

Editorial de Véronique Vienne



La elección del papel es un acto creativo.

Mirar un papel en blanco es como observar una bola de cristal. El potencial de magia es manifiesto. Prácticamente lo puedes tocar. Esta colección de cuadernos se concibieron para revelar las diferentes formas en las que el papel puede ensalzar la belleza latente de las cosas, sobre todo en nuestra era digital, en la que la dimensión táctil de la comunicación visual está tan cuestionada.

Pero, para los diseñadores de hoy en día, ¿la elección del papel sigue siendo un acto creativo?

Si es así, ¿cómo logran el equilibrio entre la importancia de los medios electrónicos con el sentir del gramaje, el tacto de la textura y el ver la diferencia, necesaria para seleccionar el mejor papel cuando las circunstancias lo requieran? ¿Hasta qué punto contribuye la elección del papel al éxito de la comunicación de un mensaje, una idea o un concepto?

Para responder estas preguntas, decidimos entrevistar a doce prestigiosos diseñadores de doce países diferentes y explorar con ellos los problemas y las preocupaciones más críticos del rol del papel actualmente. Elegimos a artistas gráficos que trabajan para instituciones culturales, así como expertos en marcas y directores de agencias de publicidad.

En vez de presentar el resultado de nuestra investigación como un libro, pensamos que sería más útil crear una serie de cuadernos que permitieran a los lectores escribir, dibujar o garabatear para experimentar el tacto de los diversos papeles. Para ello elegimos papeles de la gama Arjowiggins Creative Papers distribuidos por Antalis, patrocinador de este proyecto.

Entre las conclusiones que hemos podido extraer tras hablar con nuestros doce contribuyentes, han destacado varias especialmente. Primero, el papel te da una experiencia emocional que los dispositivos digitales no ofrecen. Segundo, la información impresa en papel es más fácil de recordar que la presentada en una pantalla. Por último, si bien no menos importante, todos nuestros diseñadores coincidieron en que el éxito de un proyecto depende de la elección del papel, tanto como del tipo de letra, el diseño gráfico y la técnica de impresión. El papel es más que un medio para un fin, es parte integral del concepto.

A pesar de que hoy en día el soporte impreso esté sufriendo un retroceso, por raro que parezca, el papel continúa permaneciendo a la vanguardia de una segunda revolución digital, en la que las innovaciones en el campo del diseño sensorial están impulsando la investigación en tecnología electrónica. No podemos leer el futuro en una hoja de papel en blanco, pero podemos asegurarnos de que contiene alguna de las respuestas que necesitamos a medida que avanzamos en el siglo XXI.

Agradecimientos de Véronique Vienne

Los doce diseñadores que amablemente respondieron a mis preguntas, lo hicieron porque creían que el tema era lo bastante crítico como para merecer su participación. Reinventar el rol del papel es fundamental en sus prácticas. Les traslado mi enorme agradecimiento por las percepciones que compartieron conmigo. Fueron sinceros en sus observaciones y generosos en sus explicaciones.

Igual de generoso fue nuestro patrocinador, Antalis, líder europeo en distribución de papel, soluciones de embalaje y soportes de comunicación visual para profesionales. Mi especial agradecimiento a Xavier Jouvét, Véronique Tripart, Isabelle Lombard y Laetitia de La Motte Rouge. Aunque nunca interfirieron en mi dirección editorial, facilitaron los asuntos de logística y producción durante todo el proceso. Sin ellos nunca habríamos tenido esta conversación global.

Le doy las gracias a la agencia francesa de publicidad Bambuck, que dirigió este proyecto. Allí conté con el apoyo de Jérôme Duby, Emmanuelle Plaça, Oriane Gibarroux y Jean Louis Bambuck.

Mi especial agradecimiento a mi mentor, Milton Glaser, que aceptó participar y dar su opinión de forma elocuente sobre el futuro de nuestra profesión.

1

Hans Wolbers

“Así es como elegí el papel: como parte del concepto inicial”.



Hans Wolbers es un director de arte holandés que estudió artes aplicadas y diseño en la Universidad de Artes de Utrecht, Países Bajos. Después de graduarse, fundó Lava Amsterdam, un estudio que pronto se convirtió en una de las agencias de diseño esenciales de Holanda conocida por su talento para crear y desarrollar inteligentes y modernas publicaciones editoriales. En 2002, llegó a ser miembro de la AGI (Alianza Gráfica Internacional). Hoy día, como director de Lava, Wolbers

y su equipo están centrados en la estrategia creativa, el diseño editorial, el diseño interactivo y las identidades dinámicas. La agencia ha ganado numerosos premios internacionales y su trabajo se ha expuesto en varios países. Wolbers suele dirigir talleres y clases en Europa, Rusia, Taiwán, China, Indonesia e Irán. En 2012, Lava expandió sus actividades creativas con proyectos de colaboración en Moscú, Estambul y Seúl, y con la apertura de una oficina permanente en Beijing.



La oficina de Lava, en el interior de un viejo almacén de grano en el litoral de Amsterdam, es una catedral llena de luz. Pero cuando entras, lo que atrapa tu atención al principio no es el inmenso espacio, sino la perspectiva a nivel visual. Parece como si cada espacio libre estuviera cubierto con pilas de papel. Montones de papel. Resmas de papel. Rollos de papel. Las hojas blancas están apiladas en grandes mostradores, con espacios de trabajo entre medias. Alrededor del lugar, hay colocadas gráficas de papel, cubiertas con notas, unas encima de otras. “Las personas que usan más papel en nuestra empresa son los diseñadores de páginas web”, explica Hans Wolbers, que fundó Lava hace 25 años. “Necesitan papel para pensar. Es mucho más rápido que las herramientas digitales”.

Hoy, solo un tercio del trabajo hecho en las agencias acaba impreso. Solía ser mucho más cuando el diseño editorial era el enfoque principal de Lava. Ahora los equipos creativos incluyen diseñadores gráficos, de movimiento e interactivos que se ocupan de proyectos de publicidad y comunicación para gran cantidad de clientes. “No especificamos el papel tan a menudo como hace diez años, pero cuando lo hacemos, prestamos especial atención a lo que nuestra elección dice del proyecto”, señala Wolbers. “La personalidad del papel tiene que reflejar la personalidad del mensaje de la marca”.

En los Países Bajos, el papel es un negocio importante. Para sus grabados, Rembrandt experimentaba con diferentes papeles (algunos locales, otros importados de Japón) para conseguir diferentes variaciones de tono. A finales del siglo XVIII, el papel holandés se consideraba de los mejores de Europa. Las técnicas de fabricación eran las más avanzadas, obteniendo resultados increíblemente bellos en el grabado. “Pero el mejor papel del mundo no vale nada si la información no tiene sentido”, observa Wolbers. “Por eso tengo una relación amor-odio con el papel. Es complicado: tienes que elegir el papel correcto porque lo que dice es parte del contenido”.

Véronique Vienne

VV: ¿Cómo sabe que es el papel “adecuado”?

HW: La elección del papel empieza por su “tacto” pero también por su gramaje. Si desea añadir valor a su trabajo, el gramaje es importante. Cuanto más ligero sea el papel, menos valor añadido aportará a su trabajo. Hay muchas cuestiones como ésta que por muy obvias que parezcan, no se pueden pasar por alto.

Es necesario pensar en las sensaciones que tendrán los lectores sobre el tacto del papel. Por ejemplo, aunque el papel sin estucar pueda ser mucho más caro que el estucado, existe la percepción de que el primero es más barato. Y no va a imprimir algo sobre el medioambiente en un papel brillo – incluso aun siendo más eco-responsable que algunos papeles mate más sofisticados – ya que podría transmitir un mensaje equivocado.

La elección del papel no es solo parte del mensaje de la marca, también transmite a los usuarios qué hacer después, si guardar o tirar la publicación, el libro o la revista que acaban de leer.

El material impreso es algo que a la mayoría de nosotros nos cuesta tirar. La información vista o leída en una página impresa se recuerda más que la misma información vista o leída en una pantalla. Por tanto, es natural que tendamos a guardarlo.

De esta manera, las cosas que quiere conservar, reflexionar, es mejor imprimirlas en papel. Los medios impresos perduran mucho más en el tiempo que su homólogo digital. No solo porque duran más, sino también porque su producción es más lenta. Pero ésa no es la cuestión principal. Pongamos que en algún lugar de Corea del Sur – mientras hablamos – alguien está inventando una pantalla digital que se parece y tiene el tacto del papel.

¿Y qué? ¿Qué significa eso en cuanto a la longevidad? ¿Sobrevivirá la información en ésta? ¿Será más atractiva, interesante o fácil de recordar que la información impresa en papel tradicional?

Lo que me importa es el tiempo que la información seguirá siendo relevante, no si está disponible en papel, en una pantalla o en otras superficies milagrosas.

¿Está hablando de información como texto? ¿Y las imágenes? Se ven mejor en una superficie brillante, ¿no es cierto?

El problema con las imágenes impresas no es su aspecto sino la forma en que funcionan. Debido a la tecnología, hoy en día hay muchas fotos que se ven de maravilla, pero ¿qué significa esto? Bien, lo que la gente quiere son historias visuales, historias contadas en imágenes. Pero déjeme preguntarle, ¿por qué ver fotos si puede ver pequeños documentales en su tablet? Cuando realizo algún encargo a los fotógrafos, les digo que hagan películas cortas de cinco segundos en lugar de retratos o imágenes. Quien quiera ver imágenes puede ir a un museo a contemplar cuadros, dibujos, grabados, acuarelas y bonitos pósters impresos.

¿No cree que las imágenes ya tienen su espacio en nuestra cultura?

Es verdad que ya no sabemos realmente qué es la comunicación visual. Hemos perdido la habilidad de leer las imágenes como símbolos. Antes, la gente que no podía leer podía, sin embargo, leer signos. Las personas analfabetas miraban los visuales y captaban el mensaje de una forma que todavía no entendemos hoy día.

Creo que comentarios como «Es una imagen realmente bonita» no tienen sentido. Personalmente, no me importan las imágenes bonitas, quiero saber lo que están tratando de decir. Soy un hombre típico de agencia. No soy un artista. Busco el concepto adecuado.

Por desgracia, demasiados diseñadores digitales todavía piensan como diseñadores de imprenta, con información enviada a una pantalla como una serie de imágenes fijas, casi como paneles de visualización para la calle. Conozco incluso a algunos diseñadores que crean pósters estáticos y después los ponen en una pantalla como PDF.

Es ridículo. En la misma pantalla, se pueden mostrar fácilmente imágenes en movimiento o al menos poner enlaces a videos. Esto es algo que todavía tenemos que enseñar a los diseñadores: dejar de trasladar medios impresos a medios digitales y pensar directamente en imágenes en movimiento.

¡Ojalá pudiéramos hacer que las imágenes impresas cobraran vida!

En eso estoy trabajando justo en estos días. He creado este nuevo dispositivo visual que permite ver películas de imágenes impresas bajo luz RGB controlada. Cuando cambia lentamente el equilibrio entre la luz roja, verde y azul, diferentes partes de las imágenes cobran vida. Es espectacular. Tienes la impresión de que la imagen se está moviendo justo delante de tus ojos. Lo que parece un póster normal con la luz natural, cuando se ve a través de mi dispositivo se convierte en una imagen animada, que respira, viva.

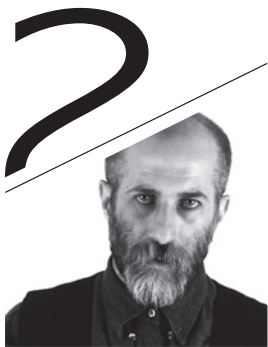
¿Es analógica o digital? No me importa.

Lo que me importa es que mis imágenes en capas se impriman en el mejor papel posible, para que los blancos sean radiantes y los colores impresos sean lo más brillantes posible. Así elijo el papel: como parte de un concepto inicial. Me encanta el papel, pero debe tener un propósito que yo pueda identificar.

¿Diría usted que el papel es un lenguaje en sí mismo?

¿Es más que una mera superficie, es una forma de expresión?

Pregunte a mis diseñadores de páginas web. Para ellos el papel es el lenguaje del pensamiento, la investigación, el análisis. Aprecian la versatilidad del papel, su formato y su conveniencia. Para los diseñadores de libros sería la textura, el color y el gramaje. Para los impresores sería la forma en que el papel reacciona ante diversos tipos de tinta. Para mí, el papel es una herramienta de comunicación. Aunque el material impreso no es el producto final, en algún momento del proceso creativo, sé que el papel jugará un rol esencial.

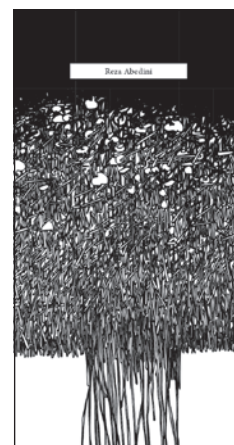


© Hamid Eskandar

Reza Abedini

“Cuando una idea se empieza a formar en mi mente, su papel se manifiesta al mismo tiempo”.

Reza Abedini nació en Teherán en 1967. Su abuelo y su tío fueron conocidos calígrafos y él aprendió lo básico del oficio en su adolescencia. Tras obtener un diploma universitario de la Escuela de Bellas Artes de Teherán, continuó sus estudios de pintura y bellas artes en la Universidad de Arte de Teherán. Desde que instaló un taller independiente en 1987, ha estado trabajando como diseñador, profesor e investigador en el campo de la tipografía, el diseño gráfico y las artes visuales. Mientras tanto, ha recibido varios premios y galardones, entre ellos el Prince Claus Award de Holanda. Es miembro de la Sociedad de Diseñadores Gráficos Iraníes (IGDS) desde 1997 y de la Alianza Gráfica Internacional (AGI) desde 2001. Ha formado parte del jurado de varias bienales por todo el mundo. Compartiendo su tiempo entre el Líbano y los Países Bajos, hoy es profesor de diseño gráfico y cultura visual en la Universidad Americana de Beirut.



“Cuando tengo críticas negativas de alguno de mis pósters por parte de un diseñador occidental, ¡creo que he tenido que hacer algo bien!” dice Reza Abedini. Esta crítica es un caso raro. Aunque Abedini no usa el lenguaje del diseño gráfico clásico que prevalece en occidente, la poesía de su trabajo es universal y reconocida en todo el mundo. Al igual que un gran número de diseñadores gráficos japoneses como Ikko Tanaka, que ha sido una fuente de inspiración para él, Abedini ha creado una forma de integrar características específicas de su propia cultura en un modo de expresión muy contemporáneo.

Diseña pósters, cubiertas de libros y anuncios para promocionar eventos en el Mundo Árabe, pero también en los Países Bajos, Francia, Irlanda, Grecia o Inglaterra. Su estilo se puede describir como “persa”; tiene fuertes elementos de caligrafía, por supuesto, y el texto, en grafía árabe o latina, tiene una calidad comprimida, tramada y delicada. Sus colores son densos aunque apagados, predominando los tonos tierra. Pero uno de los atributos más fáciles de reconocer de su trabajo es la especial presencia de la figura humana. Reminiscencia del tipo de retratos formales que fueron populares en Irán en el siglo XIX, las personas que dibuja son apariciones gráficas que llenan la página con considerable aplomo.

De algún modo, la textura del papel está presente en el trabajo de Abedini, no visualmente, sino como un campo de fuerza debajo de sus dibujos. Es como si la mano del diseñador hubiera sido guiada por algún conocimiento que procede del tacto, el olor y el sonido conservados en el papel.

Véronique Vienne

Antes de contestar a sus preguntas, me gustaría decir que para mí el momento más increíble, emocionante y estimulante en el mundo visual es cuando selecciono una pieza de papel blanco y lo miro, y por un instante no soy capaz de hacer nada.

VV: ¿Qué rol jugó el papel en el desarrollo de la caligrafía árabe?

RA: El papel ha influido en la creación de muchos textos irano-islámicos. Un ejemplo es el texto Nastaliq, que requiere movimientos de la mano suaves y libres, e incluye muchas formas circulares. No sería posible en superficies más ásperas como la piedra o la madera, o incluso las teselas. Después, estas nuevas tradiciones volvieron a otros usos de la caligrafía, como el mosaico y la cerámica, y siguen influyéndose continuamente la una a la otra.

En su propia práctica, ¿se preocupa por la calidad, textura, color o gramaje del papel en el que se imprime su obra?

Déjeme responderle desde dos perspectivas diferentes: desde el punto de vista de un artista visual y desde el de un diseñador gráfico. Como artista, ya desde mis primeros años cuando estudiaba en una escuela secundaria de bellas artes (a los 14 años), el tipo de papel, su textura, su gramaje e incluso sus bordes me preocupaban mucho. Sobre todo después cuando me interesé por el grabado, donde, como ya sabemos, el papel es bastante importante. Por lo demás, mis últimas piezas se basan en una gran variedad de papeles finos y/o artesanales cuando trabajo en ellas con tinta negra y pintura acrílica. Aquí, el papel no es solo parte de la estética de la pieza, también tiene un significado técnico. El papel tiene que poder soportar la tinta, el agua y otros aditivos.

Como diseñador gráfico, considero el tipo de papel, su color, gramaje y textura una parte esencial de cada proyecto. Tengo que explicar que, en muchos casos, el producto final de una pieza de diseño gráfico (ej., un póster) está creado por la síntesis de varios elementos; por ejemplo, un tipo de impresión especial, en un tipo de papel especial, cortado de forma especial. Por tanto, el papel es parte de la idea de diseño gráfico, no solo la superficie en la que se imprime el diseño.

¿Hace bocetos en papel antes de pasar un diseño a su forma digital?

Sí, casi siempre. Porque me gusta mucho dibujar. Cuando el tacto del papel debajo de mi mano es agradable, puedo llegar a un diseño o concepto de forma mucho más fácil y fluida, al menos eso me parece. Por eso, siempre tengo una gran cantidad de papeles que uso para hacer notas o dibujar. Me gustan, sobre todo, los papeles rugosos y la cartulina.

¿Qué parte de su trabajo acaba impreso en papel?

Más del 90 por ciento de mi trabajo final se ve solo en papel, ya sean dibujos o piezas de diseño gráfico. En la mayoría de los casos, cuando una idea empieza a formarse en mi mente, su papel se manifiesta al mismo tiempo.

¿Cómo se asegura de que los diseños que se ven estupendos cuando están retroiluminados en una pantalla tengan tan buen aspecto cuando se impriman en papel?

¡Empecé a trabajar en el diseño gráfico cuando los ordenadores y las pantallas todavía no existían! O al menos, no se usaban para diseñar. Por eso, el que haya una diferencia entre la visión y el producto final es un concepto que me resulta familiar. Es verdad que a veces las imágenes en una pantalla resultan más claras y llamativas. Pero ya sabemos, estas imágenes no son físicas. Teniendo en cuenta esto, me produce más respeto una impresión o un dibujo real, su tangibilidad. Hemos de recordar que cada una de estas imágenes, digital y física, implica una parte diferente de nosotros. Todas pueden ser bonitas y tener su propio uso.

Al mismo tiempo, tengo mucha más confianza cuando mi diseño empieza en papel y termina en papel. Poder tocar el papel durante el proceso de diseño y dibujo tiene un gran impacto positivo en mi alma. Soy adicto a tocar papel.

Que se pueda tocar es parte de la estética de la pieza. Por ejemplo, imagine una serie de colores pasteles que se imprimen en un papel con relieve. La sensación del tacto y la información visual ayudan a apartarse de una atmósfera más comercial. O imagine una serie de grises coloreados que están impresos en un papel áspero para darle la sensación de cemento. Se trata de una combinación muy compleja de comunicación, funcionalidad y estética visuales.

Cuando tiene que elegir papel, ¿confía en su propia evaluación o consulta a especialistas del papel?

En ocasiones especiales, siempre pido consejo a especialistas en impresión. A veces, tienen interesantes recomendaciones para nuevos soportes y técnicas, pero yo siempre tomo la decisión final. Corro riesgos calculados cuando creo que vale la pena.

¿Le preocupa la calidad de archivo del papel?

En el material impreso, el tiempo tiene un significado que no existe en las piezas digitales. Los materiales se pueden conservar y reflejan el paso del tiempo. Por eso, estamos interesados en estudiar pinturas y acuarelas del siglo XIX, por ejemplo, porque también podemos observar el tiempo en ellas.

¿Sabía que el sonido que hace el papel cuando dibuja en él o cuando pasa las páginas desencadena un agradable sentimiento de hormigueo en el cerebro? ¿Ha tenido alguna vez la ocasión de disfrutar de las cualidades auditivas del papel?

En mi último proyecto, grabé los sonidos de letras dibujadas una y otra vez. Entonces las presenté con la imagen dibujada de cada letra, para que el público pudiera verlas y escuchar los sonidos de la letra "B", por ejemplo. También he realizado algunos proyectos en este campo con mis estudiantes. Todo el proceso de empezar y acabar un proyecto, como tocar el papel, escuchar los sonidos del dibujo, los bordes del papel, son para mí como un ritual religioso.

¿En qué punto de su proceso de diseño la elección del papel es un acto creativo?

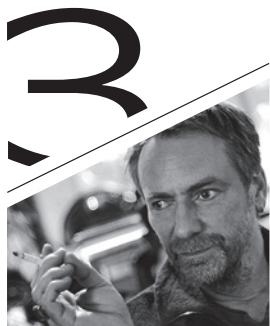
Como he dicho, la idea y los soportes para la idea suelen venirme a la mente a la vez. Pero ha ocurrido que, después del proceso de diseño, cambio de idea y pienso que estaría mejor en un papel diferente. En los últimos años, cierto tipo de papel se ha convertido en parte de mi lenguaje visual, como un autor que favorece algunas palabras.

¿Puede describir algún caso en que la elección del papel supuso una diferencia crítica en alguno de sus proyectos?

Creo que es posible cambiar la opinión pública e introducir nuevas experiencias. Puedo pensar en varios ejemplos, como imprimir el mismo trabajo en dos tipos diferentes de papel y ver cómo uno atrae mucho más atención que el otro o imprimir pintura blanca en cartón gris (que no es fácil de hacer y siempre resulta imperfecto) en lugar de imprimir gris en cartón blanco y dejar algunas partes blancas (para simular el mismo efecto), lo que crea una atmósfera completamente diferente.

¿Cuáles son algunos de sus trabajos favoritos en papel de diseñadores gráficos a los que admira?

Tengo una colección personal de muchos pósters y libros antiguos. El tipo y el olor del papel, e incluso la tinta de impresión me influyen cada vez que los consulto. Nunca dejo de disfrutar con esta íntima relación con el material impreso.



Michal Batory

“Si escoges el papel equivocado, no habrá magia”.

Nacido en Polonia, Michal Batory estudió diseño gráfico en la Escuela Nacional de Arte de Lodz, bajo el régimen comunista. Influyó especialmente en su sensibilidad la calle, donde ingeniosos y coloridos pósters ofrecían un alivio a la deprimente rutina de cada día. En 1987, Batory recibió una prestigiosa beca del Ministerio de Cultura polaco que le permitió imprimir sus pósters usando la técnica de la serigrafía. Un año después, se fue a vivir a París en busca de una oportunidad de trabajo. Nunca regresó

a Polonia, sino que se instaló en la capital francesa donde se hizo un nombre por sí solo entre los diseñadores gráficos locales. De 2001 a 2008, estuvo a cargo de la comunicación del teatro Nacional de Chaillot, para el que creó una colección de legendarios pósters. Aunque vivía en Francia, pasaba todo el tiempo trabajando para editoriales e instituciones culturales polacas, y su trabajo se presentó en exposiciones de pósters por todo el mundo.



Michal Batory es un artista polaco que realiza extraños talismanes: un Smartphone con la forma de una punta de flecha neolítica, una pelota amarilla que lleva la gorra de un aviador, una pistola cargada hecha de tiras de película enrolladas. Sus metáforas híbridas incorporan coronas, alas, calaveras, labios, flores, huellas, corsés y dedos ensangrentados. Fotografiados en contraste sobre fondos de brillantes colores e impresos en pósters, se convierten en sorprendentes conceptos visuales, gigantes artefactos surrealistas más reales que lo real.

Hacer esto realidad es como sacar un conejo de una chistera. El truco está en escoger el papel en el que se imprime el póster. “Si escoges el papel equivocado, nunca conseguirás los colores que quieres”, dice Batory. “Nunca. Por mucho que lo intentes, tus naranjas serán parduzcos y tus verdes, caqui sucio. No habrá magia. No habrá nada.”

La casa de Batory en París, situada en un callejón, es parte taller, estudio fotográfico, agencia de diseño, garaje, estudio e invernadero. Grandes y animados pósters contrastan con su decoración apagada estilo “La Bohème”. La intensidad de los amarillos de cadmio, magentas puros o azules pavo real, es una reminiscencia de los pósters polacos diseñados al estilo de Jan Lenica o Roman Cieslewicz. En este tranquilo rincón del nordeste de París, podrías encontrarte en Varsovia, en el loft de un artista del vanguardista distrito de Praga. Actualmente, la mayoría de los encargos llegan de clientes de Polonia. Famoso en Francia por su campaña por el teatro Chaillot y por un gran número de prestigiosos festivales, Batory es también una figura esencial en el ámbito del diseño gráfico polaco.

Véronique Vienne

VV: Polonia es conocida por sus pósters conceptuales, ¿puede explicar por qué?

MB: El póster moderno se inventó en Polonia en los años cincuenta, bajo el gobierno comunista, como reacción a la censura. La gente se reía de la estupidez de los censores que nunca captaban la ironía o el mensaje político ocultos en estas imágenes. Burlarse de los censores era casi un deporte nacional. Por eso mis pósters polacos son más provocadores que los diseñados para un público francés menos politizado. En Polonia, el público está acostumbrado a imágenes impactantes mostrando huesos, armas, sangre, violencia, desnudos y partes del cuerpo amputadas!

A veces usa Photoshop, pero sus collages en 3-D nunca parecen creados en el ordenador.

¿Cuál es su secreto?

Creo objetos surrealistas usando cosas normales de todos los días. Empiezo con bocetos en papel para comprender el concepto y solo entonces empiezo a tallar, esculpir y ensamblar las formas híbridas que tengo en la mente. A veces no tengo que retocar nada mis imágenes. Mis pósters resultan atractivos porque construyo los objetos en la escala correcta, por eso, la perspectiva, la iluminación y las texturas son completamente naturales. La calidad viene de ahí, y de la forma en que se muestran los colores cuando se imprimen en el papel que elijo.

¿Puede explicar por qué el papel hace que todo sea tan diferente?

El papel sin estucar absorbe más la tinta y la expande y la definición del color puede ser menos vibrante. Por eso, en teoría, el papel estucado es mejor para reproducir fotografías. Pero hay que elegir el tipo correcto de estucado. Su espesor. Su resistencia al agua. Cuál es su mejor acabado: ¿mate, semi-brillante o super-brillante?

A menudo, el resultado final es cuestión de gustos: ¿Qué parte de la imagen resaltaría, las zonas de luz o las sombras? ¿Cómo de sutil debería ser la escala de los grises? ¿Cómo de negro quieres que sea el negro?

Observe la diferencia entre estas dos reproducciones del mismo póster en dos libros diferentes. En uno, de papel estucado, la imagen es brillante, alegre, pero un poco plana. En el otro, impreso en papel más grueso de mayor calidad – un bonito papel impreso sin estucar – la imagen es más rica, más llena, con más detalles. Resulta más impactante.

Usted diseña pósters, pero también cubiertas de libros. ¿Son diferentes las reglas?

Sí, lo son. Las reglas del papel estucado versus el papel sin estucar no son siempre correctas en lo referente a los libros. El papel estucado es normalmente más blanco, ¿es mejor, entonces? Sí y no. A veces, para los libros prefiero un papel más amarillo, y lo compenso en la fase de separación del color. Hay que estar preparado para retar al conocimiento convencional para obtener lo que quieres.

También tienes que elegir el papel según las condiciones de visualización de las imágenes, si es en interior o exterior, en la cubierta de un libro, en una postal o dentro de un catálogo. Mis pósters han sido reproducidos en muchas situaciones diferentes; soy consciente de lo diferentes que pueden ser los resultados, según la naturaleza de la superficie en la que se impriman.

¿Cómo aprendió a elegir el papel correcto?

Elegir el papel requiere un “saber hacer” y una experiencia que pocos diseñadores tienen hoy día. La mayoría de los directores de arte no pierden el tiempo en hablar con los impresores o proveedores de papel para consultarles o pedirles consejo. Y puede que nunca entiendan por qué un resultado es decepcionante. Pensarán que es culpa del fotógrafo o del impresor, o ni siquiera se darán cuenta de que hay un problema.

Actualmente, solo miramos imágenes en una pantalla, ya no sabemos cómo interpretar imágenes en papel. ¿Está de acuerdo con que las imágenes impresas son más agradables porque no nos damos tanta prisa cuando las miramos?

¡Claro que nos damos prisa! El problema de los pósters que se muestran en la calle es que están rotando continuamente. Solo permanecen quietos cinco segundos. En realidad, están ahí para la gente que va en movimiento, para los que van en coche; para los conductores más que para los peatones.

La mayoría de la gente, ya sea conduciendo o andando, no puede descifrar más de 30 ó 50 signos en un tiempo tan breve. Bajo mi criterio, deberían utilizarse formas capaces de ser vistas en un breve instante de tiempo en movimiento. Mis imágenes las pueden “descodificar” personas de todo el mundo. Para mí, lo más importante es el mensaje.

Yo soy un “cartelista”, es decir, estoy más interesado en el concepto que en la forma.

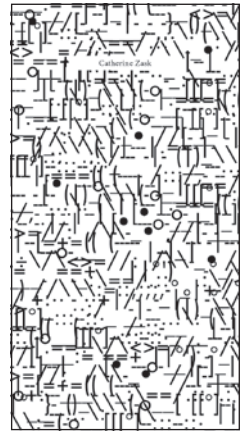
Finalmente, mis pósters se reproducen versión online o en libros. Solo entonces puede empezar a apreciarse el trabajo que he puesto en ello. Sin embargo aunque sus bonitos y vivos colores forman parte de su encanto, la belleza no es su función principal.



Catherine Zask

“La agradable sensación que experimentas cuando al tocar el papel, sientes el vínculo que existe con el mensaje impreso en él”.

Artista gráfica, diseñadora de pósters y escritora, Catherine Zask es tan polifacética como los fundamentos de su lenguaje visual. Graduada en la ESAG de París en 1984, estableció su taller independiente en 1985. Trabaja con instituciones y empresas privadas, creando su identidad visual y diseñando varios aspectos de su material promocional para el que combina la escritura, la tipografía, el dibujo, el vídeo y la fotografía. Entre sus clientes están L’Hippodrome; el Teatro Nacional de Douai; el Ministerio de Cultura francés; la Universidad Paris Diderot; el Prix Emile Hermès y La Scam, la Sociedad Civil de Artistas Multimedia. En 1993-94, durante su residencia en la Academia Francesa de Roma (Villa Medici), creó Alfabetempo, un sistema de anotación experimental basado en descomponer los tiempos de las letras. Este trabajo continuó la investigación que había comenzado diez años antes sobre la letra, el trazo y el signo: Alcibiádes, Doodles (Gribouillis), Radiographies de pensées, Sismozask, Cousu-Zask, Iris Project, o Happy Dots. Enseña y da conferencias en escuelas de arte en Francia y en el extranjero. Ha expuesto varias veces en solitario y ha ganado varios premios, incluido el Grand Prix en la 20ª Bienal Internacional de Diseño Gráfico en Brno, en 2002. En 2010, recibió una prestigiosa distinción del Ministerio de Cultura francés, la medalla de Chevalier de l’Ordre des Arts et Lettres. Es miembro de la AGI, la Alianza Gráfica Internacional.



El amplio estudio de Catherine Zask en París parece más una galería que un lugar de trabajo. Cuando entras, lo primero que se ve es su trabajo gráfico en blanco y negro expuesto sobre paredes blancas. Si te adelantas unos pasos para verlo más de cerca, te encuentras con grandes mesas en las que los artefactos están dispuestos en hileras: múltiples cartas blancas grabadas reiteradamente con el mismo motivo puntiagudo, pedazos de corteza brillantada y pulida o bolígrafos y lápices alineados como pinceladas. Colgados en una esquina del estudio están sus famosos pósters. Por el raballo del ojo se puede ver su Macbeth, una monumental obra maestra dorada y negra para el teatro Douai, y justo detrás la notable presencia amarilla de uno de sus Scam “manifestos”.

El trabajo personal y profesional de Catherine Zask está en constante construcción. Al contrario que Zask, otros diseñadores pretenden separar su obra artística de la comercial para enfatizar el hecho de que, ante todo, son competentes solucionando problemas. Pocas personas saben tanto como ella de tipografía, diseño y producción impresa, y, a pesar de ello, nunca alardea de su capacidad y experiencia. Los clientes acuden a ella por su peculiar enfoque tipográfico, caracterizado por la economía de medios, composiciones rigurosas y hermosas formas de letras dispuestas con un estilo consumado.

Apasionada coleccionista de todo lo que está hecho con fibras de celulosa, trata cada trozo de papel que encuentra como si fuera especial. También escribe su historia de amor con la pasta de papel. En una reciente colección de sus observaciones sobre el tema, publicada con el título Casual Drawings, dice que parte de su proceso creativo implica manipular y probar piezas de papel hasta que alguna le susurre: “¡Llévame!”. Solo entonces puede empezar a dibujar y explorar los contornos de su pensamiento conceptual.

Véronique Vienne

VV: ¿Por qué es tan importante en su trabajo la textura del papel?

CZ: Mi trabajo es crear documentos que la gente no solo quiera leer, sino también conservar. Para ello, trato de combinar la vista y el tacto. Creo que los dos sentidos son necesarios.

Imagine, por ejemplo, una invitación impresa en papel estucado por un lado y sin estucar por el otro. En la parte estucada, los colores son frescos y vibrantes, mientras que en la que está sin estucar son mates y aterciopelados. Sus dedos pueden decir que los dos lados no son iguales. Hay una diferencia entre derecho y revés. Hay una parte delantera y otra trasera. Se puede palpar. Las manos tienen su propia inteligencia y yo trato de sacar lo máximo de su habilidad.

Por supuesto, la diferencia es pequeña, pero esa sutil y agradable sensación que se experimenta cuando tocas las dos caras del papel, llega a relacionarse con el mensaje impreso en él. El ligero hormigueo en las puntas de los dedos calma los nervios y eleva el espíritu. Por el contrario, cuando nos llega una invitación impresa en papel normal cubierto por ambos lados con el mismo aburrido barniz acrílico, es más probable que solo lo mire antes de tirarlo a la papelera.

¿Cómo aprendió a evaluar el papel?

Colecciono todo tipo de papeles. Podría decir que soy coleccionista por naturaleza. Siempre estoy rescatando y pidiendo viejos sobres, papel de envolver, restos de cuadernos desechados, papeles secantes, papeles industriales, papel de fumar, trozos de cartón, etc. También consigo muestras de papel de profesionales del negocio del embalaje y los transportes, de encuadernadores, electricistas, contratistas de edificios o gente del sector textil: encuentro cosas como papel usado para plisar tejidos o cartón para aislar cables.

Experimento con estos tesoros que encuentro imprimiendo y dibujando. Pruebo diferentes técnicas de impresión en diversas superficies extravagantes. En la medida de lo posible, cuando estoy trabajando en un proyecto específico, cojo el teléfono y consulto con impresores, proveedores de papel y distribuidores de papeles especiales.

¿En qué momento del proceso creativo selecciona el papel?

Al principio del proceso dejo volar mi mente. Anoto ideas. Experimento también con varios papeles. Solo después llamo a los proveedores de papel con los que tengo relación y les describo lo que tengo en mente. ¿Tal vez estoy buscando un papel muy fino que sea brillante por un lado y mate por el otro? Hablamos. Me hacen algunas sugerencias. Me ayudan a pensarlo bien.

¿Cuáles son sus papeles favoritos?

No tengo un papel favorito, la última decisión depende del diseño, de la personalidad del cliente y del mensaje. Pero sé lo que no me gusta. Por ejemplo, me rompe el corazón cuando veo mi hermoso papel arruinado con barniz acrílico en el anverso y el reverso.

¿Por qué aplicaría alguien barniz acrílico sobre papel sin estucar?

Los barnices acrílicos, mates o brillantes, protegen la superficie impresa de manchas o polvo. Aplicarlos protege el resultado final de manchas. Esto se considera más económico en la producción porque el trabajo siempre sale con una apariencia imaculada, aunque el barniz específico acabe con la dimensión táctil del papel. ¡El producto final ni siquiera parece ya papel!

Entonces, ¿cómo se puede conservar y mejorarla calidad táctil del papel?

Mi forma de trabajar es combinar un papel específico con una técnica de impresión peculiar. Una vez, probé una impresión de papel de aluminio caliente en papel secante. En otra ocasión experimenté con impresión mate en papel aterciopelado.

Uno de los looks que más me gustan es un sólido y exquisito color impreso en papel sin estucar. Pero técnicamente es toda una hazaña. Para conseguir el mejor resultado, un impresor a veces tiene que probar todos los trucos incluido estucar sus rodillos con espesas capas de tinta. Es especialmente difícil con tinta negra. Las superficies negras suelen retintar. No conozco a muchos impresores hoy día que puedan sacarlo adelante.

Yo había dado por sentado que los avances en las tecnologías de impresión ofrecen a los diseñadores más opciones creativas.

En teoría, sí. Pero los equipos de impresión se han vuelto tan sofisticados – y tan caros – que no dan beneficios a no ser que se trate de tiradas rápidas, y preferiblemente en cuatricromía. Como resultado, los impresores hoy día están cansados de intentar algo que puede retrasarlos, como los encargos especiales con mezclas de colores personalizadas.

Tristemente, la tecnología ha eliminado la asunción de riesgos. Todo tiene que ir con fluidez, puesto que todos los pasos del proceso de impresión están ahora conectados entre sí. Desde el informe del cliente redactado con precisión hasta la fecha de entrega establecida firmemente, hay una gran cadena de operaciones precisas que dependen unas de otras. Si una cosa va mal, todo el proyecto se irá al garete. Hay que evitar los imprevistos.

Entonces, ¿cómo sigue siendo creativa?

A veces, ser creativa se parece a intentar plantar flores en grava. Pero no me rindo. Mantengo mi relación con el papel mucho más viva gracias a mi trabajo personal. Lleno cuadernos con dibujos, bocetos, garabatos y manchas de tinta. Al mismo tiempo, atraigo a clientes que saben que puedo proponerles soluciones de diseño inusuales. Tengo una reputación para experimentar y para algunos proyectos este enfoque tiene bastante sentido.

Dicho esto, ¿cuál es el lugar de la tecnología digital en su trabajo?

Me encanta el papel, pero también me encantan los ordenadores. Nos han liberado de la tediosa obligación de hacer lo que solíamos llamar “componentes mecánicos” o “maquetado”, los planos complejos y directos para la impresión unidos a mano con cera o cola. Hoy en día, puedo empezar mi investigación creativa en papel, pero estoy igual de dispuesta a sentarme en frente de mi ordenador y empezar a explorar formas directamente en la pantalla.

Estoy constantemente cambiando mis herramientas digitales: hardware, software, aplicaciones o cualquier cosa que me permita hacer fotos, crear animaciones o añadir sonido a las imágenes. Amar el papel como yo lo hago no es un obstáculo para disfrutar de la conveniencia y los placeres de estar conectada electrónicamente.



© Nino Andrés

Elaine Ramos

“El papel determinará la flexibilidad de un libro; es una elección fundamental”.

Elaine Ramos, conocida en Brasil pero también en el ámbito del diseño internacional por su preciso trabajo gráfico, graduada por la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de São Paulo en 1999. También diseñadora gráfica, llegó a ser en 2004 directora de arte en Cosac Naify, la principal editorial brasileña dedicada a las artes visuales. Allí, no solo es responsable del diseño de más de cien libros, también coordina todas las publicaciones de títulos sobre diseño, muchos de ellos traducciones al portugués de textos clásicos, como Una Historia del Diseño Gráfico de Philip Meggs. Al mismo tiempo, crea libros originales, incluida una historia global del diseño gráfico brasileño, Linha do Tempo do Design Gráfico no Brasil. Para ello, ha reunido más de 1.600 imágenes, que evidencian dos siglos de creatividad brasileña. Es miembro de la AGI (Alianza Gráfica Internacional) desde 2012.



En las librerías de Río, Salvador, Brasilia o São Paulo, destacan los libros diseñados por Elaine Ramos y su equipo. Hay algo en ellos que seduce a la vista y al tacto. No es solo su excelencia tipográfica llena de color – esto no es tan inusual en Brasil donde el diseño gráfico lo practican profesionales de gran talento –, hay otra cualidad mucho más difícil de identificar. “Mi enfoque es siempre estructural”, dice Ramos. Arquitecta establecida, diseña desde dentro más que desde fuera. En otras palabras, empieza por el continente. Con el tacto del libro cuando se abre. Con la experiencia de leer cuando va pasando las páginas. Y con el papel en el que el texto y las imágenes se imprimen.

En el fondo, además de una modernista, Ramos es también heredera de una tradición portuguesa de siglos. En el pasado, en Portugal, pero también en Brasil, se vendían libros impresos económicos en puestos callejeros, “en una cuerda”, colgados como la colada en una cuerda de tender. Equivalente de la “literatura barata”, estas humildes publicaciones pertenecían a un género literario accesible a todo el mundo, conocido como Literatura del Cordel. Ilustrados con bonitos grabados sobre madera, estos bonitos cuadernos estaban escritos, a menudo, por poetas locales que promocionaban su producción cantando o leyendo en voz alta a grandes multitudes en mercados al aire libre. Ramos, tal vez inconscientemente, mantiene viva su vibrante herencia con libros asequibles que incorporan una dimensión poética. A menudo, sus creaciones incluyen alegres hojas, pliegues inesperados, elegantes inserciones y creativas variaciones de papel.

Design Para um Mundo Complexo, (Diseño para un Mundo Complejo), de Rafael Cardoso, es un ejemplo de cómo convierte el papel en una característica interactiva. El libro está envuelto en un grueso póster doblado que sirve de sobrecubierta. Cuando se abre, aparece una suave y brillante cubierta. También es divertido Zazie No Metrô, (Zazie en el Metro), de Raymond Queneau. Impreso en papel de biblia diáfano, a primera vista parece una pila de páginas atadas. Está ilustrado con pósters del periodo francés, impreso en la parte trasera de las páginas, con imágenes fantasmagóricas que producen un misterioso zumbido visual. Otro bonito ejemplar es Conversas com Paul Rand, (Conversaciones con Paul Rand), de Michael Kroeger, cuya cubierta es una composición tipográfica en llamativo verde y púrpura. Dentro hay gruesas y coloridas páginas, que se erizan como las púas de un puercoespín.

Nunca ostentosos, producidos con un gasto mínimo, los libros que Elaine Ramos diseña son ingeniosas piezas de colección, sencillos pero de gran belleza. Los lectores brasileños son afortunados.

Véronique Vienne

VV: ¿Diría usted que es una auténtica modernista, o sólo alguien que trabaja en ese “estilo”?

ER: Es cierto que ser arquitecto está muy relacionado con la forma en que diseño. Tener un “estilo” no es un problema para mí. Intento afrontar cada nuevo proyecto como un nuevo reto, siendo siempre mi objetivo traducir un contenido específico a un objeto tridimensional que comunique con su público.

¡Sus diseños no tienen “estilo”, pero sí mucha personalidad!

La falta de estilo no significa que mis diseños no tengan alma o que sean neutros. Trato de hacer mi trabajo lo bastante discreto para no eclipsar el contenido, pero lo bastante interesante para que sea diferente. Cada libro pertenece a una edición específica, con una personalidad específica y tiene que destacar como tal. Encontrar el equilibrio no es fácil. Por una parte, estoy influenciada por la ética modernista y, por la otra, no creo en la neutralidad.

¿Utiliza ordenadores para crear obras visuales en sus libros?

Hago todo mi trabajo en un ordenador. Pienso a través de mi ordenador, es la herramienta con la que estoy más familiarizada. Mis habilidades manuales son terribles, mi enfoque es demasiado conceptual. Una importante contribución para mis diseños es discutir con el equipo de diseño, los editores y los autores. ¡Tengo ideas mejores cuando estoy hablando que cuando estoy dibujando!

Usted diseña en una pantalla, pero la tipografía de sus libros no parece creada por ordenador.

¿Puede explicar por qué?

Tal vez porque para mí la tipografía nunca es un fin en sí misma. Mi elección del tipo de letra y lo que hago con ella es siempre un medio de comunicar una idea, no un contenido.

Con el papel ocurre igual. Pienso en la textura del papel como una información esencial para compartir un mensaje, una idea, un concepto o una impresión con los lectores. El material impreso, en general, depende del papel en el que se imprime. En lo referente a los libros, esta elección es todavía más compleja y absolutamente esencial. Además de la calidad táctil de cada página, la elección del papel está muy relacionada con el gramaje, el volumen y, lo más importante, con la flexibilidad de un libro.

¿La flexibilidad?

La flexibilidad del papel es muy importante, pero nunca es un factor aislado. Cuando hablamos de libros, hay que preparar muchos elementos. La flexibilidad depende también del formato, de la encuadernación, del número de páginas, etc. La flexibilidad está relacionada con el gramaje del papel, y el gramaje del papel está relacionado con su transparencia. La transparencia, por su parte, está relacionada con el diseño gráfico y el contenido del libro. Por ejemplo, Zazie No Metrô está impreso en papel de biblia, incluso la cubierta. Es parte del concepto inicial, el diseño se aprovecha de la flexibilidad del papel y de su transparencia. Quiero que el libro sea evasivo para evocar la cualidad onírica de la narración. La cubierta es tan ligera como el propio libro.

¿En qué momento diseña la cubierta de un libro?

Normalmente la cubierta es el último elemento que diseñaría en un libro. Trabajo de adentro hacia fuera. La cubierta ideal es una síntesis de todo lo que hay dentro que no puedes ver. Es una continuación lógica del diseño interno y, al mismo tiempo, debería atraer la atención de la gente que busca en el contexto super-estimulante de una librería.

Una buena cubierta capta la esencia del libro. Simplemente está ahí, quieta, paciente, pero su atracción visual es el resultado de una serie de decisiones de diseño muy precisas y deliberadas.

En la introducción de su libro, Steven Heller escribe “No tenía ni idea de que Brasil tuviera un legado de diseño semejante o fuera tan rico estilísticamente ni tan astuto conceptualmente”. En su opinión, ¿cuál es la cualidad más singular del diseño gráfico brasileño?

Esta pregunta es siempre muy difícil de contestar. Por supuesto, la influencia europea y norteamericana se puede ver a primera vista, pero es más complicado que eso. El diseño brasileño tiene su propia identidad, con Alexander Wollner como su pionero más aclamado. Había estudiado en la Escuela Ulm de Diseño en los años cincuenta antes de volver a Brasil, donde promocionó la sobriedad y simplicidad de las líneas del estilo Concreto iniciado por Max Bill.

Después, en los sesenta, el eje moderno, geométrico, minimalista y funcional basado en la filosofía Bauhaus coexistió con el arte popular y con las influencias pop del movimiento “Tropicália”, como el encarnado por el gran diseñador gráfico brasileño Rogerio Duarte.



Leonardo Sonnoli

“Es más fácil sentir que puedes hacer tuyo un mensaje cuando está impreso en papel”.

Leonardo Sonnoli nació en Trieste en 1962. Socio del estudio Tassinari/Vetta con oficinas en Trieste y Rímini, se ocupa, sobre todo, de la identidad visual de instituciones públicas y empresas privadas. Entre otros, ha trabajado para el Châteaude Versailles, el Centre Pompidou, el Palazzo Grassi-François Pinault Foundation, el Mart en Rovereto, el Giulio Lacchetti Studio, la Superintendencia de Herencia Arqueológica de Roma, el New York Times, la SNCF (compañía ferroviaria francesa), Artissima, Feria Internacional de Arte Contemporáneo, Turín y la empresa de muebles Zanotta. Ha dado clases en la RISD – Escuela Rhode Island de Diseño (Estados Unidos) – y en la IUAV de Venecia; en la actualidad enseña en la ISIA en Urbino y organiza talleres y conferencias de forma regular sobre su actividad en Italia y en el extranjero. Desde el 2000, es miembro de la AGI (Alianza Gráfica Internacional). Sus diseños se conservan en numerosas colecciones públicas internacionales y ha recibido prestigiosos premios, incluido el Rodchenko Prize 2008, la medalla de plata de la Trienal de Toyama (Japón), el primer premio de la Bienal de Hangzhou (China), el Merit Award of the Art Directors Club de Nueva York (Estados Unidos) y el Premio Compasso d’Oro (Compás de Oro). Colabora con el diario de negocios Il Sole 24 Ore (El Sol 24 Horas). Ha estado viviendo en Rímini con su familia durante veinte años.



El concepto de «meta-diseño» probablemente se inventó para describir el trabajo de Leonardo Sonnoli. Sus soluciones de diseño no son solo conceptuales, son una abstracción de un concepto. Prácticamente, significa que va más allá de lo obvio para expresar un punto de vista sobre el trabajo en sí mismo. En otras palabras, cuando miramos un póster o una publicación de Leonardo Sonnoli, uno se siente un poco más inteligente de lo que se sentía un minuto antes. ¡Es una sensación increíble!

Sonnoli convierte el soporte impreso en un medio interactivo con imágenes fijas que siempre incluyen un elemento sorpresa: formas de letras inesperadas, un tratamiento gráfico inusual o una sorprendente sensación de la escala. La superficie del papel en el que se imprime su trabajo se convierte en un entorno dinámico para el mensaje. “Cuando comunicas en papel, le das a los lectores algo en lo que pensar”, explica.

A veces, sus diseños presentan formas tipográficas abstractas que pueden parecer difíciles de descifrar a primera vista pero que resultan ser completamente legibles después de todo. La forma en que deletrea su nombre en su página web, por ejemplo, con las consonantes arriba (Lnrd Snnl) y las vocales debajo (eoao ooi) sugiere el ritmo de una acentuada pronunciación italiana. Para él, las palabras están vivas: desde sus garabatos pixelados de enorme tamaño para una colección de pósters que ha hecho recientemente para el Palazzo Grassi en Venecia hasta su divertida tipografía caleidoscópica para Artissima, una feria de arte contemporáneo en Turín.

Sonnoli es parcial con la tipografía negra, siendo moderado con el uso de colores, y utilizando siempre tonos pasteles para sus fondos. La calidad de la tinta de sus formas de letras es tan notable (a menudo, imprime negro sobre negro) que se le debería hacer un reconocimiento por aplicar Grafito, una forma de carbono relacionado con el diamante, en el Diseño Gráfico.

Véronique Vienne

VV: Usted usa el papel como si fuera mármol blanco: su tipografía parece casi “tallada” en lugar de impresa. ¿Es influencia de los grabados de piedra romanos?

LS: Claro, soy italiano y vivo en Rímini, a unos pasos de un monumento con preciosas inscripciones romanas. Pero mi historial va mucho más allá de la influencia romana. En Rímini hay una biblioteca con una enorme colección de libros impresos del siglo XVI, por eso se puede decir que la tipografía renacentista es otra de mis influencias. Pero, en realidad, son las vanguardias del siglo XX las que más han influido en mi trabajo. Todo ello porque nací en Trieste, una ciudad del mar Adriático, cerca de Eslovenia, una región donde se han encontrado culturas latinas, eslavas y germánicas. En algún momento, Trieste fue parte del Imperio Austro-Húngaro. Por entonces era un centro artístico como lo eran Viena, Praga y Budapest. Allí florecieron un gran número de movimientos de arte gráfico de vanguardia, desde la Secesión de Viena a los Futuristas.

Ha sido capaz de pasar todas estas corrientes tipográficas a un estilo personal muy coherente. ¿Cómo lo hace?

Nada de lo que hago es decorativo ni gratuito. Siempre me centro en el mensaje. Una vez, me pidieron diseñar un póster para una exposición internacional de pósters en China, pero no había un tema central. Por eso decidí adoptar esta ausencia

de ideas como mi idea y diseñé un póster tipográfico que destacaba la falta de contenido. Perforé la palabra “emptyness” a lo ancho de una hoja de papel blanco, como gesto crítico para parodiar la futilidad de tratar de decir algo cuando no tienes nada que decir.

Comprimió “empty” (vacío) y “type” (tipo) y añadió el sufijo “ness” para señalar una condición que le desagradaba, ¿el diseño sin un mensaje real?

Sí, el póster estaba desnudo, vacío, sin significado, salvo un corto texto que explicaba mis intenciones.

En general, hay muy poco color en su obra. ¿Es porque cree que los colores acaban con la pureza de la tipografía?

He pensado que si algo funciona en blanco y negro, esto significa que normalmente funciona. Y desde que uso mayormente letras en mis diseños, no me molesta: es como escribir con tinta en papel. Pero en Italia el negro se considera un color “triste”, por eso, para defender esta elección, tengo muchas animadas discusiones con mis “patrocinadores” o “comisionados” (lo siento, no me gusta la palabra “cliente” para describir a las personas que vienen a mí por mi experiencia en el diseño y mis servicios).

Es minimalista con los colores, pero, experimenta con muchas técnicas de impresión diferentes...

Mientras no sean simplemente decorativas, sino que tengan alguna función, seguiré usando todo tipo de capas, barnices, tintas metálicas, recortes, etc. Siempre busco la forma más económica de destacar unos cuantos elementos clave en una página sin crear distracciones adicionales. De hecho, unos toques finales bien elegidos pueden hacer que la composición global parezca menos recargada.

¿Y qué me dice del papel? ¿Tiene alguno preferido?

Prefiero el papel que absorbe la luz al papel que la refleja. En otras palabras, prefiero los papeles sin estucar o papeles estucados muy opacos. Pero, obviamente, la elección depende de la función del producto final. Algunos libros requieren papel fotográfico estucado, pero a menudo uso papel opaco sin estucar y después aplico un barniz brillante solo en las fotos. Esto evita que brille en el resto de la página: las superficies relucientes mejoran las fotografías pero leer el texto resulta más incómodo. De hecho, cuando hay mucho texto, especifico un papel natural, algo no demasiado blanco, para asegurarme de que la lectura no cansa los ojos.

¿Alguna vez diseña en la pantalla?

Como todo el mundo en nuestros días uso la tecnología digital pero para mí el ordenador es una herramienta de visualización, no un fin en sí mismo. A menudo, hago animaciones por ordenador para explorar todas las dimensiones de las formas de letras que diseño. Estas resultan más interesantes cuando se ven desde algunos ángulos inusuales. Pero cuando estoy acabando de jugar, acabo seleccionando sólo un par de capturas de pantalla de las imágenes en movimiento. Creo que cuando estás tratando de comunicar contenido real, el papel es mejor. Si estás leyendo algo, es más fácil sentir que haces tuyo un mensaje en papel que un mensaje en una pantalla, donde es propiedad pública.

¡Pero los pósters están diseñados para verse en un espacio público!

Sí, no se puede generalizar. No todos los objetos de papel son iguales. Hay un conjunto de reglas específicas que se aplican a un tipo de producto de papel pero sería totalmente inapropiado para otros.

Por ejemplo, en los pósters la información necesita estar desplegada como una única “aplicación” con una estricta jerarquía visual que enfatice algunas partes del mensaje mientras minimiza otras. Con los libros, la aplicación de información obedece a reglas totalmente diferentes: la jerarquía no se gestiona en un solo gráfico, sino como una secuencia de páginas. Con los libros, se enfrenta a dos, tres o incluso cuatro dimensiones. Con el tiempo, pasar páginas le parecerá un elemento esencial. Otra importante diferencia entre pósters y libros es la distancia desde la que los ve. Los pósters se tienen que ver de lejos, por eso tienen que “hablarle alto”, mientras que los libros son objetos íntimos, mucho más silenciosos gráficamente.

¿Qué tipo de libros le gustan?

Alguno de mis libros favoritos no son solo visuales, son melódicos, producen sonidos. Un ejemplo es el famoso libro “Sonidos” de Keith Godard, hecho con diferentes tipos de papel, unos finos, otros delicados y algunos muy gruesos. Cuando pasas las páginas, el libro produce una serie de ruidos distintivos e intrigantes. ¡Pero no siempre es posible usar papel por sus cualidades auditivas! Los papeles más finos son normalmente los más ruidosos, pero son delicados o no absorben tinta de forma uniforme. Tengo que darle prioridad a la legibilidad del texto y a las imágenes. Por eso, rara vez elijo un papel muy translúcido o de gramaje bajo, incluso aunque sean irresistibles al tacto... y al oído.

La mayoría de la gente sólo conoce la versión digital de sus pósters. ¿Eso le importa?

En mi opinión, tanto la versión digital como la analógica son experiencias válidas. El papel y la pantalla son dos medios de comunicación diferentes. No tienen por qué competir. Pero, para asegurarse de que un póster se ve tan bien en la realidad como en el monitor LCD, hay que hacer algunas pruebas impresas. Hay una razón por la que todavía se hacen las pruebas en el mismo papel en el que se imprimirá el proyecto final. Todavía mejor es elegir el papel antes de empezar a diseñar y ajustar el brillo de la pantalla al papel, no al revés.

Pero tenga cuidado: para obtener un gran resultado, la calidad del papel es casi siempre tan importante como la calidad del diseño.



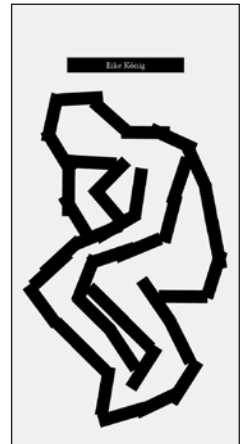
© Cat Garcia

Eike König

“Decidirse por un papel es tan importante como elegir un tipo de letra o un color”.

Eike König fue director de arte de la discográfica Logic antes de abrir su agencia de diseño en 1994 en Frankfurt, Alemania, EIKES GRAFISCHER HORT (“Jardín de Infancia Gráfico de Eike”), que fue concebido primero como un parque infantil creativo. Hort pronto se convirtió en un nombre reconocido en la industria musical, diseñando carátulas de discos para diferentes marcas independientes e importantes.

Actualmente es un estudio ubicado en Berlín que está especializado en desarrollar lenguajes visuales para marcas grandes y pequeñas. Disney, Nike y Microsoft están entre sus aclamados clientes. Hort también interactúa con instituciones culturales, entre ellos la Bauhaus Dessau Foundation para la que diseñaron una nueva identidad. Eike ha dirigido numerosos talleres creativos a nivel local e internacional, y enseña diseño gráfico e ilustración dos días a la semana en la Universidad de Arte Offenbach, Alemania.



En Hort, la oficina berlinesa de Eike König, hay tantas bicicletas como ordenadores. Al menos una docena de bicicletas están aparcadas a lo largo de las estanterías de libros o apoyadas en mesas y escritorios. En la parte trasera, hay un gran taller, pero, sin embargo, aun siendo una agencia que sirve a prestigiosos clientes, no tiene sala de conferencias. El estudio es un lugar abarrotado: por todas partes hay gente haciendo algo. Algunos están construyendo modelos o haciendo collages. Unos hacen bocetos en papel, mientras otros todavía dibujan en tablets electrónicas. “Esta es una institución dedicada a hacer que las ideas cobren vida”, dice König. Diseñadores, internos, huéspedes, estudiantes y clientes se mezclan en una atmósfera de estudiosos. “Aquí todos somos colaboradores”, añade. “Compartimos el mismo ideal, aunque cada uno tiene una fuerte personalidad”.

La filosofía de diseño de König está basada en la experimentación. Su propio enfoque es más analógico que digital: su relación con el diseño es física. Piensa mejor cuando está inmerso en la acción. “Mi forma favorita de meditación es ir a la imprenta y tontear con papel y tinta”, dice. “Para mí, imprimir un póster a mano es el equivalente a hacer yoga”. Alrededor de dos tercios de las soluciones de diseño de Hort incluyen el papel de una forma u otra, papel como superficie, como fuente de inspiración o como metáfora visual.

Los principales clientes de Hort son marcas internacionales que están buscando estrategias de comunicación exitosas. Confían en el enfoque poco convencional de König para resolver problemas y están dispuestos a correr riesgos con él. Solo una cosa es segura: las respuestas de Hort a su problema – pósters, vídeos, libros, folletos o instalaciones interactivas – serán inesperadas, inteligentes y actuales. “Les digo a mis diseñadores: ¡Sorprendedme!”, dice König. “Esa es mi motivación para ir a trabajar cada mañana. No puedo esperar para ver las nuevas ideas que se nos van a ocurrir”.

Véronique Vienne

VV: ¿Es el papel todavía hoy la fuente de las soluciones de diseño sorprendentes?

EK: Mientras se trabaja frente a los ordenadores se fomenta el aislamiento, mientras que trabajar con papel invita a la experimentación, participación y socialización. Para empezar, cuando estás esbozando tus ideas en papel o creando un modelo o un prototipo usando papel o cartón, la gente siempre se detiene para ver lo que estás haciendo. Te dan consejos, hacen comentarios, preguntan y, antes de que te des cuenta, aparecen de repente nuevas ideas. El trabajo que se hace con papel requiere muchos intentos para alcanzar el resultado deseado, eso es bueno. El papel no es fácil de controlar pero eso es lo que lo hace emocionante. Los accidentes pueden ir muy bien. Hay que aceptarlos como parte del proceso creativo.

Bueno, en mi equipo de Hort tenemos muchas discusiones sobre el papel que vamos a usar para un proyecto concreto. Hablamos del hecho de que decidir un papel es el mismo tipo de decisión que elegir un tipo de letra o un color. Sobra decir que los jóvenes tienen una conexión diferente con el papel que yo. Mientras para mí el papel es parte de la acción, para ellos es parte de una decisión posterior. Pero yo animo a la gente de mi estudio a que sea consciente de la importancia del papel y de cómo podemos integrarlo, no solo en nuestros procesos de diseño, sino también en nuestras soluciones de diseño.

Aún así, en algún momento del proceso, los ordenadores toman el testigo, ¿verdad?

Los ordenadores son increíbles herramientas, pero diseñar es algo más que sentarse, ajustar los auriculares y mover un ratón. En algún momento, tienes que devolver el mundo material al proceso. Lo que más me preocupa de los

ordenadores es el hecho de que no hay límite en lo que puedes hacer con ellos. Tampoco hay límite en tu trabajo. El “momento” físico se está perdiendo. Con el trabajo en papel, puedo alejarme de él, darme una vuelta y ver todo su alcance.

Sus soluciones de diseño tienen una calidad tridimensional, aunque están simplemente impresas.

¿Es algo premeditado?

Vengo de la cultura del collage: solo se trata de unir, conectar, pegar y cortar diferentes texturas, la mayoría de ellas importadas de viejos marcos de referencia a otros nuevos. Y mientras lo hago, me vienen un montón de ideas. La gente en la oficina hace lo mismo: usan collages para descubrir cosas nuevas, ya sea de forma casual o tras una investigación deliberada. A veces, hago collages digitales, jugueteando con archivos escaneados de imágenes recicladas.

¿Cómo aprendió a integrar el papel en su trabajo?

Lo primero que tuve que aprender para hacerme diseñador fue a coordinar mi cerebro con mi mano y mi mano con el papel. Pronto, la única forma en que podía pensar y visualizar mis pensamientos era con una pieza de papel en frente de mí. Tuve suerte, mi primer trabajo fue como director artístico de un sello musical, que diseña carátulas de discos, que son algo que tienes en la mano mientras escuchas música.

Vaya, nunca lo he visto de esa forma. ¿Está diciendo que el contacto táctil con el papel estaba asociado con el placer de escuchar?

Sí, así es. En ese tiempo, podía elegir el papel para el interior y el exterior de las carátulas. Podía hacer barnices reserva. Podía elegir la técnica de impresión. Podía hacer cortes y grabar en relieve. Y todo el tiempo, sabía que lo que estaba diseñando acabaría en la mano de alguien. Esta sensación tangible, el tacto, fue muy importante por entonces, y todavía hoy está muy presente en mi trabajo.

Pero el papel no es solo textura. Para mí también es temperatura: la frialdad del papel o su calidez, ya sea para el tacto o para la vista.

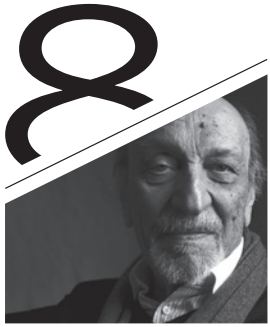
El gramaje también es esencial. Para la identidad visual de Jazzanova, el grupo musical de Berlín “nu-jazz”, hicimos un logotipo en collage de 3D usando un papel especial con diferentes gramajes. La gama de color de este papel especial nos ayudó a definir el lenguaje gráfico de Jazzanova. Imprimimos toda su identidad corporativa y material promocional en el mismo papel. Eso es lo que me gusta realmente. ¡El papel! Ese es el mundo en el que trabajo.

He visto en la pared de su oficina un póster que dice «I LIKE IT. WHAT IS IT?» (ESTO ME GUSTA. ¿QUÉ ES?)*

¿Tiene que ver con su filosofía?

Sí. Forma parte de la mentalidad del parque de juegos de Hort. A veces hago talleres con niños. Al contrario que la mayoría de los diseñadores, que piensan demasiado, los niños empiezan a trabajar al instante, en cuanto se sientan. Son mucho más espontáneos y se les ocurren auténticas sorpresas. En mi equipo hablamos mucho de esto. A veces me gustaría que pudiéramos desprendernos de nuestra educación. Surgirían un montón de buenas ideas si pudiéramos acceder a nuestra fuente creativa interior directamente, como hacen los niños. Hort trata de trabajar y jugar, insistiendo en el juego.

*impresión original de Anthony Burrill.

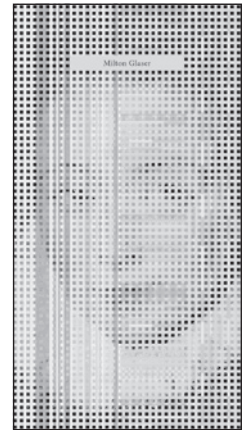


© Michael Somoroff

Milton Glaser

“En lo referente al papel, la gente asocia autenticidad con textura”.

Milton Glaser es probablemente el diseñador gráfico más famoso de los Estados Unidos, muy conocido por su logotipo I♥NY y su póster de Bob Dylan de 1967. El joven Glaser había estudiado con el pintor Giorgio Morandi en Bolonia. De vuelta a los Estados Unidos en 1954, encontró el Push Pin Studio con Seymour Chwast. En 1968, creó el New York Magazine con Clay Felker. En 1974, abrió su propia agencia, Milton Glaser, Inc., y desde entonces ha producido espectaculares diseños, ilustraciones, publicaciones y pósters. Le fue otorgada la distinción de one-man-shows en el Museum of Modern Art y el Centro Georges Pompidou. Es miembro de la AGI (Alianza Gráfica Internacional) desde 1975. En 2009, fue el primer diseñador gráfico que recibió el premio de la Medalla Nacional de las Artes. En la actualidad, está considerado uno de los portavoces más elocuentes de la práctica ética del diseño.



Milton Glaser es siempre la persona más alta de la estancia. Incluso cuando se sienta para hablar contigo parece un gigante. Domina la situación con su grandeza pero también con sus sublimes ideas. Una conversación con él sobre su trabajo se puede convertir en un coloquio sobre la Naturaleza de la Realidad o el Estado del Mundo. Al escucharlo, tienes la sensación de que el diseño gráfico es una rama de la filosofía.

Aunque el noventa por ciento de su trabajo acaba impreso en papel, sus soluciones de diseño son el resultado de un proceso de investigación que explora muchas otras dimensiones: los ámbitos histórico, social, político, ético y cultural. “Pero no hay nada absoluto”, dice. “Darme cuenta de que no hay una respuesta definitiva para nada me inspira para crear nuevas formas”.

En estos días, las nuevas formas que Milton Glaser crea incluyen, la renovación de imagen del Reino de Bután, sí, Bután, el país de los Himalayas; pósters para la temporada final de la serie de televisión Mad Men; un libro titulado The Design of Dissent: Socially and Politically Driven Graphics; un nuevo packaging para la popular empresa Brooklyn Brewery y una controvertida campaña para renovar la imagen del movimiento climático.

Filósofo disfrazado, Milton Glaser no es un ermitaño. A la avanzada edad de 86 años, el compromiso político es todavía una de sus prioridades.

Véronique Vienne

VV: El material impreso es su vida y su trabajo, aún así, por teléfono me dijo que había dudado del rol del papel en la era digital. ¿Puede explicarse?

MG: Sí, tengo un especial interés en el papel o, más específicamente, en los libros tradicionales. Vivimos en una época de la historia en que tenemos que dejar de imprimir libros que se quedan en las estanterías sin leer. Como mucho, los libros se leen una vez y luego se abandonan para nunca volverlos a ver. En todas las casas que conozco, incluida la mía, hay miles de libros, filas de ellos, pilas de ellos, sólo ocupando espacio.

¡La gente todavía ama sus libros!

¡No estoy diciendo que tengamos que quemar los libros! Estoy defendiendo que dejemos de producir la mayoría de ellos. Hoy en día, tenemos otros medios para compartir conocimientos entre nosotros. Podemos hacerlo electrónicamente. No, lo que digo es que los libros deberían reinventarse.

Los libros hoy día tienen que ser obras de arte. Deben ofrecer experiencias momentáneas, como los cuadros. Puedes mirar el mismo cuadro toda tu vida y nunca cansarte de él: puede ser para siempre una fuente de deleite, conocimiento e información. Del mismo modo, no debería ser necesario leer los libros para disfrutar de ellos. Imagine un libro que pueda dejar abierto en una mesa, un libro cuya misión principal fuera ser admirado, hojeado, manoseado y nunca dejara de satisfacerle.

¿Puede darme un ejemplo?

Por alguna extraña coincidencia, hace poco me contactó Joshua Prager, autor y periodista, que me dio la oportunidad de comprobar mi teoría. Originalmente, quería que le diseñara un libro con citas inspiradoras, con una cita para cada cumpleaños, desde un año hasta los cien. Yo lo convencí para que transformara el libro en algo que pareciera un libro pero fuera en parte escultura, en parte poesía, en parte antología y en parte obra de arte. Creo firmemente que en los libros hay mucho más que la simple lectura.

El libro de citas que he creado es una confluencia de narrativa, formas y colores, con las páginas que se oscurecen de manera progresiva tanto horizontal como verticalmente, yendo de pasteles claros a tonos profundos de azul y verde a medida que lo vas hojeando. Todavía no he elegido el papel. Todo lo que sé es que debería ser mate y brillante para realzar las sutiles variaciones de color.

¿Le parece que la desaparición de los libros tradicionales es un resultado positivo de la era digital?

No sabemos las consecuencias que todos estos cambios traerán. Los dispositivos electrónicos están volviendo a redefinir nuestra relación con los libros, pero también con los amigos, compañeros de trabajo y familia. Puede que tengamos que esperar mucho tiempo para averiguar la influencia que el mundo digital tiene en nuestra cultura. ¡Todo lo que sabemos es que tiene una influencia tanto positiva como negativa!

Mientras tanto, ¿ha influido el diseño digital en su trabajo?

Por supuesto que sí. Uno de mis pósters favoritos es una imagen digital que he creado hace poco para el Museo Estatal del Hermitage de San Petersburgo. Conseguí aplicar en la superficie del papel una sucesión de capas visuales, unas diez capas diferentes. Pero no lo he hecho de forma sistemática. Por el contrario, el ordenador me permitió ser divertido y peculiar. Primero combiné dos imágenes. Después introduje un adorno en lo alto del cual puse una rejilla. Siguiendo mis antojos, cambié la rejilla antes de imponer un adorno diferente. Después disminuí la intensidad de algunos de los colores mientras intensificaba otros. Y así sucesivamente.

Mi objetivo era convertir el papel en algo más que una superficie plana. Quise presionar los límites del papel. Podría haber seguido sin fin. La pregunta real en este juego digital es: ¿Cómo sabes cuándo has acabado? ¿Cuándo te paras?

¿Cuándo se paró?

Los límites del papel son los límites del trabajo. Y después están sus necesidades y las necesidades de su audiencia. Pero, para ser sincero, debería haberme detenido antes o recurrir a otras diez capas.

¿Cree que es posible ir más allá de las limitaciones de las 2D del material impreso?

Vamos a afrontarlo: cada vez más, la diferencia entre lo digital y lo analógico se va desvaneciendo. Cada vez me resulta más difícil averiguar cuál es cuál. Por ejemplo, veamos mi trabajo. En la parte alta de las ilustraciones, los pósters y los libros, he diseñado packaging, sistemas de señalización, logotipos, tipos de letras, revistas, interiores e incluso productos, y todavía no puedo diferenciar un diseño bidimensional de uno tridimensional. Para mí, todo forma parte de la misma ilusión. Básicamente, no creo que haya una realidad absoluta ahí fuera. Lo que llamamos realidad es una representación compuesta dentro de nuestro cerebro.

Aún así, ¿coincidiría en que las imágenes impresas en papel parecen más “reales” que las imágenes vistas en la pantalla?

La gente asocia la autenticidad –realidad– con la textura. La percepción es que si puede tocarlo es real. Por eso, lo que se imprime en papel más áspero, papel que tiene una textura tangible, parece más “real” que lo que se imprime en papel suave y brillante o lo que se muestra en una pantalla brillante.

Al mismo tiempo, la cuestión de la autenticidad es complicada. La reproducción maravillosamente impresa, firmada, autorizada de mi famoso póster de Dylan es mucho menos “auténtica” que el póster incluido en el álbum de Grandes Éxitos de Bob Dylan. Francamente, el nuevo póster parece mucho mejor y mucho más brillante que el original, impreso en papel barato. Pero aún así, tiene mucho menos valor porque no es “el objeto real”.

Para mí, los problemas de textura y autenticidad tienen más que ver con la mano que con el propio papel.

¿Qué quiere decir?

Para mí, la cuestión primaria en la era digital es la relación entre la mano y el proceso de diseño. Cada vez menos diseñadores dibujan a mano y eso es una terrible pérdida. Ya no conceptualizan formas alternativas porque encuentran imágenes preparadas online. Desde mi punto de vista, solo están “encontrando” soluciones de diseño en lugar de crearlas.

Pero Picasso solía decir “Yo no busco, encuentro”.

¡Picasso estaba dibujando todo el tiempo! Dibujar no es crear una representación sino aumentar la atención. Cuando estás dibujando algo recurres a tu atención. Así es como empiezas a tener conciencia el mundo. Dibujar es entender. Y puesto que la mano es un cerebro modificado – no solo una extensión del cerebro – dibujar con la mano es dibujar con una parte de su cerebro.

Para mí, este es el encuentro más extraordinario: una superficie áspera – papel – que acepte el trazo de un utensilio de escritura. Para un diseñador, este es el compromiso fundamental.

9

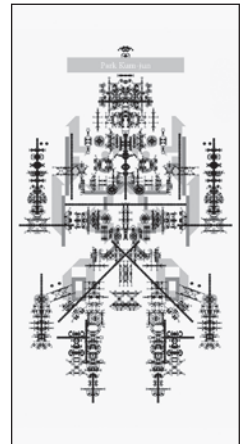


© Goo Han

Park Kum-jun

“Mi trabajo en papel revela su misterio de forma gradual, cada vez un nuevo descubrimiento”.

El diseñador surcoreano Park Kum-jun, ganador de varios premios, fundó 601BISANG, su agencia de diseño en 1998. Con los años, su trabajo ha reflejado un compromiso profundamente filosófico con los valores existenciales relacionados con la herencia cultural coreana. Para sus clientes, diseña catálogos, pósters de exposición, calendarios, cubiertas de revistas e instalaciones conceptuales. “No solo diseñamos para los clientes, nosotros mismos nos convertimos en clientes para diseñar lo que queremos”, dice. Varios de sus más celebrados proyectos se han generado internamente. La agencia ha ganado incontables premios, medallas de oro, primeros premios y trofeos de organizaciones de diseño internacionales, incluida en 2012 la prestigiosa distinción “Red Dot: Agency of the Year”. Este galardón reconoce los logros de un diseño de confirmada excelencia de 601BISANG, un estudio muy respetado en el campo del diseño asiático por su imparable creatividad. Park Kum-jun es miembro de la AGI (Alianza Gráfica Internacional) desde 2008.



Desde Corea del Sur, Park Kum-jun envió un enorme paquete lleno de los ejemplos más maravillosos de su trabajo. Dentro, cuidadosamente envueltos, había paquetes individuales metidos en elegantes cajas de cartón. Abrir cada uno de ellos fue un ritual. Resultó que algunas cajas no solo estaban impresas por fuera, sino también lo estaban por dentro con exquisitos motivos. Después venían capas de papel protector que crujía. La expectación fue deliciosa: cuando al fin tienes en la mano el contenido final – un libro, un catálogo, un calendario, un folleto – todos tus sentidos se sitúan en estado de alerta: tus ojos, tus dedos, pero también tus papilas gustativas. ¿Quién sabía que hojear una publicación podría resultar una experiencia deliciosa?

“El papel es una creación muy sensible que tiene vida propia”, dice Park Kum-jun. “Respira y revela sus sentimientos a su manera”. Cree firmemente que el diseño es un proceso que debería destacar la belleza inherente de un objeto, que para él, la mayoría de las veces, es el papel. Su agencia en Seúl se ocupa de proyectos culturales para museos, festivales o eventos especiales. Ha ganado tantos premios de diseño, que uno se marea. Parece que todo lo que toca se convierte en una obra de arte.

El secreto de Kum-jun es su amor por el hanji, el papel coreano tradicional hecho de la corteza interior de las moreras. Muy sustancial, aunque suave al tacto, se dice que este papel, hecho a mano, dura mil años. Una de sus propiedades es la irregular forma en que absorbe la tinta, creando resultados nunca antes vistos y aportando espontaneidad para diseños que, de otro modo, podrían parecer demasiado rígidos. “Espontáneo pero preciso”, dice Kum-jun para describir la calidad que trata de conseguir en su trabajo. Su objetivo es “atraer la atención a la permanencia” con creaciones que captan una dimensión espiritual.

Véronique Vienne

VV: ¿Cree que corremos el riesgo de convertirnos en una sociedad sin papel?

PK-J: Es verdad que los dispositivos móviles como los smartphones y las tablets están ocupando el lugar del papel cada vez más. Sin duda, esta tendencia seguirá expandiéndose. Pero el papel tiene propiedades que estimulan nuestra intuición: el tacto y el olor del papel, que cambian con el tiempo, no se pueden enviar a través de una pantalla. Creo que la crisis que el papel está sufriendo ahora se puede transformar en una oportunidad para abrir nuevas posibilidades e inventar nuevos roles para el papel. Aunque el papel podría haber alcanzado su límite como medio impreso, su valor seguirá creciendo en diversas áreas. De hecho, la industria de la fabricación del papel se está expandiendo continuamente. El papel se está convirtiendo en un soporte de múltiples usos en el sector industrial. La auténtica naturaleza del papel, en lugar del “papel digital”, está contribuyendo al crecimiento de su valor. El papel está restableciendo su identidad como un medio que no sólo satisface nuestras necesidades emocionales, sino que también nos ayuda a explorar nuestra creatividad.

¿En qué momento de su proceso de diseño es la elección del papel un acto creativo?

El papel transmite emociones en contenido y forma, por eso selecciono el papel en la fase previa al planning. A veces, un plan completo o una idea empieza y crece a partir de un tipo específico de papel. Una revisión global de la selección del papel, del método de impresión y del método de procesamiento, ayudan a cumplir la intención planeada. Sin embargo, es esencial tener en cuenta los objetivos de comunicación, el tono y el lenguaje cultural del proyecto.

¿Cómo valora cuál es el mejor papel para un proyecto concreto?

Me centro en investigar la atmósfera o el conjunto de emociones que quiero lograr. Una “atmósfera” o conjunto de “emociones”, en un sentido estético, es el resultado de una unión de elementos estrechamente conectados, similar a un organismo vivo.

Uno de estos elementos es el papel. En mi opinión, éste se comunica emocionalmente sobre todo a través de su textura, ya sea áspera o suave al tacto.

¡Pero no olvidemos las cualidades auditivas del papel! Una vez, creé tres folioscopios que sacaban el máximo rendimiento a los sonidos que hacía el papel. Estos sonidos, combinados con símbolos, fueron concebidos para estimular el sentido auditivo de los espectadores y los llevó a imaginar más sonidos. Siempre estoy tratando de eliminar los límites de la “sinestesia” de los espectadores, su habilidad para las impresiones de procesos múltiples al mismo tiempo. La sinestesia es un fenómeno neurológico en el que una senda sensorial o cognitiva puede desencadenar sendas cognitivas secundarias como la percepción del color o el reconocimiento del modelo.

¿Qué otras técnicas usa para comunicar emocionalmente?

La forma en que trabajo requiere paciencia y perseverancia de mi parte y de la de mis lectores. El papel es ideal para trabajos que implican un texto intuitivo y emocionalmente atractivo, formas sutilmente sensoriales, como ilustraciones y tipografía. Puedo usar ambiguas pistas visuales para reforzar un mensaje específico o, por el contrario, emplear un lenguaje simbólico para sugerir diferentes interpretaciones. Por ejemplo, una mancha de tinta se puede quedar en una página como por error y llevar a los espectadores a echarle un vistazo más de cerca al producto impreso en busca de otras manchas. A veces, para añadir capas de complejidad, interrumpo de forma deliberada la forma en que la gente lee un libro, basándome en lo que yo llamo la “estética de la inconveniencia”. Podría crear extraños cortes en un póster o un libro en un intento de invitar al exterior, e incorporar elementos sorprendentes a la composición.

Con bastante frecuencia, me aseguro de que mis diseños se muestran diferentes según si los miras desde más o menos lejos. Podrían formar una sola imagen desde una distancia, pero revelar una red de detalles sensoriales y formas delicadas cuando se ven desde un primer plano. Muchas de mis obras parecen un texto desde lejos, pero se vuelven tridimensionales a medida que te aproximas a ellas.

Otro ejemplo de la forma en que comunico emocionalmente lo representa mejor una publicación anual experimental, el 601 Artbook Project. Mi objetivo era estimular la sensación de los lectores de maravillarse cada vez que pasan las páginas. Tuve la precaución de no revelar todas mis intenciones de una vez. Escondí símbolos y metáforas en diferentes escalas, junto con signos visuales habituales. Mi trabajo en papel nunca se entiende la primera vez. Creo publicaciones y pósters que revelan su misterio de forma gradual, paso a paso, un descubrimiento cada vez.

¿Puede describir alguno de sus proyectos favoritos?

En la actualidad, me interesa reinterpretar los valores asiáticos: la armonía del ying y el yang, los elementos naturales como el agua, la tierra, el aire y las capas sedimentarias que reflejan el flujo del tiempo. Por eso, uno de mis proyectos favoritos sería Digilog 601: Harmony Thru Design, una serie de cuatro pósters que he hecho hace poco. El término “digilog” fue acuñado combinando digital y analógico. Es posible que lo digital y lo analógico parezcan chocar, pero coexisten de una forma complementaria. En lo que a mí respecta, el diseño “digilog” acepta tanto el pensamiento racional de occidente como la espiritualidad oriental. Mis cuatro pósters trasladan este concepto gráficamente, usando imágenes muy simbólicas y ambiguas, pero la impresión general es la de un sistema vivo, orgánico. En general, mi trabajo se centra en el concepto de interdependencia en un sistema más amplio.



Flavia Cocchi

“Estoy en el cielo cuando los proveedores de papel vienen a enseñarme sus últimas novedades”.

Nacida en Suiza, Flavia Cocchi tuvo una formación tradicional como diseñadora gráfica en la misma línea de Emil Ruder, Josef Müller-Brokmann y Armin Hoffmann. Su práctica se centra en la tipografía, con Akzidenz Grotesk como favorito. El soporte impreso es su amor y el papel su pasión. Antes de abrir su propio estudio en

1997, trabajó para Werner Jeker en Lausana, para la agencia Anatome en París y para Massimo Vignelli en Italia. Hoy, el Atelier Cocchi en Lausana está especializado en libros y catálogos para clientes del ámbito cultural. Desde el 2000, para el Mudac (Museo de Diseño de Artes Aplicadas Contemporáneas) de Lausana, Cocchi ha diseñado más de una docena de libros, además de innumerables pósters, catálogos, folletos y materiales publicitarios. Es miembro de la AGI (Alianza Gráfica Internacional) desde 2012.



En Suiza, el Atelier Cocchi es el estudio de diseño que se elige si quieres un libro, un catálogo o un folleto que le hable a tus sentidos. Para Flavia Cocchi, pasar páginas es una experiencia en la que intervienen los ojos, la mente, los oídos y las yemas de los dedos. Las publicaciones que crea son el equivalente visual de exquisitos platos gourmet.

Cuando los clientes potenciales llegan a su estudio de Lausana, Flavia está atenta a lo que les gusta o les disgusta. “En cuanto entran, trato de imaginar el tipo de papel que sería adecuado para ellos”, dice. Les da a probar trocitos. “Les enseño ejemplos de mi trabajo – libros, catálogos o pósters – y obserbo cómo reaccionan. Mientras hablamos de su proyecto, trato de hacerme una imagen mental de lo que les iría bien”. Para una empresa de arquitectura, podría imaginar un papel de acuarela esponjado. Para un museo, su intuición podría sugerir inserciones en un pergamino translúcido. Para un fotógrafo, tal vez pintaría una cartulina muy suave, sin estucar, de color crema.

Pero complacer a los clientes no es tan difícil como complacerse a sí misma. Para estar satisfecha, Flavia Cocchi cree que tiene que controlar cada uno de los pasos del proceso de impresión, desde la selección del papel hasta el último punto de la encuadernación. “Y cuando algo no está exactamente como yo creo que debería estar, me dan ganas de llorar”, dice, “... y a veces lloro, aunque los clientes rara vez son tan exigentes como yo”.

Véronique Vienne

VV: Entonces, ¿siempre empieza un proyecto eligiendo el papel?

FC: Así es. Es lo que desencadena mi creatividad. Siempre trato de mezclar papeles en mis libros. Si uso papel estucado en una sección de fotos, lo elegiré sin estucar para los textos, para darle a esa parte un tacto más sensual y atractivo. O también imprimo el texto en un papel casi transparente, como el papel de biblia.

Uno de mis libros favoritos es un catálogo que hice en 2008 para el Mudac, el Museo de Diseño de Artes Aplicadas Contemporáneas de Lausana. Fue para una exposición de envolturas de papel decorativo, del que se usa para envolver cítricos importados de máxima calidad de Italia o España. Usé un papel rizado que crujía levemente ultra fino de cincuenta gramos, como es en realidad. Ya sabe, el tipo de papel que no puedes evitar alisar con la mano y conservarlo entre las páginas de un libro.

¿Sus clientes suizos son tan conscientes de la calidad como usted?

Claro, y por eso volví a Lausana después de haber trabajado en Francia un tiempo. Los estándares de calidad son mucho más elevados aquí. Se puede observar una pérdida de calidad a escala global, pero en Suiza está ocurriendo en menor grado. Si te preocupas lo bastante, aquí puedes obtener exactamente lo que quieres, mientras que en otros lugares ya no es posible. Y yo soy exigente: el toque final lo es todo para mí. Por eso no diseño interfaces digitales como las páginas web. Ahí no hay material, no hay interacción táctil. Me niego a implicarme en un proyecto si no puedo controlarlo todo, hasta el último detalle.

Ese amor por la precisión es muy suizo, ¿verdad?

En efecto, soy muy suiza: soy precisa, pero también minimalista. Creo que el espacio vacío es más atractivo a la vista que el espacio lleno de montones de cosas. El espacio blanco no está vacío. El blanco para mí es un color, sobre todo cuando es serigrafía. Trabajo a menudo con un impresor al que le encanta experimentar con técnicas de serigrafía, y me anima a que lo haga. Por ejemplo, podría serigrafar una rejilla blanca sobre un papel blanco o imprimir los dos lados de un papel semi-transparente.

¿Cuál es la parte más agradable del proceso para usted?

Cuando los proveedores de papel vienen a enseñarme sus últimas novedades. Estoy como en el cielo. Todos los ejemplos me emocionan con nuevas posibilidades. No puedo esperar a la oportunidad apropiada para usar éste o aquel papel. Y cuando esto ocurre, llamo enseguida al proveedor, solicito más información y pido una muestra para enseñársela al cliente.

¿Son los impresores tan serviciales como los proveedores de papel?

Hablar con los impresores es igual de importante. Ellos saben cómo obtener los mejores resultados, pero, en lo que a mí respecta, no son la mayor autoridad a la hora de elegir el papel. Una vez, para economizar en el papel – y ahorrar dinero – un impresor cortó algunas de las páginas de uno de mis libros a contrafibra, en la dirección contraria de la fibra del papel. Apenas podía mantener el libro abierto. Estaba retorcido: se veía muy raro. El papel no se podía enrollar en la dirección en la que se pasan las páginas.

¿Todos los libros bonitos son necesariamente caros?

¡Oh no! Yo consulto con los proveedores de papel y los impresores para tratar de mantener el coste de los libros bajo. Pero por muy complejos que puedan ser los libros y los catálogos, deberían tener siempre precios moderados. Tienen que ser asequibles. De lo contrario, nadie los compra. ¿Y para qué sirve un libro bonito colocado en una estantería?

¿De dónde viene su fascinación por el papel?

Mi padre, un arquitecto al que le encantaba dibujar, tuvo una gran influencia en mi vida. Todas las noches me dibujaba algo antes de meterme en la cama. Me contaba historias y, mientras hablaba, dibujaba imágenes de personas, monstruos, castillos y fabulosas arquitecturas. He conservado las piezas de papel con sus bocetos, garabatos y trazos. Con los años se han doblado, aplastado, roto y arrugado, pero siguen siendo preciosos.

¿Cómo ve el futuro del papel en la era digital?

Creo que los libros de arte bonitos están aquí para quedarse, pero estoy muy preocupada por el futuro de la imprenta. ¿Y los periódicos, folletos, diarios, fanzines, libros de cómics baratos y la literatura barata? Me encanta la cartulina fina, pero también me encanta el material impreso en papel que se vuelve amarillo con el tiempo. Como los dibujos arrugados de mi padre, estos ejemplos más humildes hablan en nombre de la Humanidad.

11

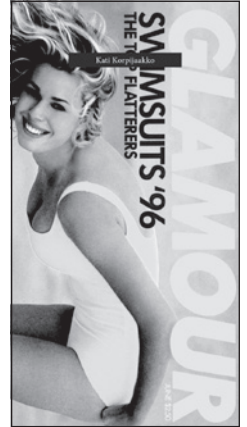


Kati Korpijaakko

«Un papel mejor, más grueso y con mayor brillo, fue la recompensa definitiva».

La diseñadora editorial finlandesa Kati Korpijaakko es muy admirada por los directores artísticos de revistas de todo el mundo por su gran sensibilidad en el diseño, en la tradición modernista escandinava. En Finlandia, trabajó para la revista VIKKO antes de marcharse a los Estados Unidos a principios de los setenta. Después de una década como directora artística de pequeñas revistas como Art News y New

Jersey Monthly, encontró trabajo en la célebre revista feminista mensual Ms. Magazine donde demostró su talento para la tipografía y atrajo la atención de buscadores de talento en Condé Nast Publications. De 1983 a 1988, estuvo en Mademoiselle; de 1988 a 1998, en Glamour y de 1998 a 2004 en Self, tres revistas de moda y estilo de vida con una tirada de más de un millón. Ahora divide su tiempo entre Finlandia y Estados Unidos, y se está forjando una carrera como artista contemporánea que utiliza técnicas mixtas que incluyen fibra, pasta de papel, cera y cerámica.



Kati Korpijaakko recuerda los días en que ser director artístico de una revista implicaba tocar papel durante todo el día. Por entonces, los diseñadores gráficos usaban su sentido del tacto a cada paso del proceso para evaluar la calidad de una impresión fotográfica, gestionar grandes volúmenes de composiciones tipográficas hacer rápidos bocetos, realizar diseños de páginas, recortar fotos, pegar encabezados y comprobar pruebas de impresión.

“Nuestras manos nunca estaban quietas”, recuerda. “Y el papel estaba por todas partes, en cada superficie, en cada escritorio y en cada cajón”.

Nacida en Finlandia – un país que es uno de los mayores productores de papel de Europa –, creció entre aserraderos. En el lugar de donde viene, la gente está familiarizada con todos los productos derivados de la madera y la industria de la pasta de papel. Conocen el papel igual que los franceses conocen el vino. Korpijaakko no es una excepción. Cuando estaba a cargo del diseño de Mademoiselle y Glamour en Nueva York, siguió pidiendo al departamento de producción que comprara el mejor papel de Finlandia. “El prestigio de una revista de moda está íntimamente ligado al brillo del papel en el que se imprime”, señala. “Cuanto más brillante mejor”. Cuando las cifras de ventas de las revistas mejoraron, también mejoró la calidad de su papel. Para Korpijaakko, un papel mejor, más grueso y con más brillo, fue la recompensa definitiva para el elevado rendimiento de sus revistas en los puestos de prensa.

Hoy día, vuelve a Finlandia durante los meses de verano, lejos del ostentoso escenario de las revistas de Nueva York, para trabajar como artista, con el papel todavía como su medio favorito, pero ahora la naturaleza es su principal fuente de inspiración. Allí, en su tranquilo estudio en una colina en una parte remota del país cerca de la frontera rusa, crea collages tridimensionales, mezclando texturas y técnicas. Diseña dispositivos de iluminación, jarrones y esculturas de pasta de papel. “Lo que hago hoy es más personal que lo que hacía como directora artística. Aunque, ahora que lo pienso, los diseños que hice entonces también eran muy personales”.

Véronique Vienne

VV: Ya estaba activa como directora artística de revistas “antes” de los ordenadores, pero también “después”. ¿Cómo negoció la transición a la era digital?

KK: Básicamente, “antes”, hacíamos collages de papel. En esta técnica nos animó el legendario director gráfico Alexander Liberman, un pintor y escultor ruso que supervisó el diseño de todas las revistas para Condé Nast Publications. A algunos directores artísticos no les gustaban los collages, pero a mí sí. Me costó tiempo cogerle el truquillo, pero al final llegó a dárseme bien. Recuerdo romper piezas de papel coloreado, cortarlas, extender capas y pegarlas entre sí para crear collages visuales. El resultado fue peculiar, un look único para Condé Nast, diferente de todas las demás revistas americanas del momento, además de su éxito comercial. Entre 1988 y 1998, cuando era directora artística de Glamour, su tirada era de tres millones – un millón más que Vogue –, una cifra impresionante, incluso para los estándares americanos.

Liberman se retiró a mediados de los noventa, más o menos cuando los ordenadores llegaron a los departamentos artísticos. Las cosas ya nunca fueron iguales después de esto. La creatividad extravagante desapareció. No más collages salvajes. Pronto llegaron los ajustes presupuestarios. Por entonces, yo era directora artística de la revista Self, otro título de Condé Nast.

¿Ha diseñado alguna vez revistas en una oficina “sin papel”?

Con la llegada de los ordenadores, el papel no desapareció por completo. Lo que había desaparecido era la alegría del trabajo continuo y la camaradería que existía en la era pre-digital. Durante los primeros veinticinco años de mi carrera como directora artística de revistas, cuando todavía estábamos diseñando revistas a mano, rara vez me sentaba. Todos trabajábamos en una sala de arte común, de pie, delante de escritorios muy inclinados, como mesas de arquitectos. Moviéndonos por doquier. Buscando cosas. Yendo de acá para allá. Contando historias. Puede parecer físicamente agotador, pero no es verdad. ¡Era divertido! Trabajábamos mucho, aunque, al mismo tiempo, nos sentíamos como niños mimados, siendo empleados de una de las empresas de revistas más prestigiosas de La Tierra.

¿La calidad de las revistas sufrió cuando se introdujeron los ordenadores?

¡Lo que más sufrió fue nuestra salud! El departamento artístico se convirtió en un lugar sedentario. Dejamos de movernos y de socializarnos. ¡Nos pusimos rollizos al estar sentados sobre nuestros traseros todo el día!

¿Qué otros cambios advirtió?

Lo que más cambió las revistas no fue la tecnología sin papel. Claro, algunos diseñadores y directores artísticos enloquecieron con softwares como Photoshop o Illustrator, pero en Condé Nast, la diferencia en el diseño no se percibió al principio. No, lo que cambió las revistas fue internet, las tablets para ser más específicos. Los nuevos hábitos al leer han sido el mayor factor que influyó en el rediseño de las revistas.

Yo soy un buen ejemplo: me encanta el papel y prefiero las versiones impresas de las revistas, pero leo revistas online. Y las revistas de moda solo las leo en la peluquería, cuando me corto el pelo. Siempre cojo revistas de papel cuando las veo, pero, por alguna razón, no las compro.

Mis hijos también leen revistas online, pero además leen fanzines de papel D.I.Y. y revistas que combinan el arte y el diseño. Estas publicaciones usan la fotografía y el diseño gráfico de forma creativa. Veo estas revistas experimentales para conseguir alguna inspiración.

¿Cómo ve el futuro del material impreso?

El papel está aquí para quedarse, solo que se percibirá de forma distinta. En lugar de ser una superficie donde imprimir texto e imágenes, se “reinventará” como medio creativo, como material excitante para artistas y diseñadores. Ya está ocurriendo. Algunas librerías de Nueva York, pero también de París, Barcelona u Oslo, están haciendo un negocio rápido vendiendo libros de artistas, revistas alternativas, pósters de ediciones limitadas, publicaciones alternativas y boletines.

Algunos de mis lugares favoritos en Manhattan son Printed Matter, una librería del centro, y el Drawing Center, un pequeño museo en Wooster Street en el distrito del Soho. Te vuelves loco solo de verlo todo. Como podrías esperar, hay un montón de libros de poesía impresos en algo que parece papel hecho a mano. Pero también puedes encontrar elegantes catálogos de museos, preciosos libros de fotografía y revistas literarias, todo publicado en un papel extraordinario, alguna cartulina reciclada sin estucar, pero también algún maravilloso e irresistible material que no se parece a nada que hayas visto antes.

Después están todas las galerías del centro que muestran la obra de artistas contemporáneos que deforman, rompen, doblan o modelan papel en extraordinarias esculturas. Para mí, que he estado rodeada de papel liso y brillante toda mi vida, este nuevo e inesperado desarrollo me inspira profundamente. Yo veo una vida eterna para el papel. Nada lo puede detener.

Entonces, ¿qué significa hoy día el papel para usted?

Uso papel en mi propio trabajo. Recibo clases para elaborar papel. El papel para mí ya no es una simple superficie, es un material de construcción estructural, como el mármol, la arcilla o el cristal. Hago formas con él. Lo pinto con capas de cera. Lo coloreo con grafito molido. Lo tengo en tapices colgantes que hacen ruidos con la brisa. Y, a veces, amontoño papel de prensa ¡y lo convierto en abono para las plantas de mi jardín en Finlandia!

12

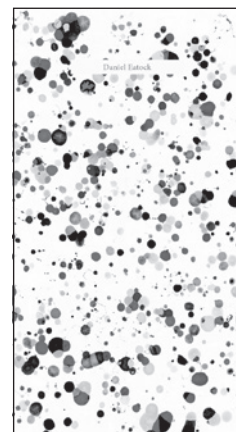


Daniel Eatock

“El papel tiene seis lados: uno frontal, uno trasero y cuatro esquinas”.

En la página web de Daniel Eatock hay más de veinte versiones diferentes de su biografía. Son inteligentes, ingeniosas, intrigantes, y cada una presenta una faceta diferente de su obra. Más que tratar de copiarlas todas para ofrecer a los lectores la historia completa, decidí reproducir aquí la más breve, escrita por Tim Milne para el British Website Container: Daniel Eatock es conocido por su exploración del ingenio y la ironía conceptual que hay en los

objetos y situaciones cotidianos. Concibe sistemas y oportunidades para colaboraciones, invitando a los colaboradores a darle forma al resultado y participar en la creación de su trabajo. Acepta las contradicciones y los dilemas, buscando ajustes, paradojas, circunstancias oportunas, círculos, imposibilidades y contrasentidos. Le gusta crear la sensación de caer hacia atrás. Daniel enseña en el Royal College of Art como diseñador gráfico, pero ahora es un artista consagrado que expone en todo el mundo y cuenta con fieles seguidores.



Daniel Eatock empezó a divertirse con el papel cuando tenía 10 años. Su padre, diseñador, le daba montones de papel y le dejaba jugar con sus rotuladores fluorescentes. Al pequeño le gustaba dibujar, pero le gustaba más aún ver cómo la tinta coloreada se empapaba a través de las capas del papel y dejaba manchas por todas partes. Se sentía especialmente fascinado por los dibujos que aparecían en la segunda, tercera e incluso cuarta hoja de papel. Cuanto más lejos estaban de las capas de arriba, más abstractos eran los dibujos. Cuanto más lento dibujaba, más interesantes eran los resultados.

Hoy día, Eatock es bien conocido por sus “impresiones de rotuladores”, preciosas composiciones de coloridos puntos o manchas hechos con rotuladores colocados en posición vertical con la punta mirando hacia arriba y colocando hojas de papel encima, de manera que descansen sobre el lecho de puntas de rotuladores. La fibra de papel absorbe los colores, preparándolos como por atracción capilar. También son famosos los “Hand Drawn Circles” de Eatock que crea durante sus ejercicios de meditación que desafían la idea real de la perfección. Algunos de sus círculos están mejor dibujados que otros, pero todos expresan su fascinación por los gestos conceptuales “excéntricos”.

En su web eatock.com documenta estos experimentos y muchos más, desde cómo usar su iPhone o hacer una foto de la palma de la mano, hasta alternativos diseños para la parte trasera de las postales o instrucciones sobre la mejor forma de rociar un bote de aerosol con su propio contenido. Eatock muestra una inagotable curiosidad por todos los aspectos del diseño, siempre ingeniándose para evitar expectativas convencionales con alguna alegre travesura visual.

Véronique Vienne

VV: ¿Qué lugar ocupa el papel en su práctica del diseño gráfico?

DE: Me enseñaron a ser diseñador gráfico, pero no me considero un diseñador gráfico. La razón es que la palabra “gráfico” me sugiere una imagen y las imágenes no me preocupan mucho. Me preocupan mucho más los conceptos.

Pero sus conceptos se convierten en formas, formas que, con frecuencia, están hechas de papel.

Para los diseñadores más gráficos, el papel es una superficie en la que se pueden imprimir palabras e imágenes. Pero, para mí, el papel nunca ha sido un medio para los gráficos. Aún siendo estudiante, consideraba el papel como un objeto con seis lados: uno frontal, uno trasero y cuatro esquinas.

Hoy, uso el papel como material y, cuanto más espesor tiene el papel, más obvia es su materialidad. Incluso amontoño hojas de papel para hacer pilas con ellas. Es el principio que uso cuando hago mis diseños con rotuladores. Observo la forma en que la tinta de los rotuladores penetra a través de las capas de las diversas hojas de papel. No creo que la capa más alta sea la original, todo lo contrario. Me fascina igualmente lo que ocurre cuando la tinta cala las siguientes cuatro o cinco capas.

¿Cómo describiría la “materialidad” del papel?

Lo que me gusta del papel es que sea un elemento tan humilde. Es una cualidad que he apreciado toda mi vida. El papel es universal, asequible y genérico. Me fascina su normalidad. Una pieza de papel blanco tiene un potencial infinito, puedes hacer muchas cosas con él: puedes escribir, dibujar, doblarlo, cortarlo, etc.

Aún más, el papel es flexible. Con el papel no siento esa frustración que me producen los ordenadores. La pantalla, la interfaz... están limitados, y no siempre entiendo cómo trabajar con ellos. Con las herramientas digitales enseguida encuentro mis propias limitaciones mientras que con el papel puedo experimentar como quiera.

¿Está diciendo que la humildad del papel, la falta de pretensión de sus cualidades, su muda presencia son las verdaderas cualidades por las que le resulta precioso?

Lo que estoy tratando de decir es que lo que hagas con el papel lo elevará a otro nivel. Puedes transformar el papel más vulgar en algo sublime resaltando alguna de sus dimensiones conceptuales.

Las cosas que hago son siempre objetos conceptuales. Suelo hacer muchos objetos conceptuales con papel. En ese sentido – y solo en ese sentido – el papel es una extensión de mi práctica.

¿Qué otros objetos conceptuales hace con papel?

Hago algo llamado “círculos de un minuto”. Dibujo círculos sin control, con mi rotulador moviéndose a la misma velocidad que los segundos en el reloj. También hago “círculos de una hora”. ¡Es mucho más contemplativo! En este caso, mi mano se tiene que mover sobre la superficie del papel a la misma velocidad que los minutos en el reloj.

Cuando hago talleres o exposiciones en museos o galerías, implico a los participantes para que dibujen círculos más grandes sin control. Al final, consigo encajar a 60 personas alrededor de una sola hoja de papel para dibujar “círculos de una hora” en un minuto, o “círculos de un minuto” en un segundo. En los dos casos, los círculos se dibujan a la vez en 60 secciones.

También crea bastantes proyectos con “tarjetas”: postales, tarjetas de felicitación, tarjetas de visita. ¿Qué representan esas tarjetas en su trabajo?

Me encantan los libros, pero los libros impresos son caros, mientras que puedes hacer una edición de 100 tarjetas por casi nada. En el pasado, imprimía estas tarjetas en las esquinas del papel sobrante de los proyectos de otras personas, restos de papel que normalmente serían desechados. Hablaba con el impresor y me dejaba poner mis tarjetas en los márgenes. Pero estos márgenes eran normalmente pequeños, ¡de ahí el formato de mis pequeñas ediciones!

¿La gente colecciona sus tarjetas igual que coleccionaría pósters?

No quiero animar a la gente a que coleccionen lo que hago. Me niego a hacer cosas que contribuyan al desastre. Aunque el papel es bastante flexible y asequible, deberíamos ser conscientes de cómo lo usamos. No deberíamos imprimir cosas que no sean necesarias.

¿Está diciendo que con las tarjetas se desperdicia más que con los pósters?

Para mí, lo que importa es la dimensión conceptual de un proyecto. Como regla, me gusta crear objetos que solo puedan existir en el formato en el que están. A este respecto, algunas de mis tarjetas son un tipo de dilema, porque cada vez más gente envía invitaciones por correo electrónico. Si una tarjeta de felicitación se puede reemplazar por un archivo digital, yo no quiero imprimirlas.

Por otra parte, todavía hago tarjetas porque tienen parte frontal y trasera (y cuatro esquinas) y la experiencia de mirarlas del derecho y del revés no se puede imitar digitalmente.

Entonces, no está coleccionando el trabajo de otras personas...

No soy coleccionista. Cuando la gente me manda tarjetas, no las conservo, no me gusta tener muchas cosas alrededor. Del mismo modo, no envío mis tarjetas a gente que las va a coleccionar. Como he dicho, más que las imágenes me gustan los conceptos. Una vez que captas un concepto, no tienes que aferrarte a ello. Esa es su belleza.

He advertido que también le gusta convertir libros en conceptos.

Sí, estoy interesado en aspectos de libros que otras personas suelen ignorar: el peso del papel, por ejemplo. Tengo una pequeña recopilación de libros pesados alineados en una fina estantería de tal forma que se doble la estantería, pero la parte alta de los libros está perfectamente alineada.

En otro experimento, fotocopí cada página del Concise Oxford English Dictionary para producir una pila de más de quinientas páginas. Las copias valían más que el original por el tiempo y el dinero invertidos en hacerlas. La altura de la pila de copias (alrededor de tres veces las del libro) hace la cantidad de información más tangible y más pesada, física y conceptualmente.

Una vez, con veinte volúmenes del Oxford Dictionary, creé un gran círculo de libros con las encuadernaciones ligeramente abiertas y las cubiertas tocando las cubiertas de los libros adyacentes. De forma que era un círculo perfecto, un círculo formado por cada palabra y cada definición de la lengua inglesa.

Hace unos años, diseñé un libro de fotografías donde el horizonte de las imágenes desaparecía en el desplegable, obligando a los lectores a partir la encuadernación para lograr una vista total, generando así un cambio morfológico en la forma del libro como un conjunto.

¿Qué me dice de la forma en que reutiliza las etiquetas adhesivas, las pegatinas que despega y vuelve a poner en superficies diferentes?

¡Ya sé a dónde quiere llegar! Está relacionando estos proyectos porque todos están hechos de papel, pero, de hecho, no tienen nada que ver entre sí, o al menos el papel no es lo que los conecta. Por ejemplo, trabajo con libros pero no es porque estén hechos de papel. No me interesan por eso. Lo que me interesa es su “realidad”.

Se me conoce por usar libros como moneda, por ejemplo. Me gusta intercambiarlos como alternativa al dinero. De este modo conseguí muchos de mis libros favoritos. Eso sí, nunca pido libros caros, pero pido un libro específico que me gustaría leer.

Me colman de peticiones de entrevistas. Normalmente paso más tiempo respondiendo que el que la gente pasa enviándome un correo electrónico. Por eso, al pedirles que me envíen un libro a cambio, me libro de quienes no están sinceramente motivados. Al mismo tiempo, es mucho más agradable tener libros dados que comprados. Y, cuando abro uno de estos libros, recuerdo lo que hice o realicé para adquirirlos. Esto le confiere al libro una historia de fondo.

¿Qué puedo darle a cambio de esta entrevista?

Me gustaría pedirle el libro conceptual más bonito que se ha hecho nunca, además usa el papel de una forma perfecta. Es *Every Building on the Sunset Strip* de Edward Ruscha (1966).
