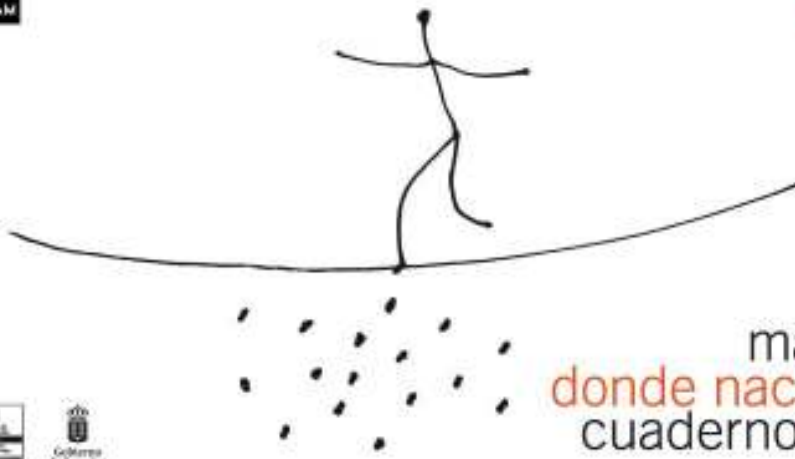




inauguración el 11 de junio a las 20,30 horas
Hasta el 15 de agosto de 2010



manuel estrada
donde nacen las ideas
cuadernos del equilibrista

DOSSIER DE PRENSA

La exposición, titulada *Donde nacen las ideas. Cuadernos del equilibrista*, es un recorrido inédito a través del proceso creativo del diseñador

Manuel Estrada expone en el Centro Atlántico de Arte Moderno de Las Palmas

Desde el 11 de junio al 15 de agosto, el Centro Atlántico de Arte Moderno (CAAM) de Las Palmas de Gran Canaria acoge la exposición *Donde nacen las ideas. Cuadernos del equilibrista*, comisariada por Sonia Díaz y Gabriel Martínez. La inauguración tendrá lugar el 11 de junio a las 20:30 horas.

Donde Nacen las Ideas. Cuadernos del Equilibrista propone un recorrido inédito a través del proceso creativo del diseñador gráfico Manuel Estrada. La exposición, producida por Centro Atlántico de Arte Moderno (CAAM), se articula en torno a 52 diarios visuales y cuadernos de trabajo que muestran la faceta más personal y menos conocida del diseñador. Un espacio donde el espectador advierte el diálogo visual que se establece entre diseños finales y trabajos en proceso. Al tiempo que participa de la curiosidad y el placer de descubrir propio del creador. Manuel Estrada es un equilibrista cuyas piruetas gráficas contribuyen al imaginario colectivo.

El espacio expositivo está distribuido en siete salas temáticas: *Ideas y Caos* propone una reflexión sobre los materiales del diseño y el proceso de ideación. *Puertas y Ventanas* presenta el diseño de portadas y carteles como áreas de acceso a múltiples historias. *Cuadernos del Equilibrista* reproduce los diarios visuales del diseñador en 550 cuadernos facsímiles. *Destilar Ideas* analiza el proceso de búsqueda y de simplificación del trabajo. *Pienso Logo Existo* reflexiona sobre el diseño de logotipos. *Palabras del Equilibrista* recoge en un audiovisual opiniones y reflexiones del autor. Y *Mundos* propone cuatro perspectivas de pensamiento y acción.

Con motivo de la exposición se han editado siete facsímiles titulados *Los Cuadernos del Equilibrista* con una selección de sus diarios de trabajo. Así como un catálogo con textos de los comisarios y del diseñador, entre otros autores.

Más información en www.caam.net

Sobre Manuel Estrada

Manuel Estrada nació en 1953. Comenzó los estudios de arquitectura mientras trabajaba en el estudio del arquitecto Román Marlasca. En el principio de los años ochenta crea, junto a otras cinco personas, el colectivo gráfico Sidecar y abandona los estudios de arquitectura. Durante varios años compatibiliza la gráfica publicitaria, trabajando para algunas de las Agencias españolas más importantes, con el packaging, los carteles de cine y el diseño de publicaciones.

En 1989 abre su propio Estudio volcado de lleno en el Diseño Gráfico: Logos y cubiertas de libros, revistas y carteles. Su actividad va extendiéndose a todas las actividades relacionadas con la gráfica.

Manuel Estrada ha compatibilizado durante los últimos años su trabajo en el estudio con la enseñanza del diseño, dando numerosos cursos y talleres. Durante nueve años ha dirigido un Master de diseño editorial en el Instituto Europeo de Design en Madrid, institución en la que ha dirigido los proyectos fin de carrera de Gráfica durante varios años. También ha impartido, durante ocho años, un Taller de Diseño en los cursos de verano de la UIMP, Universidad Internacional Menéndez Pelayo, en su sede de Santander. Actualmente es presidente de la Asociación Diseñadores de Madrid, DIMAD, que gestiona la Central de Diseño de Matadero Madrid. Es miembro de la dirección de VEGAP, Sociedad que gestiona los derechos de autor de los artistas plásticos y diseñadores en España. Forma parte del Consejo Superior de Enseñanzas Artísticas y es presidente ejecutivo del Comité Asesor de la BID, Bienal Iberoamericana de Diseño. Es además, miembro de APIM, Asociación Profesional de Ilustradores de Madrid. Su trabajo ha recibido varios premios, entre ellos un Diploma del Art Directors Club of Europe.

Sobre el Estudio Manuel Estrada Design

Manuel Estrada crea en 1989 un estudio de diseño, **Manuel Estrada Design**, integrado hoy en día por un equipo pluridisciplinar que permite abordar el diseño gráfico en sus múltiples expresiones. El estudio ha desarrollado múltiples proyectos de identidad corporativa y comunicación, diseñado la identidad gráfica de museos y exposiciones, abordado innumerables cubiertas de libros, pilotado la dirección de arte de revistas, elaborado identidades visuales de proyectos institucionales, teatros o entidades públicas y realizado la señalización de espacios o la comunicación digital de diversos organismos y empresas.

www.manuelestrada.com

Proyectos recientes

- **Marcial Pons**

El Estudio es responsable de la imagen corporativa, del diseño editorial y portadas de algunas de sus publicaciones y series y de la arqueografía de las tiendas de la empresa, que recibió en el año 2009 del Ministerio de Cultura el Premio Nacional a la Mejor Labor Editorial Cultural (junto a la editorial Gadir).



- **100 años Miguel Hernández**

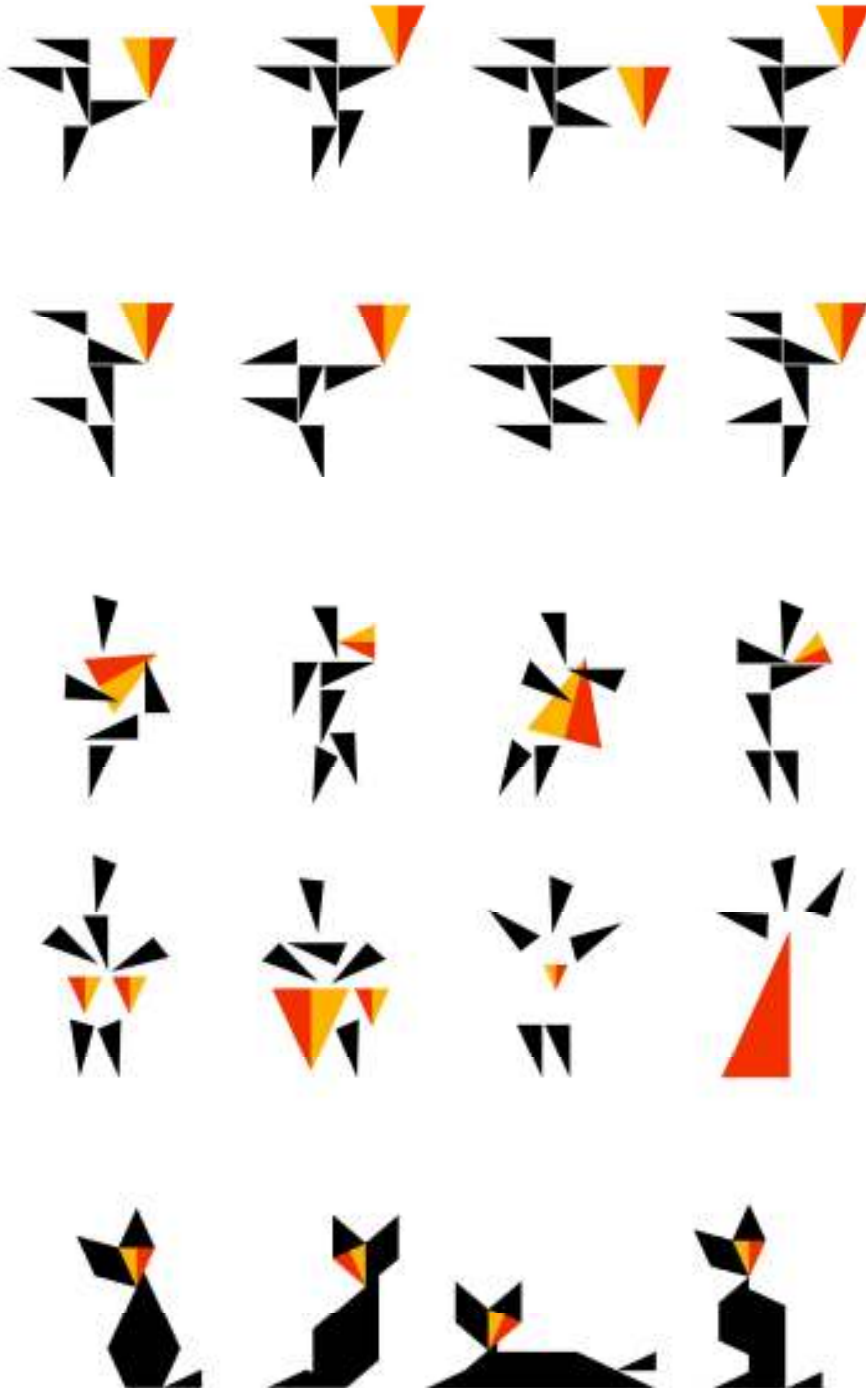
La Fundación Germán Sánchez Ruipérez ha editado unos libros con la biografía de Miguel Hernández y una caja con trece pósters conmemorando trece de sus más conocidos poemas. El Estudio ha diseñado los libros, los pósters y las cajas con una propuesta creativa de gran valor tipográfico ya que el resultado son pósters en los que no intervienen más elementos que la propia tipografía. El Estudio es también responsable del logotipo.



- **Veranos de la Villa**

El Estudio creó, en primer lugar, una imagen de marca: una "V" formada por dos colores aludiendo a la doble inicial de su nombre. Logo y símbolo recuerdan a las banderitas triangulares de las Verbenas y Fiestas populares en España.

Para este año, los dos triángulos multiplicados que completan el logo de los Veranos de la Villa forman una superficie llena de piezas triangulares que nos permiten dibujar, como en el Tangram chino, cientos de dibujos diferentes. Pájaros, gatos, músicos, actores, bailarines o ciudadanos divirtiéndose.



- **SpainGourmetour**

La Revista SpainGourmetour, diseñada por el Estudio desde 2000 ha obtenido en Sidney el premio a la Mejor Revista Gastronómica en los "World Food Media Awards" de 2010, otorgados por la organización francesa "Le Cordon Bleu", lo que la convierte en la primera publicación española que consigue esta distinción. Ha sido elegida entre más de 700 candidatos entre periódicos, programas de radio y televisión, páginas web y libros procedentes de Australia, Europa, Asia y América.



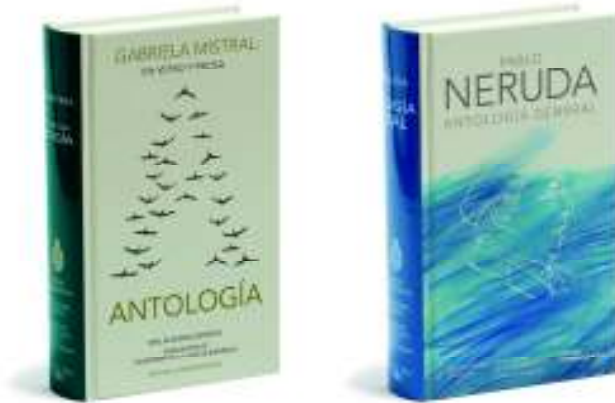
- **Teatro de la Abadía**

El Teatro de la Abadía de Madrid ha cumplido 15 años. Su imagen ha sido diseñada por el Estudio durante los últimos cinco años, desde el logotipo, una T mayúscula que soporta la Bóveda de la antigua iglesia sede del Teatro, hasta los carteles de las obras, los programas de Temporada, los folletos de mano, banderolas, etc.



- **Real Academia de la Lengua Española**

Libros editados por la Editorial Alfaguara y la Real Academia de la Lengua con la Asociación de Reales Academias Iberoamericanas de la Lengua. El primer libro es una antología de la poetisa chilena Gabriela Mistral. La portada presenta una "A" de Academia, formada por pájaros aludiendo la "V" que hacen las bandadas, y el segundo, una antología general de Pablo Neruda. Aquí la cubierta es un retrato del escritor chileno con un dibujo de fondo azul que evoca al mar, una constante en la vida y en la literatura de Neruda.



- **Repsol**

En el verano de 2009 Repsol convocó a un concurso restringido para modificar y sistematizar la imagen de su marca. Participaron nueve estudios y agencias de diseño entre las que estaban las más importantes empresas internacionales de identidad corporativa y branding. En noviembre de 2009 se cerró la segunda fase del concurso y el Estudio de Manuel Estrada resultó ganador. En la actualidad se está desarrollando todo el trabajo.



Fundación Repsol

El estudio también ha creado la nueva identidad visual de la Fundación Repsol. Desde una formulación lineal, fría y con poca personalidad gráfica se ha pasado a una imagen que, siguiendo el lenguaje gráfico de las publicaciones realizadas para Repsol, recupera valores ligados a la transparencia, la energía y la innovación.

Los fluidos con los colores corporativos de Repsol y las siluetas humanas que evocan el mundo acercan la empresa a la sociedad transmitiendo la vocación social de la compañía. Las publicaciones y la página Web siguen los mismos códigos gráficos.



- **Laureate International Universities**

Laureate International Universities es la red internacional de universidades privadas líder en educación superior en el mundo. El grupo necesitaba implantar un signo que lo representara y fuera aceptado gradualmente por todas sus universidades. El signo diseñado para Laureate (laureado en inglés) fue una hoja de esta planta de color naranja rojizo, con una letra L calada, como signo de la excelencia. La marca se completa con dos logotipos, Laureate Education Inc.(marca corporativa) y Laureate International Universities (identificación comercial).



- **Museo Arqueológico de Sevilla**

El Estudio ha ganado el concurso abierto para hacer la imagen y el desarrollo del área visual de la museografía de este museo cuya rehabilitación estará firmada por el arquitecto Guillermo Vázquez Consuegra, vencedor del concurso nacional. El nuevo Museo Arqueológico de Sevilla tiene previsto reabrir sus puertas en 2013.

- **Alianza Editorial**

El estudio está desarrollando la nueva línea gráfica y las portadas para los libros de Alianza editorial.

Entrevista a Manuel Estrada

Donde nacen las ideas. Cuadernos del equilibrista

Esta entrevista se puede reproducir total o parcialmente.

¿De dónde nacen las ideas?

Las ideas nacen en nuestra cabeza. Y no hay una receta para hacerlas nacer. No podemos dar al ON para que las ideas salgan. Y es precisamente este trabajo, el de buscar, promover, incitar el nacimiento de las ideas, uno de los más importantes, sino el más importante de los trabajos de un diseñador. Y creo que se puede extender a otros creadores. Una vez que ha aparecido el núcleo inicial de una idea, hay que desarrollarla y producirla. El trabajo de buscar la idea es generalmente un trabajo solitario. El trabajo de desarrollarla puede ser un trabajo en equipo.

Aunque hay quien establece una relación entre los conciertos de violín de Mozart y la creación plástica (y, por ejemplo, Pollock se ponía siempre la misma música para trabajar) lo cierto es que no hay un método común para encontrar y provocar las ideas que, como decía Paul Rand, pueden nacer en el lugar más insospechado y en el momento más extraño.

Ahora bien. Yo, después de años buscando mis propias ideas, hay dos cosas que tengo claras: La primera es que para encontrar una idea hay que buscarla. Y cuanto más denodadamente, más éxito tienes. Y lo segundo, es que el músculo de búsqueda se desarrolla o se atrofia como todos los demás músculos. Como la mano para dibujar.

Y los cuadernos sirven, más que para apuntarlas, para provocarlas. La mano, en ese sentido, es para mi un elemento conector de la cabeza privilegiado. Como una especie de sismógrafo que expresa la actividad.

¿Qué significado tiene el cuaderno para un diseñador, para un creador?

Mis cuadernos están hechos para mi mismo y son varias cosas a la vez, cuadernos con notas, o de campo, cuadernos de bocetos o almacenes de material gráfico apto para ser usado en la ocasión adecuada. Son todos diferentes y no siguen ningún orden. Se mezclan en ellos notas de reuniones ordenadas y metódicas con dibujos hechos en la búsqueda de un logo o de un cartel. Páginas sin una sola palabra suceden a páginas sin un solo dibujo. Un collage hecho con restos de una ilustración o algún encargo. Cazado al vuelo, podríamos decir.

Esta es la primera vez que enseño mis cuadernos fuera de mi propio estudio, donde usamos, a veces, los dibujos como arranque para la construcción de una imagen. Pero también es la primera vez que los veo de un tirón, seguidos, como si fuesen de otro.

Tengo que decir que gracias al trabajo que han hecho Sonia Díaz y Gabriel Martínez, comisarios de la exposición, desbrozando los cuadernos y entresacando imágenes y textos, la exposición es interesante porque, además de ver mi trabajo, ayuda a visualizar el proceso de la creación gráfica, mostrando bocetos y proyectos acabados juntos. O mejor dicho, mostrando los bocetos como lo más importante, como la expresión primera de la idea. Como el dibujo, que muchas veces expresa la idea en el momento mismo de su nacimiento. A veces, algunos de estos dibujos primeros nacen tan frescos, que resulta difícil conseguir que mantengan esa frescura en su proceso de acabado.

¿Qué tiene de equilibrista un diseñador?

El término equilibrista, que se les ocurrió a los comisarios, me gustó desde el primer momento. Porque yo me siento, muchas veces como un artista del alambre, andando sobre el alambre del encargo a veces a una altura peligrosa, sorteando las dificultades del tiempo y del dinero, en un circo donde cada vez se valora más la rapidez y el precio que el propio diseño, que la propia solidez de las soluciones. Un equilibrista o un malabarista que mantiene siete pelotas en el aire a la vez, sin aparente esfuerzo, pero a quien se le puede venir abajo todo el equipo si se le cae solo una. Estamos en una sociedad donde los diseñadores, como los arquitectos, deben ser creadores y empresarios a la vez y donde todos valoramos mucho, en apariencia, las profesiones creativas. El problema es que luego no entendemos eso de que las ideas pertenecen a sus creadores y que deben ser pagados por ellas porque son lo único que tienen. Una sociedad que mantiene a sus mejores equipos de arquitectos y de diseñadores en un continuo ir y venir de concursos donde se desperdicia una gran parte de los esfuerzos de estos profesionales mientras la mayoría de nuestras empresas y muchas de nuestras instituciones no alcanzan los estándares de diseño mínimos dentro del marco de los países de nuestro entorno. Vivir en este contexto, sin renunciar a hacer cosas bonitas y que resuelvan bien los problemas que los encargos plantean, es un verdadero problema de equilibrio.

¿Cuál es el riesgo del trabajo de un diseñador?

Cuando empiezas a diseñar, el riesgo es pequeño. La responsabilidad suele ser proporcional al tamaño de los encargos, y por lo general estos, al principio, no son grandes y la frase "Y más grande será la caída" parece hecha para la ocasión. Cuanto mayor es la responsabilidad y la trascendencia de un proyecto, mayor debe ser también el compromiso del diseñador y mayor, por tanto, el riesgo de la caída. Como dice Cruz Novillo, y a diferencia del artista que normalmente dispara la flecha y pinta después la diana, el diseñador debe dar en el centro de una diana que viene dibujada con el encargo. Y no acertar puede, además, significar darle al cliente en un ojo. Por eso los trabajos que hacemos para nosotros mismos, los autoencargos, tienen un riesgo menor. Al contrario, cuando estamos resolviendo un encargo de nivel alto de exigencia, la responsabilidad es máxima. Y ahora, en tiempos de crisis, las condiciones, de tiempo y de dinero, son también más precarias. Y este es también un factor de incremento del riesgo.

Por lo demás, no es algo que no les ocurra a otros profesionales, como los arquitectos, que responden, además, civilmente de la seguridad de su obra.

En cuanto a las caídas, los equilibristas se caen siempre. Yo, al principio, me caía bastante. Ahora me caigo mucho menos. Creo que los años te enseñan a guardar el equilibrio. Pero, como en otros deportes de fondo, aquí es fundamental aprender a levantarse.

¿Qué es un logo?

Un logo es el resumen visual máximo de algo, sea una empresa, un evento o una institución. Es uno de los ejercicios de síntesis más difíciles y que mejor define nuestra capacidad como diseñadores gráficos.

Cuánto más ruido gráfico existe a nuestro alrededor, y que por cierto es mucho, más necesario se hace que los logos, que las marcas, cuenten lo que tienen que contar y no otra cosa, y que lo hagan de forma efectiva y rápida.

Hacer logos y hacer marcas, se ha convertido en una actividad más de las grandes compañías que hacen esto junto a casi cualquier otra cosa. O atendemos a esto o devaluaremos una importante forma de comunicar. Un logo no puede ser cualquier cosa reducida a un 1 cm². Obviamente algo que no da apenas información sobre la realidad que representa o que se olvida con facilidad, no es un logo.

En esta exposición hemos dedicado una sala a logos: logos reproducidos a gran tamaño, todos en Blanco y Negro. Porque si reducir un logo es una prueba de su eficacia, ampliarlo sobremanera también lo es.

El título de esa sala: Pienso logo existo hace referencia a la principal cualidad que un logo debe tener tras de sí: información, reflexión y síntesis. Sin estas tres cosas, un logo puede quedarse en un ejercicio de estilo. Por eso, en mi estudio, hacer un logo lleva mucho más trabajo, más tiempo y más reflexión que hacer una portada. Aunque ésta última sea más vistosa y estéticamente resulte más atractiva.

¿Le gustaría que le encargaran hacer el logo del mundo, del universo mundo como concepto?

Puestos a desear un encargo ideal, me gustaría que me encargaran el logo de un mundo sin fronteras, sin pobres insultantemente pobres y sin ricos innecesariamente ricos. Y como los deseos, al igual que las cartas a los Reyes Magos, pueden ser tan largos como uno quiera, ponga también de un mundo que hubiese frenado el cambio climático. Y terminado con las guerras. Me encantaría hacer ese logo. No me importaría para un encargo así no solo no cobrar, sino recorrer el alambre con una sola pierna, ida y vuelta.

¿Imagina un mundo sin logos?

No imagino un mundo sin diseño. Dice Gillo Dorfles que el diseño es el arte de la sociedad industrial Y esto, los italianos lo han entendido perfectamente. Aplicar la cultura artística a nuestra producción económica aumenta el valor de lo que producimos. Y en esta simple ecuación podemos encontrar una inestimable ayuda en estos tiempos de crisis.

Una consultora británica acaba de diagnosticar a la región portuguesa de Oporto el incremento de industrias creativas en torno a la ciudad como medicina anticrisis (cine, arte, diseño...) Pero hay otros países europeos que, como los holandeses, saben aplicar bien esta fórmula de la creatividad y el diseño a su economía. En Holanda, según datos de la fundación Premisela, el 1% del PIB es Diseño e Industria creativa. En España, ahora que necesitamos buscar modelos alternativos a la construcción como motor de nuestra economía, creo que el diseño podría ser un estupendo motor de cambio.

Para más información y/o concertar entrevistas, puedes ponerte en contacto con

Palmira Márquez y Mercedes Boned

DOSPASSOS

comunicación

Tel. 91 521 58 12

palmira@dospassos.es