

# Manuel Estrada: "Aún es inédito entender que el valor del diseño es sobre todo económico"

CECILIA MOYA

11/11/2017 - 6:00

0 Comentarios

Share

Wow!

0

*Ganador del 'Premio Nacional de Diseño 2017'*

Más noticias sobre: [ARQUITECTURA](#) [PIB](#)



Manuel Estrada, ganador del 'Premio Nacional de Diseño 2017'

Manuel Estrada es el reciente ganador del galardón más prestigioso del panorama nacional en su sector, el Premio Nacional de Diseño 2017. El madrileño, a través de sus 30 años de carrera profesional, ha conseguido reconocimientos internacionales como Good Design Award 2014, Laus, AEPD y un Diploma del Art Directors Club of Europe. Conocido por reinventar marcas tan memorables como Carmencita, Estrada extiende su arte y deja huella en cada rama que su ingenio toca. El creador defiende el diseño como un valor industrial y económico de gran potencia, pero subestimado.

Mientras estudiaba arquitectura, fundó junto a otras cinco personas el colectivo gráfico Sidecar y abandonó sus estudios. ¿Por qué toma esta elección?

En realidad, fue la elección la que me tomó a mí. Siempre he simultaneado los estudios con el trabajo, y estuve trabajando con un arquitecto mucho tiempo mientras estudiaba y hacía carteles para películas, dibujos para prensa... Y a través de estos encargos, empecé a ver la dimensión de algo que me interesaba mucho que era la comunicación, la comunicación entre las personas.

Ha realizado proyectos para identidad corporativa, editoriales, colecciones de libros y museo, y un largo etcétera. ¿Cómo consigue posicionar tan alto sus trabajos y expandirlos a tantas áreas?

Trato de hacer el trabajo bien, y seguramente eso tiene alguna relación con el resultado. Intento que mi trabajo sirva para resolver el problema de quien me lo ha encargado, y cuando son empresas, está lógicamente relacionado con su propio beneficio, pero al mismo tiempo trato de que sea compatible con valores culturales, valores no ajenos a lo que la empresa dice, busca y vende, pero que también sirva para poder acercar lo que hace a públicos amplios y los contextualice en una situación cultural.

¿Qué labor tiene el diseño?

El problema de nuestra economía es que valoramos que los temas de diseño son temas cosméticos, de accesorios, secundarios, de apariencia... Creo que el diseño es útil para la economía, no solo para acrecentar la belleza del paisaje. Puede ayudar a mejorar nuestra economía, a hacerla más competitiva, a bajar las tasas de desempleo, buscando vías de desarrollo económico un poco alternativas y complementarias a las que ya existen.

¿Cómo se valora el trabajo del diseñador en España?

Creo que en España está valorado el trabajo de diseñador por su dimensión artística, estética o cultural. Pero todavía es un inédito comprender que el valor del diseño es sobre todo un valor industrial, un valor económico. Aún nos falta, y creo que es porque aquí hemos hecho los deberes históricamente tarde, llegamos tarde a la revolución industrial. Los países que han entendido que el diseño es un factor económico e incluso lo cuantifican en relación al PIB, tienen mucho mejores resultados. Aquí hay un éxito que tiene que ver con una mentalidad empresarial de nuevo tipo, tiene que ver con la cultura de una empresa.

¿Estamos en un buen momento para el diseño?

Sí, aunque yo señale las carencias y lo que nos falta, en España se ha dado un paso enorme. Se han creado muchas escuelas de grado superiores en todas partes, y se está profundizando en un fenómeno de comprensión global. El momento es muy bueno; nosotros, los españoles, tenemos una creatividad alta. Pero el diseño tiene que verse a través de la industria, y para eso hace falta que concurra la otra parte, porque si no, no funciona.

¿Qué es para usted un logo?

Es de los trabajos más difíciles que hacemos y que lleva más tiempo. Es una condensación de la complejidad de algo tan difícil como una empresa; hay que comprender esa complejidad y convertirlo en algo simple que lo comunique muy rápido. Un logo debe expresar la mayor cantidad posible del pensamiento de la realidad que muestra en un espacio muy reducido, y tiene que ser memorable. Nosotros antes de empezar, realizamos muchas búsquedas, y sobre todo empezamos con un documento estratégico que consensuamos con la empresa o la entidad que nos lo encarga. Hacemos reuniones, estudiamos, analizamos... Y cuando estamos de acuerdo y hemos dibujado la diana donde queremos dar con la empresa, empezamos a dibujar.

¿A través de sus diseños, qué nos cuenta? ¿Es una forma de expresión?

Siempre trato de ser capaz de sintetizar el problema que me han puesto encima de la mesa. No busco mi propia expresividad, de hecho, evito al máximo que mi trabajo tenga ningún estilo. En el mundo del diseño, sobre todo del diseño gráfico, es más fácil hacerte un hueco si tu trabajo tiene una marca y es fácil de identificar, pero a mí eso no me interesa. Me gusta que la gente nos conozca y me llamen, por supuesto, pero prefiero que me llamen como lo han hecho hasta ahora; ven un proyecto, se interesan y preguntan. Casi me gusta más la satisfacción secreta de un trabajo que no tiene una seña leible de personalidad, pero que tiene en sí una marca, un método deductivo.

¿Qué se siente al recibir el 'Premio Nacional de Diseño 2017'?

Es el máximo reconocimiento de tu país. Me satisface y me alegra mucho porque yo soy un diseñador de Madrid, un diseñador español, pero siempre tengo muchos proyectos fuera, y por supuesto es una satisfacción que tu país te reconozca; a mí y a mi equipo, porque el trabajo es de todos.