

ENTREVISTA

MANUEL ESTRADA • PREMIO NACIONAL DE DISEÑO 2017

Con más de 30 años de trayectoria, dirige Estrada Design, un estudio que trabaja desde la identidad visual de grandes espacios a la imagen corporativa de empresas, pasando por portadas de libros. En Burgos es responsable de la imagen corporativa del MEH y de Cajaviva Caja Rural, así como del cartel del Festival de Música Antigua celebrado días atrás en Las Huelgas.

«UN BUEN LOGO ES AQUEL QUE UNO PUEDE REPRODUCIR CON UN BOLÍGRAFO»

R.M. / BURGOS

Los ideas se repiten a lo largo de la conversación del Premio Nacional de Diseño 2017. Por un lado, la concepción de este trabajo creativo como la solución, tras un proceso de reflexión, a los problemas que plantea un cliente. Por otro, el convencimiento de que invertir en diseño es útil desde el punto de vista económico a las empresas.

¿Qué tienen en común proyectos como la arquigrafía del MEH, la imagen corporativa de Cajaviva Caja Rural o el cartel de un concierto de música antigua en el Monasterio de Las Huelgas?

Existen diferencias porque, por ejemplo en casos como el MEH tienes que pensar en que lo que hagas funcione en un elemento de señalización grande, en una web o en una tarjeta de visita y es un proceso más largo. Pero en el fondo, siempre trabajamos desde una reflexión previa y siempre se trata de problemas de identidad, de resolver cómo comunicar algo complejo dándole forma en función de características variables.

¿Qué hay más a la hora de hacer un diseño, intuición, investigación, inspiración artística...?

No hay fórmulas, atajos ni recetas, lo más importante es el trabajo. Comprender un problema significa reflexionar mucho -porque sin comprensión del problema del cliente el diseño solo puede ser superficial- y trabajar en él, lo que quiere decir decenas de bocetos, cuando no centenares. Y luego hay que entregarle el proyecto terminado, no vale presentarle 27 bocetos, porque le estás trasladando el problema y elegir es casi tan complicado como diseñar.

¿Y qué parte de un logo tiene que ser estética y qué parte funcionalidad?

La función debe estar por encima de la forma. Si pueden estar juntas y apoyarse, mejor, pero si algo no cumple su función da igual que sea bonito, porque si una imagen no ayuda a abrirse camino explicando bien lo que hace una empresa, no sirve. Al final, esto se mide con el resultado que logra de la gente que te está haciendo un encargo, que es quien arriesga su patrimonio.

Es un firme defensor del rendimiento económico que un buen diseño proporciona a una empresa. ¿Es algo que ya tienen asumido los empresarios?

En España hemos tenido la idea de que el diseño es una actividad creativa que alguien realiza cuando no es capaz de vivir de la



FOTO:DB

pintura, pero, como dicen los italianos, el diseño es el arte de la sociedad industrial. Aquí lo hemos usado de una manera epidérmica, superficial y eso es usarlo mal, porque el mejor diseño es el que tiene un enfoque estratégico y no se queda en algo estético.

Lo más adecuado es que lo relacionado con este ámbito se de-

cida desde los niveles de mayor responsabilidad de la compañía, por quienes tienen una visión más completa de la misma. Por ejemplo, en Apple, no decidían los diseñadores, sino Steve Jobs, y todo era más coherente. Cuando eso se hace así, el diseño se convierte en una herramienta de venta, de identidad y de cohesión. Esto es

algo que estamos empezando a entender en España.

Regátele un consejo a quienes no pueden pagarse un diseñador de prestigio... ¿qué tienen que tener un logo, una imagen corporativa o la portada de un libro para funcionar?

Dice un cliente mío que es ingeniero industrial que un logo

bueno es aquel que cualquiera puede reproducir con su boli, aunque lo haga mal. Es decir, que no sea tan complicado como para que tengamos dificultades para sintetizarlo y recordarlo. Y luego, es imprescindible que represente de manera cabal de lo que habla, no puede servir igual para un restaurante que para un banco.

¿Cada cuanto hay que renovarlo?

Los teóricos dicen que conviene revisarlo cada 7 años, pero hay casos como el de IBM que se diseñó a finales de los 50. Sí creo que hay lenguajes que son más permanentes porque están realizados con esa vocación y otros, especialmente los destinados a productos de consumo, que necesitan revisarse para ir adaptándose a la evo-

«La función debe estar por encima de la forma, pero si pueden estar juntas, mejor»

«Un diseño requiere reflexión y decenas, cuando no centenares, de bocetos»

lución del gusto de la gente.

¿La tecnología es una ayuda o un elemento que mediatiza?

Sin ordenadores no podemos vivir, pero como dice Milton Glaser, creador del logo de *I Love NY*, los ordenadores son útiles, pero son al diseño lo que el microondas a la cocina. Puede ser algo exagerado, pero sí es cierto que las soluciones no están en ellos, solo aceleran los procesos finales de su elaboración. Lo que sucede es que producen la falsa sensación de que todo puede estar hecho para mañana, olvidándonos a veces de que lo más complicado es pensar. Los ordenadores nos pueden ayudar, pero también hacer cometer errores más rápido.

¿Hay malos diseño que salen adelante porque el cliente -sea público o privado- no se atrevió a decir que aquello no era lo que buscaba por miedo a quedar como ignorante?

Claro, por ejemplo, en las dos candidaturas olímpicas de Madrid se optó porque los ciudadanos votasen entre 16 proyectos presentados abiertamente, porque se pensó que era más democrático y puede ser así, pero no garantiza el mejor resultado. Pensamos que el diseño se mide en términos de 'me gusta o no me gusta', cuando detrás hay muchas consideraciones técnicas.

OTRAS CLAVES

La imagen del MEH y de Cajaviva



En Burgos, Manuel Estrada es autor de las imágenes del MEH y de Cajaviva Caja Rural. En cuanto a la seña de identidad del Museo- cuatro 'piezas' que se van irguiendo para representar la evolución de la especie humana- asegura que es uno de sus

trabajos favoritos «porque nos hizo 'discutir' un poco con quienes se encontraban diseñando el Museo, que lo consideraban 'un poco obvio' y ahora blogs de diseño internacionales hablan de él». Por lo que se refiere a la entidad financiera, el encargo coincidió con la crisis de las entidades de ahorro. De ahí que se optase por mantener el nombre de Caja y añadirle el calificativo 'viva' para ejemplificar que no todas estaban sentenciadas, simplificando en lo visual la espiga de las cajas rurales.