

# «El abuso del móvil empeora la comunicación gráfica de hoy y empobrece nuestro lenguaje»

**Manuel Estrada** Diseñador

Premio Nacional, autor de la imagen de la nueva Galería de las Colecciones Reales y de la que preside el actual curso de la UIMP, protagoniza la semana académica y cultural de La Magdalena

GUILLERMO BALBONA

SANTANDER. «Dibujo con palabras y pienso con imágenes». La máxima, que podría estar en cualquier ágora de creatividad e imaginación, es de Manuel Estrada (Madrid, 1953). La imagen gráfica, el logo y esa comunicación identificable de muchas entidades e instituciones culturales de este país se deben a su creación. Premio Nacional de Diseño 2017 y fundador del estudio de diseño y branding Estrada Design, entre sus últimos trabajos se halla la imagen gráfica del nuevo museo de Madrid, la Galería de las Colecciones Reales, y de la que preside la Universidad Internacional Menéndez Pelayo en este curso 2023 del 90 aniversario. El Paisaje de la Luz, portadas de bolsillo de Alianza Editorial son otras de sus ingentes creaciones. Esta semana impartirá en La Magdalena un taller que abordará el oficio y compartirá con el público sus reflexiones en el ciclo 'En contexto'. Su mirada este verano ayuda a dibujar la UIMP «como una universidad que cambia pero que es siempre identificable. Entre sus inquietudes, una advertencia: «El analfabetismo que hoy nos acecha» por culpa de una sociedad muy capaz con las herramientas visuales pero que mantiene el riesgo de dejar en desuso la lectura y la escritura.

— **Ante un taller como el que va a impartir, la pregunta es obligada: ¿En qué consiste el concepto de síntesis en el diseño?**

— Trata sobre el oficio de diseñar. Y en un mundo ruidoso como el nuestro, el oficio del diseñador empieza comprendiendo primero y dibujando después. Hay que describir realidades, casi siempre complejas, y mostrarlas de forma fácil, rápida y atractiva. Para que una mayoría de personas, que están saturadas de mensajes no deseados, lo tengan más fácil. Por eso este oficio es hoy más complicado y probablemente, también sea hoy más necesario.

— **En un mundo saturado y sobredimensionado de iconos, logos, señales, identidades gráficas, ¿la**

**búsqueda de lo esencial es el ideal?**

— Desde luego la búsqueda de lo esencial es obligada para un buen diseño. Para mí, diseñar una portada comienza con la lectura del libro. Y esto no significa que esa lectura garantice el resultado, pero evita contribuir al ruido y decir demasiadas tonterías sobre el libro del que te han pedido la cubierta. Conseguir llegar a la esencia de lo que hay que contar sobre una empresa para hacer su Logo es aún más complicado, porque el texto que enuncia las soluciones, no suele estar escrito. Y la búsqueda es más compleja y más larga.

— **¿El minimalismo bien entendido es el factor más pragmático y necesario?**

— Cuando algunos cocineros empezaron hace unas décadas a hacer una nueva cocina, con platos muy pequeños, muy elaborados y con nombres a veces sorprendentes, tardaron en hacerse entender. Pero el paladar ayuda a comprender. En el diseño todo parece muy evidente. Pero distinguir lo bonito o lo acertado no es tan fácil. Y desde luego, lo mínimo no siempre es lo mejor. En el diseño casi nunca valen las recetas ni los atajos.

— **Tras una trayectoria tan profusa, premiada y reconocible, ¿puede decirse que hay un 'diseño Estrada'?**

— Me gusta pensar que los proyectos de mi estudio, se distinguen más que por su estilo, porque resuelven los problemas para los que se crearon.

— **¿La sociedad española es ahora más permeable y se empapa con más facilidad de lo que representa un diseño público?**

— Sí, creo que en la sociedad española hay más conciencia de que el diseño existe y de que es importante. También hay más equipos de diseño y más profesionales con buen nivel. Pero no siempre quien encarga o promueve un diseño sabe como buscarlo. Nadie encarga un concurso entre bufetes de abogados para enfrentar un tema legal o entre empresas para cambiar una instalación de fontanería. Con el diseño, también con la arquitectura, la palabra mágica es Concurso... Aunque hay excepciones, suele ser una forma socialmente cara de hacer trabajar a mucha gente y no siempre para llegar a los mejores resultados.

— **En la fotografía la democratización ha conllevado una banalización de la imagen. ¿Ha sucedido lo mismo en el diseño?**

— El uso generalizado de la fotografía ha tenido un efecto en principio positivo. Como la democratización que supuso la utilización de las he-



Manuel Estrada imparte esta semana un taller y participará en el ciclo En contexto de la UIMP. BEGOÑA RIVAS

rramientas digitales. Pero ha tenido también algunos efectos negativos. Se ha perdido mucha calidad. Todo el mundo hace fotos o vídeos con el móvil, los profesionales tienen menos trabajo y la calidad de la imagen en los medios ha empeorado mucho. Algo parecido a lo que ha ocurrido con los ordenadores personales y el diseño.

— **¿Las redes sociales han pervertido de alguna manera la mirada creativa de lo cotidiano?**

— No soy muy amigo de las redes

sociales. Creo, además que el uso tan generalizado del móvil, para casi todas nuestras comunicaciones personales, a veces también las profesionales, incluso como medio para recibir información general, está empeorando el nivel de

nuestra comunicación gráfica. No generamos recursos visuales propios, abusamos de unos emoticones bastante mediocres que empobrecen nuestro lenguaje. Y lo que es grave, leemos menos y escribimos peor.

—¿El logo de hoy, solapado, devorado, es el selfi del presente en el mundo del diseño?

—El Logo forma parte de la cultura visual del siglo XX y continúa escribiendo la del veintiuno. Desde los Juegos Olímpicos de Múnich en 1972, un sistema de iconos diseñados por Otl Aicher, describen y representan de forma eficaz y memorable todas las categorías olímpicas. Los logos completan nuestra cultura tipográfica, con una lectura icónica más instintiva y rápida, a la manera de las escrituras ideográficas orientales. Muchos logos forman parte de nuestra lectura y nuestra escritura cotidiana. Los buenos, los que se abren paso entre la hojarasca, representan de forma inmejorable a muchas empresas, instituciones, países o clubs deportivos.

—Lo va a plantear seguro en su taller: ¿En qué consiste un buen diseño?; y, sobre todo, ¿cómo distinguirlo?

—Un buen diseño debe, en primer lugar, cumplir con su función. Ese es el trabajo de los diseñadores, resolver los problemas que contienen los encargos que nos hacen. En eso nos diferenciamos de los artistas que dibujan la diana allí donde la flecha cae. Distinguir un buen diseño requiere una cierta experiencia visual. Porque un buen diseño no tiene que ser especialmente vistoso ni hacerse ver a la primera. Normalmente, un buen diseño necesita tiempo. Tiempo para realizarse, tiempo para hacerse visible y tiempo para demostrar su utilidad. Cuando a Milton Glaser le preguntaban por qué su logo 'I Love New York' había tenido tanto éxito contestaba: «Tal vez porque la gente necesitaba un tiempo para descifrarlo».

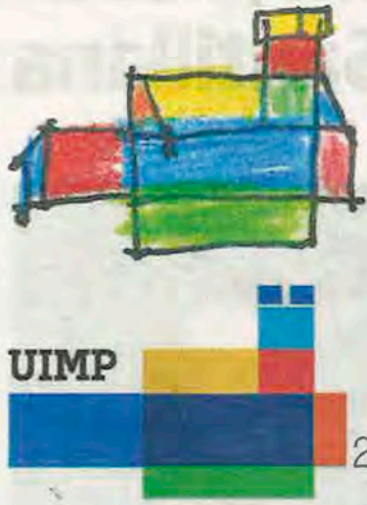
—Síntesis para la síntesis. ¿Cómo define la imagen gráfica que concibió para la UIMP en este curso?

—Me gusta llamarlo 'Identificador', más que Logo. Es un elemento que ayuda a dibujar la UIMP como una universidad que cambia pero que es siempre identificable. Con una vocación de Modernidad clásica. Llena de color y con una gráfica que ayuda a quitarle gravedad al Palacio de la Magdalena. Tratándolo más como un espacio de las ciencias, las artes y las humanidades, que como un Palacio.

—El suyo es un nombre de referencia en la UIMP. ¿Qué imagen tiene de la Universidad Internacional y de su evolución?

—Creo que la UIMP es la primera Universidad de Verano de España. Lo es en el tiempo y creo que en su importancia. Durante los primeros años de la democracia, fue un lugar excepcional para visualizar una España nueva, para abrir caminos y para integrar ideas. Espero que la UIMP sepa encontrar ahora una vía igual de intensa en este tiempo tal vez más complicado.

LA UIMP Y LA GALERÍA DE LAS COLECCIONES REALES, ENTRE LAS ÚLTIMAS CREACIONES GRÁFICAS



▲ Su 'identificador' es un elemento que ayuda a dibujar la UIMP como una universidad que cambia pero que es siempre identificable.



▼ Premio Nacional, su estudio realizó la imagen del Teatro fundado por José Luis Gómez.



▶ Logo de la iniciativa de Metro de Madrid para crear una red de pequeñas bibliotecas subterráneas.



▲ Este retrato tipográfico fue realizado para conmemorar los 14 años del Premio Cervantes.

—¿Es más fácil crear un diseño (logo...) para una entidad nueva que para una institución con historia?

—Es más difícil crear un Logo para una institución con historia que para una que nace. Aunque pueda parecer menos creativo, requiere mucho más oficio.

—¿Sigue existiendo un déficit de educación de la mirada?

—Moholy Nagy, profesor de la Bauhaus y fotógrafo él mismo, decía en el principio de los años veinte que los nuevos analfabetos serían aquellos que no pudieran descifrar y manejar los códigos del lenguaje fotográfico y visual. Tal vez hoy, y después de darle la razón a Moholy Nagy, habría que añadir un estrambote final: El analfabetismo que hoy nos acecha, es el de una ciudadanía capaz con las herramientas visuales, con la fotografía y los vídeos pero en riesgo de dejar en desuso la lectura y la escritura, que han convertido a los seres humanos en lo que hoy somos.

—¿Cree posible hacer un logo que representara a la España de hoy?

—Sería posible, incluso sería deseable ese diseño. Lo difícil no sería tanto diseñarlo, como conseguir que una parte de España no lo enar-

UN PRESENTE PREOCUPANTE

**«No generamos recursos visuales propios, abusamos de unos emoticones bastante mediocres y leemos menos y escribimos peor»**

IDENTIDAD

**«Explorar las imágenes como si fueran textos y tratar los textos como si fueran imágenes»**

VÍNCULO CON EL MUNDO

**«Nuestra mirada, impulsada por las ganas de ver, siempre está buscando nuevos estímulos»**

bolara contra la otra.

—Igual me desmiente. Hay portadas mejores que los libros que llevan dentro.

—A mi pesar, tengo que desmentirle. Si una portada es muy atractiva, sirve para atraer miradas y para provocar las compras de un libro que sin embargo no representa bien... No se puede decir que sea una buena portada.

—¿Daniel Gil sigue siendo un referente inspirador?

—Daniel Gil, además de un amigo, que sigue en mi memoria, es además un referente para mí y para todos los diseñadores españoles. La Alianza editorial que dirigía Javier Pradera con unos magníficos títulos, eran unas ventanas de conocimiento en el mundo gris del franquismo. Y las portadas de Daniel, las convirtió en inolvidables.

—¿Hay alguna creación suya que considere la más representativa de las señas de identidad de su labor?

—No sé si pueden representarme, pero me gustan las portadas de la Iliada y la Odisea de Alianza, tal vez porque son dos libros que he leído varias veces y me siguen emocionando. Se podrían acompañar con el Logo del Museo de la Evolu-

ción Humana.

—¿Pragmatismo y belleza están reñidos, siempre colisionan?

—Creo que la razón y la belleza pueden vivir solas. Pero juntas y sumadas, se multiplican.

—«Dibujo con palabras y pienso con imágenes». ¿La perfección, entonces, existe?

—Esa frase a la que se refiere está relacionada con esta otra que también repito: «Cuanto más tiempo llevo trabajando con las imágenes mas me interesan las palabras». Soy diseñador, hago imágenes, las diseño, las aplico. Me gustan, las comprendo... Las imágenes son sugerencia, belleza, instinto... Pero también son ambigüedad. Las palabras son precisión, claridad... Las realidades más complejas o las más importantes hay que escribirlas con palabras. Y que así sean leídas. Como diseñador me interesa y me emociona explorar en el cruce de los mensajes textuales y los icónicos. Mensajes que son leídos por los mismos ojos, pero que se descifran en lugares distintos de nuestro cerebro y con velocidades y alcances diferentes... Por eso hablo de explorar las imágenes como si fueran textos y de tratar los textos como si fueran imágenes.

«Nuestro mundo necesita repensarse continuamente»

G. BALBONA

—¿Mientras haya ideas, es posible renovar la mirada?

—Creo que nuestro mundo necesita repensarse continuamente. Y efectivamente, nuestra mirada, impulsada por nuestra curiosidad y las ganas de ver, siempre está buscando nuevos estímulos... Y los encuentra. El diseño es parte de esa búsqueda, explorando lenguajes, mezclándolos... Reivindicando la imagen fija en medio de los vídeos... la fotografía analó-

gica en la era digital... Haciendo diseños en pantalla solo con tipografía... Reivindicando la vigencia del papel y explorando sus límites actuales... Diseñando plataformas digitales bocetando las pantallas como si fuesen carteles...

—Lo último de lo último suyo. ¿Cómo se enfrentó a la imagen de un nuevo museo, que es viejo, como el de las Colecciones Reales?

—Es un estupendo Museo. Con la singularidad del edificio de Tu-

ñón y Mansilla, sin buscar la notoriedad y el protagonismo estético en el exterior, nos abre y nos sorprende con unos espectaculares espacios interiores. Nuestro estudio empezó a trabajar hace unos años en la parte gráfica de toda la museografía, definiendo tipografías y lenguajes sobre los muros, en las vitrinas... Es un proyecto del que nos sentimos orgullosos. Realizado con unos niveles de calidad muy altos y con unos contenidos que no se habían visto nunca hasta ahora. En este úl-

timo tiempo nos encargaron buscar un Logo. Teníamos que encontrar una identidad que combinase la pertenencia a Patrimonio Nacional, una institución muy tradicional y que es propietaria del espacio y las colecciones. Utilizando una Corona real más actual, menos conservadora y sin perder sus rasgos característicos. En definitiva, dotar a la Galería de un tono acorde con la España del siglo XXI. Un Logo en blanco y negro, formado por la letra G, inicial de la galería, en letra minúscula. Abierta por su parte superior y completada por una corona dibujada con un trazo geométrico y poco convencional.