

Mario SAN JUAN

(Ice Comunicación)

VIVIR MÁS DEPRISA

1. EL TIEMPO.

En términos absolutos diremos que vivimos el tiempo que nos toca vivir, para bien y para mal, y por encima del cúmulo de sensaciones vividas de rapidez o de lentitud, el reloj marca el ritmo. Y es entonces cuando uno se pregunta: ¿Es lógico pasear por la ciudad, con 38 grados a la sombra, pasado el ecuador del verano, y sentir las “caricias” de los escaparates de la moda bien pertrechados de oscura ropa de frío otoño? El diseño de la moda, el diseño de las ventas, nos están obligando a apurar rápido el último sorbo del calor. La tecnología del diseño —en este caso el marketing— está acelerando nuestra vida.

Esta es una reflexión, no pretende ser un juicio. No pretendo plantear un antes bueno y un después malo, ni hacer una valoración optimista o pesimista, pero en este mundo globalizado nada le es ajeno al campo del diseño.

Nunca ha habido tantos recursos humanos y tecnológicos al servicio del diseñador, ni tanta facilidad para acceder a ellos (Internet, por ejemplo). Un diseñador de ahora ha podido recibir, entre los 18 y los 20 años, un flujo de datos equivalente al que un diseñador recibía hace diez años, entre los 18 y los 35. La cuestión es: ¿el diseño va implícito exclusivamente en una codificación de información o está vinculado también a un proceso de madurez personal? Hace 20 años, poder visualizar un cambio de color aplicado a un diseño, o un cambio de trazo, o un cambio tipográfico, suponían horas de trabajo. Ahora todo dependerá de la velocidad de nuestros dedos al golpear el teclado y de la calidad del contrato de mantenimiento con el servicio técnico a 49 euros la hora, más la salida. De ahí que se haya perdido parte de la bohemia creativa nocturna, ya que los servicios técnicos —en caso de avería— no funcionan por la noche.

2. EL DISEÑO.

“Actividad creativa y artística que se dirige a la producción de un objeto que se caracteriza por su utilidad y su estética, y que puede ser fabricado en serie”

La actividad creativa —y dejo a un lado la artística— se ve sometida actualmente a una excesiva presión por parte de los mercados. La saturación de productos inútiles (o digamos más precisamente no necesarios) en el mercado de consumo es tal que continuamente deben salir marcas y submarcas que los impulsen, lo que nos lleva a una constante contaminación intelectual de nombres y logotipos, todos ellos asociados a publicidad y estilos de vida.

La tecnología aplicada a los procesos de diseño gráfico e industrial permite la afloración espectacular de productos. Podríamos tomar como ejemplo, entre cientos, el aparatoso desarrollo de imagen de marca de Ágata Ruiz de la Prada; diseño aplicado a decenas de productos (ropa, toallas, perfumes, complementos, bisutería, material escolar, electrodomésticos,...) y que salen a la vez al mercado. En el tiempo que antes el equipo de diseño de Montblanc definía una pluma, ahora deberá sacar al mercado carteras, relojes, objetos de escritorio, etc.

En resumen, muchos miles de euros a la venta y mucha presión a los diseñadores para que el mercado no se sienta defraudado sin rápidas actualizaciones.

Las nuevas técnicas de fabricación, los nuevos materiales, la calidad digital, nos llevan a una perfección casi fotográfica de la realidad. Paredes que nos parecen de piedra son de resinas, vigas de madera son en realidad poliéster y fotografías antiguas son creaciones recientes tratadas con Photoshop. A menudo, diseñadores gráficos, industriales y de interiores somos cómplices de la misma mentira; mentira que, por otra parte, y como la de los Reyes Magos, todos necesitamos creer.

3. GRANDES PASOS DEL DISEÑO.

Los años 70-80 viven la cima del idealismo. El diseño, poco industrializado, vive codo a codo con el arte. El norteamericano Andy Warhol desarrolla el pop art y

mecaniza sus obras mediante la serigrafía. El argentino América Sánchez desarrolla la técnica de los fotomontajes, y el español Diego Lara los collages. Podemos estar hablando de las últimas manifestaciones del “fuego lento” frente al “sopinstant”.

En los 80-90 se desarrollan técnicas como la fotocomposición y la fotomecánica, que dan paso al uso y manipulación de múltiples fuentes tipográficas y al tratamiento tecnológico de las imágenes. Diseñadores de mano firme destacan por sus íntegras trayectorias profesionales: Alberto Corazón (Premio Nacional de Diseño y autor, entre múltiples trabajos, del logotipo y Manual de Identidad de la Comunidad de La Rioja), o Javier Mariscal (convertido, tras el éxito de su Cobi '92 y su YWIPSY de la Expo Universal de Hannover'00, en un emblema nacional de la modernidad). Ambos aportaron a sus diseños un gran componente de intelectualidad dejando la aportación tecnológica en un segundo plano.

Y comenzó el 2000, que si bien no fue el del fin del mundo sí fue el del comienzo de preocupación de algunos sectores profesionales del diseño, como el de la enseñanza cualificada. Los grandes profesionales del diseño —salvo honrosísimas excepciones— prefieren continuar su trayectoria realizadora, quedando en muchas ocasiones, los cursos en manos de técnicos informáticos que enseñan a manejar herramientas pero sin componentes creativos, humanistas o lingüísticos (¡tan importantes en el mundo de la comunicación!).

Ahora, mientras Kasparov compite al ajedrez con IBM me pregunto si estos ordenadores serán capaces de dar jaque a los diseñadores. Y creo que sí, y a corto plazo. Diseñarán, al menos, a satisfacción de una mayoría de consumidores poco exigentes, del consumo por impulso, de usar y tirar.

Y finalmente, antes de cerrar este texto con tres citas de tres grandes diseñadores gráficos actuales, grandes manejadores de las nuevas tecnologías, alguno de los cuales ha desarrollado trabajos para Sony y Kodak (entre otras muchas grandes firmas) y con influencias de artistas de renombre como Joseph Cornell o Joel Peter Witkin, me pregunto: ¿Cuántas vidas tendríamos que vivir para poder ver —no digo ya asimilar— la cantidad de información gráfica y audiovisual que se genera y se emite actualmente? ¿Cuánto nos perdemos cada día? ¿Tenemos que vivir más deprisa?

“Cuando pintas un cuadro, si le aplicas más capas y le dedicas más tiempo embelleces la obra. Con ordenador, sin embargo, cuanto más trabajas una imagen con los filtros o con los pinceles de Photoshop más se convierte en un pedazo de plástico, a medida que pierde humanidad”

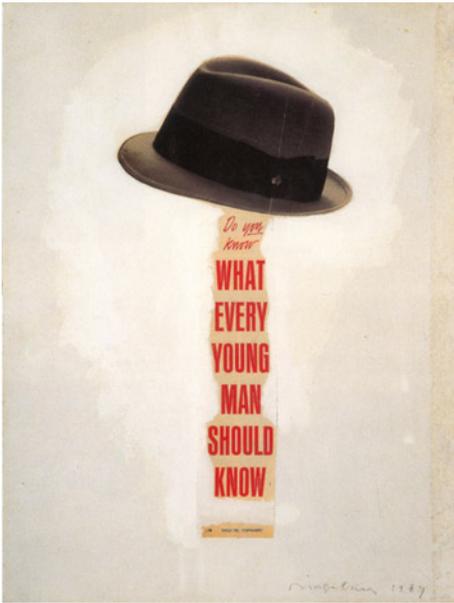
Dave Mc Kean

“Trabajo muy rápido porque tengo las ideas muy claras. Si le das más vueltas es posible que las echas a perder”

Rian Hugues

“La actual falta de identidad en Alemania y su falta de rumbo para el próximo milenio es una constante fuente de inspiración. Las fronteras están abiertas y el sector no tiene dueño”

David Linderman



[Ampliar](#)

(1) Collage de Diego Lara



[Ampliar](#)

(2) Imágenes previas tomadas por David Mc Lean en diapositiva 6x8 (un amigo, una alfombra, sedas y libros) y escaneadas en escáner cilíndrico (profesional)



[Ampliar](#)

(3) “La cubierta de Dust Cover y la imagen del fondo se basaban en el cuadro de Arcimboldo El bibliotecario. Se trataba de una historia literaria, en cuyo argumento se mencionaban la biblioteca de Sandman de libros sin escribir, por lo que parecía una referencia apropiada”. *Ilustración, proyectos de Ilustración reales, desde el planteamiento hasta el resultado. Index Books S.L.*