarrollar proyectos?, ¿crees que el diseño tendrá cada vez un mayor compromiso social?

Las nuevas tecnologías han abierto un campo increíble en algunos sentidos. No en lo referente a la conceptualización del diseño pero sí en las posibilidades laborales y creativas: el mundo de las webs, de internet, etc. El futuro de los estudios de diseño estará totalmente ligado a estas nuevas tecnologías, pero siempre habrá un reducto relacionado con la cultura, incluso con una cultura marginal, en el que se seguirá trabajando con papel, con las manos o con técnicas más tradicionales.

Por otro lado creo que se está llegando a una mezcla entre diseño gráfico, publicidad, comunicación. Antes estaban muy claras las diferencias.

EL DISEÑADOR Y LA SOCIEDAD

¿Qué proyecto utópico te gustaría realizar?

Un proyecto que fusionara la gráfica y la arquitectura y que, sobre todo, tuviera una repercusión social.

¿Qué proyecto jamás harías?

Una campaña que fuese apoyada o dirigida por el sector del marketing. No lo haría nunca. Odio el marketing y no lo soporto. Tampoco haría campañas gráficas para grandes superficies.



ANEXO 3.

MANIFIESTO

algunos consejos para los que empiezan

MANIFIESTO, TA.

(Del lat. manifestus).

3. m. Escrito en que se hace pública declaración de doctrinas o propósitos de interés general.

PONER DE MANIFIESTO ALGO.

1. loc. verb. Manifestarlo, exponerlo al público.

CONSEJO.

(Del lat. consilium).

1. m. Parecer o dictamen que se da o toma para hacer o no hacer algo.

ACONSEJAR.

2. tr. Dicho de una cosa: Inspirar algo a alguien.

“[...] una colección de citas interesantes es un arsenal de gran riqueza tanto para caer en la cuenta y reflexionar sobre las grandes cuestiones de una actividad o hecho concreto como para, apoyándose en descubrimientos y experiencias ajenas, avanzar velozmente en un aspecto determinado”

[Emilio Gil, *Palabra de diseñador*, 2015].



Pablo Amargo

Enric Jardí

Pepe Cruz

Pep Carrió

Mario Eskenazi

Isidro Ferrer

Sr. García

Sandra Figuerola

Pepe Gimeno

Verónica Fuerte

Sergio Jiménez

Javier Jaén

Borja Martínez

Enric Aguilera

Claret Serrahima

Daniel Morales y Javier Euba

PABLO AMARGO

Acepta la incertidumbre en tu existencia :: Nunca estés satisfecho :: Deja hablar a la imagen :: Trabaja como si fueses rico :: Renuncia a lo superfluo :: Busca la pregunta adecuada :: Ignora a tu cliente :: Enamórate de su encargo :: El dinero no es el criterio :: Intenta entender las razones de los mejores :: Sé contemporáneo :: Estudia el pasado :: Haz lo mejor que sepas en el tiempo que tengas :: Compara tu mejor idea con las siguientes que se te ocurran :: Aspira a la inteligencia :: Cambia cuando lo sientas :: Dignifica el oficio

No dibujes una idea de otro :: No dejes de probar :: No hay edad para empezar a mejorar :: No introduzcas valores como la bondad o la maldad :: No confíes en el mercado :: No trabajes pensando en la gente :: No caigas en el sentimentalismo :: No te rodees de ilustradores/ diseñadores :: No encuentres, busca :: No caigas en el narcisismo de las redes sociales :: No seas tramposo

ENRIC JARDÍ

Apúntate a manifiestos: no te comprometen y son como una lista de famosos **No firmes manifiestos si no estás dispuesto a hacer lo que afirman** (aunque la mayoría de diseñadores famosos de los 90 lo hicieron y no les fue mal)

PEPE CRUZ

No copies **Trata de ser un auténtico creador**

PEP CARRIÓ

**Ten un proyecto personal y pelea
por ese proyecto**

**Haz cosas sin un encargo definido,
simplemente porque te apetecen**

**Busca en todas las cosas: todo
puede ser un material útil para un
proyecto**

**Cambia de punto de vista: no hay
puntos de vista inamovibles**

**Comparte tus proyectos con otros
profesionales: te enriquecerá**

**Ten tu sitio y tu laboratorio
donde experimentar**

Ten abierta todo el día tu cabeza

**No tengas miedo
al qué dirán.**

MARIO ESKENAZI

No todo vale **Todo puede**

La **ser útil**

solución *No dudes*

está en el **Piensa primero,**
problema **dibuja después**

A más *No descartes nada todavía*

conocimiento *No hay reglas ocultas*
más soluciones

ISIDRO FERRER

Cultiva la sorpresa

Apaga el móvil

SR. GARCÍA

**Ten tu mesa limpia: la mesa limpia hará
Diviértete cada día: si no te diviertes,
que tu cabeza también esté limpia.
algo estás haciendo mal.**

SANDRA FIGUEROLA

*No hay proyectos malos, sí
malos planteamientos **Prohibido aburrirse***

Dale una vuelta más, Viaja, vive y
seguro que mejora aprende siempre

*Reduce, resume... Sé curioso
cuenta solo lo esencial*

No más de **Mejor dilo con**
tres tipos... **una sonrisa**
por favor! *Aparca el ordenador...*
de vez en cuando

PEPE GIMENO

intenta decir pocas cosas_revisa lo
que desechas_plasma rápido lo que
has pensado_valora lo inesperado

no confundas banal con innovador_no digas no se
puede_no te quedes parado_no sólo pienses, actúa

VERÓNICA FUERTE

Escucha a los profesores

**No digas que sí
a todo**

*Sé curioso y no pierdas
nunca esa curiosidad*

SERGIO JIMÉNEZ

No renuncies a tus defectos

Sé humilde

No te rindas

Alimenta tu curiosidad

Evita a la gente negativa

Si es necesario,
vuelve a empezar

JAVIER JAÉN

**Sé honesto contigo mismo
para saber si lo que haces
vale o no la pena**

Encuentra el espacio en el que te
sientes cómodo

**Sé valiente y pon toda la carne
en el asador**

**No seas
perezoso**

BORJA MARTÍNEZ

Cada proyecto esconde un regalo, búscalo / Si no disfrutas en el camino, es que te has equivocado / Haz el proyecto tuyo / La curiosidad es fundamental / Cree en lo que haces / Pásatelo bien mientras trabajas (de ahí saldrá lo mejor de ti) / Pide opinión de todo lo que haces a personas muy diferentes entre ellas / No enseñes más de tres ideas distintas (al cliente puede interesarle mezclarlas entre ellas) / No hagas lo que te pide el cliente, razona con él antes.

ENRIC AGUILERA

PRIMERO PIENSA

NO CORRAS

CLARET SERRAHIMA

Enamórate del contexto ::

Defiende tu posición ::

Primero ámate tú, después ama a los otros ::

Emociónate y después emociona a los otros ::

Aprende a escuchar para hablar ::

Sé curioso ::

Olvídate de la moda y de las tendencias ::

Defiende el riesgo y acepta la equivocación ::

Puedes copiar, nunca calcar ::

Olvídate de la economía: ya llegará ::

No te preocupes: ocúpate ::

DANIEL MORALES y JAVIER EUBA

Cuestionate todo
siempre **Sé muy curioso** Limpia tu mesa
Quéjate Pelea siempre por
si te apetece tus diseños

No copies **No manipules** No te creas
No hagas lo que todos **nada**
lo que hagas, hazlo de verdad

No aceptes un no No preguntes
cosas estúpidas
No mandes nada a imprimir sin antes
enseñárselo físicamente al cliente

**No dejes
de soñar**

ANEXO 4.

LA ENSEÑANZA DE DISEÑO GRÁFICO

MARCO LEGAL

1. Las enseñanzas artísticas de Artes Plásticas y Diseño en la estructura del sistema educativo
2. Situación actual de las Escuelas de Artes Plásticas y Diseño
3. Proyectos de Diseño Gráfico

1. LAS ENSEÑANZAS ARTÍSTICAS DE ARTES PLÁSTICAS Y DISEÑO EN LA ESTRUCTURA DEL SISTEMA EDUCATIVO

Las enseñanzas de Artes Plásticas y Diseño comprenden los estudios relacionados con las artes aplicadas, los oficios artísticos y el diseño en sus diversas modalidades. Estas enseñanzas, en el *Real Decreto 596/2007, de 4 de mayo, por el que se establece la ordenación general de las enseñanzas profesionales de artes plásticas y diseño*, se estructuran en los siguientes niveles educativos:

Enseñanzas artísticas profesionales

Las Enseñanzas Profesionales de Artes Plásticas y Diseño están organizadas en módulos, sus contenidos son especializados y teóricos-prácticos, e inciden especialmente en la formación práctica. Se estructuran académicamente en dos grados que están estructurados en ciclos formativos, agrupados en familias profesionales, que ofrecen una formación de calidad en los diversos campos de las artes aplicadas y los oficios artísticos.

- **Ciclos formativos de grado medio:** tienen una duración de entre uno y dos años. Comprenden un período de formación en el centro educativo que incluye un módulo de obra final y se obtiene el título de Técnico de Artes Plásticas y Diseño en la especialidad correspondiente.
- **Ciclos formativos de grado superior:** tienen una duración de dos años. Comprenden un período de formación en el centro educativo que incluye un módulo de proyecto integrado y una fase de formación práctica en empresas, estudios o talleres, obteniendo el título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en la especialidad correspondiente.

Enseñanzas artísticas superiores

Las Enseñanzas Artísticas Superiores son las enseñanzas del sistema educativo enmarcadas en el Espacio Europeo de Educación Superior que tienen como finalidad la formación cualificada de los futuros profesionales la música, la

danza, el arte dramático, el diseño, la conservación y la restauración de bienes culturales y las artes aplicadas (cerámica y vidrio).

Su valor añadido consiste en articular una excelente formación artística con los conocimientos científicos, tecnológicos y los procedimientos técnicos especializados desde un enfoque teórico-práctico adecuado no sólo a los requerimientos del sector productivo, sino también a la preservación y renovación del diseño como medio de expresión cultural y lenguaje creativo universal determinante en el enriquecimiento y preservación del patrimonio artístico y cultural. Dentro de la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, las Enseñanzas Artísticas Superiores tienen el nivel 2.

En el contexto del Espacio Europeo de Educación Superior, estas enseñanzas constituyen una opción atractiva, competitiva y de calidad que se ajusta a las necesidades e intereses de aquellas personas con aptitudes en alguno de los ámbitos de arte.

La oferta formativa de las Enseñanzas Artísticas Superiores de Artes Plásticas y Diseño responde a los principios de calidad, flexibilidad y movilidad del Espacio Europeo de Educación Superior, a las demandas profesionales de los diferentes ámbitos artísticos, a las necesidades del mundo laboral y se estructuran académicamente en tres niveles:

- **Títulos superiores:** 4 cursos académicos de 60 créditos cada uno con un total de 240 créditos ECTS. Actualmente hay establecidos dos Títulos Superiores diferentes con sus correspondientes especialidades:
- Enseñanzas Artísticas Superiores de Artes Plásticas: Estas enseñanzas proporcionan la formación integral de profesionales que desarrollen capacidades científicas, artísticas, tecnológicas, pedagógicas, de investigación y de creación aplicadas a la innovación industrial y artística, que puedan contribuir a la mejora de la calidad de las producciones. La titulación es la de Título Superior de Artes Plásticas seguido de la especialidad correspondiente: Cerámica y Vidrio.
- Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño: La finalidad de estas enseñanzas es la formación de diseñadores capaces de concebir y fundamentar un proceso

creativo, analizar, gestionar, transmitir valores, difundir cultura y adquirir responsabilidades sociales y ambientales. La titulación que se obtiene es la de Título Superior de Diseño seguido de la especialidad correspondiente: Diseño de Interiores, Diseño Gráfico, Diseño de Productos y Diseño de Moda

La LOMCE establece expresamente, a todos los efectos, la equivalencia de los títulos superiores de Artes Plásticas y de Diseño, con el título universitario de grado.

- **Máster:** Las enseñanzas artísticas de Máster tienen como finalidad la adquisición por el estudiante de una formación avanzada, de carácter especializado o multidisciplinar, orientada a la especialización académica o profesional, o bien a promover la iniciación en tareas investigadoras. Dentro de la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, las Enseñanzas Artísticas Superiores tienen el nivel 3.

En la actualidad existen homologados por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte lo siguientes títulos de Máster en Enseñanzas Artísticas vinculados a las enseñanzas de Diseño:

- Máster en Enseñanzas Artísticas en Edición de Obra Gráfica a través del Grabado y la Serigrafía.
- Máster en Enseñanzas Artísticas en Creatividad y Desarrollo de Producto.
- Máster en enseñanzas artísticas en Co-diseño de Moda y Sostenibilidad.
- Máster en enseñanzas artísticas en Creación Digital en Interiorismo y Arquitectura.
- Máster en enseñanzas artísticas en Diseño Gráfico y Creatividad Digital.
- Máster en enseñanzas artísticas en Diseño y Comunicación Digital.
- Máster en enseñanzas artísticas en Estilismo, Fotografía y Comunicación de Moda.
- Máster en enseñanzas artísticas en Postproducción y Animación Digital.
- **Doctorado:** Las Administraciones educativas, de acuerdo con el artículo 58.5 de la *Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación*, fomentarán convenios

con las universidades para la organización de estudios de doctorado propios de las enseñanzas artísticas. Estos convenios deberán incluir los criterios de admisión y las condiciones para la realización y elaboración de la tesis doctoral y su adecuación a las particularidades de las enseñanzas artísticas superiores. Dentro de la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, las Enseñanzas Artísticas Superiores tienen el nivel 4.



1.2. SITUACIÓN ACTUAL DE LAS ESCUELAS DE ARTES PLÁSTICAS Y DISEÑO

Las Escuelas de Artes Plásticas y Diseño son herederas de una larga tradición que se remonta a principios del siglo XX, cuando las enseñanzas de Artes y Oficios fueron reguladas por primera vez.

Fueron reordenadas en 1963, ofreciendo un plan de estudios orientado al conocimiento de distintas ramas de las artes aplicadas y a la obtención de titulaciones específicas (Graduados en Artes Aplicadas y Oficios Artísticos).

La necesidad de integrar estas enseñanzas de carácter singular con el resto del sistema educativo general y de dar respuesta a los nuevos perfiles profesionales demandados por los sectores productivos, dio como resultado un profundo cambio en la naturaleza de estos estudios.

La *Ley Orgánica 1/1990, de 3 de octubre, de Ordenación General del Sistema Educativo*, (L.O.G.S.E.) estableció para las enseñanzas Artísticas la creación de los Ciclos formativos de grado medio y grado superior, los estudios superiores de Conservación y Restauración de Bienes Culturales y los estudios superiores de Diseño y posibilitó la creación, al amparo de su Art. 49, de los estudios superiores de Cerámica y los del Vidrio.

En desarrollo de la previsión normativa contenida en el artículo 47 de la *Ley Orgánica 1/1990, de 3 de octubre*, un amplio conjunto de Reales Decretos establecieron los títulos de Técnico y Técnico superior de Artes Plásticas y Diseño, pertenecientes a las familias profesionales de Textiles Artísticos, Artes Aplicadas a la Indumentaria, Artes Aplicadas de la Escultura, Artes Aplicadas al Muro, Cerámica Artística, Joyería de Arte, Esmaltes Artísticos, Arte Floral, Vidrio Artístico, Diseño Industrial, Diseño de Interiores, y Diseño Gráfico.

Nueve años después, el *Real Decreto 1496/1999, de 24 de septiembre*, establece las enseñanzas mínimas y se regula la prueba de acceso a los estudios superiores de Diseño.

Posteriormente, en la *Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación* (L.O.E.), se establecen como Enseñanzas Artísticas:

- Las Enseñanzas Artísticas Profesionales (Ciclos de grado medio y superior de artes plásticas y diseño)
- Las Enseñanzas Artísticas Superiores (Estudios Superiores de Diseño y Estudios Superiores de Artes Plásticas).

En la actualidad, en cuanto a las Enseñanzas Artísticas Profesionales se refiere, en 2012 se publicaron los Reales Decretos que regulan los Ciclos Formativos de la familia profesional artística de Comunicación Gráfica y Audiovisual, según lo dispuesto en la LOE. Esta familia profesional artística de Comunicación Gráfica y Audiovisual sustituye a la anteriormente denominada familia profesional de Diseño Gráfico. Los títulos de Artefinal de Diseño Gráfico y Autoedición contenidos en el *Real Decreto 1457/1995, de 1 de septiembre*, son sustituidos por el título de Técnico de Artes Plásticas y Diseño en Asistencia al Producto Gráfico Impreso. En cuanto a los títulos de Fotografía Artística, Ilustración y Gráfica Publicitaria de la familia profesional de Diseño Gráfico contenidos en el *Real Decreto 1456/1995, de 1 de septiembre*, han sido sustituidos por los de Técnico superior de Artes Plásticas y Diseño en Fotografía, Técnico superior de Artes Plásticas y Diseño en Ilustración y Técnico superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria, respectivamente.

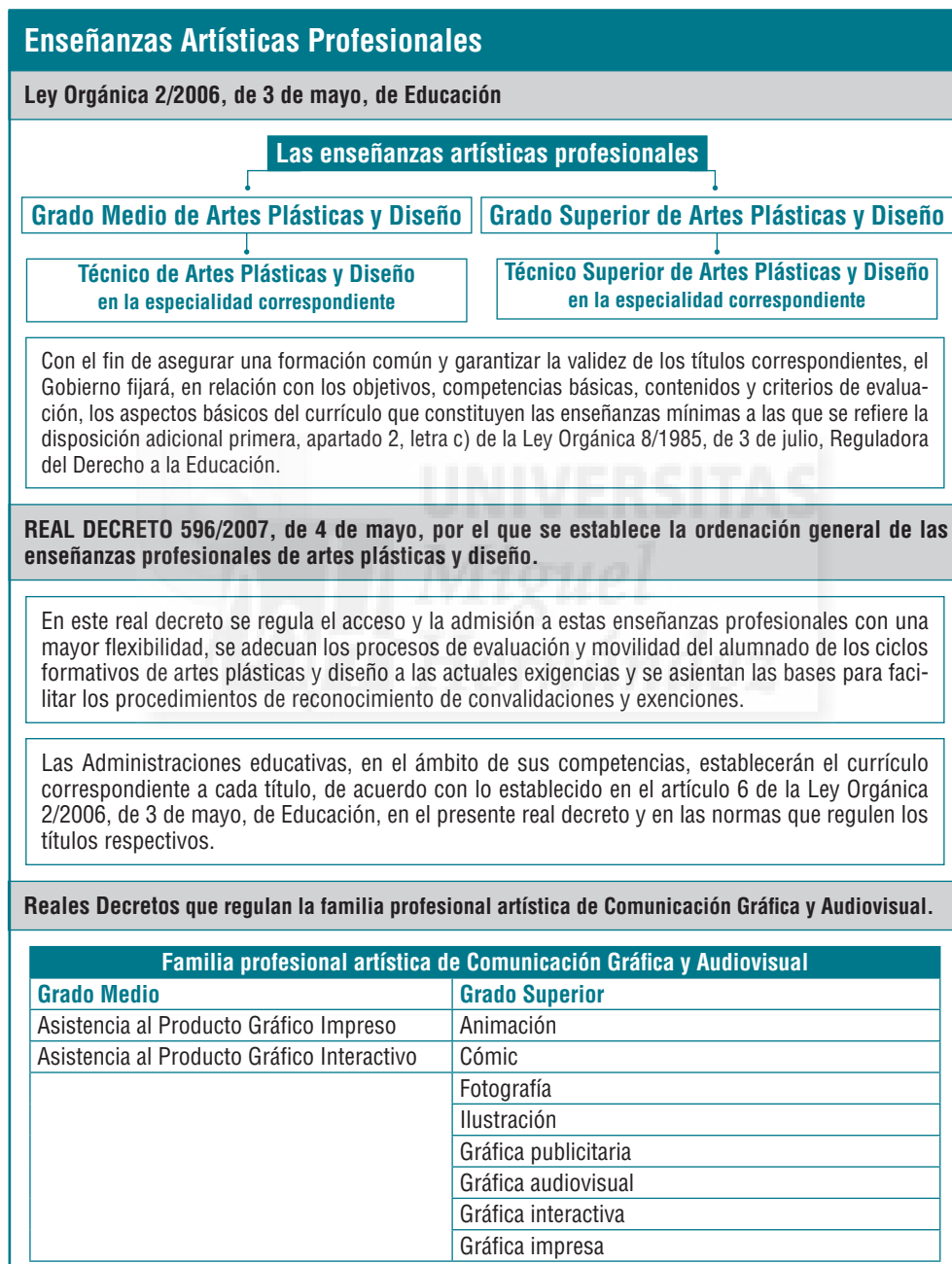
Las Administraciones educativas iniciaron la implantación progresiva de los nuevos currículos de estas enseñanzas en el curso escolar 2013/2014, por lo que ya están prácticamente extinguidos los ciclos pertenecientes a la familia profesional de Diseño Gráfico (LOGSE) y en funcionamiento los nuevos, pertenecientes a la familia profesional de Comunicación Gráfica y Audiovisual (LOE).

En lo que respecta a las Enseñanzas Artísticas Superiores, los Estudios Superiores de Artes Plásticas comenzaron a implantarse en 2011, según el *Real Decreto 633/2010, de 14 de mayo, por el que se regula el contenido básico de las enseñanzas artísticas superiores de Grado de Diseño* (LOE) y se inició la extinción progresiva del plan de estudios regulado en el *Real Decreto 1496/1999, de 24 de septiembre, conducente al Título de Diseño* (LOGSE), no pudiéndose ofertar plazas de nuevo ingreso para este plan de estudios en dicho curso.

El proceso de las enseñanzas artísticas seguido desde la publicación de la LOE de las enseñanzas artísticas profesionales [Anexo 4.1] y para las enseñanzas artísticas superiores [Anexo 4.2], nos lleva a una situación actual en las Escuelas de Artes Plásticas y Diseño en la que, tras un proceso de transición importante en todos los niveles educativos aquí expuestos, se va consiguiendo poco a poco la integración en el Espacio Europeo de Enseñanza Superior (EEES), y actualizando las distintas familias profesionales con respecto a las leyes de educación, en especial en las enseñanzas profesionales.



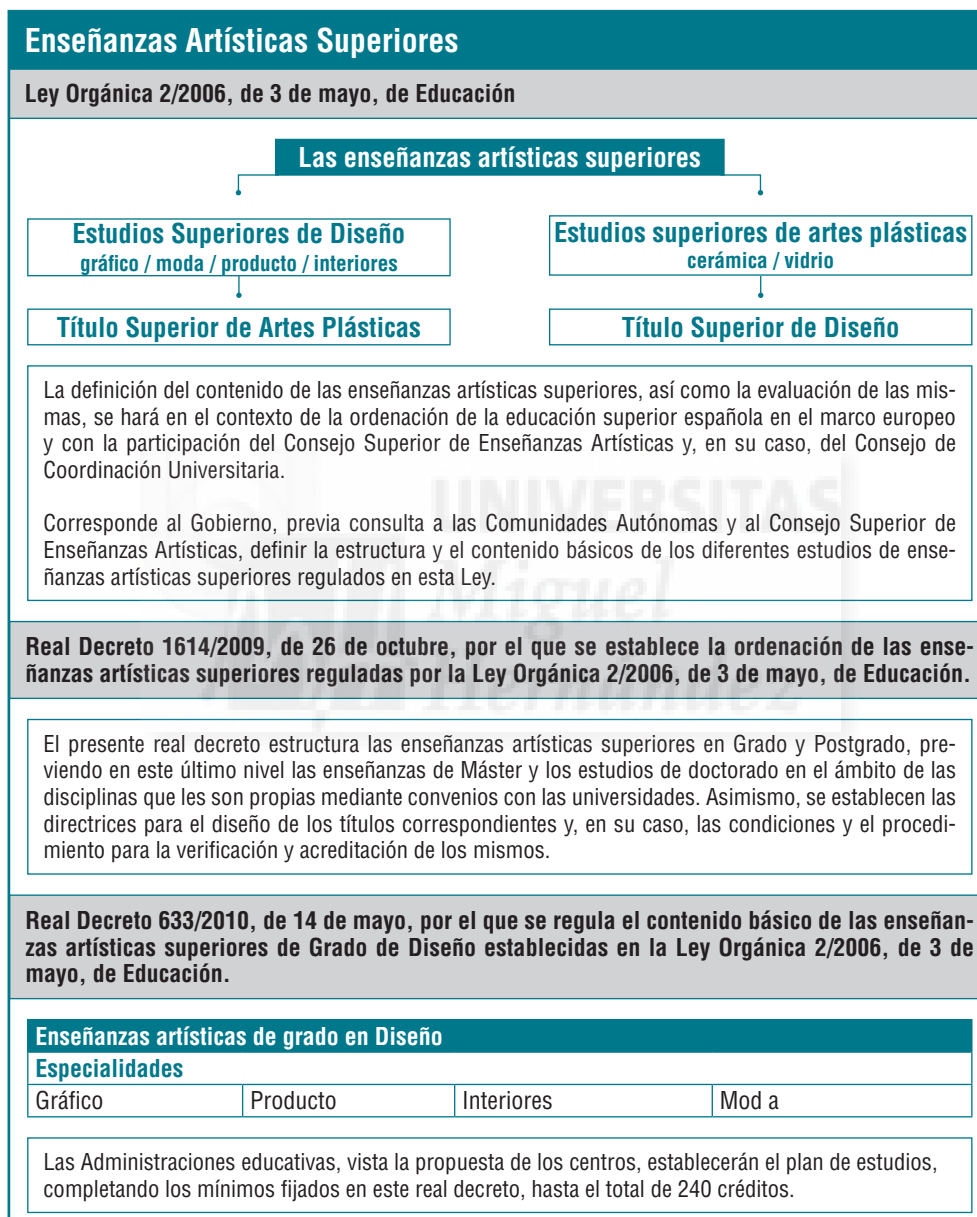
[Anexo 4.1] Las Enseñanzas Artísticas a partir de la LOE: Enseñanzas Artísticas Profesionales.



La enseñanza de Diseño Gráfico. Marco legal

SITUACIÓN ACTUAL DE LAS ESCUELAS DE ARTES PLÁSTICAS Y DISEÑO

[Anexo 4.2] Las Enseñanzas Artísticas a partir de la LOE: Enseñanzas Artísticas Superiores.



1.3. PROYECTOS DE DISEÑO GRÁFICO

El primer objetivo del presente trabajo de investigación es analizar el estado actual de la enseñanza de proyectos de diseño gráfico en las Escuelas de Artes Plásticas y Diseño españolas, en cada uno de los niveles educativos de las Enseñanzas Artísticas en los que se imparte el módulo y asignatura de Proyectos de Diseño gráfico y que se resumen a continuación:

- **Enseñanzas Artísticas Profesionales:** familia profesional de Comunicación gráfica y audiovisual.
 - Ciclo Formativo de Grado Superior: Gráfica Impresa.
Módulo: Proyectos de Gráfica impresa.
 - Ciclo Formativo de Grado Superior: Gráfica Publicitaria.
Módulo: Proyectos de Gráfica publicitaria.
- **Enseñanzas Artísticas Superiores:** especialidad Diseño Gráfico.
 - Materia obligatoria de especialidad: Proyectos de Diseño gráfico.

Por lo tanto, la investigación desarrollada, está dirigida a estos dos niveles educativos y en esos módulos y materia concretos.

Con la finalidad de atender a los dos niveles educativos y a los objetivos, contenidos y criterios de evaluación del currículo de cada módulo y materia de Proyectos de Diseño gráfico en sus diferentes variantes de denominación, se han configurado tres tablas [Anexo 4.3, Anexo 4.4 y Anexo 4.5], cuyos aspectos habrán de ser tenidos en cuenta para la planificación de la estrategia proyectual que se vaya a realizar en el aula. El marco normativo de referencia se ha reflejado a nivel nacional, por lo que habría que especificar en cada caso, el marco autonómico de la Escuela de la que se trate.

[Anexo 4.3] CFGS Gráfica Impresa_módulo Proyectos de Gráfica Impresa: objetivos, contenidos y criterios de evaluación. Real Decreto 1429/2012, de 11 de octubre, por el que se establece el título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Impresa perteneciente a la familia profesional artística de Comunicación Gráfica y Audiovisual y se aprueban las correspondientes enseñanzas mínimas.

Enseñanzas Artísticas Profesionales		
Familia profesional de Comunicación gráfica y audiovisual_CFGS Gráfica Impresa		
Proyectos de Gráfica impresa: ECTS 13 (200 horas lectivas)		
OBJETIVOS	CONTENIDOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>Conocer las metodologías propias de la especialidad y saber llevarlas a cabo en diferentes proyectos gráficos.</p> <p>Planificar y desarrollar el proceso proyectual de supuestos prácticos de la especialidad y realizar los controles de calidad que permitan solucionar los problemas técnicos, artísticos y comunicativos que se presenten.</p> <p>Integrar los contenidos de los otros módulos en la realización de productos de gráfica impresa y emitir un juicio crítico argumentado respecto al propio trabajo y resultados.</p> <p>Planificar correctamente la realización de las diferentes fases de un proyecto de gráfica impresa y desarrollarlo hasta la obtención de un producto gráfico de calidad técnica, artística y comunicativa.</p> <p>Valorar la realización de trabajos gráficos como oportunidad de experimentación, creatividad, comunicación y expresión artística personal.</p> <p>Iniciarse en la búsqueda de un estilo y discurso estético propio para expresar mensajes gráficamente.</p> <p>Dominar las tecnologías propias de la especialidad para la ideación y el desarrollo de proyectos gráficos de calidad exigible a nivel profesional.</p> <p>Conocer la normativa específica de aplicación a su especialidad.</p>	<p>La imagen impresa y su vinculación con las disciplinas y ámbitos del diseño gráfico. Interrelaciones.</p> <p>La imagen y el mensaje. Dimensión comunicativa del mensaje gráfico. Recursos gráficos. Los procedimientos persuasivos y retóricos. Imagen persuasiva. Credibilidad.</p> <p>Arquitectura gráfica. Jerarquías informativas del mensaje. Coherencia formal y funcional.</p> <p>Metodologías de proyectación, enfoques creativos. El proyecto de gráfica impresa. Interdisciplinariedad. Especificaciones y definición del mensaje. Planificación y realización gráfica. Control de calidad. Aspectos económicos de rentabilidad y sostenibilidad.</p> <p>Memoria y comunicación del proyecto. Presentación y argumentación. Valoración crítica.</p> <p>Tecnología y software de la especialidad en los procesos de creación, realización y comunicación del proyecto de producto gráfico impreso.</p> <p>Normativa específica de aplicación a la especialidad.</p>	<p>Saber definir conceptual, formal y funcionalmente el proyecto gráfico y el/los productos impresos correspondientes atendiendo a las especificaciones del encargo.</p> <p>Seleccionar y aplicar la metodología proyectual más adecuada al encargo.</p> <p>Planificar el proyecto y la realización gráfica y llevar a cabo correctamente todas sus fases hasta la obtención del producto impreso más eficiente desde el punto de vista comunicativo.</p> <p>Utilizar con destreza los recursos metodológicos, técnicos, formales, estéticos, semánticos y funcionales de que disponga.</p> <p>Proponer diversas soluciones gráficas, estilística y temáticamente adecuadas a las especificaciones del encargo y utilizar en las propuestas los elementos gráficos más adecuados.</p> <p>Realizar el producto impreso llevando a cabo el control de calidad correspondiente a cada momento a fin de garantizar la calidad gráfica y comunicativa del mensaje.</p> <p>Utilizar adecuadamente en el proyecto los instrumentos tecnológicos propios de su especialidad.</p> <p>Atenerse en los proyectos a la normativa vinculada al ejercicio profesional como por ejemplo la relativa al derecho a la intimidad, al honor y a la propia imagen.</p>

[Anexo 4.4] CFGS Gráfica Publicitaria_módulo Proyectos de Gráfica Publicitaria: objetivos, contenidos y criterios de evaluación. *Real Decreto 1431/2012, de 11 de octubre, por el que se establece el título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria perteneciente a la familia profesional artística de Comunicación Gráfica y Audiovisual y se aprueban las correspondientes enseñanzas mínimas.*

Enseñanzas Artísticas Profesionales		
Familia profesional de Comunicación gráfica y audiovisual_CFGS Gráfica Publicitaria		
Proyectos de Gráfica publicitaria: ECTS 13 (200 horas lectivas)		
OBJETIVOS	CONTENIDOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>Conocer las metodologías propias de la especialidad y saber llevarlas a cabo en diferentes proyectos de gráfica publicitaria.</p> <p>Planificar y desarrollar el proceso proyectual de supuestos prácticos de la especialidad y realizar los controles de calidad que permitan solucionar los problemas técnicos, artísticos y comunicativos que se presenten.</p> <p>Integrar los contenidos de los otros módulos en la realización de proyectos de gráfica publicitaria y emitir un juicio crítico argumentado respecto al propio trabajo y resultados.</p> <p>Planificar correctamente la realización de las diferentes fases de un proyecto de gráfica publicitaria y desarrollarlo hasta la obtención de un producto gráfico de calidad técnica, artística y comunicativa.</p> <p>Valorar la realización de trabajos de gráfica publicitaria como oportunidad de experimentación, creatividad, comunicación y expresión artística personal.</p> <p>Iniciarse en la búsqueda de un estilo y discurso estético propio para expresar gráficamente mensajes publicitarios.</p> <p>Dominar las tecnologías propias de la gráfica publicitaria para la ideación y el desarrollo de proyectos gráficos de calidad exigible a nivel profesional.</p> <p>Conocer la normativa específica de aplicación a su especialidad.</p>	<p>La gráfica publicitaria y su vinculación con otras disciplinas y ámbitos del diseño, interrelaciones</p> <p>La acción y el mensaje persuasivo. Recursos persuasivos. Los procedimientos retóricos. Imagen persuasiva. Credibilidad.</p> <p>Arquitectura gráfica. Jerarquías informativas del mensaje. Coherencia formal y funcional.</p> <p>Metodologías de proyectación, enfoques creativos. El proyecto de gráfica publicitaria. Interdisciplinariedad. Especificaciones y definición del mensaje. Planificación y realización gráfica. Control de calidad. Aspectos económicos de rentabilidad y sostenibilidad.</p> <p>Memoria y comunicación del proyecto. Presentación y argumentación. Valoración crítica.</p> <p>Tecnología y software de la especialidad en los procesos de creación, realización y comunicación del proyecto de gráfica publicitaria.</p> <p>Normativa específica de aplicación a la especialidad.</p>	<p>Saber definir conceptual, formal y funcionalmente el proyecto gráfico de mensajes publicitarios atendiendo a las especificaciones del encargo.</p> <p>Seleccionar y aplicar la metodología proyectual más adecuada al encargo.</p> <p>Planificar el proyecto de gráfica publicitaria y llevar a cabo correctamente todas sus fases hasta la obtención del producto gráfico más eficiente desde el punto de vista persuasivo.</p> <p>Utilizar con destreza los recursos metodológicos, técnicos, formales, estéticos, semánticos y funcionales de que disponga.</p> <p>Proponer diversas soluciones gráficas, estilística y temáticamente adecuadas a las especificaciones del encargo y utilizar en las propuestas gráficas los elementos persuasivos más adecuados.</p> <p>Realizar el producto gráfico llevando a cabo el control de calidad correspondiente a cada momento a fin de garantizar la calidad gráfica y persuasiva del mensaje.</p> <p>Utilizar adecuadamente en el proyecto los instrumentos tecnológicos propios de su especialidad.</p> <p>Atenerse en los proyectos a la normativa vinculada al ejercicio profesional como por ejemplo la relativa al derecho a la intimidad, al honor y a la propia imagen.</p>

[Anexo 4.5] Estudios Superiores de Diseño Gráfico_materia Proyectos de diseño gráfico: contenidos y criterios de evaluación. Real Decreto 633/2010, de 14 de mayo, por el que se regula el contenido básico de las enseñanzas artísticas superiores de Grado de Diseño establecidas en la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.

Enseñanzas Artísticas Superiores Especialidad Diseño Gráfico	
Proyectos de Diseño Gráfico materia obligatoria de especialidad_ECTS 28	
CONTENIDOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
Definición y realización de proyectos. Metodología e investigación. Estrategia y criterios de decisión, innovación y calidad. El trabajo en equipo. Técnicas para la visualización de ideas.	Los criterios de evaluación se especificarán en los correspondientes planes de estudios y serán mensurables de acuerdo con los parámetros que se definan a tal efecto.
Identidad corporativa y de producto. Envase y embalaje. La gráfica y el tratamiento gráfico de la información. Gráfica y comunicaciones aplicadas al espacio. Señalética. Diseño editorial. Diseño publicitario.	
El diseño gráfico audiovisual. Preproducción, producción y posproducción de proyectos de imagen en movimiento.	
El diseño interactivo. Sistemas de interacción. Gestión de contenidos. Representación gráfica de la información. Usabilidad y accesibilidad.	
Elaboración de proyectos interdisciplinares integrados.	

Dado que son enseñanzas en extinción, no se han incluido aspectos de los currículos de enseñanzas LOGSE. Sin embargo, hay que resaltar que se aprecian diferencias evolutivas entre unos y otros que coinciden a su vez con una evolución histórica en la forma de entender la enseñanza del diseño gráfico y la figura del diseñador desde la publicación de la *Ley Orgánica 1/1990, de 3 de octubre, de Ordenación General del Sistema Educativo* (LOGSE) hasta la actualidad.

Por ejemplo, del CFGS de Gráfica Publicitaria LOGSE [R.D. 340/1998] y los ciclos formativos de Gráfica Publicitaria y Gráfica Impresa LOE, existe un salto importante al ampliar la figura de técnico por la de comunicador. Si bien no se dejan de lado todos los aspectos procedimentales, se amplían las competencias en cuanto a objetivos comunicativos del proyecto con el fin de configurar de forma idónea y efectiva el mensaje.

En cuanto al cambio que se produce entre los ciclos formativos, cuya finalidad principal es desarrollar la competencia propia de cada título e

iniciar la práctica profesional con garantías de calidad, eficacia y solvencia, y las enseñanzas artísticas superiores, se realiza claramente en el campo de la investigación, apareciendo conceptos como el de análisis, investigación y reflexión sobre el contexto histórico del diseño y su influencia en la sociedad. Siendo imprescindible este aspecto en las enseñanzas artísticas de Grado, se consolida con las enseñanzas artísticas de Máster y Doctorado.

De todo ello se desprende que la figura del diseñador gráfico se entiende en la actualidad como necesaria en la sociedad para la innovación, investigación y generación de mensajes visuales en ámbitos cada vez más amplios. Así, tal y como se describe en el *Real Decreto 633/2010, de 14 de mayo, por el que se regula el contenido básico de las enseñanzas artísticas superiores de Grado de Diseño establecidas en la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación*:

La función del diseño como mediador entre tecnología y arte, cultura, producción y consumo es imprescindible en la sociedad actual. Diseño e innovación son elementos consustanciales a la estrategia empresarial pues contribuyen a identificar los productos, dan fuerza a la marca, facilitan el acceso a nuevos mercados y comunican mejor los valores corporativos. Por otro lado, la innovación, impulsada por el diseño, el diseño para la sostenibilidad y el diseño para todos, contribuyen a desarrollar soluciones estéticas, social y ambientalmente correctas e impulsar un consumo más responsable y una nueva idea de bienestar. El diseño es factor determinante en la gestión global de la empresa para optimizar recursos, señalar diferencias y posicionamientos que posibilitan el aumento de su eficiencia y su calidad.

Así, una formación de calidad de los futuros profesionales del diseño debe suponer la articulación de conocimientos científicos, humanísticos, tecnológicos y artísticos, el adecuado desarrollo de las capacidades y destrezas técnicas, la correcta utilización de los procedimientos y el análisis y creación de valores de significación artística y cultural, social, empresarial y medioambiental.

La evolución descrita anteriormente en el concepto de diseño y de su enseñanza, crea a su vez las diferencias entre el currículo de los módulos y materias que abordan los proyectos de diseño gráfico.

Si se analizan los Objetivos, Contenidos y Criterios de evaluación de los módulos formativos [Anexo 4.3, Anexo 4.4], vemos como, sin dejar de lado los aspectos técnicos y tecnológicos del proceso de diseño, se reitera la importancia del diseño de comunicación, resaltando el conocimiento de metodologías propias de la especialidad y la planificación y desarrollo del proceso proyectual, integrando conocimientos y contenidos del resto de módulos. Este último punto conduce a una mayor interdisciplinariedad en el planteamiento de las programaciones y de las propuestas proyectuales en el aula.

En cuanto a la materia Proyectos de Diseño Gráfico, de las Enseñanzas Artísticas de Grado en Diseño Gráfico [Anexo 4.5], destacar la importancia que tiene la metodología y la investigación en los contenidos, así como la integración del resto de disciplinas en el proyecto y el trabajo en equipo.

Por otra parte, con respecto al perfil de ingreso del alumnado, hoy en día puede accederse sin diferencia de requisitos tanto a un ciclo de grado superior de las Enseñanzas Artísticas Profesionales como a las Enseñanzas Artísticas Superiores de Grado, bien con los requisitos académicos necesarios, o bien mediante una prueba general o de acceso si se carecen de ellos. En esta prueba de acceso se valora un nivel académico de los contenidos de Bachillerato.

Además, salvo los alumnos que accedan mediante acceso directo, se ha de realizar una prueba específica en la que se valora los conocimientos artísticos y las aptitudes necesarias para cursar con aprovechamiento estas enseñanzas, en sus diferentes especialidades.

Nos encontramos pues, ante una situación en la que cualquier persona mayor de 19 años sin requisitos académicos puede acceder a los dos niveles educativos de las enseñanzas artísticas superando la prueba general o de acceso conjuntamente con la prueba específica.

Todo ello conforma un alumnado de formación y edad muy dispar, aunque con un interés específico por estas especialidades ya que no estamos hablando de enseñanza obligatoria.

En cuanto al perfil profesional que se desarrolla en el currículo de cada enseñanza, es aquí donde se hallan las diferencias más notables entre las Enseñanzas Artísticas Profesionales y las Superiores. Mientras que las primeras plantean un perfil enfocado al mundo laboral exclusivamente (como profesional autónomo, asociado o contratado por cuenta ajena), en las Enseñanzas Artísticas Superiores se amplía el perfil con un punto diferenciador: la investigación y la docencia. Así mismo se han ampliado los campos profesionales en los que se desenvuelve en la actualidad el diseñador gráfico, añadiendo nuevas disciplinas:

El diseñador gráfico es un creador cuya actividad tiene por objeto la utilización del lenguaje gráfico para generar mensajes y comunicar contenidos de naturaleza diversa con diferentes medios y para los distintos canales de comunicación. Los ámbitos principales donde desarrolla su actividad son:

Identidad corporativa y visual.

Diseño editorial.

Producción gráfica.

Diseño de envases y embalajes.

Dirección de arte en publicidad.

Diseño audiovisual.

Grafismo en televisión.

Diseño multimedia.

Diseño de interacción, diseño web.

Diseñador ambiental: gráfica y comunicaciones aplicadas al espacio.

Diseño de material didáctico.

Investigación y docencia [REAL DECRETO 633/2010, de 14 de mayo].

Estas nuevas disciplinas que derivan de la actualización de la profesión con respecto a las nuevas tecnologías de comunicación, se contemplan en su totalidad en las Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño Gráfico, mientras

que en las Enseñanzas Artísticas Profesionales de Artes Plásticas y Diseño, se reparten en los distintos ciclos formativos de la familia profesional artística de Comunicación Gráfica y Audiovisual: Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Animación, Cómic, Fotografía, Gráfica Audiovisual, Gráfica interactiva, Gráfica impresa, Gráfica Publicitaria e Ilustración y Técnico de Artes Plásticas y Diseño en Asistencia al Producto Gráfico Impreso y Asistencia al Producto Gráfico Interactivo. De ello se deriva que existe, según el sistema educativo, una mayor especialización de las Enseñanzas Artísticas Profesionales que en las Enseñanzas Artísticas Superiores.



