



los
ROSTROS
del
FUTURO

Nuevo país *del* *diseño gráfico*

COMPILADOR Antonio López Ortega



Rif J-07013380-5



Rif - 31006992-1

Nuevo país *del* *diseño gráfico*

COMPILADOR Antonio López Ortega



NUEVO PAÍS DEL DISEÑO GRÁFICO

EDITORES

Vicepresidencia de Comunicaciones y RSE de Banesco Banco Universal y
Fundación ArtesanoGroup

PRODUCCIÓN GENERAL

Vicepresidencia de Comunicaciones y RSE de Banesco Banco Universal

PRODUCCIÓN EJECUTIVA

Fundación ArtesanoGroup
Carmen Julieta Centeno
Sudán Macció

COORDINACIÓN EDITORIAL Y COMPILACIÓN

Antonio López Ortega

EDICIÓN DE TEXTOS

Graciela Yáñez Vicentini
Antonio López Ortega

DISEÑO

Ana Gabriela Ng Tso

CORRECCIÓN

Graciela Yáñez Vicentini

Depósito Legal: DC2022000320

ISBN: 978-980-6671-27-0

© Banesco Banco Universal, C.A.

Noviembre 2022

ISBN 978-980-6671-27-0



Ninguna parte de esta publicación, incluido el diseño de cubierta, puede ser reproducida, almacenada o transmitida de manera alguna ni por ningún medio, ya sea eléctrico, químico, mecánico, óptico, de grabación o fotocopia, sin permiso previo del editor.

LA PROFESIÓN DEL DISEÑO GRÁFICO

Una feliz coincidencia: justo este 2022 se cumplen cien años del día en que el estadounidense William Addison Dwiggins (1880-1956) usó la fórmula «diseñador gráfico» para referirse a su condición profesional. Hasta entonces había realizado exitosas campañas publicitarias, elaborado carteles de mucho impacto y sistemas de señales para escuelas y centros hospitalarios, había revolucionado la industria editorial creando formatos y portadas inolvidables, les había dado forma a populares personajes para un teatro de títeres y había comenzado sus experimentos con tipografías, que fructificarían en la década siguiente. Durante una conferencia dijo «soy un profesional del diseño gráfico», y con ello describió una profesión que en ese momento acumulaba no menos de siglo y medio en posesión plena de sus facultades.

En esa fórmula de dos palabras se comprimía una historia cuyos primeros tiempos se alejan cada vez más de nosotros. Hasta hace cinco años, el conocimiento vigente sostenía que las imágenes rupestres más antiguas se habían producido alrededor de unos cuarenta mil años antes de Cristo, en varios puntos de Europa. En septiembre de 2018, investigadores de la Universidad del Witwatersrand, Sudáfrica, hallaron en una cueva –a unos trescientos veinte kilómetros de Ciudad del Cabo– entre un conjunto de objetos –herramientas hechas con huesos, puntas de lanza y otros– una lámina de piedra muy pequeña, sobre la que hay un fragmento de un dibujo hecho con algún tinte ocre rojizo, en el que se ven nueve líneas, seis paralelas y tres entrecruzadas, como si hubiesen sido trazadas con un creyón. Los estudios de datación revelaron que la pieza fue pintada hace unos setenta y tres mil años antes de Cristo.

¿Qué significa este fragmento de dibujo para el conocimiento y para la historia de lo visual? Que la necesidad humana de representar y expresar con símbolos estaba presente, incluso cuando las condiciones materiales para hacerlo desafiaban las técnicas y materiales disponibles.

Al igual que ocurre con el estudio del origen y el recorrido de lo pictórico, la historia del diseño gráfico es una historia de sucesivas capas y hechos que se han sumado y ensamblado, desde tiempos remotos. Alrededor del año 3.300 antes de Cristo aparecieron en el Antiguo Egipto los primeros jeroglíficos, que eran un sistema de escritura basado en figuras y símbolos. Con el paso del tiempo, el número de jeroglíficos aumentó: en una primera etapa no eran más que un puñado, pero en los tres primeros siglos de la era cristiana superaban los seis mil. La señalética, los emblemas y hasta el despliegue ordenado de figuras en una superficie son categorías del diseño gráfico cuyo recorrido se remonta hacia aquellos egipcios, de hace más de cinco mil años.

Si damos un salto de milenios hasta los monasterios del primer período de la Edad Media, nos encontraremos con los *scriptorium*, salas acondicionadas donde monjes y aprendices se afanaban en copiar y reproducir textos, en su mayoría provenientes de Roma y de la antigua Grecia (también traducían, principalmente del árabe). Hay que recordar que, hasta mediados del siglo XV, con la irrupción de la imprenta –que hizo posible el surgimiento del libro impreso–, el conocimiento se almacenaba o se divulgaba a través de códices. Muchos de esos códices, tal como lo han registrado los historiadores del Medioevo, eran verdaderos ejercicios de perfección: la caligrafía (se privilegiaba aquella que ocupaba menos espacio), las ilustraciones, la creación de letras capitulares, la elaboración de cuadernillos a partir de pergaminos. Cada uno de estos elementos constituyen herramientas que se fueron perfeccionando y que, con el transcurrir de los siglos, se aglutinarían en el acervo del diseño gráfico.

Si la aparición de la imprenta abrió paso a la diversidad tipográfica, y a cuestiones sobre cómo usar mejor el espacio en la superficie de lo impreso, la Revolución Industrial creó las condiciones económicas, sociales y comerciales que estimularon la aparición de la publicidad y la propaganda. A las variantes tipográficas pronto se sumarían viñetas, caricaturas, colores y muchos elementos que potenciarían la visualidad corriente, especialmente en las ciudades. Desde ese momento, segunda mitad del siglo XVIII, el mundo se ha ido llenando de formas, hasta alcanzar el estatuto que lo diseñado tiene hoy en nuestras vidas: omnipresente, esencial, ornamental o utilitario, profundamente vinculado a la innovación.

En la década de 1890, en Inglaterra apareció el movimiento Arts and Crafts, que tuvo a William Morris como su gran promotor, y que infundió nuevas energías al diseño y las artes decorativas, al tiempo que promovía la revalorización de las formas artesanales. En la década siguiente apareció el art nouveau, que ofreció al diseño las formas de la naturaleza y nuevos usos del color. En la Viena de 1903 apareció la Wiener Werkstätte, que ha sido registrada como la primera empresa de diseño creada en el mundo, que reunía arquitectos, artistas visuales, pintores e ilustradores. De este taller saldrían las influencias determinantes que cristalizarían en la Escuela de la Bauhaus (1919) y la corriente del art decó (que se puso en movimiento en 1920), y el potente auge de la propaganda militarista directamente relacionada con la Segunda Guerra Mundial, desde su inicio en 1939. Todas estas fueron fuerzas que dotaron de nuevos espíritus al oficio de diseñar.

Tras el capítulo final de la guerra en 1945, con la expansión económica y tecnológica que se produjo en casi todo el planeta, el diseño y todas sus variantes –gráfico, industrial, arquitectónico, de modas, de espacios interiores, de paisajes, publicitario, de empaques, de logotipos y marcas, digital, de webs, de instrumentos científicos, de naves espaciales, etcétera– han experimentado un período de eclosión que no se ha detenido hasta ahora.

A la irrupción de los recursos digitales que han cambiado, en un tiempo muy corto y de forma radical, el modo de pensar y ejecutar el diseño, se unen otros factores: crecimiento de la competencia, auge de lo transdisciplinario, multiplicación de las corrientes estéticas presentes en el espacio público. La del diseñador gráfico debe ser una de las profesiones más expuestas a la globalización y a la aceleración tecnológica. También al impulso de la especialización: los tiempos del diseñador «[generalista](#)» parecen estar en camino de quedar atrás, presionado por un mercado global en el que crece la demanda del diseñador hiperespecializado.

Lejos de agotarse, la profesión del diseñador está en pleno apogeo. Una mirada al horizonte general de sus oportunidades nos sugiere que, de aquí en adelante, sus perspectivas son casi ilimitadas. Basta pensar en campos como el de los videojuegos, que exigen crear nuevas narrativas visuales; o la ciencia de los datos, que reclama soluciones gráficas que hagan comprensibles estos conocimientos al público no especializado; o los planteados por los nuevos desarrollos pedagógicos que, ahora mismo, demandan la urgente incorporación de lo interactivo a los contenidos escolares, para que nos adentremos en la comprensión de que un diseñador gráfico no es solo un profesional del buen gusto, sino alguien llamado a permanentes prácticas de actualización, obligado a interactuar con el desarrollo de las nuevas tecnologías, dispuesto a sumarse a los equipos multidisciplinarios que están produciendo avances en el conocimiento y la investigación, y que necesitan de diseñadores que conviertan las innovaciones en formas viables y adaptadas a las capacidades físicas y cognitivas del ser humano.

Esta es la visión que me anima a celebrar que la serie [Los rostros del futuro](#), que con este título alcanza las ocho entregas, haya incorporado a los diseñadores gráficos en su programación. En las veintitrés historias profesionales que reúne este volumen están presentes no solo las tradiciones que he mencionado en estas líneas: también subyace la potencialidad que nos señala que los diseñadores venezolanos continuarán en su incesante producción de formas, contenidos y nuevas experiencias sensoriales, al compás de lo que están produciendo los profesionales del diseño nacidos en otros lugares del planeta. ■

Juan Carlos Escotet Rodríguez

Presidente de la Junta Directiva

Banesco Banco Universal

IMÁGENES QUE LA POSTERIDAD RECLAMA

Mi primera impresión sobre lo que luego entendería como Diseño Gráfico la tuve en mi infancia, cuando vivía en un campo petrolero. Los diseños de los tanques de almacenaje, las señales de tránsito, los avisos comerciales, la señalética en las oficinas me hablaban de un mundo abstracto que complementaba al real. Muchas veces no entendía lo que me decían, pero me dejaba llevar por el colorido, por las formas, por una posible narrativa de si la silueta del peatón indicaba que podía caminar o debía detenerme. Años después, en 1967, pude pasar una semana en Caracas, justamente cuando se celebraba el cuatricentenario de la ciudad. Mis abuelos me llevaron a El Silencio, donde se concentraban las actividades, y el impacto de lo que vi, entre sombras y luces, todavía lo recuerdo: era como si la realidad se convirtiese en fantasía. El niño que veía esto no podía entenderlo, pero el adulto que lo recrea piensa que se trataba de una reescritura: sobre un tejido físico, palpable, comenzaba a danzar una algarabía, un juego de luces.

Creo que a partir de los años sesenta el rostro del país comenzó a cambiar: sobre el paisaje majestuoso y un trazado urbano que todavía era colonial, nuevos signos o señales nos anunciaban otra fisonomía: las modernas carreteras y autopistas nos hablaban de velocidad, las industrias de alimentos nos mostraban torres y chimeneas, la publicidad en vallas era muy atractiva, los artefactos de casa eran estilizados, los muebles respondían a diseño de firmas, la aviación era un nuevo modo de vida. Con la modernidad urbana venía una estrategia formal, un nuevo empaque, un inédito discurso visual. Caracas se convirtió en una de las urbes más modernas del continente porque la arquitectura se impuso sobre la improvisación y porque el diseño buscaba estetizar lo que antes no lucía: brotan los centros comerciales, las sedes corporativas, los monumentos cívicos, los parques urbanos. El entorno se vuelve magnético y los transeúntes se dejan seducir por las nuevas formas.

En los años setenta, una iniciativa privada del Grupo Corimón crea el Instituto de Diseño Neumann, la primera institución que, de manera profesional, comienza a formar diseñadores gráficos en el país. El grupo de profesores que allí se reúne es ya legendario, y las primeras promociones que se gradúan son hoy los decanos del diseño en el país. En los años siguientes, ya sea de institutos o universidades, la formación académica es una realidad en ciudades como Valencia, Barquisimeto, San Felipe, Maracay, Mérida, Maracaibo, Porlamar o San Cristóbal. Hoy en día es una profesión muy valiosa, ampliamente reconocida, y el nivel de nuestro diseño se encuentra entre los mejores del continente, en parte porque hemos tenido escuelas, maestros, concursos y exposición internacional. Ya podemos hablar de una tradición, de distintas escuelas, de varias generaciones, de premiaciones significativas y, en los últimos años, de una convivencia internacional forzada por la búsqueda de plazas de trabajo.

Este libro es el octavo de la serie **Los rostros del futuro**, dedicada a registrar y documentar la vida y obra de los nuevos talentos culturales de Venezuela. En los últimos siete años (2015-2021), hemos cubierto los campos bastante vastos de la música, la literatura, las artes visuales, el cine, la fotografía, el teatro y la danza, para abordar en 2022 el del diseño gráfico. Como en las entregas anteriores, buscando la mayor amplitud, hemos constituido un comité de selección que, después de una ardua deliberación, ha definido el listado final. Como especialistas de larga trayectoria y reconocimiento, este cuerpo ha quedado constituido, en orden alfabético, por **Blanca Capecchi, Carolina Arnal, Claudio Ordóñez, Domingo Villalba, Elina Pérez Urbaneja, Gabriela Fontanillas, Gisela Goyo, Giovanni Coiro, Henry Picón, Humberto Valdivieso, Ira León, Jacinto Salcedo, Jaime Cruz, Javier Aizpurua, Manuel González Ruiz, María Verónica Machado, Miguel Ángel González, Pedro Quintero, Santiago Pol, Verónica Alonso, Víctor Hugo Navarro y Waleska Belisario**. En ellos ha recaído la selección de los veintitrés jóvenes talentos incluidos en este libro, todos ellos nacidos a partir de 1980. Tarea siempre difícil cuando el panorama de candidatos era considerablemente amplio. En este sentido, por la aplicación y el rigor con los que han trabajado, queremos dejar constancia de nuestro agradecimiento a los miembros del comité.

Como en las entregas anteriores, cada uno de los seleccionados cuenta con una entrevista extensa y detallada, que recorre aspectos de su vida y obra, y también con un portafolio visual de su trabajo. Al valioso grupo de doce periodistas que nos han acompañado, se agrega el trabajo de José Reinado Guédez como coordinador fotográfico de la edición. En el conjunto que funde testimonios e imágenes, veremos la riqueza, variedad, intereses, fijaciones u obsesiones de esta promoción desbordante, que fija un mapa preciso del nuevo diseño gráfico en nuestro país.

Este libro también ofrecerá revelaciones importantes: la cantidad de profesionales que trabajan en el país y en el exterior, el esfuerzo constante para abrirse camino en circunstancias generalmente adversas, las distinciones o premios que han obtenido, la madurez progresiva de las propuestas, los altibajos de toda vocación creadora, la oscilación temática que encuentra referentes en las necesidades más apremiantes o en las referencias universales.

Este *Nuevo país del diseño gráfico* también revelará lo que podríamos llamar una novedosa imagen coral, porque es un esfuerzo hecho por todos (por todo tipo de profesionales y oficios) para dejar huella, para postular un retrato en familia de lo que somos. Si no hemos visto el caleidoscopio de inmediato, porque son muchas las fracturas que nos desunen, sí lo reconoceremos en corto tiempo, cuando el paisaje natural y humano sea otro, y sepamos advertir que una pléyade de jóvenes diseñadores gráficos intentó esbozar el rostro colectivo que nos define. El legado que han recibido en escuelas o a través de grandes maestros lo transformarán en realizaciones propias que, a la vez, serán el legado que les dejarán a las generaciones venideras.

Es obvio pensar que el oficio de diseñador gráfico está lleno de bocetos y muestras, y los que veremos en este libro corresponden a estos nuevos creadores venezolanos, capaces de pescar a diario tanto imágenes soñadas como imágenes reales. Toda vocación creadora en el país de hoy se lleva con tensión, porque no son tiempos de normalidad. Un rostro colectivo, de cuerpo y alma, se está urdiendo a partir del trabajo de estos creadores, porque finalmente erigen hoy las imágenes que la posteridad de mañana reclama. El futuro de estos hombres y mujeres del diseño gráfico emergente se está haciendo hoy, pues al congelar nuestros gestos aseguran que hacia el futuro tengamos memoria. ■

Antonio López Ortega

Compilador y editor

ÍNDICE



ALEXANDER WRIGHT



RODRIGO FUENZALIDA



YONEL HERNÁNDEZ



AITOR MUÑOZ ESPINOZA



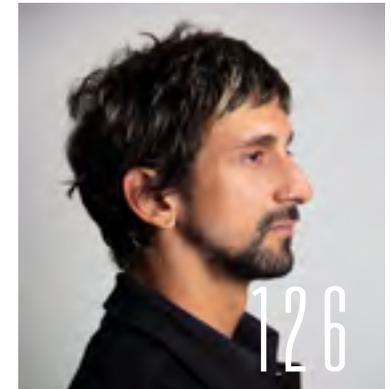
EDDYMIR BRICEÑO



RICARDO BÁEZ



DANIELA PEÑARANDA



PEDRO FAJARDO



LUIS PALENCIA



ISABEL URBINA PEÑA



ALEXANDER MOREY



JEFFERSON QUINTANA

ÍNDICE



LUIS ALBORNOZ



EDUARDO GUISANDES



PAUL NAVEDA



ANDREA FACENDA



FARIDE MEREB



ÁLVARO TORRENS



MAURICIO VIVAS



ROBERTO PASCUCCI



ALEJANDRO FREITEZ



NUBIA NAVARRO



EDDY RAFAEL REYNOSO



CRÉDITOS

Periodistas y fotógrafos



— 1981 —

ALEXANDER

Wright

«Diseñar está en mi sangre»

Todo empezó en Swindon, ciudad inglesa que lo vio nacer en 1981. Años más tarde, comenzaron las mudanzas a Venezuela –el país de su madre– donde terminó de pasar la infancia, la adolescencia, la juventud. Caracas fue el lugar de los primeros pasos como diseñador, aunque la pasión por el arte fue inculcada desde casa. Hoy rememora el camino recorrido –estudios en ProDiseño, co-creación del proyecto Simpl3, dirección de arte de la revista *Plátanoverde*, entre otras cosas– hasta un presente en el que el diseño gráfico sigue rigiendo. Desde hace diez años es socio de la compañía In-House, mundialmente reconocida. Desde hace tres, vive en Barcelona, España

 @modo_visual

 María Laura Padrón

 Claudia Giolitti (retratos)

Barcelona, ciudad cuadrículada, chica y vasta, contenida y amplia, definida por su mar apacible y por su historia turbulenta de artistas, refugiados y luchadores. Desde hace tres años, Barcelona es la casa de Alexander Wright, cuyo nombre delata una vida familiar cosmopolita. Hijo de un inglés y una venezolana, nacido en Inglaterra y criado entre la calma de Swindon y el bullicio de Caracas, Alexander, como tantos otros jóvenes de su generación, partió de su tierra para concebir una nueva vida o, más bien, continuar una extensión de la misma.

Frente a su obra, colorida y ecléctica, aparece una reflexión: ¿acaso los vaivenes de la vida, propia y heredada, se traducen en los modos de creación de los artistas? Como en tantos personajes del siglo XX, la migración, las mezclas genéticas y estilísticas son responsables de una originalidad en el estilo.

En la épica de las historias personales a veces refresca descubrir que las razones para los grandes cambios (cruzar un océano para empezar desde cero o establecer una nueva relación afectiva), no son siempre estruendosas. Alexander terminó en Barcelona porque su hija menor –y la madre de esta– ya vivía allí. Al llegar, lo recibió la serenidad y la hospitalidad de una región de España que es notoria por ambas cualidades. Wright no es el primer artista que pasea sus angustias y sus pensamientos íntimos por el ocaso de la Barceloneta.

«Siempre me sentí cercano a esta ciudad; es chiquita, acogedora, manejable, pero a la vez tiene la esencia de las grandes urbes. Creo que de cierta forma el mar la contiene, le pone como ciertos límites, y eso me encanta».

“

**PARA MÍ
SIEMPRE
ESTUVO
CLARO QUE
QUERÍA SER
DISEÑADOR”**

SER DISEÑADOR, UNA ELECCIÓN CLARA



Hoy en día, y aún más desde la pandemia, las profesiones liberales y las bellas artes cuentan con el milagro del «trabajo a distancia»; Alex desempeña el oficio desde su casa para In-House, estudio creativo de diseño gráfico del que es socio y que tiene sede en Austin, Texas. Un proyecto en el que la curiosidad y el cuidado son pilares fundamentales, dedicado a ayudar a las marcas a alcanzar sus objetivos de comunicación, sin importar el tamaño de sus ideas. Entre sus clientes se cuentan: BBC, TED, Everson Museum of Art, Meta, Wired, Stanford University, United Nations, Popular Science, IDB, Sundance.

El diseño lo eligió a él, no al revés. Su mismísimo nacimiento —el 5 de febrero de 1981— estuvo determinado por el amor de su madre a la profesión, que la llevó hasta Inglaterra para estudiar este arte y que terminó involucrándola sentimentalmente con su profesor, unión de la cual nacieron Alex y su hermana. De parte de ambos padres, el oficio estuvo siempre presente en casa.

El niño creció rodeado de modelos de aviones y barcos, música y colecciones de estampillas. En esa época ocurrieron sus primeros acercamientos con el dibujo. «Cuando era chiquito me gustaba mucho». En su etapa de liceísta, se distinguió de la media de sus compañeros por caminar con la certeza de una carrera ya elegida a temprana edad. La arquitectura y la aviación en un momento compitieron por su atención, pero el oficio familiar terminó por imponerse.

«Yo sé que hay mucha gente que pasa por secundaria y dice que no tiene idea de lo que quiere hacer, pero para mí siempre estuvo claro que quería ser diseñador. En ese entonces yo obviamente no le paraba a ninguna clase, pero Dibujo Técnico se me hacía fácil sin estudiar, me encantaba, simplemente fluía».

Aunque le resulta complicado racionalizar esta elección, encontrarle un motivo que pase por el halo de lo cerebral, recuerda la imagen de su padre coleccionando estampillas y armando modelos de aviones y barcos, los libros y la música que colmaban el ambiente familiar, y reconoce que fueron determinantes.

«Vives con eso desde siempre, sabes que te gusta, y si bien no estás diseñando desde chiquito, te impregna diariamente. Tanto que ni siquiera lo piensas, viene como inculcado en la sangre, forma parte de tus entrañas, por decirlo de alguna manera».

Como suele suceder, los amigos de la juventud ayudan a labrar el camino. En un contexto en el que el internet aún era insuficiente, Alexander comenzó a estudiar «a la antigua». Los creadores son eso: creadores; dibujan, pintan o inventan no tanto para que otros vean o disfruten de sus creaciones sino más bien para «sacarlas del sistema», como él lo pone. El éxito —o no— de una carrera depende muchas veces de factores externos al oficio, como la suerte, las buenas relaciones o el talento empresarial.

«Yo sabía exactamente lo que quería ser, lo que quería estudiar, y elegí la escuela ProDiseño porque un amigo muy específico de mi hermana que asistía allí, del cual conservo la amistad, me había hablado de este sitio. Hasta entonces, no había diseñado como tal. Eso pasó cuando entré a la carrera. Ahora es distinto porque tenemos internet; esa educación extra no existía en esa época. Hoy, en cambio, conoces de antemano cuáles son los programas, cómo se manejan. La cantidad de información es impresionante. También, recuerdo que mucha gente estuvo presente en esa época de formación, gente a la que admiraba; profesores, amigos, que me guiaron. Mentor como tal no lo sé si tuve, pero cada uno puso su pedacito. Pienso en un montón de gente, no podría elegir uno más especial que otro, pero hasta el sol de hoy los considero entre mis amistades».

EL RECUERDO DE LAS PRIMERAS CREACIONES

Ese primer paso que es el dibujo, esa inclinación por manifestarse a través de la imagen, fue para Alex un ejercicio solitario, comparable tal vez al de la escritura. «Cuando estaba solo en mi casa me gustaba dibujar en diarios, cuadernos, blocks». Aún conserva algunas de esas muestras primigenias de su trabajo, aunque las sucesivas mudanzas y los emprendimientos migratorios hayan mermado su archivo de tesoros de adolescencia. No es al primero al que le ocurre.

“

Yo me vine para acá con una maleta y ropa para una semana. No tengo mi ropa, no tengo mis libros, mis discos, nada, lo cual espero poder recuperar en algún momento y traerlo conmigo (...). Uno aquí empieza desde cero”

«Mucho de eso se quedó en Venezuela; con el tiempo, poco a poco se va perdiendo todo. De hecho, yo me vine para acá con una maleta y ropa para una semana. No tengo mi ropa, no tengo mis libros, mis discos, nada, lo cual espero poder recuperar en algún momento y traerlo conmigo, y entre lo que eventualmente me vaya a traer no sé si incluya ese tipo de cosas. Honestamente, quién sabe dónde están, uno aquí empieza desde cero».

Tal vez puedan encontrarse ecos de estos sentimientos en las palabras de un Walter Benjamin, con su biblioteca ambulante y fragmentada, o en las nostalgias de cualquier centroamericano o subsahariano que haya tenido que dejar su vida «entre Ceuta y Gibraltar». Al final, la pérdida y la pertenencia se quedan en la memoria; y la casa, la primera casa, pasa a ser una especie de museo que se visita de vez en cuando para reencontrarse con una colección de objetos que conforman el imaginario de lo que se llama hogar.

«En las mudanzas anteriores a mi venida a Barcelona se fueron botando cosas. Incluso, hay unas que me arrepiento de haber tirado. Esas a las que no les das el valor en el momento, sea por la edad o por el proceso de la vida que estás atravesando, y dices: “Basta, vamos a botar esto”, y después viene el reproche: “¿Por qué?”. Uno de ellos es una especie de diario, de quinto o sexto grado, en el que coleccionaba de todo: tickets, dibujos, letras, y lo boté...».

A los cinco años de edad, Alexander Wright se mudó a Venezuela junto con su madre y hermana. Los años que siguen los vivió en Caracas. No fue una mudanza definitiva, comenta. «Nos vinimos a Venezuela, estudié aquí, luego allá, nos íbamos en vacaciones, era transitorio, no fue totalmente blanco y negro, tajante. Me acuerdo clarito vivir en Inglaterra y vivir aquí –dice, en un desliz que revela que, en ocasiones, para quien migra, el aquí, aquí, no es el aquí donde se está–. De hecho, a veces me cuesta diferenciar qué vino primero, qué vino después... tengo una mezcla de esa época».

Los años en Inglaterra y Venezuela no se resumen en una sola fotografía. Cuando piensa en Inglaterra, recuerda su casa y la región donde vivía, a pesar de que fue hace mucho tiempo. Describe Swindon como una localidad,

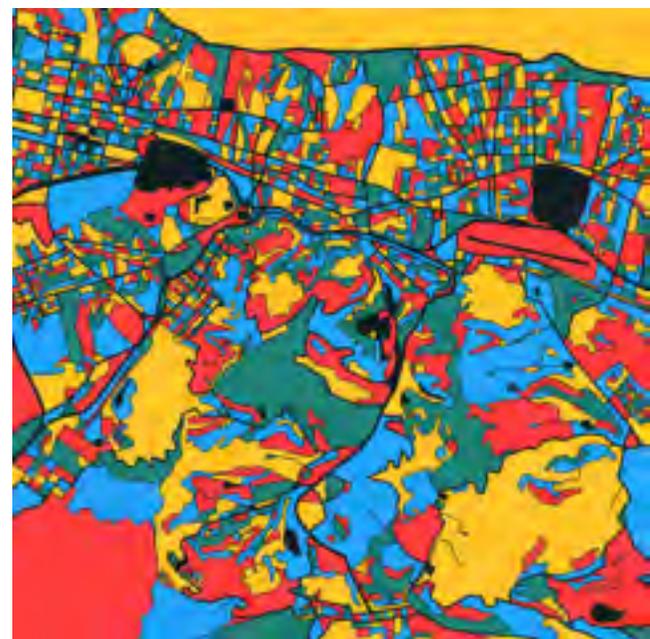
ni grande ni pequeña, una especie de ciudad satélite de Londres. Incluso, muchos fines de semana visitaba la capital inglesa.

«Era un lugar que tenía ese sabor de la periferia, algo que no olvido es que salía solo con mi hermana a comprar caramelos». De aquellos lares, conserva familia, pero no amistades. «Es otra cosa que recuerdo, mis amistades de la cuadra donde vivía, que en mi cabeza siguen siendo mis amistades, pero quién sabe dónde estén, perdimos contacto».

Retornando a Venezuela, la imagen es más nítida. Hasta el jardín de infancia aparece con claridad. ¿Comparar un sitio con otro? No lo haría. Para empezar, hace mucho tiempo que dejó Swindon y aterrizó en una Caracas con una escena artística y cultural vibrante. Una experiencia que, solo tras la distancia que otorga el tiempo, es capaz de mirar desde afuera. «Yo era muy chiquito y mientras vives las cosas no notas la diferencia».

Aquella casa remota, de padres diseñadores, con «mucho arte, mucho libro, mucha música», tampoco fue eterna. «Te hablo de mis papás, en plural, pero con mi padre compartí muy poco. Él se quedó en Inglaterra cuando nosotros viajamos con mi mamá a Venezuela a visitar a mis abuelos –los maternos–. Eventualmente nos terminamos quedando, pero fue sin mi papá. La última vez que lo vi fue cuando yo tenía ocho años. A pesar de la distancia, seguimos en contacto por correo, pero era a cuentagotas. Nunca más nos vimos y años más tarde murió. En todos mis recuerdos de la infancia él tiene mucho que ver; su afición por la música y los aviones es latente, pero son cosas muy puntuales. No lo considero una figura paterna, que me cuidara diariamente, pero sí conservo momentos valiosos».

Alex creció junto a su hermana, su madre y sus abuelos. «El papá de mi mamá sí es una figura paterna para mí». Una costumbre era reunirse para cocinar. «La comida en nuestra casa siempre ha sido, hasta el sol de hoy, un acontecimiento importante. Todos cocinamos, y cuando llega el día del padre, preguntamos: qué te provoca, y nos fajamos a preparar ese plato entre todos. Ese ambiente festivo intrínseco a la comida siempre nos ha gustado y hoy, todavía, esas influencias están presentes en mí. La pasta y el curry son mis platos favoritos de preparar. Está claro que esa pasión viene de allí».



LA GESTACIÓN DE UN ESTILO PROPIO

Cuando a finales de los noventa Alexander entró a cursar comunicación visual en el instituto Prodisño, ubicado en Caracas, su universo estaba impregnado de arte. Quizás esta fue la razón por la que un salón de clases no satisficiera totalmente su necesidad artística. Reconoce que, apenas empezando, su atención «se fue para otro lado». Ese desvío en la mirada condujo a la co-creación del proyecto Simpl3, un colectivo audiovisual conformado por DJs, diseñadores, VJs y arquitectos.

“

Lo que nos enseñan es eso, buscar soluciones comunicacionales, visuales, a cualquier problema que se te presente”

«Me encargaba de la dirección de arte y producción de eventos con este grupo que formamos y no le di la importancia necesaria a esos primeros años de estudio; de hecho creo que me salté un año y al final no terminé de estudiar la carrera. Todo porque decidí seguir mis otras inquietudes, pero que a la vez no estaban desconectadas de lo que sigo haciendo hoy en día. Con ese club que creamos, Simpl3, hacíamos fiestas, básicamente, de música electrónica, con artistas nacionales e internacionales, y dado que los integrantes estábamos asociados al mundo del diseño, prestamos especial atención a los volantes, a los videos, y surgieron un montón de posibilidades alrededor de lo que pasaba a nivel musical. También hicimos muestras de arte y diseño, entre las cuales destaca la exposición Simpl3 Tipo Gráfica».

Fue entonces la época de las sinergias, las colaboraciones, la vinculación entre los diferentes proyectos, y se abrió el horizonte para Alex, quien terminó diseñando volantes, afiches, productos, merchandise, audífonos, vinilos para sellos como Black Market Records y Phuturo Recordings, también para los eventos Black Magic Sound, Boogie Nights.

Antes de estudiar diseño, todavía en el colegio, estuvo muy metido en el mundo de la patineta. «Cuando entré a la carrera conocí Masa, colectivo venezolano con muchísima influencia en mí, y hasta el sol de hoy somos buenos amigos. Entendí que esa parte del *skate*, del *punk*, se relacionaba con lo que estaba estudiando, y eso me permitió conocer gente de distintas procedencias con las que terminé compartiendo espacios».

Definir el estilo es un asunto complejo. The Designers Republic y Büro Deconstruct influenciaron su trabajo, el cual afianzó cuando se desempeñó como director de arte de la revista *Plátanoverde*, desde su concepción hasta que dejó de existir como revista impresa; y para el periódico Medio Informativo de la FAU-UCV, encargado de su rediseño y varias ediciones.

«Siento que hoy en día tengo una firma muy propia y muy marcada, algo que he ido aprendiendo con los años. Lo que nos enseñan es eso, buscar soluciones comunicacionales, visuales, a cualquier problema que se te presente, pero es inevitable caer dentro de un estilo, unas herramientas que son las que te definen y con las cuales te sientes cómodo con el tiempo. Yo siento que ahorita es que estoy llegando a eso... Claro, tú estás aprendiendo, y ves tal estilo, quieres probar, vas brincando de uno a otro sin caer en ninguno en definitiva, sin quedarte casado con ninguno y creo que es lo normal, vas aprendiendo un poquito de cada una de las cosas que vas viendo, hasta que vas sintiéndote cómodo: “Este es mi estilo, así me gusta solucionar las cosas..., etc.”, pero a la vez siento que es una trampa, un lugar seguro donde uno se queda un poco dormido, supongo».

ÉXITO: HACER LO QUE LE GUSTA

Desde hace diez años es socio de la compañía In-House. Un proyecto bastante «fumado», como lo diría él mismo. Aprovechando cierta madurez y una relativa estabilidad económica, Alex y su equipo no dejan de explorar nuevos horizontes creativos.

«Recientemente lanzamos nuestra propia fundidora –In-House Foundry– y una porción de la compañía se dedica a hacer tipografías, que es de lo que más me gusta. Entre todos los trabajos que hemos hecho la tipografía siempre ha estado presente, en logos, flyers, pero nos dimos cuenta de que tenemos capacidad de crear familias tipográficas. Hemos trabajado con bastantes clientes. Tenemos cierta seguridad económica y nos podemos tomar este tiempo para nosotros, hacer estos proyectos, que tal vez no son los más económicamente viables, pero que nos llenan de manera creativa esa exploración». Inclinarsé por el arte, suele decirse, es una locura, es un terreno inestable,

no es inusual escuchar a un familiar decir: «¿Por qué no buscas algo más seguro, hijo?». Perseguir el desarrollo artístico está plagado de riesgo, pero hay quien logra conseguir un piso de estabilidad para lograr desarrollar la creatividad con la que se nace.

Es lo que le sucedió, casi espontáneamente, a Alex Wright. «No fue algo que buscamos. Trabajando con clientes, precisamente en una propuesta de tipografías, llegó un momento en el que nos preguntamos por qué no incluir dentro de nuestras ofertas estas otras cosas que solo hacíamos a nivel personal-experimental y que pueden funcionar para cualquier proyecto en el que estemos inmersos. No fue planificado, nunca dijimos: “Nos vemos así dentro de cinco años”, simplemente sucedió, y aprovechamos que el trabajo del día a día te va brindando una serie de herramientas que utilizas en paralelo. De esta manera, reafirmamos que no solo hacemos loguitos o catálogos».

“

Proyectos nuevos, clientes nuevos, problemas nuevos, clientes que en verdad tengan confianza en nuestra metodología y quieran trabajar con uno, esa libertad es sabrosa”

Claro, al final del día, Alex tiene una ventaja: una comprensión razonable, humana, de lo que significa «tener éxito». En un mundo plagado de miserias materiales, salpicado de contrastantes burbujas de adinerados infelices que consumen su existencia persiguiendo el dinero a costa de todas las demás cosas, Alex «hace lo que le gusta», y con eso le basta. «No soy ningún millonario, tengo lo justo y lo necesario, puedo hacer lo que me gusta, para mí eso es un éxito». Éxito, esa palabra tan mal usada estos días...

«Me contenta que el trabajo de In-House ha sido publicado por editoriales como Slanted, Gestalten, Computer Arts, IdN, Page; y reconocido por DIMAD, Tipos Latinos, LAD Awards, Communication Arts, Behance, AIGA, entre otros».

El reconocimiento también lo saboreó con un proyecto previo, más personal, que llamó Modo; una vía que nació para mostrar sus creaciones propias, en una época dura para Venezuela, el paro petrolero de 2002. Un año en el que sobrevino la ansiedad por seguir produciendo, a pesar del encierro forzoso, y alejarse lo más posible del ocio. Sin que Alex llegara a sospecharlo, Modo fue seleccionado para Marcas. Identificadores gráficos en Venezuela, un montaje exhibido en el Museo de la Estampa y del Diseño Carlos Cruz-Diez en 2005.

El oficio se simplifica de la siguiente manera, según sus palabras: «Te presentan un problema y tú tienes que dar una solución de comunicación, no siempre es así, pero en mi caso es visual». En última instancia, como en todas las profesiones creativas, la herramienta fundamental es: «La cabeza... todo lo que uno ha estudiado e investigado, las referencias contextuales...».

Un diseñador comparte con otros creadores (podríamos decir expertos, artesanos, artistas...) el amor por asumir retos nuevos: «Proyectos nuevos, clientes nuevos, problemas nuevos, clientes que en verdad tengan confianza en nuestra metodología y quieran trabajar con uno, esa libertad es sabrosa. No estar tan limitado a la hora de crear; no solo eso, sino que tengan la confianza en ti como profesional y las que tú vayas a proponer como soluciones».

Vale recordar que, en una época no muy remota, un diseñador era apenas un «técnico» al servicio de intereses mayores, generalmente de índole comercial. Es a partir del desarrollo tecnológico que el diseño gráfico ha adquirido las dimensiones de un «arte». Podemos solo imaginar cómo otras profesiones irán liberándose poco a poco conforme avance la técnica. Tal vez algún día veremos albañiles, bedeles o enfermeras desplegando el mismo grado de libertad y pasión creativa por lo que hacen. En esto, el oficio de «diseñar» ha marcado el camino en las últimas décadas y abierto las puertas a una imaginación que ya se sale del laboratorio y permea todas las áreas de lo social.

Al preguntarle si siente que ha llegado a la cima de su profesión, Alex responde con un «no». «Supongo que estoy en un punto medio –piensa, suspira...-. No sé cómo definirlo. No hay como esa ansiedad de antes, de mostrar cosas, de estar trabajando todo el tiempo, demostrando tu talento. Hay como un punto de cierta comodidad, pero a la vez sin haber llegado a donde quisiera llegar. No sé si esto tenga sentido». A veces las ideas que parecen más sin sentido son las más cuerdas.



LOS IDEALES DE FELICIDAD

A Venezuela, ese país que dejó hace tres años, lo encuadra en la frase «**reservadamente optimista**». No ya desde la memoria o la nostalgia, sino desde esa perspectiva que da el estar lejos, desde Barcelona «**a Venezuela se le ve un potencial evidente para todos, para los que hemos vivido allá, para los que somos venezolanos, pero me cuesta creer, por ahora, que la cosa va tan bien**».

«**Es muy complejo resumir la vida en una sola imagen**», afirma. Aun para un diseñador, alguien que hace de la imagen su medio de vida, es una tarea compleja. Alex es padre de dos hijos, Alicia, de catorce años, y Andrew, de veintidós. La primera ya muestra una fuerte inclinación por las artes visuales, pero a su edad, bien sabe un padre, la vida es una búsqueda intensa de intereses a veces contradictorios. El mayor, Andrew, estudia física pura, una disciplina que no está tan alejada de la creatividad artística como podría parecer. Si algo sabe Alex es que las influencias de los padres generan resultados tan diversos como la vida misma de los hijos.

Introvertido pero determinado es una caracterización con la que se siente cómodo. «**Cuando quiero hacer algo que tengo entre ceja y ceja trato de sacarlo, pero al mismo tiempo soy muy penoso, muy introvertido; estás allí como en una especie de lucha para que ese carácter de introvertido no mengüe tus capacidades, pero fuera de la mesa de dibujo suele imponerse la personalidad tímida. Pero aquí estamos...**», agrega con una risita.

«**Cocinar, comer, estar con mi familia, ver películas, series**» es lo que más le gusta, aparte de su profesión. «**El cine como tal últimamente me ha llamado la atención, no soy tanto de clásicos. Tengo un amigo cineasta que siempre se molesta conmigo porque no soy de ver películas viejas. De las últimas que he visto no me ha impactado mucho ninguna; creo que la última fue hace rato, una de Christopher Nolan...**». Por las series animadas, románticas, de comedia no esconde su debilidad.

En lo que sí es clásico Alexander Wright es en su idea de la felicidad, que coincide con la que tuvieron los mejores atenienses: «**Compartir con mis personas queridas; el trabajo no lo considero trabajo, me gustaría trabajar hasta el día que me muera, con tal de que sea**



como hasta ahora ha sido el trabajo para mí, un momento de estar a gusto, obviamente, tener el dinero que entre para mantener esa poca felicidad, pero no necesito gran cosa».

Tal vez por eso, de entre los animales a los que es aficionado están los monos, esos primos cercanos que tanto han sufrido su parentesco con nuestra especie tonta. «Los monos me encantan, me imagino que son parecidos a uno. En su manera de interactuar. Una vez nos pidieron unas letras, era un proyecto de iconos venezolanos, y tenía que ser una letra relacionada a un animal. Me inspiré en una pereza, obviamente es demasiado distinta a un mono, pero es lo más vinculado que he hecho hasta ahora».

El oficio al que Wright espera dedicarle una vida larga exige algunas virtudes que él posee; paciencia y concentración, dos cualidades que han servido a técnicos, samuráis y místicos. Y si nos adentramos en las figuras que le generan admiración, nos encontramos con un intelecto que se inclina más por los antihéroes que por los iconos de masa. Puede ser su afición a la buena comida o su timidez, que esconde siempre una veta irreverente, lo que lo hizo derramar alguna lágrima por la muerte de Anthony Bourdain, trotamundo cinéfilo y gastronómico al que en vida admiró mucho.

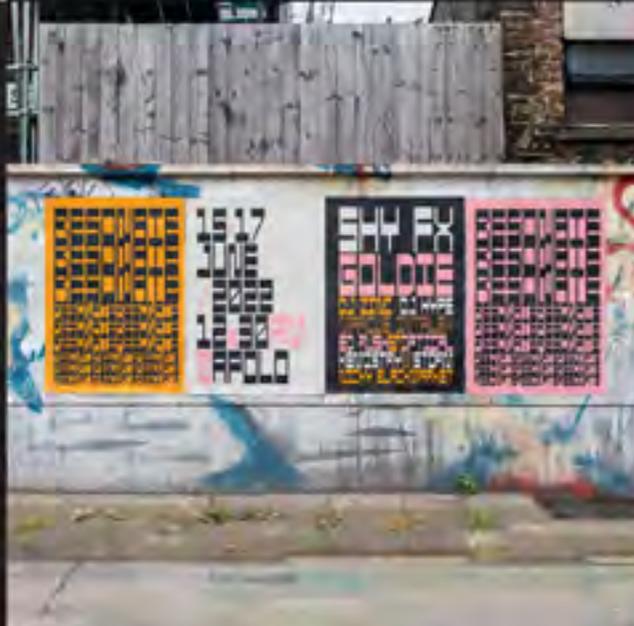
Tal vez esa sea una buena medida del éxito: que, al dejar esta tierra, personas de oficios distintos lamenten la ausencia que uno deja. De lo material, a fin de cuentas, queda muy poco. ■

“

El trabajo no lo considero trabajo, me gustaría trabajar hasta el día que me muera, con tal de que sea como hasta ahora ha sido”

PORTAFOLIO



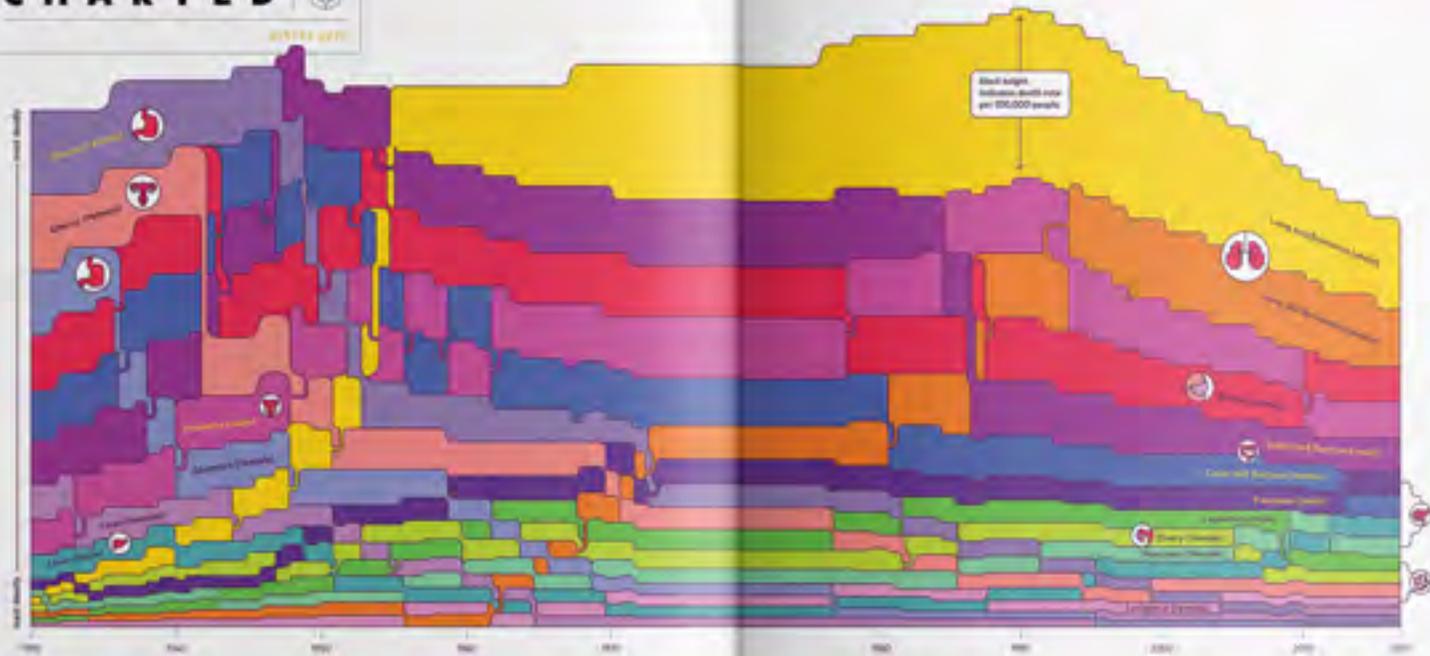




CHARTED



2017 BY GUY



THESE ARE THE

in remission

BY ALEXANDER WRIGHT / ILLUSTRATION BY GUY AUSTIN

FOR MUCH OF THE 20TH CENTURY, cancer was an intractable diagnosis. Doctors often didn't tell patients the truth about their illness because it was generally terminal, and they considered it unethical to take away a person's hope. The tide began to turn when Richard Nixon signed the National Cancer Act in 1971, which committed billions of dollars to funding for research into these ailments. Today, the overall number of cancer

cases is increasing, because we live longer and are less likely to die from other diseases. But researchers have made incredible strides in curing lives with the aid of new surveillance techniques, genomic sequencing, and novel tactics like immunotherapy and stem cell research. There's still work to be done—obvious examples, for example, are men's likely to die from lung cancer rather than their white counterparts—but there are the

Lung Cancer (yellow) In 1950, lung cancer was the most common cause of death in the United States. Today, it kills more than 150,000 Americans each year. But around 17 percent for women and 10 percent for men, which doctors are increasingly finding ways to help. They grow out of control, have spread thousands of miles in the

Uterine Cancer In 1950, a person diagnosed with uterine cancer was five times more likely to die of the ailment than they are today. That's partly because this disease often has clear symptoms, most patients are postmenopausal, so irregular vaginal bleeding prompts them to see a doctor. But it's

Stomach Cancer Rates of this disease have declined by 90 percent since 1950. The single biggest factor has been access to antibiotics that can kill *H. pylori*, a bacterial infection that can trigger stomach inflammation, a major risk factor for stomach cancer. To improve patients' lives, scientists are working to help identify the

Breast Cancer What would Egyptian surgeons think about this kind of cancer in 5,000 years ago, they asked. "There is no more." Today patients face radically different outcomes. In the wake of World War II, scientists discovered tamoxifen, which can kill cancerous cells. Hormonal therapy can reduce the risk of

Colorectal Cancer This ailment typically strikes whites over 65, but 50% in the case of younger Americans. For research, researchers have yet to identify biomarkers, both risk and genetic causes are more tractable than ever. During routine colonoscopies, doctors can easily remove polyps that could



— 1981 —

RODRIGO

Fuenzalida

«No hay diseño sin tipografía»

Nacido en Caracas en 1981, egresó de Prodiseno en 2007. Ha centrado su trabajo en la tipografía, ampliando sus conocimientos de manera autodidacta en Buenos Aires y Santiago de Chile. En Venezuela, trabajó en el Departamento de Diseño del Museo de Arte Contemporáneo, donde participó en la creación de uno de los catálogos para el Salón Pirelli, merecedor del Premio Nacional del Libro. En el sur, se ha formado trabajando con profesionales como Pablo Impallari –en Google Fonts–, Aldo De Losa y Rubén Fontana, a quien considera una escuela

 @erre.efe

 Juan Antonio González

 Grey Dariela Albornoz Márquez (retratos)

A su espalda, cuelgan de una de las paredes de su casa en Santiago de Chile tres signos: «()», «&» y «!». Cuelgan de la pared como si fueran cuadros; para él, el diseñador Rodrigo Fuenzalida, son pequeñas obras de arte vinculadas a un mundo que conoce y no cesa de explorar: el de la tipografía. Y aunque originalmente esos cuadrados, de fondo blanco con un paréntesis, la et y el cierre de exclamación impresos en negro, eran unos portavasos que le regaló una compañera de trabajo que se retiró del estudio de Rubén Fontana en Buenos Aires, «a mí me gustaron tanto que no les di el uso para el que fueron hechos, sino que los enmarqué», dice este joven caraqueño, nacido el 15 de junio de 1981.

Sin proponérselo, Rodrigo Fuenzalida plantea un dilema que ha perseguido por mucho tiempo al Diseño Gráfico: ¿es arte o no es arte? «Lo que determina que el diseño gráfico sea un arte es la función, el objetivo. Cuando lo que tú haces está destinado a algo o a resolver un problema eso es diseño gráfico, pero cuando lo que haces es simplemente por el goce estético, por el placer de hacerlo, puede ser arte. Para mí, el diseño gráfico *per se* siempre a va ser diseño, nunca va a ser arte, porque sirve para resolver un problema», explica.

«La tipografía es compleja en el sentido de que sirve para las dos cosas: tú puedes crear una fuente que resuelve problemas para un cliente, y ahí es diseño, o puedes hacer cosas porque te gusta hacerlas, porque disfrutas la experimentación gráfica; en algunos casos, eso podría ser arte, o podría partir del arte porque igual siempre cuando uno la suelta (la sube a una plataforma de Internet) como una fuente utilizable, alguien la va a usar para resolver un problema. En tipografía, la relación arte-diseño es muy difusa», prosigue quien más que reconocer una obra en su trabajo, reconoce un estilo.

Aunque nació en Baruta, en la Clínica Santa Sofía, de la urbanización mirandina en la que él, sus padres y sus dos hermanas menores, también venezolanas, se establecieron luego de vivir en Bello Monte y San Román, Fuenzalida habla con el acento, entre acelerado y melódico, de los chilenos. Hace once años dejó Venezuela, pero poco le cuesta poner en marcha inversa el proyector de sus orígenes.



“

EN

TIPOGRAFÍA

LA RELACIÓN

ARTE-DISEÑO

ES MUY DIFUSA”

«En mi casa nadie tuvo inclinación artística. A nadie le interesaba el tema. Mi papá dibujaba algunas cosas. Era muy raro, como que uno no termina de conocer a sus papás. Teníamos un Betamax, un VHS y muchas películas. De mi infancia recuerdo eso, que siempre terminaba viendo que ellos arrendaban videos en el Maxy's de Bello Monte que, por alguna razón, nunca devolvían. Una de esas películas que vi de pequeño y que creo que me dejó una semilla adentro fue *Tron*. La vi cuando tenía como cinco años. Me cambió la vida, a partir de ahí comencé a meterme mucho con los temas de fantasía, de cómo se hacían las películas, para mí era impresionarte ver esos programas de televisión en los que se mostraba cómo se hacían los efectos especiales... Pero nunca sentí que aquello me dijera “esto es lo que vas a hacer en el futuro”. Lo veía porque me llamaba la atención y me gustaba», rememora Fuenzalida, que asocia su adolescencia a aparatos como Atari, Nintendo y PlayStation.

“

Para mí, el diseño gráfico per se siempre a va ser diseño, nunca va a ser arte, porque sirve para resolver un problema”

Cuenta el diseñador que su padre, un analista médico chileno, se vino a Venezuela porque le surgió una posibilidad de trabajo en los Laboratorios Vargas de Caracas. Allí permaneció hasta que creó su propia empresa, una compañía de equipos e insumos médicos para laboratorios. Su mamá también estudió Tecnología Médica, se graduó un año después que su papá, pero su desarrollo profesional fue en Administración, «que estudió en Venezuela. Trabajó en una empresa de pavimentos, y luego con mi papá».

«Siempre tuvimos una crianza distinta a la venezolana, primero porque éramos nosotros cinco nada más, no teníamos una familia extendida. Mis papás sí tenían amigos y recuerdo que todos los fines de semana había fiesta en alguna casa, nos juntábamos en nuestra casa o en la de los amigos de mi papá».

«En mi familia seguimos siendo un poco fríos unos con otros. Las relaciones nunca han sido malas, pero no nos expresamos cariño todo el tiempo. Es más parecida a la crianza chilena que a la venezolana», admite Fuenzalida.

Sus estudios de primaria y secundaria los realizó Fuenzalida en el Colegio Don Bosco, de Altamira. «Me gustaban materias como Dibujo Técnico, en la que siempre sacaba excelentes notas, y también las relacionadas con el arte. Tenía un profesor que nos daba Historia del Arte y disfrutaba mucho sus clases. Aun así, nunca nada de esto marcó conscientemente un rumbo a seguir», insiste el diseñador, que en ese entonces mostraba buenas dotes

para el dibujo, sobre todo para copiar los personajes de Disney.

No obstante, al terminar el bachillerato hizo la prueba de admisión para Medicina en la Universidad Central de Venezuela, más por motivación de su padre que por convicción propia. No quedó, pero lo intentó en Odontología con resultados positivos.

«Empecé a estudiar Odontología –prosigue–. Como muchas cosas en mi infancia, adolescencia y adultez temprana, lo que iba pasando es lo que iba haciendo; nunca me pregunté nada ni puse nada en análisis. Al segundo año de la carrera, cuando me tocó empezar a trabajar con pacientes, me di cuenta de que no me gustaba la carrera. La odiaba. La teoría estaba bien, todo el tema de aprender anatomía, buenísimo, pero cuando vi la forma en la que trataban a la gente, no como una persona sino como un número, una tarea que tienes que hacer, “esta persona es una extracción de muela”, me chocó mucho y comencé a plantearme, “¿y ahora qué hago?”».

Dejó la universidad. «Papá, no voy a seguir estudiando Odontología, no sirvo para eso”. Como tenía el gusanito de las películas, cómo se hacían, y tenía cierta habilidad para dibujar, me dije: “Voy a ver qué tal el Diseño Gráfico”. Tenía cero conocimientos del tema, no sabía nada del Diseño Gráfico en Venezuela», cuenta Fuenzalida, quien reconoce que de su padre le quedó el empuje para alcanzar las metas que se propone.

«Cuando él se plantea hacer algo no para hasta que lo logra», dice. «Yo empecé en lo que hago ahora, que es el diseño de tipografía, en 2009, y desde entonces no he parado. Esto me apasionó y no paré. Tuve un profesor en Prodisegno, Luis Giraldo, que en una clase dijo que de la tipografía no se vive, y sí, en la época en la que lo dijo era muy cierto, pero ahora sí se puede vivir de la tipografía. Creo que de mi papá saqué eso». Y de su mamá, «el ser organizado para el trabajo. Soy desorganizado para millones de cosas más, pero nunca para el trabajo».

Sobre su proceso de socialización, comenta el diseñador que pasó de un grupo muy nucleado de compañeros en el Don Bosco, a aproximarse a diferentes estilos de vida en la Facultad de Odontología de la UCV. «Conocí una Caracas más amplia», dice.

“

Junto al nombre de Álvaro Sotillo está el de Rubén Fontana. Ellos son los dos grandes exponentes del diseño gráfico latinoamericano por sus reconocimientos a nivel mundial”

DE TRON A PRODISEÑO

The logo features the words "TORTILLA DE HARINA" in a bold, black, sans-serif font, stacked on two lines. Below this, "TOMATE ALBAHACA" is written in a smaller, white, sans-serif font on a black rectangular background.

Al dejar la carrera universitaria, Fuenzalida decidió trabajar en la empresa de su padre. Lo haría, según sus planes, por un año, mientras averiguaba qué estudiar. «Busqué por internet escuelas de diseño en Venezuela. Me acuerdo que en mi investigación surgieron, entre otras, el Instituto de Diseño de Caracas y Prodiseno. Cuando revisé el *pensum* de cada uno me di cuenta de que, por ejemplo, el Instituto de Diseño de Caracas estaba más inclinado hacia el tema de la web; otra, de la que se me escapa el nombre, estaba más enfocada a la ilustración, pero cuando comencé a leer las materias de cada uno de los años de estudio en Prodiseno, me pareció muy generalista; es decir, daban de todo. Me dije: “Si quiero estudiar Diseño Gráfico y no conozco mucho, creo que este es el mejor sitio para entender qué quiero hacer”».

The word "CHITOS" is written in a large, bold, black, stylized font with a white outline and a drop shadow effect.

Y prosigue: «Mi tema cuando empecé a estudiar diseño es que quería trabajar en Pixar, en algo relacionado con las películas. De ahí surgió mi conexión con Prodiseno, más que con el diseño propiamente, porque en ese entonces tenía el prejuicio de que “como yo sé dibujar, entonces capaz soy bueno diseñando”, sin tener idea de lo que es el diseño. Hice el curso introductorio, que era un ciclo de tres semanas en el que separaban a aquellos que consideraban como buenos candidatos para entrar de los que no, y quedé. El curso lo hicimos, más o menos, cincuenta personas y quedamos dieciséis. Eso fue en 2003».

The logo features the words "Jugo de Mora" in a stylized, black, sans-serif font. "Jugo de" is smaller and positioned above "Mora".

A pesar de que en Prodiseno, que por aquel entonces funcionaba en La Florida, Fuenzalida se sintió al principio como pez fuera del agua, no duda en afirmar que esa escuela le cambió la vida «de la misma forma que *Tron* lo hizo. Primero, me permitió conocer gente de diferentes estilos, allí había una mezcla increíble de gente de todos lados de Caracas, incluso de afuera. Otra de las cosas maravillosas que tenía es que todos estos chamos, menores que yo, tenían una cantidad de conocimientos que yo ignoraba totalmente, muchos de ellos venían de escuelas en las que eran importantes las Humanidades; en el Don Bosco solo había Ciencias, y eso fue lo que terminé estudiando. Y está el tema del sentido de comunidad. Prodiseno siempre fue una casa, en el momento en que había más gente, durante entregas, debía haber habido unas cuarenta personas en total. Una comunidad pequeña. La sensación era la de ser un núcleo de gente haciendo cosas que nos gustaban y nos apasionaban».

El diseñador reconoce que sus profesores de Tipografía fueron esenciales en su formación. «Entré a Prodiseno queriendo ser animador en Pixar y salí de allí queriendo hacer libros y dibujar letras. Y todo se lo debo a Pedro Holder, Gabriela Fontanillas, Álvaro Sotillo, Carlos Rodríguez y Luis Giraldo. Ellos cambiaron mi vida en lo que se refiere a la pasión. No hay grupo de profesores que hablan con la pasión que ellos lo hacían y eso me lo contagiaron».

Para Fuenzalida, la tipografía terminó siendo la base del diseño porque, dice, todo se conjuga en ella. «Hay cosas del diseño que son específicas, el dibujo analítico te puede servir para dibujar analíticamente, la composición te sirve para maquetear libros... pero la tipografía lo envuelve todo. Era el estudio de la forma, el estudio de la contraforma, de la composición, del dibujo, del tiempo, el estudio de la comunicación, de cómo la forma comunica... La tipografía, para mí, se transformó en la herramienta fundamental de comunicación. No hay diseño sin tipografía. No hay comunicación sin ella», asegura.

DEL MACCA A UN PERIPLLO POR EL SUR

Al terminar sus estudios en 2007, uno de los profesores de Fuenzalida en Prodiseno, Carlos Rodríguez, le propuso irse a trabajar con él al Museo de Arte Contemporáneo de Caracas, concretamente al Departamento de Diseño. «Allí estuve trabajando por nueve meses, básicamente, editando material de exposiciones; hicimos un catálogo para uno de los salones Pirelli que se hacían en aquella época y que ganó el Premio Nacional del Libro como catálogo de una exposición», recuerda el diseñador.

La ideologización a la que fueron sometidas todas las instituciones culturales del país por parte del gobierno del presidente Chávez precipitó la salida del diseñador de la institución fundada por Sofía Ímber. «El mismo Carlos me dijo: “Mira, vete porque esto se está yendo al demonio. Yo sigo aquí porque soy viejo y no tengo más nada que hacer, pero tú eres joven y mereces trabajar en mejores sitios”».

Rodríguez lo puso en contacto con Johana Ertl, quien también venía de Prodiseno. «Ella trabajaba en un ámbito totalmente diferente al del museo. Lo hacía para las cablerías, Sony, HBO. En esa época, 2008, 2009, casi todo el diseño (imagen gráfica) de esos canales se

hacía en Venezuela. Me fui a trabajar con ella en su estudio La Casa del Diseño. Salí de Parque Central a una casa en Los Naranjos. Esos fueron mis dos trabajos en Venezuela, y fueron maravillosos. En los dos nunca dejé de hacer fuentes. Nunca como trabajo, sino como experimentación. En mis tiempos libres diseñaba alfabetos y nunca me dijeron que no; mientras cumpliera con mi trabajo no había problema en que lo hiciera. De hecho, participé dos veces en la bienal Letras Latinas: una en 2006 estando en Prodiseño, que fue mi primer concurso internacional de tipografía, y la otra en 2008, ya fuera de Venezuela; una de las fuentes que mandé ganó un Certificado de Excelencia en la categoría de fuentes Display (alfabeto gráfico). También participé en Tipos Latinos en 2012, como Rodrigo Fuenzalida solo», rememora.

“

Entré a Prodiseño queriendo ser animador en Pixar y salí de allí queriendo hacer libros y dibujar letras. Y todo se lo debo a Pedro Holder, Gabriela Fontanillas, Álvaro Sotillo, Carlos Rodríguez y Luis Giraldo”

Fue a través de su profesor de Dibujo en Prodiseño, Efrén Rojas, que Rodrigo conoció en 2006 a quien sería, dos años después, su esposa: Grey Dariela Albornóz Márquez, productora en ese entonces del Instituto Universitario de Danza (Iudanza). «Siempre digo que es como una mujer renacentista porque siempre quiere aprender de todo, de hecho, ahora está metida en el tema de web e interfaces», afirma Fuenzalida.

En 2009, la pareja se planteó irse de Venezuela, «básicamente porque desde que nos casamos vivíamos en cuarticos en diferentes casas, y no nos veíamos en capacidad de crecer a futuro. Aprovechando nuestros ahorros y las oportunidades en ese momento, le dije: “Bueno, busquemos un sitio donde puedas estudiar fotografía –que siempre había querido estudiar– y yo pueda estudiar otra cosa. Surgió Buenos Aires como primera posibilidad porque allá hay una escuela de fotografía que se llama Motivarte, muy importante. “Mientras tú estudias fotografía, yo puedo hacer el posgrado de Tipografía en la Universidad de Buenos Aires (UBA)”. Ella mandó sus recaudos para Motivarte y yo los míos para la UBA. Y nos aceptaron. Con eso listo, en 2010 nos fuimos a Buenos Aires, con las pocas cosas que teníamos».

Estuvieron en la capital argentina cinco años. Y no todo lo que vivieron fue un jardín de rosas. «Allá nos pasó de todo», cuenta Rodrigo. «Grey empezó su carrera, pero en el último año tuvo que abandonarla porque yo me quedé sin trabajo. O comíamos o estudiaba ella.

Yo no pude hacer el posgrado por un tema burocrático de la universidad: después de que me habían aceptado, estando allá e ingresando los papeles, me dijeron que mi título no era reconocido, no estaba legalizado. Me dieron la opción de hacerlo como oyente, pero pagando. Así que decidí no someterme a eso».

En Buenos Aires, Fuenzalida laboró para el estudio de diseño Cabina, que hacía trabajos específicos para empresas argentinas grandes como el Grupo Techint, de metalurgia. Estuvo allí por un año. «Fue una experiencia dura porque el cambio de cultura fue fuerte por el choque entre cómo entendían ellos el trabajo y cómo lo entendíamos en Venezuela, donde, en mi caso, tenía cierta libertad porque me tenían confianza y me permitían arreglar mis tiempos de la manera en la que yo quisiera. Eso no pasó en Argentina. Mi jefe era un déspota que pagaba en negro. No fue una buena experiencia de trabajo», recuerda.

Una puerta se cerró pero otra se abrió. En esa época, Google emprendió su proyecto de tipografía Google Fonts, una base de datos de tipografía de uso libre. «Dave Crossland, que es quien todavía lleva ese proyecto, viajó a Argentina para buscar prospectos que le diseñaran fuentes o que le hicieran tipografías para el proyecto. Armó un grupo con personas de allá e invirtió dinero en algunas para que montaran sus estudios. Una de esas personas era Pablo Impallari, pero como este tenía mucho trabajo en ese momento, empezó a buscar diseñadores. Dave me puso en contacto con Pablo, y durante 2012 trabajé con él. Esta fue la primera vez que trabajé en lo que hago, que es el diseño de fuentes. También fue mi primera experiencia como *freelance*. Ese año fue maravilloso porque por primera vez trabajé desde casa, manejé mis tiempos. Fue un teletrabajo antes que el teletrabajo se pusiera de moda. Además, entre Cabina y Google Fonts el sueldo se me duplicó».

Más allá de no haber podido cursar el posgrado en Tipografía, Fuenzalida reconoce que toda su formación como diseñador de fuentes ha sido autodidacta. «Me he ido formando de lo que he aprendido del trabajo que he hecho para otras personas o de los pocos cursos que he podido tomar. El trabajo con Pablo fue muy enriquecedor en un aspecto que no conocía: yo sabía dibujar letras, pero había una parte técnica que no

“

La tipografía lo envuelve todo: el estudio de la forma, el estudio de la contraforma, de la composición, del dibujo, del tiempo, el estudio de la comunicación, de cómo la forma comunica”



AREPAS
de MAIZ
BLANCO



TÉ EN
POLVO
Limón



HOGAO

conocía a nivel de cómo tengo que preparar los archivos para producir fuentes, que es algo que todavía sigo aprendiendo porque es un tema que sigue evolucionando y cambiando».

Uno de aquellos cursos lo hizo con el diseñador gráfico Aldo De Losa, coordinador del grupo de estudio y trabajo Tipitos Argentinos, en el que se enseñan todas las etapas del desarrollo de una fuente, desde la concepción de la idea, del boceto inicial, al producto terminado. «Fueron nueve meses de aprendizaje muy enriquecedores. Formé una linda amistad con Aldo y también con Pablo. Fui el único que terminó el taller, y Aldo se convirtió en la persona a la que en algunos momentos le preguntaba cosas. Esos fueron los dos primeros años en Argentina, 2011-2012, que fueron básicamente de introducción a la tipografía como potencial sendero de carrera».

Quizás, el mayor aprendizaje de aquellos años para Rodrigo Fuenzalida fue «entender el oficio y ver sus posibilidades más allá de esta cosa que me gusta hacer y la hago porque me hace sentir bien». El contacto no solo con Pablo Impallari y Aldo De Losa, sino con otros grandes exponentes de la tipografía en América del Sur, como Pablo Cosgaya, Alejandro Paul, Rubén Fontana y Eduardo Tunni, lo puso ante una realidad: «Muchos de ellos viven de la tipografía».

«Capaz puedo vivir de esto», se dijo a sí mismo. «Ya había hecho cosas para mí que las tenía en plataformas de retail, como MyFonts, que, aunque no se vendían, las subía con el desconocimiento y la ingenuidad de quien no tiene idea de lo que está haciendo. Con esta gente entendí que me faltaba mucho trabajo técnico en lo que hacía, y eso se volvió mi foco: entender no tanto el tema de dibujar, que es lo que sé hacer y puedo hacer, sino qué más está detrás de la tipografía a nivel técnico».

Una vez que el contrato con Google se terminó, Fuenzalida volvió a quedarse sin empleo, pero gracias a las relaciones que había hecho en ese tiempo, otro venezolano, José Nicolás Silva Schwarzenberg, quien había recibido una oferta de trabajo en Estados Unidos, lo recomendó para sustituirlo en el estudio de Rubén Fontana. «Él ha sido mi segunda escuela después de Prodisño; cuando trabajé con Fontana, ya era una persona de setenta y tres años, tenía toda una experiencia de vida, y desde ese momento para mí, junto al nombre de Álvaro Sotillo, estaba el de Rubén Fontana. Ellos son los dos grandes exponentes del diseño gráfico latinoamericano por sus reconocimientos a nivel mundial».

Y agrega: «Mis últimos dos años en Buenos Aires los pasé trabajando con Rubén. Más que trabajo fue una escuela», afirma, al tiempo que reconoce sus influencias nacionales: «En Venezuela, a nivel de investigación de fuentes, están Nedo y Gert Leufert; sus trabajos sobre la experimentación gráfica que puedes hacer con la letra me siguen marcando. En cuanto a la tipografía como tal, están Pedro Holder, Álvaro Sotillo, Gabriela Fontanillas, Carlos Rodríguez y Luis Giraldo. Mis profesores de tipografía en ProDiseño siguen siendo mis referentes».

Entre sus influencias bonaerenses incluye a Fontana: «Marcó un antes y un después en mi carrera profesional; con él yo no hacía fuentes –hice un par para unos clientes que necesitaban ciertas cosas específicas– sino que trabajé en branding», y a Aldo De Losa: «Ha sido el único profesor que me ha dado clases de tipografía y diseño de fuentes».

Sobre su vida en Santiago de Chile, comenta Fuenzalida: «Aquí trabajé cinco años en Latinotype, una de las fundiciones de tipografía más grandes de Suramérica. Me salí en 2020, y ahora estoy de nuevo en transición hacia el *freelance*, y junto con mi esposa estamos armando una fundición que se llama fragTYPE, con la que estamos tratando de abarcar los tres elementos de la tipografía: el *retail*, la gratis y la corporativa».



HAY QUE EDUCAR AL CLIENTE

Mucho del trabajo de los diseñadores gráficos se hace en función de lo que un cliente desea o requiere para su empresa o producto. A partir de su experiencia, Rodrigo Fuenzalida admite: «No soy de los que piensa que el cliente siempre tiene la razón. Normalmente, y sobre todo en el trabajo que uno hace, está equivocado, pero el tema es mostrarle con hechos, incluso educándolo, por qué lo está. Si uno hace un buen trabajo en esos dos aspectos, nunca va a tener problemas. Mi primer golpe de realidad con clientes fue en el museo; luego, con Johana en La Casa del Diseño. También era un tema porque todos los canales tenían su estética, cómo se ve el canal. Entonces, esa visión del canal hay que replicarla en productos impresos y otros tipos de materiales. Y siempre las reuniones eran un tema de “esto sí, esto no”».

Afirma que fue con Rubén Fontana que aprendió a «educar» a los clientes. «Y si eso no funciona, queda como último recurso decirles: “Haré lo mejor que pueda dentro de lo que tú quieres”».

“

No soy de los que piensa que el cliente siempre tiene la razón. Normalmente, y sobre todo en el trabajo que uno hace, está equivocado, pero el tema es mostrarle con hechos, incluso educándolo, por qué lo está”

Y como de caprichos se trata, para Fuenzalida, «la tipografía es un capricho del que puedo vivir». Al hablar de su estilo, dice que es una mezcla entre forma y función. «En Buenos Aires también aprendí caligrafía y, mientras aprendía, eso se volvió parte de mi diseño de fuentes. Antes de eso era muy geométrico por la influencia de la Bauhaus, y la tipografía parte mucho de la forma geométrica, de lo puro de las formas. Así, todo lo que yo hago tiene un dejo de caligrafía».

Explica su proceso de esta manera: «La creación surge cuando veo algo que me produce una pregunta. Por ejemplo, tienes el estilo de caligrafía Uncial, que es uno de los más clásicos y uno de los primeros de los que surgieron las minúsculas, un estilo histórico importante a nivel del desarrollo de las letras. Y a veces me pregunto: “¿Cómo funcionaría la caligrafía Uncial en La guerra de las galaxias?, ¿cómo se vería metida en La guerra de las galaxias?”. Entonces empiezo a imaginarme cómo sería la versión ciencia ficción de la Uncial. Siempre es algo que veo y asocio con algo».

Una de las fuentes de Rodrigo Fuenzalida, la Titan One, fue utilizada en el videojuego *Fall Guys*, muy popular hace unos cinco años.

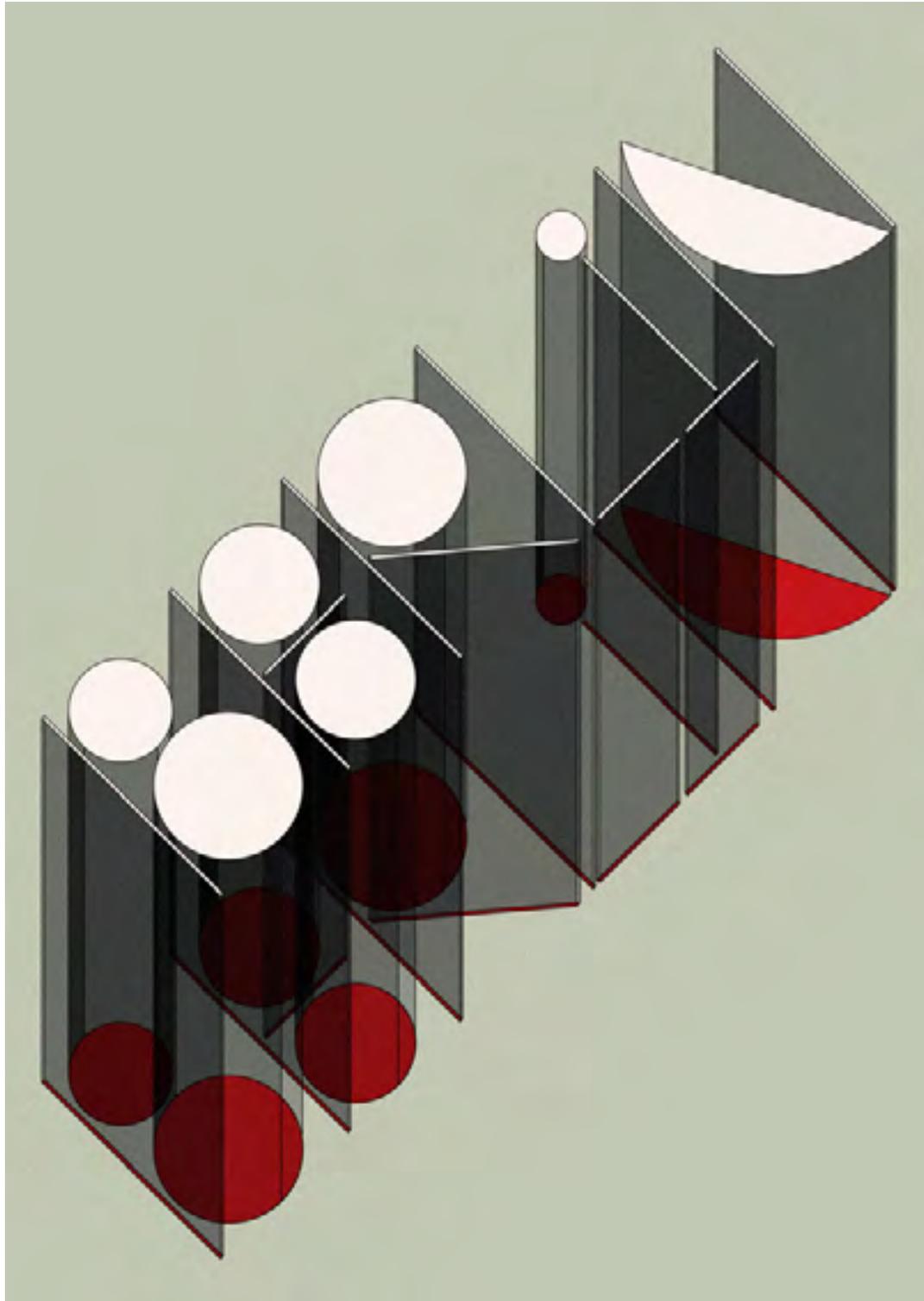
El diseñador también comenta que entre sus fuentes clásicas preferidas están la Franklin Gothic y la Frutiger. «Normalmente las fuentes que a mí más me gustan son las que proponen algo, aquellas en las que hay una propuesta de romper con algo y lo hacen por sus diseñadores, gente como la fundición Underware, Toshi Omagari, David Jonathan Ross...». Pero aclara: «No hay tipografía fea sino mal utilizada». De hecho, afirma que la «g» minúscula es la que mejor podría definir su vida: «Hay letras que son similares en todas las fuentes, pero la “g” minúscula es la única letra de todos los abecedarios que siempre va a ser diferente».

Aunque toda su familia se encuentra en Chile, Rodrigo y Grey estudian la posibilidad de mudarse a Portugal. Andan de nuevo en una transición. «En estos momentos, más que un diseñador de fuentes, soy un productor de tipografía: alguien me pasa sus proyectos y yo se los termino de armar digitalmente para lanzarlos como una fuente». ■



PORTAFOLIO











— 1981 —

YONEL Hernández

«Solo se logra si te arriesgas»

Nació en Caracas en 1981. Egresado de Prodisño, ha laborado con Carlos Rodríguez, Gabriela Fontanillas y Álvaro Sotillo. Trabajó en animación y en medios como Sun Channel. Tuvo su pasantía por el Museo de Arte Contemporáneo de Caracas. Apasionado del dibujo y la ilustración, ha colaborado en libros infantiles editados por Camelia Ediciones, Fundación Empresas Polar y Utopía Portátil. Con Eddymir Briceño fundó el estudio Inés&Bernardo y formó parte de Barco de Piedra, editorial cuya *Colección numerada* fue finalista en la Bienal Iberoamericana de Diseño 2016. En 2018 expuso sus *Gestos mínimos* en la Sala Mendoza. Por *Plan B: Caracas, ciudad de salida* fue reconocido en los Latin American Design Awards 2019. En 2020 ganó el concurso Artivismo

 @yonelhernandez

 Humberto Sánchez Amaya

 José Reinaldo Guédez (retratos)

Cuando era un estudiante en el colegio, Yonel Hernández se la pasaba con una carpeta, de esas que cerraban con una liga que ajustaba los vértices, populares en la época de escuela. Adentro, llevaba decenas de dibujos. Le encantaba dibujar, dar formas con la línea, sugerir movimientos y mundos, empezaba a descubrir todo lo que se podía hacer con un lápiz o un creyón. La creación al alcance de la mano.

«Esto suena como un cliché, sé que se verá así totalmente, pero siempre me gustó dibujar. Toda la vida. Uno como diseñador odia decir eso, pero en mi caso realmente fue así. Dibujé toda mi vida, desde que me acuerdo», comenta el diseñador.

Esas hojas tamaño carta las llevaba a cualquier sitio. Se sentaba en cualquier lugar y se abstraía de todo lo demás a su alrededor. Si lo llevaban a Maracay a casa de sus tías Mildred e Isabel, o a casa de su abuela Antonieta, también en esa ciudad, importaban poco las novedades de la visita, igualmente ese mundo en blanco a su disposición representaba un poder para la creación.

«En un momento me interesaron muchísimo los dinosaurios. Después empecé a imitar comiquitas que veía, así como caricaturas de personas. Me acuerdo que dibujaba a figuras como Fido Dido, el personaje de 7 Up».

Cuando se remonta a esos años, hace un repaso a un joven que simplemente veía un escape a la realidad, a las tareas, a las dinámicas de casa. La hoja en blanco era la posibilidad de tomar el control de una realidad, de gozar de una capacidad creadora lejos de la rutina y la supervisión de los adultos.

Tan solo era eso, porque cuando se imaginaba el futuro, otras opciones estaban en mente. De hecho, pensó en estudiar Biología. «Porque me gusta mucho la ciencia, la naturaleza. Estuve a punto de hacerlo, hasta que una vez mi papá me dijo que, si me interesaba tanto el dibujo, por qué no elegía una carrera llamada Diseño», comenta sobre su padre, que se llama igual que él, Yonel Hernández, quien entonces trabajaba en el Consejo Nacional de Universidades, por lo que estaba más informado de ese universo que es la educación superior, distante e intimidante cuando se está terminando el bachillerato. «Yo en ese momento no tenía ni idea de que eso existía. Recuerdo muy bien que fuimos a varias escuelas. Cuando entré a ProDiseño, y vi todo lo que estaba

“

CREO QUE
EL DISEÑO
ES UN BALANCE
ENTRE UN
CRITERIO
ESTÉTICO Y
UNA NECESIDAD
COMUNICATIVA”

ahí, los dibujos analíticos del cuerpo, las imágenes expuestas y los diseños tridimensionales fueron impresiones sensoriales. Me dieron unos folletos que explicaban lo que era la carrera. Finalmente, todo eso que conocí, me atrapó».

Era difícil no darse cuenta de sus inclinaciones. Estudió en el Colegio San Antonio de la Florida, conocido más que todo por la Iglesia de Nuestra Señora de Chiquinquirá, uno de los templos más imponentes de Caracas. De ahí se graduó en 1998. Cuando estaban a punto de culminar, en quinto año, en esos menesteres para darle identidad a la promoción, él se encargó de diseñar el logo que los representaría. En ese momento empezaba a definirse mucho más lo que había surgido como una inocente inquietud.

“

Prodiseño era una escuela muy exigente, pero era una exigencia muy interesante”

Llegó a presentar la prueba para ser admitido en la Escuela de Biología de la Universidad Central de Venezuela. Pero no, no pasó más nada. Ingresó finalmente a la Escuela de Comunicación Visual y Diseño Prodiseño, donde empezó a delinear su vida. «Me impactó bastante porque sentí el salto desde el bachillerato. Además, era una escuela muy exigente, pero era una exigencia muy interesante. Yo me sentía muy apasionado con lo que estaba haciendo. No paraba en las cosas que había que emprender. Siempre descubrimos cosas nuevas. Los profesores nos estimulaban mucho. Toda esa sensación fue importante», rememora Yonel Hernández, quien nació en el año de 1981.

Dice que cuando llegó a la sede antigua de Prodiseño en la urbanización La Florida de Caracas, las personas eran recibidas por un afiche bastante grande de una calavera negra sobre fondo blanco y ojos fluorescentes. «Una maravilla de afiche, un llamado a la atención inmediato».

Así, lo que había experimentado en esas hojas tamaño carta cuando era estudiante de bachillerato era visto con otros ojos, a través de la experiencia compartida de otros, y heredada a él a través del testimonio de las aulas, de la lección de quien está dispuesto a ceder parte de su ser para que otro se construya en una profesión. La academia en plena ebullición.

«Tipografía fue una de las materias muy importantes para mí. Además, en Prodiseño uno

sentía la tradición que venía del diseño. Estaban personas como Álvaro Sotillo, Gabriela Fontanillas, su esposa; Carlos Rodríguez, y muchos más. Era ver clases con unos ídolos. Por esa razón le ponía un empeño gigantesco. Por ejemplo, ver cómo la tipografía, y más adelante la ilustración, se vinculaban mucho con el dibujo».

Las clases eran una manera de dejar atrás los vicios o desacertadas interpretaciones alrededor del dibujo, todo eso que se supone en la juventud, y se asume cuando una pasión se practica exclusivamente desde la ingenuidad de la emoción. «Uno entra a la escuela marcado de cosas, y no necesariamente funcionan, porque esas cosas también pueden estar llenas de vicios. Uno cree que se entiende o las entiende como se lo propone, y no es así. Pero cuando deseas comunicar algo, debes ser conciso, eficiente. Por ejemplo, cuando vimos clases con Eduardo López, en Introducción a la Comunicación Visual, él te enseñaba a ver las cosas de otra manera. Identificabas así esos vicios. Era realmente duro. Sus clases eran un filtro en la escuela. De los cuarenta que entraban, por lo menos se iba la mitad en parte por su materia».

En Pro diseño ya había encontrado la zona de interés, pero una vez en ella, hay otros caminos que tomar. En su caso, la imagen, su concepto y su función lo atrapaban cada vez más. Una intriga que despierta todo tipo de interés.

«Llegué a un punto de mi carrera en el que me di cuenta de que lo importante era realmente la síntesis gráfica en el mensaje, eso relacionado con la comunicación. Por ejemplo, cuando veo un afiche, notar la potencia que tiene para darse a entender inmediatamente», cuenta Yonel Hernández, quien demuestra el entusiasmo de recordar esos primeros años.

También empezó a realizar sellos, adentrarse además en qué tan reducida podía ser una figura para comunicar, para trascender en quien recibe el mensaje. «Eso está muy vinculado a la tipografía y a la ilustración».

«Hay tantas referencias que me cuesta mencionar alguna. Recuerdo haber visto el trabajo de Nedo Mion Ferrario y Gerd Leufert. Me parecía fantástico. También debo mencionar los proyectos de Álvaro Sotillo. Pro diseño está lleno de afiches, y todos fueron muy estimulantes. Está Neville Brody, un diseñador que en los noventa estuvo



muy de moda por sus maneras claras de trabajar y comunicar. Durante mis estudios fue una referencia importante».

Y agrega: «De Nedo me impresionó bastante su trabajo en la revista Cal, con una propuesta de diseño verdaderamente extraordinaria, una combinación de tipografía e imagen como probablemente no se había visto con ese nivel de libertad hasta la época, realmente bárbaro», indica sobre el medio referencia en los años sesenta.

En Prodiseno también nació ese interés que todavía mantiene por los cuadernos de bocetos o sketchbooks. «Es una costumbre que inicia en la escuela y que mantengo hasta hoy en día. Justamente eso me trajo la oportunidad de aparecer publicado en una revista de diseño internacional llamada *IdN*. Diría que esto es parte fundamental de mi proceso de trabajo». Este dato es importante. Lo aclara para que sea resaltado como punto clave en su trayectoria.



“

Todo se está escribiendo. Quizá la satisfacción es que todo lo que hacemos nos apasiona y nos motiva. Que alegría poder decir eso”

ANDANZAS PROFESIONALES

Los pasos en el mundo profesional no comenzaron tarde. Ya en los primeros años de la carrera Yonel Hernández había asumido responsabilidades. «Como muchos de nuestros profesores eran profesionales, ejercían el diseño, eso nos permitió que empezáramos como en tercer año a trabajar. Durante unas vacaciones estuve en un proyecto para el desarrollo de identidad del Ministerio de Ciencia y Tecnología. Recuerdo que también estaba Carlos Rodríguez. Yo era uno de los más chamos del grupo. Tenía que poner mucho de mí».

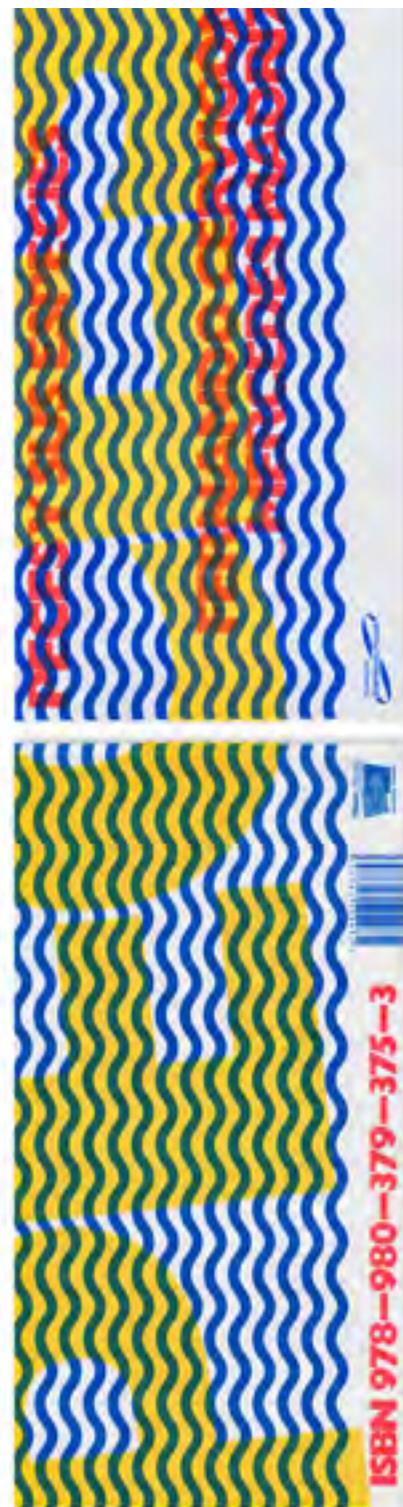
También trabajó en Metaplug, un estudio de diseño muy vinculado a Prodisño, en el que figuraba también Ramiro Guevara, primo de Eddymir Briceño.

Parecía que no había momento para las pausas. Se presentaron distintas oportunidades que fueron un cúmulo de experiencias, lecciones que iban forjando el quehacer de quien ya concatenaba lo vivido para el porvenir.

«Entonces, culminé en Prodisño. Había una oficina llamada Totuma Comunicaciones, donde hacían videos y animaciones. En ese momento había todo un *boom* de la animación en Venezuela. Se hacían trabajos para canales como Sony y todo el diseño se desarrollaba acá en el país. Me ofrecieron participar en el piloto de una serie animada. Acepté y me fui con ellos, con quienes laboré durante seis meses. Estuve haciendo ilustración. Hubo una serie que terminó siendo *Isla presidencial*, pero tenía otro nombre al comienzo. Tenía más temas además de la política. Pero me fui. No quise seguir».

Esa no fue la primera vez que estuvo en organizaciones vinculadas con la televisión. Después llegó un chance para trabajar en la identidad de Sun Channel, medio que comenzó sus transmisiones en el año 2007, y que se mantiene al aire todavía. Ahí se quedó tres años.

Fue durante ese período que empezó a coleccionar cámaras analógicas. «Fue como una obsesión por tomar fotografías de mi entorno. Lo hice por cinco años. Era caminar por la ciudad y descubrir espacios, configuraciones de materiales, formas, composiciones. Creo que fue una manera de apropiarme de la ciudad para motivarme y seguir haciendo cosas. Eso forma parte de mi lenguaje visual. Sin duda, está dentro de mí. He seguido con la fotografía, pero desde otro lado. Sigo, pero no con la misma obsesión».





Era un ejercicio constante de atención y descubrimiento visual. Se trataba de tener una mirada despierta a los espacios que transitaba, las calles, los edificios y la gente, desde una perspectiva gráfica.

Luego se quedó como independiente hasta que se presentó la oportunidad de trabajar en el taller de diseño Visión Alternativa de Gabriela Fontanillas y Álvaro Sotillo, donde estuvo entre los años 2010 y 2011.

«Con ellos aprendí muchas cosas. Fue la primera experiencia formal que tuve con una oficina de diseño. Recuerdo haberme impresionado mucho por lo metódico de su proceso de trabajo y por el rigor con el que ejercen la profesión. Tuve la oportunidad además de vivirlo en dos etapas de mi vida muy distintas. Primero, en una pasantía que hice siendo un estudiante de segundo año. Luego, años después, ya como profesional. En realidad, representó todo un privilegio».

Se podría decir que se encaminaba en un trayecto por una serie de instituciones claves en el mundo del diseño en Venezuela, organizaciones que tenían al frente a referentes de la profesión en el país, y, ahí, Yonel Hernández comenzaba a dar los pasos afianzados a la confianza depositada en él por parte de sus ídolos.

Entre los años 2011 y 2012 comenzó a laborar en el Museo de Arte Contemporáneo de Caracas, anteriormente llamado Museo de Arte Contemporáneo de Caracas Sofía Ímber. En ese lugar estuvo bajo la tutela de Carlos Rodríguez, una figura importante en su vida, que ha estado en momentos determinantes de su formación y de concreción como profesional.

«Fue mi profesor de tipografía en la escuela. Es una persona que tuvo un papel fundamental en mi crecimiento dentro y fuera de la institución. Un gran profesional del diseño con una capacidad impresionante para enseñar y motivar. Es uno de los grandes representantes del diseño en Venezuela».

En la escuela había conocido a Eddymir Briceño, ahora su esposa desde hace siete años, y con quien tiene dieciocho años de relación. Una familia. Para el año 2011, la diseñadora ya había trabajado en el Museo de Bellas Artes como encargada del Departamento de Diseño, cargo al que llegó por invitación de Eduardo López.

«Cuando vi las cosas que hacía Eddymir en el museo, los catálogos y demás trabajos, solo podía pensar en lo impresionante que podía ser estar en ese mundo. Le pregunté a Carlos si podía hacer una pasantía, a pesar de que ya me había graduado. Así fue como estuve un año en el Museo de Arte Contemporáneo de Caracas con él. Me pagaban una tontería, pero quería vivir –en el Maccsi– esa experiencia que había tenido ella –en el MBA–. Fue fantástico. Retomé esa pasión por la tipografía y el diseño que había sustituido por la ilustración».

Y así fue encaminándose en quehaceres e intereses. A medida que se iban alineando los proyectos con Eddymir, iba quedando claro lo que a cada uno le parecía una fortaleza y área a estudiar. «Ella lleva todo lo relacionado con el diseño editorial, la sistematización, y a mí me interesa la imagen, la gran escala, los afiches, las portadas, todo lo que está relacionado con una imagen que comunica un mensaje».

En 2010 fue seleccionado entre varios ilustradores y diseñadores venezolanos para participar en el proyecto Play & Learn with Miffy, organizado por el estudio Butterfly Works de los Países Bajos.

«Fue un proyecto realizado como parte de la celebración del aniversario cincuenta de Miffy, un personaje creado por el ilustrador neerlandés Dick Bruna. Buscaba generar nuevos personajes a nivel mundial, por medio de una metodología de creación con distintos ilustradores, escritores y especialistas en el desarrollo de la primera infancia de cada localidad, guiados por Butterfly Works. En Venezuela el objetivo era generar un personaje que se vinculara a la cultura local y además que pasara a formar parte del universo de Miffy», dice sobre una publicación de la que se puede conseguir algunos fragmentos en internet.

Luego en una segunda etapa, ya definido el personaje, que fue una pereza bebé llamada Yoyo, su labor fue diseñar el primer libro de este personaje, Yoyo llega, con textos de Elvia Silvera y Reyva Franco, y las ilustraciones de Cristina Müller. Fue editado en 2012 por la Fundación Empresas Polar.

Yonel Hernández también ha pasado por el mundo de los medios de comunicación impresos venezolanos. En el área de ilustración, colaboró con la revista «[Todo en Domingo](#)», del diario *El Nacional*. También sus créditos aparecieron en «[Clímax](#)», de *El Estímulo*.



OTROS FORMATOS

Ha llevado sus inquietudes a otros formatos. En 2011 presentó *Arte y punto*, libro infantil con datos básicos del arte. Tenía como objetivo orientar en la disciplina a los jóvenes interesados.

Un año después salió *La fábula de los cochinos*, editado por Camelia Ediciones, inspirado en una canción de Rosario Anzola sobre unos cochinos que comen mucho.

«No es el primer libro publicado, pero sí es un proyecto que se hizo en Prodisiño. Todo está muy vinculado a la escuela. En una de las clases de ilustración había que hacer un libro. Entonces nos dieron ese texto que estaba disponible. No se había hecho y lo tomé como un proyecto a publicar. Rosana Faría era la profesora. Cuando culminé, me dijo que se podía convertir en libro».

Primero, el proyecto pasó por el escrutinio de Playco Editores, pero Yonel Hernández cuenta que le pidieron unos cambios. Él no estaba dispuesto a ceder. Todo quedó ahí. «Pasaron los años y salió la oportunidad con otro sello. Me dijeron que sí, que iba para el baile».

En 2017 se publicó el libro *El espanto*, a cargo de la editorial Utopía Portátil, que el diseñador ilustró. Se trata de una obra que parte de una canción de Adelis Fréitez que se convirtió en libro.





Es el mismo selló que editó *Juano* en 2014, y que había ilustrado Eddymir Briceño. Cristina Müller, directora de la firma, les había dado clases, una muestra más de cómo ProDiseño ha sido un punto de partida para tanto, un lugar de encuentro que ha perdurado para comenzar distintos caminos.

«Nosotros veníamos de hacer *Mitos y leyendas del estado Portuguesa* con la Fundación Empresas Polar. Ella lo vio y me dijo que tenía que formar parte de *El espanto*. En el bautizo del libro *Juano* se puso a cantarnos la canción “El espanto” para convencernos. Entonces le dije que sí».

En 2009 sus trazos comenzaron a formar parte de muestras colectivas como *Teddy Troopers Invasion*, *Esqueje*, en la galería Abra; *ArteZanos*, en El Hatillo, y más recientemente, en 2019, en el 22° Salón Jóvenes con FIA, *Nómadas: habitar un mundo que se transforma*. Sobre esta última, comenta: «Participé con tres piezas que armaban una narrativa exploratoria sobre el individuo y las relaciones humanas, la vinculación entre dos o más individuos y cómo esto modifica la concepción que se tiene sobre uno mismo. Es un proyecto que vengo trabajando desde hace tiempo y que lleva por nombre *Anónimo*. En mi Instagram hay muchas imágenes de esto».

En 2018 fue protagonista de la individual *Gestos mínimos*. Yonel Hernández en la Sala Mendoza, en Caracas. Bajo la curaduría de Carmen Alicia Di Pasquale, la exposición fue presentada como una búsqueda para potenciar la sensibilidad detrás del rastro gráfico de los sellos realizados por el diseñador, así como la indagación de la síntesis que logra articular en sus maneras.

EL GRAN PROYECTO

Si bien tiene años trabajando con Eddymir Briceño, hubo un momento de distancia profesional. «Siempre estuvimos muy unidos desde tercer año de la carrera. En el momento que nos graduamos tomamos caminos diferentes. Ella en el diseño editorial y yo en la ilustración y en la animación. Nos volvimos a encontrar en el trabajo a los cinco años».

Al reencontrarse profesionalmente, emprendieron varios planes en conjunto. Uno de ellos fue la editorial Barco de Piedra, de la que formaron parte también Virginia Riquelme e Isa Saturno; un sello que llegó a publicar los títulos *El cuarto del loco* de Carolina Lozada, *Dibujo con niña* de María Negroni y *Antología poética* de Manuel Vilas, repertorio que bajo el nombre *Colección numerada* quedó como finalista en la Bienal Iberoamericana de Diseño 2016. Un reconocimiento en conjunto con Eddymir Briceño.

“

El diseño puede verse como una cosa colaborativa, entre un grupo de personas que se juntan para alcanzar un objetivo. Uno siempre aporta lo que sabe”

No ha sido el único. En 2020 fue el ganador del concurso Artivismo, organizado por el Trasncho Cultural y el Centro Venezolano Americano.

Un año antes, junto con Eddymir Briceño, fue uno de los reconocidos en la categoría Branding de los Latin American Design Awards por el proyecto *Plan B: Caracas, ciudad de salida*.

Barco de Piedra surgió en un momento álgido para la industria editorial. La crisis venezolana afectaba notablemente el sector y varios sellos se fueron, cerraron o empezaron a producir lo mínimo.

«A pesar de esas limitaciones, nos dio la oportunidad de buscar otras salidas. Y con una impresora de casa seguimos adelante. Empezamos a plantear proyectos desde esas posibilidades, un camino entre lo artesanal y lo profesional».

Pero fue hace casi una década, en 2013, cuando fundó, junto con Eddymir Briceño, el estudio de diseño gráfico e ilustración Inés&Bernardo. Lleva el segundo nombre de ambos, una manera de responder a las confusiones que ha generado en algunos su primer nombre. La gente no suele identificar quién es el hombre o la mujer tan solo por escucharlos.

Fue una manera de andar de manera autónoma, en equipo, con las miradas de ambos que han concatenado, formas de desarrollar que se han arraigado como dúo. Y es así como han desarrollado una especie de marca, de estilo, en la que ambos saben cómo afrontar cada reto, cada proyecto, con funciones bien definidas, con maneras que se compenetran para conformar una dinámica favorable a cada emprendimiento.

«Creo que el diseño es un balance entre un criterio estético y una necesidad comunicativa. También se trata de un conocimiento técnico para llevarlo a cabo, además de una plataforma para distintos intereses. El diseño puede verse como una cosa colaborativa, entre un grupo de personas que se juntan para alcanzar un objetivo. Uno siempre aporta lo que sabe».

Al igual que su esposa Eddymir, asegura que todavía queda mundo por andar. «Todo se está escribiendo. Quizá la satisfacción es que todo lo que hacemos nos apasiona y nos motiva. Que alegría poder decir eso».

Ahora bien, hay matices cuando ve en conjunto las dinámicas de su profesión. «Considero que no siempre esa pasión que uno siente por el diseño es entendida por la persona que está del otro lado. A veces no se es consciente de la potencia del diseño en el mensaje. A veces ese pulso es difícil ganarlo, y eso resta. Uno hace todo lo posible, pero no siempre se alcanza esa parte».

Cree necesario siempre que la otra parte debe confiar. Se refiere a la persona interesada en que una idea se logre a través del trabajo del diseñador.

«Me refiero a la confianza hacia lo que uno plantea. Hablo de respeto, así como uno respeta al cliente. Nos hemos dado cuenta de que en ocasiones uno tal vez fue complaciente, y cedía un poco en lo que el cliente quería. Hoy tratamos de que eso no pase. Mantenemos nuestro punto de vista profesional».

Cuando se indaga en cómo se percibe dentro de la movida de la industria del diseño en Venezuela, le cuesta fijar posición sobre su rol en aquello de lo que ha sido parte.

«Puedo pensar en que se ha desarrollado una mayor claridad conmigo como diseñador y en la relación con el cliente. Entiendo que hay un crecimiento en cuanto a la perspectiva del diseño y lo que puede aportar. Pero eso es más en la relación con el otro».

“

No siempre esa pasión que uno siente por el diseño es entendida por la persona que está del otro lado”

Y sí, profundiza más en estas reflexiones. Parte del contexto de que la profesión de diseñador todavía es muy joven cuando se compara con otras carreras. Por eso, considera, hay muy poca consciencia de la labor detrás de un proyecto de diseño, de la importancia y el conocimiento de porqué es necesario para la comunicación. «Hay una idea arraigada del diseño como una función decorativa, que meramente embellece, esto se ha visto potenciado enormemente por el bombardeo de las redes sociales y la masificación de aplicaciones como Canva, que generan la fantasía de que diseñar es una tarea de cinco minutos», acota.

A las nuevas generaciones en el país, les dice: «Es necesario que se arriesguen. Comencé todo esto como un reto, pero a la vez era apasionante. Recuerdo nítidamente lo que sentía cuando descubría que realmente lo que estaba haciendo era lo que me definía o me definiría. Eso solo se logra si te arriesgas. Si te quedas esperando y no procedes a la acción, no lo vas a lograr». ■

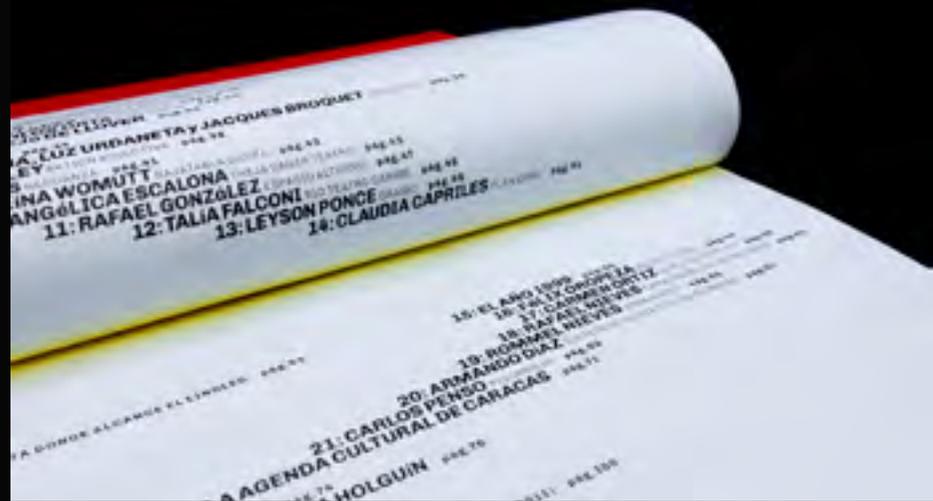
≈
ñapa

PORTAFOLIO



PLAN B. PLAN B! PLAN B!





ambos se establece el límite legítimamente y recurrente.
ado la posibilidad de habitar la realidad concreta, los conos
elicoide, la India del Paraíso, Parque Central, Las Praderas
sis, entran por esa pantalla. La nueva geografía desbasta
siales es pura visibilidad. La conversación más cotidiana
visiva, chateo o radial), la ciudad a la traige
telegénica.



—1982—

AITOR

Muñoz Espinoza

«En este país hay mucho por hacer»

Nace en Caracas en 1982. Entre 2000 y 2006 se forma en la Escuela Universitaria de Diseño e Ingeniería Elisava y el Centro Universitario de Diseño y Arte de Barcelona (EINA). Regresa a Venezuela para diseñar en su país. Agradece la guía que fueron sus padres y la brújula que sigue siendo su madre, Maribel Espinoza. Ha hecho la identidad visual de proyectos como el Festival Atempo, colaborado como *freelancer* en casas editoriales e instituciones y en publicaciones particulares de autores y artistas plásticos venezolanos. Entre sus influencias nacionales y extranjeras cuenta tanto a diseñadores como a arquitectos y fotógrafos, pues la contemplación interdisciplinaria nutre su trabajo

 @aitorlox



Maruja Dagnino



José Reinaldo Guédez (retratos)

Pocas veces una filosofía de vida se transparenta de una forma tan clara en una trayectoria. Las elecciones de Aitor Muñoz Espinoza están atravesadas por un sentido claro, sin romanticismos banales, pero, cargadas de afecto, dan cuenta también de un trabajo respetuoso en todos los sentidos. Dice que su vida es como escalar una montaña, y es que en sus tiempos libres también escala montañas con su esposa Marisol.

«Venezuela ha sido un país en construcción e históricamente lo ha sido, en un intento constante por construirse a sí misma. Y ese proceso de construcción incluye abandono, incluso daños intencionados. En ese escenario uno tiene una responsabilidad y es también una cuestión de perspectiva el que uno interprete hacia dónde está yendo el país. Hay cosas que se caen y otras que se levantan, pero uno se enfoca más en unas o en las otras. En este país en construcción hay mucho por hacer».

Aitor siempre supo que una vez hubiese terminado sus estudios académicos en España regresaría a Venezuela, porque no ha querido sentirse un extraño fuera de su tierra. «Siento que pertenezco a este terreno, a este hábitat, y estando en España comprobé que, aunque tengamos afinidades culturales y lingüísticas, son realidades muy distintas. Ejercí allá mi actividad de estudiante con todo el esfuerzo y toda la apertura posibles, pero siempre mi aspiración fue acumular conocimientos para desarrollar aquí mi trabajo. Eso sorprendía mucho a mis compañeros de estudio porque no entendían cómo, con toda la convulsión social y política que había en Venezuela, yo me quería regresar. Ellos veían las noticias y se preocupaban, se angustiaban cuando veían que se acercaba el momento de volver».

Abrazó la idea de estudiar diseño en España durante un largo viaje con su madre a los trece años, cuando su padre falleció y ella cursaba estudios de posgrado. «Yo paso a vivir con mi mamá en Barcelona ante la ausencia de mi papá. El ambiente, la sustancia visual, arquitectónica, humana, museística, me atraparón. Las librerías, conocer un poco los espacios en los que se desarrollaba la actividad cultural allí en Barcelona fue lo que de alguna manera me insufló esa posibilidad. Yo sentía que el rigor, la disciplina, esa austeridad europea, podían ser o eran compatibles con mis expectativas».

A

“

**LA FORMA DEBE
SEGUIR A LA
FUNCIÓN Y LOS
ELEMENTOS
DE DISEÑO
NO DEBEN
INTERPONERSE
NI ASOMARSE
SOBRE EL
MENSAJE QUE
SE COMUNICA”**

La disciplina lo había llevado a incursionar en el mundo gráfico: cursos breves de fotografía, diseño de páginas web, dibujo, herramientas de edición y diagramación digital. «En esa época mi mamá trabajaba en la revista *Imagen*, y yo solía frecuentar mucho su oficina. Vi muy de cerca el proceso de elaboración de la revista, la manera en que se hacían los planteamientos de diseño (estaban por ahí Marisela Balbi y Jacinto Salcedo), y pude ver el proceso de impresión, y todo eso fue carburante para esa inclinación».

Aunque estuvo trabajando en el Departamento de Diseño de la escuela en Barcelona durante año y medio, y oportunidades no le habrían faltado para quedarse, regresó para despecho de su madre, que pensaba que debía desarrollar su carrera en España, lejos de los conflictos y los riesgos del país. Pero no quería vivir fuera de Venezuela, porque al fin y al cabo eso fue lo que le inculcaron en casa.

A DISEÑAR SE APRENDE VIENDO

En su casa sobaban los libros. Aunque su padre Artajerjes murió justo antes de que Aitor comenzara su formación en diseño, y a pesar de que sus padres se separaron cuando era un adolescente, reconoce que su papá le dejó «*mucha sustancia*» para avanzar en su vocación, y esa separación jamás supuso distanciamiento; pero su madre, Maribel Espinoza, editora de libros, ha sido su cómplice.

En su hogar nunca faltaron los discos de vinilo donde convivían Vivaldi, Un Solo Pueblo, Serenata Guayanesa y los Beatles. Sonaba Beethoven seguido de Chavela Vargas y había una nutrida biblioteca de la que podía disponer a su antojo, y no importaba si los libros andaban regados por el piso. Allí descubrió a Ezra Pound, disfrutó de una biografía de Marilyn Monroe y todavía recuerda el ejemplar de la fotógrafa Tina Modotti, «*lleno de imágenes enigmáticas impresas a página completa. Hoy en día pienso en todo eso y es maravilloso*». Nunca se lo excluyó de las veladas de los adultos en aquel ambiente de intelectuales y artistas, y siempre consideró a los amigos de sus padres como suyos.

Aparenta ser retraído, pero en realidad con sus maneras suaves y conciliadoras, Aitor anda por la vida cultivando amistades. «*Tengo la gran suerte de haber tenido amigos de infancia*

de mi generación y de la generación de mis padres. Amigos de todas las edades. Y en mi infancia tuve amigos estelares del edificio y del colegio. En mi adolescencia me mudé un año con mi papá y tuve un lote como de dieciocho amigos. Con cinco de ellos tuve una relación de amistad mucho más intensa, más frecuente. Jugábamos cualquier deporte de temporada, construíamos carruchas de madera, y nos lanzábamos por las bajadas de Colinas de Bello Monte. También pude beber de las fuentes de las amistades de mis padres, porque siempre se me permitió entrar en esos círculos. Yo iba con mi papá donde sus amigos melómanos y músicos a intercambiar vinilos», relata con esa nostalgia que se dibuja en las comisuras como una sonrisa discreta.

«Mi mamá me mantuvo expuesto a sus amistades, que se quedaban en casa durmiendo, o íbamos a tomar un helado o un café. Amistades que han sido una especie de herencia, de regalo. Son relaciones vivas. Yo tuve esa infancia con esos niveles de permisividad para tomar los libros, abrirlos y dejarlos en el piso, agarrar los discos, ponerlos, cambiarlos. “Libertad” sería la palabra que define esos primeros años en el hogar y la mirada acompañante de mis padres».

«No solo nací –en Caracas, el 27 de julio de 1982– en un apartamento rodeado de lomos, de títulos, sino que allí di mi primera demostración de saber leer en uno de esos lomos de nuestra biblioteca. Libros que por cierto fueron, sin yo saberlo, una gran influencia visual. Y mi madre continúa siendo la aguja que apunta hacia el norte. Hemos sido compañeros de trabajo, porque hemos cooperado en proyectos. Ha sido un viaje de gran placer, descubrimientos, aprendizaje, satisfacción. Siento que mis padres hicieron un excelente trabajo. Mi padre ya no está físicamente, pero su enseñanza, en la mayor magnitud posible, está siempre presente, y a ella recurro de una manera constante para reflexionar».

“ ‘Libertad’ sería la palabra que define esos primeros años en el hogar y la mirada acompañante de mis padres”

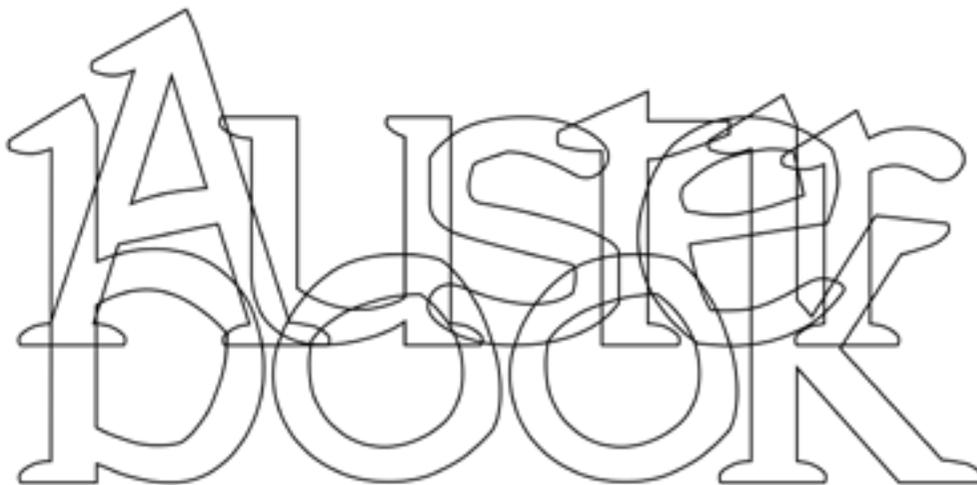


CON ÁLVARO SOTILLO EN LA VALIJA

Se fue a Barcelona con un equipaje repleto de vida. Junto con la ropa, que de seguro era poca, había referencias a diseñadores venezolanos, pero Álvaro Sotillo siempre desvió hacia sí la atención de Aitor, quien estaba fascinado con aquellos diseños vanguardistas, en los que se usaban magistralmente la tipografía y el color.

«Álvaro Sotillo ha sido una influencia fundamental en la práctica del diseño. Me lo llevé en mi maleta cuando me fui a Barcelona. Cargué con referencias, ejemplos, capturas de diseño venezolano, y entre esas referencias Álvaro Sotillo siempre fue una constante porque es un maestro, un diseñador ejemplar. Afortunadamente su obra ha trascendido y se ha dado a conocer fuera de Venezuela en años recientes, pero sin saber que su nombre tiene el peso que tiene, descubrí que en sus piezas había algo con lo que yo me identificaba. Estudié en España rodeado de influencias europeas, pero yo siempre miraba hacia la obra de Álvaro Sotillo».

En Barcelona Magda Polo, filósofa, poeta y editora catalana, lo acompañó en el proceso de ingreso en la escuela Elisava, y el difícil protocolo de pruebas de selectividad que exigía la universidad. «Luego, allá en la escuela, amigos y profesores que ejercieron en mí una influencia vital fueron Josep Sarsanedas, Juan Jesús Arrausi, Jordi Sàbat y Josep Maria Pujol, especialmente en tipografía». Aitor Muñoz diseñó en la escuela una tipografía que llamó *Auster Book* en homenaje al escritor estadounidense.



Otros diseñadores de la escuela de diseño que lo han influido son Yves Zimmermann, diseñador de origen suizo, pero residenciado en España desde 1961, y autor de libros de culto, como *Summa cum laude a la mediocridad. Una crítica del diseño de los billetes euro* o *El diseño y su función*; Mario Eskenazi, de Córdoba, Argentina, Premio Nacional de Diseño 2010, quien posee inteligencia conceptual y simplicidad gráfica; el valenciano Pepe Gimeno, un diseñador gráfico y tipográfico español, autor de la marca gráfica de la Presidencia Española de la Unión Europea 2002 y de la tipografía «FF Pepe»; Saul Bass; Milton Glaser; el suizo Josef Müller-Brockmann y David Carson, norteamericano, autodidacta, padre de la tipografía «grunge» que se caracteriza por su desprolijidad, difícil legibilidad y rebeldía.

«Soy un gran admirador del diseño anónimo. De esas soluciones y propuestas sin firma. Empezando por la naturaleza, con su maestría en cada organismo, y culminando en infinidad de materias, objetos, letras y piezas que han sido puestos a nuestro servicio y son perfectos en su funcionamiento, fruto de un diseño bien llevado».

«Y luego, ya más adelante, puedo decir que me he enriquecido con la obra (teórica y práctica) del diseñador suizo Jost Hochuli, el trabajo de Charles Eames, y el de algunos arquitectos como Tadao Ando, y acá en Venezuela Dirk Bornhorst, Jimmy Alcock y Carlos Raúl Villanueva en su era más contemporánea».

Mateo Manaure en su faceta de diseñador figura entre sus afectos más caros y lo recuerda como «uno de esos personajes míticos que hacen muchas cosas y todo lo hacen bien». Artistas como Jesús Soto, Carlos Cruz-Diez, Lihie Talmor, «y Ramón Grandal, un fotógrafo de origen cubano residenciado en Venezuela, con quien aprendí a usar la cámara y a entender lo amplia que puede ser la mirada humana a través de la fotografía. Me dio a conocer a Cartier-Bresson, a Josef Koudelka, a Robert Capa. Pienso que la contemplación y la observación fotográfica me han ayudado a desempeñarme mejor como diseñador».

“

Estudié en España rodeado de influencias europeas, pero yo siempre miraba hacia la obra de Álvaro Sotillo”

EL DESEO HACE EL DISEÑO

«En el diseño no funciona aplicar una misma fórmula para todo. Parte del proceso del diseño es estudiar, analizar, detenerse, por una parte, en los elementos de que se dispone, cuál es la voluntad, el deseo detrás de ese proyecto y lo que el diseñador considera oportuno en cuanto al trabajo de concebir, de forma gráfica, esa intención. Hay que generar una receta propia a la medida de cada proyecto y esto funciona para un libro, para un afiche, un billete, un catálogo o un logotipo».

«Luego viene la búsqueda de proporciones, la búsqueda de armonías, de equilibrio. Equilibrios formales, equilibrios cromáticos, equilibrios de composición. Y en ese resultado final, donde desemboca ese proceso de diseño, puede haber una propuesta estética. De manera que el diseño, en su compromiso de ser amable con su destinatario, hace uso de ciertos recursos que tienen que ver con la estética».

A veces algunas condiciones previamente concebidas pueden ser modificadas, pueden ser complementadas, pueden ser reconducidas frente a un criterio de diseño, pero siempre hay que atender a la esencia del proyecto. «Recordar que una de las raíces etimológicas para la palabra diseño es “designio”, que viene de “deseo”, y el diseño es una acción que debe canalizarse a través –o a partir– de un deseo. Si no hay una intención clara es muy difícil que ese proyecto, desde el punto de vista del diseño, tenga un desenlace feliz».

«El Festival Atempo, al que hice la identidad gráfica y en el que trabajé durante muchos años, partía siempre de una frase ideada por Diógenes Rivas, compositor y director creativo del festival. Y esa frase contenía y representaba la intención de esa edición, y ponía la aguja de la brújula en esa dirección. Luego hacíamos una selección de los elementos gráficos en armonía con esa intención. Es un proceso calculado que busca asegurar una función. Que el soporte y la apariencia de ese mensaje se conjuguen de la mejor manera posible para que en esa unidad haya funcionalidad».

Para Aitor es claro que el arte y el diseño están relacionados como las especies en el planeta, pero no forman parte del mismo terreno. Se encuentran, se saludan, se abrazan en muchas ocasiones y muchos ámbitos. «Pero el diseño desemboca en una solución concreta, palpable, funcional. Ofrece un orden final para que pueda lograr su fin sin desvíos, sin riesgos. Trabaja

de manera pragmática, dando muy poco lugar –si no ninguno– a la especulación, buscando muchas veces ahorrarle hasta el más mínimo esfuerzo al usuario final. El arte, por su parte, le da mucho más trabajo al espectador, al lector, a la audiencia. La cautiva y hasta conduce, pero suele hacerle proposiciones (que pueden ser o no aceptadas) y permitirles la interpretación».

«El libro –puntualiza Aitor– es en cambio un territorio donde la brecha entre el diseño y el arte se desdibuja más fácilmente». Atribuye esta propiedad probablemente «a la naturaleza objetual del libro y a que en su temprana historia, incluso hasta en las primeras etapas de la imprenta, su confección estuvo en manos de artesanos y su uso y disfrute estuvo ligado a círculos sociales muy puntuales. Con la llegada de la tipografía como instrumento gráfico y la tecnificación en su producción, el libro pasa definitivamente a ser confeccionado por técnicos, a quienes luego se une la figura del diseñador gráfico como responsable de delinear, ordenar y componer sus elementos, dándole estructura visual en lo interno y vestidura en su exterior», pero siempre con propósito.

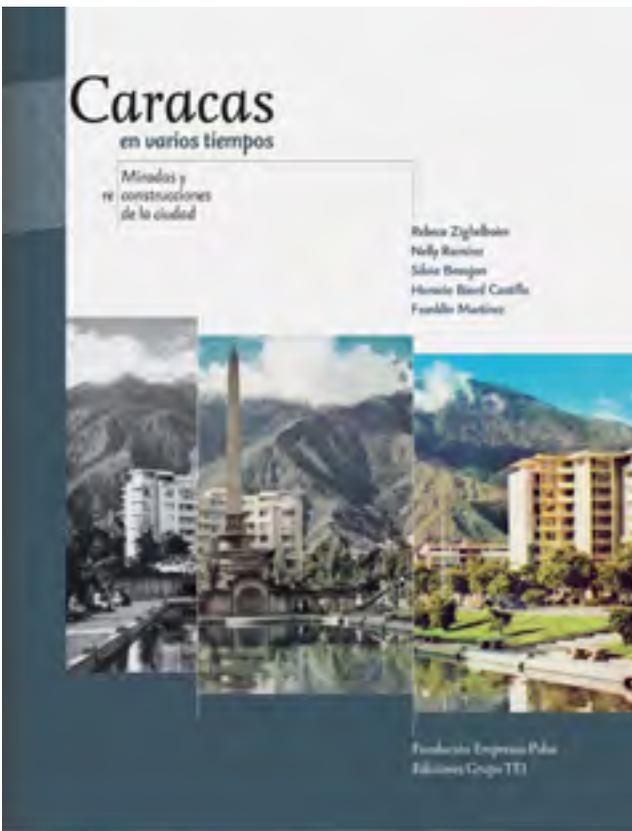
El libro es, sin embargo, una de esas superficies que permiten «hacer gala de una propuesta visual más líquida, desplegada, hasta cinematográfica, y que con buena razón podría ponerse la tilde de “algo artístico”. Porque al final el libro cierra y se pliega, conteniendo todo lo que haya sido impreso en sus páginas y tapas, y eso raramente terminará en un mal mayor. Pero si un libro es valorado más por su aspecto visual que por su contenido (sea literario, técnico, fotográfico o artístico), estamos ante un mal-logro, porque la función necesaria se anula y la atención se desvía a donde no debe ir».

Y aunque reniega de todo ego, luego reivindica el terreno creativo del diseño, cuando dice que no ve el diseño como «algo transparente, que no deba sentirse». Y si bien cree que «la forma debe seguir a la función y que los elementos de diseño no deben interponerse ni asomarse sobre el mensaje que se comunica», a la vez cree que su visibilidad y presencia –a través del color, de la tipografía, del vacío, de la elección del material que lo soporta– se justifican «para sostener y oxigenar el signo, logrando que sea percibido, asimilado y hasta disfrutado. Yo diría que el placer o el deleite son una consecuencia –cuando se da el caso– de una experiencia de uso satisfactoria y bien lograda, tras un esfuerzo de diseño».

“

Una de las raíces etimológicas para la palabra diseño es “designio”, que viene de “deseo”, y el diseño es una acción que debe canalizarse a través –o a partir– de un deseo”

CARACAS - GUANAPE - CARACAS



La ciudad ha sido un escenario para su formación, pero también el pueblo de sus padres, Guanape, estado Anzoátegui, donde pasó una temporada con su abuela materna, cuando desarrolló una alergia y lo mandaron al campo en busca de aire fresco. Aitor recuerda a su abuelo materno, Celestino, de una familia rígida, pero muy cálido. Su abuela Amada, «un cimiento para una gran familia, el epicentro, los principios inamovibles. Cada vez más cariñosa, porque se ha ido ablandando con los años. Muy fregada, muy estricta, y todo eso corresponde a un legado familiar que tiene una lógica perfecta, y al final de eso estamos hechos de generación en generación».

De sus abuelos paternos, a quienes no llegó a conocer, supo por su abuela Amada, porque sus padres son del mismo pueblo.

En la Escuela Diego Bautista Urbaneja, en el pueblo de su abuela, cursó los dos primeros años de educación primaria. Regresó curado y fortalecido. «Subiéndome a los árboles, bañándome en la lluvia, caminando descalzo, la naturaleza siempre cura. De tercero a sexto grado, estudié en el Colegio Las Acacias, que era de los primos de mi padre. Estudié rodeado de compañeros entrañables, gran parte de ellos, casi todos de familias italianas. Recuerdo haber disfrutado mucho de esa experiencia humana, educativa, de amistad».

«También recuerdo haber disfrutado en mi infancia de la ciudad, incluso en eventos nocturnos. Cine, conciertos, toques de Un Solo Pueblo, músicos que venían del exterior al Teresa Carreño. Recuerdo un concierto muy bonito de un grupo musical merideño llamado Lutania. Estaba muy expuesto a la vida cultural del momento, y eso pasaba dentro y fuera de casa».

Recuerda también haber visitado los cines de Caracas, la mayoría de los cuales ya no existen: La Previsora, el Radio City, el Minitatro del Este en Plaza Venezuela.

Dice haber sido muy inquieto en el bachillerato, que se quedaba a dormir en las casas de sus compañeros. «Tenía amigos que eran rockeros al máximo, otros que bailaban merengue, otros que hacían deporte y otros que eran nerds. Brincaba de casa en casa, de amigo en amigo y de aventura en aventura. Fue muy intensa mi adolescencia.

Nunca en malos pasos, pero siempre en la calle con mis amigos, viendo películas, conversando, aprovechando los sitios que cerraban tarde, fuera una arepera, una heladería, para conversar, reírnos, compartir experiencias y energía».

Relata que cuando su padre murió él vivía en su casa de Los Chaguaramos y se mudó a La Candelaria con su madre, pero sus amigos seguían estando en Los Chaguaramos, donde pasaba todo el día porque allá estaba su colegio. «Tenía una vida dividida, con aquel espacio de por medio que yo necesitaba salvar. Mi mamá siempre fue muy comprensiva con eso, nunca escaló a un conflicto familiar y doméstico, pero la verdad es que mi adolescencia no fue peligrosa, ni traumática ni oscura, y ella lo sabía. Tanto que en Los Chaguaramos mi esposa Marisol y yo comenzamos como amigos durante la adolescencia y esa amistad se transformó con los años en lo que es hoy». Y escalar montañas con ella alienta una arista fundamental de su vida ejemplar.

«En el Instituto de Educación Moderna, donde estudié cuatro años de bachillerato, se consolidó mucho de lo que hoy en día tengo en cuanto a disciplina, orden y apertura hacia lo integral de la vida. Yo en ese momento no lo veía porque a esa edad no te gusta que te digan que lleves la camisa por dentro o que te cortes el pelo, pero todo eso fue acertado y lógico, porque la escuela realmente buscaba formar ciudadanos útiles, integrales, disciplinados, íntegros, respetuosos».

DE LA JALEA AL DISEÑO

Cocinar, hacer jalea y delicada con los mangos donados por la vecina que tenía una enorme mata de mangos, manipular una aguja e hilo para subir el ruedo a unos pantalones, en el colegio Aitor terminó de abonar esa semilla de «apertura» que sus padres habían sembrado para entender la necesidad de convertirse en un ser humano integral e íntegro. Siente que en ese colegio aprendió valores que más adelante guiaron sus decisiones.

Cerca de terminar el bachillerato, para unas olimpiadas de química, su compañera de clases Natalia Otaño propuso diseñar un perfume al que había que darle un nombre, crear una identidad gráfica, diseñar la etiqueta, un poster. Aitor le pidió a Jacinto Salcedo que

lo ayudara a montar en la computadora el diseño que ya él mismo había boceteado, con los elementos gráficos elegidos. Como buen maestro el diseñador le extendió un catálogo con cerca de dos mil tipografías y Aitor estuvo hasta altas horas de la noche seleccionando la tipografía para la etiqueta. Así es de sesudo, de meticuloso, de perfeccionista. «Ese fue mi primer cara a cara con una de las tareas más arduas del diseño gráfico».

Cursó su último año en la Asociación para una Nueva Educación (Apune), un colegio de aula abierta, con un abordaje educativo vanguardista, incluso atrevido en algunos aspectos. Lo fundó una psicóloga de origen escocés, que hoy vive en Nueva York, llamada Robin Urquhart, y Aitor piensa que, «al tener esas concesiones de horarios flexibles, ir sin uniformes y tomar en cuenta la vocación y los intereses particulares de cada uno de los estudiantes, se generaba bochinche, pero el bochinche era menor que el desorden y siempre al final se respetaba el hilo conductor».

DE REGRESO AL ORIGEN

El retorno a Venezuela representó un nuevo aprendizaje porque, si bien llegó con una nueva valija de conocimientos y un entusiasmo que en parte aún guía sus movimientos, debió hacer un ejercicio de adaptación de lo aprendido a la manera de ser venezolana, culturalmente hablando. Y un nuevo aprendizaje también porque no es solamente lo que se aprende en la academia, sino lo que se aprende en la práctica. Se agradece a esas personas que de alguna manera abogan, defienden lo venezolano, y se rema en la misma dirección en ese sentido.

«Es muy bonito conseguirse con personas que defienden el país. Editores, fotógrafos, artistas y otros, que a un nivel técnico me enseñaron en la práctica cosas que nunca hubiese aprendido por mi cuenta. Tuve la suerte de coincidir con Rafael Tortosa, de la extinta Cromotip, y con el señor Miguel Guagnini, a quien agradezco profundamente haberme permitido meter la cabeza en su taller en La Galaxia, y con una gran paciencia me dio algunas lecciones importantes que tienen que ver con la mecánica de los procesos de impresión y de encuadernación».

UNA LÍNEA DE TIEMPO VALIOSA

No siente que haya dejado atrás algo que lamentar, y explica con esa calma, firmeza de espíritu que lo caracteriza, cómo en la vida «las etapas se van cumpliendo, los tramos van sucediendo, el presente se convierte en pasado y de alguna manera el camino que uno decide trazar, y el camino que acepta en la medida en que se van presentando las oportunidades, hay que vivirlo en el tiempo y espacio que corresponde. Del pasado mantienes la memoria o simplemente olvidas. Así que lo valioso vivido y lo valioso aprendido de alguna manera se mantienen en el presente».

«En lo que se refiere al diseño gráfico, siento que he alcanzado gran parte de mi propósito, que es trabajar para mi país. El ánimo, el entusiasmo de ver un país mejor, un país nutrido y saludable en términos absolutos es una de las llamas que me mueven a seguir trabajando. Uno tiene el compromiso de trabajar por Venezuela desde tantas tribunas como sea posible. Y mantengo el deseo de relacionarme con otros autores, con otros proyectos, con nuevos propósitos, con nuevas intenciones, porque cada proyecto es enriquecedor».

Una montaña es la imagen que Aitor elige como metáfora de su vida, porque «la montaña es la síntesis de la belleza natural, del encuentro del ser humano con su hábitat y del propósito de superarse, de escalar, de ascender y de explorar. Cada vez que subes esa montaña, el paraje, la temperatura, el sendero, la sensación van a ser diferentes. Yo apuesto porque mi vida siempre será diferente. Siempre en movimiento, siempre explorando, procurando tener retos y desafíos sanos por delante y experimentando, sorprendiéndome, porque uno tiene que procurar que el tránsito por la vida sea libre pero cuidadoso, sea curioso, divertido, pero atento al camino, a los detalles, a caminar sin lesionar nada ni a nadie». ■

“**Uno tiene que procurar que el tránsito por la vida sea libre pero cuidadoso, sea curioso, divertido, pero atento al camino, a los detalles, a caminar sin lesionar nada ni a nadie”**

PORTAFOLIO









—1982—

EDDY MIR

Briceño

«Es importante aprender de otros»

Nació en Caracas en 1982. Es egresada con mención honorífica de Prodisño, donde también fue profesora. Quizás por su carácter detallista y organizado pensó en dedicarse a la arquitectura. Trabajó en *El Nacional*, en el Museo de Bellas Artes y en el Taller Visión Alternativa (VACA) de Gabriela Fontanillas y Álvaro Sotillo. Formó parte de la editorial Barco de Piedra, cuya *Colección numerada* fue finalista en la Bienal Iberoamericana de Diseño 2016. Ilustró el libro infantil *Juano*, editado por Utopía Portátil. Por *Plan B: Caracas, ciudad de salida* fue reconocida en los Latin American Design Awards 2019, junto con Yonel Hernández, con quien cofundó el estudio Inés&Bernardo, donde ella se hace cargo del diseño editorial, él de la imagen y la ilustración

 @eddymirbricovenegas

 Humberto Sánchez Amaya

 José Reinaldo Guédez (retratos)

Cuando caminaba por las calles de El Llanito, había un quiosco que siempre le llamaba la atención. Un lugar que se convirtió en uno de los recuerdos entrañables. Un quiosco, como tantos otros de la ciudad de Caracas, pero artífice, en ese entonces sin saberlo, del comienzo del ímpetu por la imagen, de la sistematización, del orden, de la jerarquización y de los colores.

Allá, en el sureste de la capital venezolana, Eddymir Briceño estudió preescolar y primaria en la Unidad Educativa El Llanito, donde su mamá, Blanca Coromoto Venegas Landínez, era subdirectora.

Su infancia la vivió en El Cafetal, en casa de sus abuelos maternos; luego, la preadolescencia y la adolescencia la pasó en El Llanito.

En ese pequeño local callejero compró varios de esos álbumes de barajitas que tan populares han sido entre niños y adolescentes, especialmente en esa década, y que todavía algunos guardan con devoción. De ahí llevó a su casa los de Javier, ese personaje famoso en los años noventa del que tanto se hablaba en los recreos del colegio, así como también el del Mundial de Estados Unidos 1994, el campeonato que perdió Italia ante Brasil en los tiros de penalti. Pero hay un álbum que permanece constante en su narrativa, es uno de las Tortugas Ninja, las figuras de acción que en esa década vivían su apogeo tanto en la televisión como en el cine, y por consiguiente en las jugueterías. Todos tenían que ver con Leonardo, Raphael, Michelangelo y Donatello.

Era una niña tímida, pero sin saberlo –ahora cuando lo ve en retrospectiva lo entiende– encontraba en el dibujo una manera de romper con ese temor hacia el otro. El papel y los trazos eran su mejor manera de comunicarse. «Me decían que dibujaba muy bien. Entonces así comenzaba a conectar. Hacía personajes como El Náufrago. Recuerdo también que en aquella época yo tenía una colección de etiquetas de ropa. Hace pocos días la conseguí en casa de mi mamá. Se trata de una cajita de la tienda La Escondida. Ahí metía las etiquetas. Me parecía increíble el formato. Me gustaba el color de las etiquetas, el soporte, cómo estaban impresas, la síntesis. También hallé el álbum de las Tortugas Ninja. Tenía entonces entre siete y nueve años de edad. Era de pequeña escala, mínimo. Lo vi nuevamente y me llamó mucho la atención eso, todo lo que encontré en esa publicación y que me llamó tanto la atención».



“

TODO

TIENE QUE

VER CON EL

TEMPERAMENTO

DE CADA

PROYECTO”

Puede parecer un detalle sin más de la infancia, de esos que en su momento se ven como simple manifestación lúdica durante el tiempo libre, pero el tiempo intensifica las lecturas de la vida transcurrida cuando las pasiones ya son asumidas. «Ese álbum pequeño de barajitas que conservé es una ilustración de lo que soy ahorita. Me refiero al pequeño formato, al cuidado que he tenido por conservar esta publicación, la idea que me llevó a pegar cada una de esas barajitas, así, de la manera más cuidadosa. Todo eso habla mucho del detalle en mi forma de ser y trabajar».



Ese álbum también fue una especie de adelanto sobre el resto de la vida. A la niña de entonces le pareció interesante todo ese asunto de intercambiar barajitas, de negociar, de tener una figura repetida y usarla para obtener aquella que le faltaba. Esos son los momentos en los que se aprende a negociar, por decirlo de una forma, a contactar con el otro, una manera también de acercarse a pesar de la timidez.

Eddymir Briceño nació en Caracas en 1982. La ciudad también empezaba a ser referencia de imágenes, de diseños y colores que estimulaban el pensamiento, la actitud hacia un mundo que se abría ante ella. «Se vienen a mi mente esos recuerdos cuando uno pasaba por la autopista y veía las vallas de Nivea, Savoy y otras marcas. Ese solapamiento de imágenes siempre me llamó la atención. Era como una riqueza gráfica, impactante tanto de día como de noche. Esa parte de la ciudad para mí es como una imagen que contiene mucha riqueza gráfica».

Todo ese cúmulo, más allá de lo que desde temprano descubría en ese quiosco, fue sumando a lo que sucedía en el hogar, que también fue determinante, como lo es para todos. En las dinámicas familiares surge el nombre de un primo que también contribuyó al mundo en el que ella ahora transita: Ramiro Guevara, quien también estudió diseño.

«Yo interactuaba mucho con lo que él hacía en la carrera. Recuerdo cómo me quedaba los fines de semana en su casa. Ahí veía todo su trabajo. Era uno de los estudiantes de Pro diseño. Cuando veía lo que yo hacía, me decía que era buena. Sin embargo, era un momento en el que yo no determinaba que era eso lo que iba a estudiar».

Era así. Se comenzaba a adentrar en esa etapa en la que el colegio deja de ser la certeza posterior a las vacaciones, esos años en los que la vida empezaba a poner la toma de la decisión trascendental sobre lo que pasaría después de la educación básica. Cursó parte del bachillerato en el colegio Virgen del Carmen y la otra en la Unidad Educativa Josefa Irausquín López. Eran los últimos años del siglo XX, y estaban ahí además las expectativas por el nuevo milenio.

Presentó las pruebas para ingresar en las escuelas de Arquitectura y Nutrición de la Universidad Central de Venezuela. También pensó en Comunicación Social en la Universidad Santa María.

Nunca supo si quedó para las carreras a las que se postuló. No vivió esa emoción o tristeza del que queda o no. Pero es que no necesitaba experimentar eso. El radar ya se enfocaba en otros terrenos, aunque ella todavía no lo descubría del todo.

«Mi papá me dijo que Alejandro, un primo que tenía una oficina de arquitectura, estaba buscando personal. Me preguntó si quería trabajar con él. Era para ser una especie de *office girl*: realizar depósitos en banco y esas cosas. Fue chévere porque era una experiencia con la vida real. Además, me asignaba tareas que tenían un nivel importante de responsabilidad. Me daba mucho nervio, pero me hacía sentir bien poder cumplirlas. También hice un curso en el Instituto Técnico Luisa Cáceres de Arismendi. Mi primo tenía la oficina en la avenida Casanova. Pero me fui dando cuenta que por ahí no era».

Su papá, Waldo Briceño Rojas, le preguntaba qué era lo que deseaba hacer. «Él recorrió Caracas en la búsqueda de escuelas de diseño. Encontró varios folletos de distintos lugares. Mi tía, Myrna Briceño, insistió en que me llevara a ProDiseño. Fuimos y me entregaron toda la información. Eran unas postales que representaban cada área de la escuela. Terminé sintiéndome cómoda en el espacio. Me inscribieron finalmente. Comencé en la modalidad de curso libre».

Y así fue como esas tardes después del colegio, como ese ritual por las figuras, por la imagen impresa y su utilidad se configuraban en una pasión que empezaba a tener sentido en su vida. Se fortalecían tanto decisiones como propósitos.

“

Se vienen a mi mente esos recuerdos cuando uno pasaba por la autopista y veía las vallas de Nivea, Savoy y otras marcas. Ese solapamiento de imágenes siempre me llamó la atención. Era como una riqueza gráfica”

«Entrar fue increíble. En estos días estaba viendo la carpeta de los ejercicios. Empecé a evocar todo ese momento del principio. Ver mis respuestas a las prácticas que nos mandaban, que además eran las respuestas de una chama de dieciocho años de edad. Era chévere verme ahí. Eran cuatro áreas las del *pensum* de Prodisño, una de ellas estaba enfocada en el dibujo. Una de las cosas que más me impactó fue que en una sesión había un modelo en vivo, desnudo. Era impresionante y novedoso, toda esa sensación de estar en algo formal. Todo fue muy chévere. Hay un punto muy fundamental en lo que experimentaba, y era que todos los profesores que nos daban clases ejercían en sus áreas».

Con varios de esos maestros llegó a trabajar después, tanto en los últimos años de la carrera como cuando ya estaba graduada. Para ella esa posibilidad de verlos en acción, bien sea en el salón de clase como en el estudio, era una reafirmación de principios que iban adquiriendo con los años cada vez más sentido, y por lo tanto poder. Un poder para afianzar lo aprendido y también para entender que cada quien tiene su propio proceso.

Por ejemplo, con el tipógrafo Luis Giraldo vio clases en el segundo año de Prodisño, la Escuela de Comunicación Visual y Diseño donde se graduó. Varios años después, tuvo la oportunidad de trabajar con él, un período que fue como un viaje de entendimiento y práctica.

“

Fue increíble estar en el Museo de Bellas Artes. Mi escritorio tenía en la parte de atrás la colección de catálogos desde los comienzos. Estaba toda la tradición a mis espaldas”

«A los años, cuando trabajamos juntos, le comenté que finalmente entendía lo que nos explicaba en clases. A todo eso llegas realmente con la madurez. Todo fue encajando y me sentía muy impresionada de cómo iba ocurriendo. Luis tiene una capacidad increíble para hacer bocetos, para transmitir cada una de sus ideas. Hacía bocetos en clases para hacer una abstracción de las jerarquías tipográficas. Líneas que marcaban distintas escalas de luminosidad, distintos grises y otros elementos. Era su forma de que entendiéramos las capas de información. Claro, él lo veía desde la abstracción, pero a mis diecinueve años de edad necesitaba apreciarlo todo desde una perspectiva más nítida. Una vez que empiezo a ejercer la carrera, y veo los bocetos de la época, comienzo a entender mejor lo que él decía. Empiezo a aplicar todo junto con él, y veo las jerarquías, todo lo que en clase comentaba».

Pero no fue su primera experiencia en el mundo profesional. Ya mucho antes empezaron a vislumbrarse oportunidades que no desaprovechó, y que sirvieron para constatar que los derroteros eran acertados.

Llegó a trabajar en *El Nacional* entre los años 2006 y 2007, tiempo en el que fue diseñadora en la sección de revistas. Ya en esa época Eduardo López la invitó a formar parte del Departamento de Diseño del Museo de Bellas Artes, en Caracas. Bueno, llamarlo «departamento» tan solo era una formalidad para cumplir con el organigrama de la institución con fines burocráticos. En realidad, estaba ella sola encargada de todo.

Más allá de esa peculiaridad, su paso por la emblemática institución dejó una impronta importante en la diseñadora. «Fue increíble estar en ese lugar. Mi escritorio tenía en la parte de atrás la colección de catálogos desde los comienzos. Estaba toda la tradición a mis espaldas. Podías ver quiénes fueron los directores en distintas épocas, como Miguel Arroyo o María Elena Ramos. Fue importante apreciar todo ese contenido y la calidad de cada publicación, así como la experimentación».

Ser testigo de todo ese archivo fue adentrarse en un lenguaje que marcó pauta desde el museo, así como las características de cada época. «Veías las publicaciones de inicio de la institución. Por ejemplo, cómo en los comienzos se aprovechaba el recurso, los materiales que no encarecían la publicación, sino que la potenciaban al máximo. Cromáticamente, notabas el uso del soporte, la tipografía. Luego en los noventa te das cuenta de cómo va entrando la parte digital. Tenías el panorama completo del diseño editorial en el país».

En el Museo de Bellas Artes se encargaba entre otras cosas de diseñar la publicación para las inauguraciones, así como de las guías de sala. «Tenía también que trabajar con los curadores de cada una de las muestras. Cada uno era muy distinto, y era primordial la importancia que debía tener la relación con el diseñador. Era representar gráficamente lo que iba a ser una muestra».





En fin, era una comunión de distintas miradas y objetivos utilitarios alrededor de un hecho único que se nutría de distintas vertientes y experiencias.

Sobre esa etapa, viene otro recuerdo: «En algún momento de la carrera, un amigo que admiraba mucho que se llama Joel De Sá hacía que me cuestionara mis propuestas de diseño. Estudiamos juntos, un tipo con unas ideas brillantes. Me preguntaba qué me imaginaba haciendo. Le respondí que me encantaría hacer los catálogos de los museos. Le comenté que era lo que deseaba realizar y fue realmente en lo que terminé. En el Museo de Bellas Artes todo eso se conectó. Entonces, está el paso previo por *El Nacional*, que fue como el puente hacia el mundo profesional, todo eso de trabajar en equipo, la realidad, y finalmente, en el museo, se trataba de sentirse en el lugar en el que querías trabajar. Compartir con Carlos Rodríguez fue una de mis experiencias más enriquecedoras. En un momento coincidí con Eduardo López, ya no era una relación con un profesor, sino de iguales entre profesionales que hablaban sobre un proyecto de diseño».

Vale decir que también formó parte del taller de diseño Visión Alternativa, bajo la dirección de Gabriela Fontanillas y Álvaro Sotillo. Eso fue entre los años 2008 y 2011.

En el año 2014 formó parte del equipo que fundó la editorial Barco de Piedra, junto con Virginia Riquelme, Isa Saturno y Yonel Hernández.

Eddymir Briceño había trabajado anteriormente con Isa Saturno, a quien había ilustrado un proyecto de su autoría, que iba a ser editado por la desaparecida Lugar Común, pero nunca se logró.

«Ahí empezó nuestra relación. Luego surgió la inquietud de Virginia de tener una editorial. Se enteraron de que me interesaban las publicaciones artesanales y me invitaron a conversar. Así fue cómo surgió. Virginia tenía como una idea de lo que quería, de la gente con la que deseaba trabajar. En ese momento estaba muy complicada la parte de la edición, de la impresión en el país».

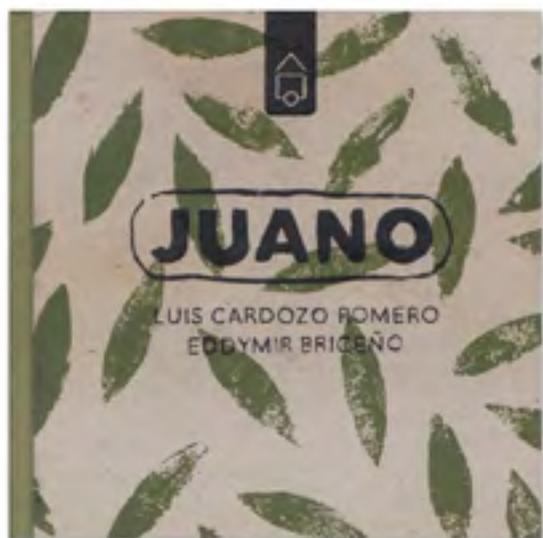
Se refiere a unos años en que la tragedia venezolana hacía mella en toda industria, especialmente la editorial. Disminuía la producción de libros, se tambaleaba el negocio. Pocos años después muchas editoriales grandes empezaron a irse del país, otras más pequeñas

desaparecieron, mientras algunas se mantienen a pesar de tanta adversidad. Barco de Piedra entonces se presentó como una alternativa artesanal. De hecho, los libros salían de una impresora láser que compraron para la iniciativa. Aprovecharon además los conocimientos que la diseñadora adquirió en un taller de encuadernación que había hecho en el Museo de Bellas Artes.

«En esas clases comenzó mi interés por las publicaciones artesanales, todo en ese taller de encuadernación. Barco de Piedra vino muchos años después», acota.

También en 2014 ilustró el libro infantil *Juano*, con texto de Luis Cardozo Romero, editado por Utopía Portátil.

«Fue una labor muy intensa, pero gratificante. Tuve que ponerme disciplinada para culminar con los niveles que quería. Lo convertí en una investigación. En estos días vi el proceso de producción, todas las ilustraciones. Fue superchévere. Hay un trabajo en el que se ve la síntesis, el lenguaje gráfico y cómo usé los elementos. Abre el sol y cierra la luna».



ESTUDIO PROPIO

Además de inspiración y propósito, en Prodiseno Eddymir Briceño conoció, en el primer año de la carrera, a Yonel Hernández, con quien se casó hace siete años, luego de once años de relación. Además de ser pareja y de haber formado una familia, no son pocos los proyectos en conjunto que han emprendido.

Pero hay una anécdota curiosa. Cuando se presentaban como Eddymir y Yonel, a los más descuidados se les hacía difícil determinar quién era la mujer o el hombre tan solo por los nombres, que les parecían imprecisos.

“

Creo en probar el límite de los soportes y de la línea. Todo lo que puedo hacer es como una prueba para mostrar que es posible

Entonces, cuando en 2013 decidieron abrir juntos su estudio de diseño e ilustración, lo llamaron Inés&Bernardo, por los segundos nombres de cada uno. «Terminamos burlándonos de nosotros mismos», cuenta la diseñadora.

En esos años, Eddymir Briceño quería hacer proyectos completamente desde su visión. Se animaron a un primer proyecto, que fue el diseño de una publicación que se aproximaba a las funciones de una guía de sala para una exposición de Lucho Rodríguez en Hacienda La Trinidad Parque Cultural. Se podría decir que fue su primer proyecto de manera autónoma, al que le siguió un catálogo para Nayarí Castillo, una bióloga y artista plástico, para su muestra *Epigramas sonoros*, en La Caja del Centro Cultural Chacao, que tuvo como curadora a Lorena González Inneco.

Eddymir Briceño y Yonel Hernández han trabajado juntos durante años. Ambos tienen clara la forma en la que cada uno asume cada proyecto. Ella con especial énfasis en el diseño editorial, mientras él en la imagen y la ilustración.

Cuenta que hace unos años Melina Fernández los contactó para que diseñaran unos empaques de productos para la cocina: canela, cacao en polvo, bicarbonato y demás. Ya el logotipo estaba hecho por Alex Wright. «Hablamos sobre cómo generar la propuesta. Estaba claro que llevaría una ilustración que se puede concebir en equipo, pero que no iba a desarrollar yo, sino Yonel. Mientras yo me encargo del diseño empaque, que tiene que ver más con la sistematización de la información, la imagen tipográfica de los contenidos», detalla.

Otro proyecto que asumieron recientemente fue el libro *Al son que nos toquen*, de Marcy Alejandra Rangel, sobre la danza en Venezuela. «Yo me encargué de cómo programar todo para la producción. Es que todo tiene que ver con el temperamento de cada proyecto. A veces, si necesitamos otra persona que nos acompañe, sin problemas pensamos en esa posibilidad».

En 2017 saltó a otro formato, un proyecto que había surgido en 2003 en la cátedra de Dibujo 7 y 8, a cargo de Efrén Rojas, en Prodisegno. A partir de fotografías familiares que tomó su abuelo Pablo Venegas, realizó una serie de sesenta y cinco dibujos que ese año fueron expuestos en la galería Abra del Centro de Arte Los Galpones. La muestra se tituló *Íntimo*.

«Lo concibo como un proyecto rizoma. Creo en probar el límite de los soportes y de la línea. Todo lo que puedo hacer es como una prueba para mostrar que es posible. *Íntimo* es un proyecto que está abierto, solo que va cambiando de soporte. En 2017 fue una sala de exposiciones. Ya no era el libro ni el acetato para dibujar. Terminó en la pared. Es interesante cómo cambia la narrativa en este espacio, cómo se muestra cada uno. Todo terminó siendo como llevar esa intimidad de ver retratos en la casa de alguien, mostrarlos en una sala para recrear espacios íntimos».

Esa fue una muestra individual. También ha estado en colectivas, como *ArteZanos*, realizada en El Hatillo el año 2015, así como *Esqueje*, en la galería Abra de Caracas.

Esos años de dedicación han sido también avalados con premios. En 2019 su proyecto *Plan B: Caracas, ciudad de salida* fue uno de los ganadores en la categoría Branding de los Latin American Design Awards. Tres años antes resultó finalista en la Bienal Iberoamericana de Diseño 2016 en el área de diseño gráfico con la obra *Colección numerada*, que consta de tres libros publicados por la editorial Barco de Piedra: *El cuarto del loco* de Carolina Lozada, *Dibujo con niña* de María Negroni y *Antología poética* de Manuel Vilas.



PARTE DE LA ACTITUD

Eddymir Briceño ha concatenado muy bien su personalidad con sus intereses, pasiones y profesión. Ha logrado un balance que lee acertadamente cuando ve todo en perspectiva, con ese chance que permite el tiempo y el reposo durante el camino andado.

Para ella, el diseño tiene que ver con programar, pero llevado a otros aspectos, en los que una idea se convierte en realidad, una realidad tangible.

«Puede ser un proceso muy sencillo o algo más complejo. No me refiero en ese sentido a lo imposible o rebuscado, sino a determinar las partes y entender el todo para poder programar y ejecutar lo que se desea hacer. Por ejemplo, se nota cuando haces un libro. En menor escala es como dirigir una orquesta. Tiene demasiadas partes. Está la parte del editor de contenido, el editor gráfico y otras áreas que van determinando el trabajo hasta que se hace realidad».

Como si se tratara de un lenguaje personal que usa los mismos códigos, reconoce cómo cada diseñador le va dando a su trabajo un toque que convierte cada resultado en una lectura sobre el bagaje de cada uno. «Uno llega a reconocer fácilmente el trabajo de alguna persona o de un estudio».

Se trata de impregnar con la vida de cada uno lo que se apuesta en cada trazo, en cada color elegido, en la composición.

En el discurso de la diseñadora hay un claro respeto por esa llama del diseño editorial, ese orden, ese acatamiento por la sistematización.

«Toda esa idea de organizar las cosas me fascina. El asunto de realizar guiones para cada proyecto, para la organización, todo eso que está vinculado con el proyecto editorial. Construir el esqueleto que luego se convierte en imagen. En este punto de nuestra carrera nos damos cuenta, o me doy cuenta, de cuán importante es estar detrás de todo eso, en ese engranaje que luego es diseñado», agrega.

Además, ese ímpetu de niña por el resguardo de lo que le motiva, por conservar todo aquello que la inspira y maravilla, se mantiene intacto. Guarda todavía colecciones de libros, catálogos, publicaciones de distintos tipos. Podría ser también una manera de sentir que no está sola en esa capacidad grandiosa de crear, en hacer de cada trazo registro de existencia e influencia.

«Tengo material de diseñadores que admiro, de las generaciones anteriores, pero también de aquellas más recientes. Las referencias son demasiadas».

Ha llegado a un momento en el que está muy asentado lo que busca en un proyecto. «Ahorita todo tiene que ser claro. Es muy importante que se entienda el perfil de cada diseñador. De esa forma, se espera que podamos conectar y así armar un buen equipo. Si todo eso se comprende desde el comienzo, todas las partes involucradas pueden sumar a la labor».

Y no se trata de trabajar desde el deseo de quien diseña, sino desde lo que se entiende que necesita cada uno de los trabajos a realizar. Comprender ese universo que se piensa, que se imagina, y que necesita materializarse. Es hacer de esa empatía con la idea un resultado sólido.

En Prodiseño llegó a ser profesora de las cátedras en las que se estudia el color. Prefiere no responder cuando se le pregunta cuál cree que ha sido su aporte en el mundo del diseño. «Podría decir cómo han influido en mí varios de los diseñadores que han sido seleccionados para esta publicación. Me cuesta ponerme en el rol de decir que he logrado tal cosa en el diseño en Venezuela. Puedo pensar en tener más claridad conmigo como profesional en la relación con el cliente. Entiendo que hay un crecimiento en cuanto a la perspectiva del diseño y lo que puede aportar. Pero eso es más en la relación con el otro».

Cuando piensa sobre el camino andado, obviamente resalta que todavía falta mucho. Es joven. La historia todavía se escribe, o, mejor dicho, se diseña. Los trazos están en curso, siempre atenta a cualquier desvío que no cumpla con lo planeado.

«Sería muy difícil resumir todo, pero creo que voy a decir una de esas frases cliché: yo no me arrepiento de nada. Se ha tratado de regar esta mata».

Tampoco tendría un mensaje único hacia las nuevas generaciones que deseen desarrollarse en el diseño. «A esa edad no sabía si iba a valer la pena o no. Simplemente estaba haciendo lo que creía que quería hacer. Creo que eso suena como de autoayuda, pero pienso que hay que ser fiel a lo que uno desea. Es importante aprender de otros, es súper significativo escuchar y conectarse con gente que pueda ser de ayuda o con la que puedas colaborar. Nutrirse de esa experiencia profesional». ■

PORTAFOLIO





PLANES CANALES, CUANDO REALIZA
MENTES
TANTO.
FOR
SI
ACASO»

El primer canal de televisión por cable en el mundo, el Planes, nació en 1992 en el barrio de San Telmo, Buenos Aires. Desde entonces, ha crecido y se ha convertido en una de las plataformas de televisión más importantes del país. El canal ofrece una programación diversa, que incluye películas, series de televisión, programas de entretenimiento y noticias. En 2018, el canal lanzó su propia plataforma de streaming, Planes+, que permite a los usuarios ver el contenido del canal en cualquier momento y lugar. El éxito de Planes se debe a su enfoque de programación de calidad y a su compromiso con la diversidad y la inclusión. El canal ha ganado numerosos premios y reconocimientos por su trabajo en el campo de la televisión por cable y el streaming.

**“MEAN-
 IN
 JUST
 AND
 WHILE”**

El primer canal de televisión por cable en el mundo, el Planes, nació en 1992 en el barrio de San Telmo, Buenos Aires. Desde entonces, ha crecido y se ha convertido en una de las plataformas de televisión más importantes del país. El canal ofrece una programación diversa, que incluye películas, series de televisión, programas de entretenimiento y noticias. En 2018, el canal lanzó su propia plataforma de streaming, Planes+, que permite a los usuarios ver el contenido del canal en cualquier momento y lugar. El éxito de Planes se debe a su enfoque de programación de calidad y a su compromiso con la diversidad y la inclusión. El canal ha ganado numerosos premios y reconocimientos por su trabajo en el campo de la televisión por cable y el streaming.





«Ese no es un silbón común, cuando yo lo oí casi que me privó. Ahora ya no se escucha ni se ve como antes, que dicen que amanecía sentado en las topias de los fogones y que se afeitaba, que las rodillas le pasan más arriba de la cabeza.»

De acuerdo con los datos que el pueblo de Portuguesa cuenta y transmite, el silbón existió y habitó en la región que hoy ocupa el territorio de provincia de Zúñiga, entre Portuguesa y Barinas. Se dice que vivió en el 17^{to} siglo, en embargo, desde que esta leyenda comenzó a transmitirse por los caminos de la región centro-occidental de Venezuela, existiendo con respecto a su origen dos versiones:

Una que el silbón nació en El Yagüe, provincia que en el momento de la independencia de Venezuela era Portuguesa y Barinas. El silbón se le atribuye a:

En muchos momentos, al leer los relatos de la leyenda, se puede sentir el dolor de los campesinos que abandonando su vida campesina, cuando el presidente portugués José Simón Bolívar encargó la leyenda y la proyectó nacional e internacionalmente, dejó la posibilidad de que el silbón hubiera nacido en Guayana, y a Portuguesa y Barinas agregándole el estado Cápura.

Otra que nació en Guayana y se llevó a Colombia que en Portuguesa y Barinas se le atribuye a la leyenda.

Historia del Silbón

La leyenda del silbón de Guayana, al igual que la del silbón de Portuguesa y Barinas, pero que a veces se confunde, y otros a veces dicen que uno es el hijo de la Guayana la protagonista del silbón, fue traída de la Guayana. El hijo que se le atribuye a la leyenda, pero que según se cuenta de él, fue el hijo de un portugués que se fue a Guayana, pero que se fue a Portuguesa y Barinas, y a Portuguesa y Barinas agregándole el estado Cápura, pero que se fue a Portuguesa y Barinas, y a Portuguesa y Barinas agregándole el estado Cápura.

Esta leyenda confirma la dificultad para seguir el hecho de que el origen del silbón, Joaquín Flores pudo haber sido un esclavo de la geografía centro-occidental y haberse producido de la actividad del hombre de esas partes para utilizar su espíritu como un hecho social en la conducta del pueblo de esas regiones. Pero lo que se debe admitir como cierto es que la leyenda como identificación histórica del estado Portuguesa como un elemento y tener una gran importancia para el compositor Joaquín Flores, quien recogió toda la información y la llevó al estado. Hoy por hoy su imagen ha sido tomada con la percepción del estado, pero también también que el silbón como se con sus habitantes, quienes por su carácter, pero también sus hábitos, pero también sus hábitos de esas, cuando la ausencia de la loro por eso a los aguceros. El lugar en el que vive la leyenda del silbón, y está



«... a la gente le mamean sin necesidad de cultura o escuela, porque la parvona está libre para no poder aprender, y ¿quién le mamea?... el espanto del árbol de mango.»

Con respecto a esta leyenda, se cuenta que cuando el 18 de mayo de 1812, el ejército de Simón Bolívar se enfrentó al ejército de la Real Armada Española en la batalla de Carabobo, el ejército de Bolívar fue derrotado y se retiró hacia el estado Portuguesa. En ese momento, se cuenta que un niño de Portuguesa, llamado Joaquín Flores, se asustó mucho al ver a un hombre que se parecía a un fantasma, pero que tenía una cara muy fea y una boca muy grande. Este hombre se le apareció en un campo de mango y le dijo que se iba a comer los mangos de su árbol. Joaquín Flores se asustó mucho y se fue a contarle a sus padres lo que le había pasado. Desde entonces, se cuenta que los niños de Portuguesa se asustan mucho cuando van a los campos de mango, porque creen que el fantasma se les va a comer los mangos.







—1983—

RICARDO Baez

«El autor viaja con uno»

Nació en Caracas, en 1983. Creció en Guarenas. De adolescente creó una página web. Llegada la hora de los estudios superiores, dejó Comunicación Social en la universidad para ingresar a la Asociación ProDiseño, donde tiene la primera certeza de que no herraba destino. Ha trabajado en el Museo de Arte Contemporáneo y en la galería GBG Arts de Gabriela Benaim. De la mano de Álvaro Sotillo, se adentró en el medio editorial, donde, hoy por hoy, es un diseñador muy solicitado dentro y fuera de su país. Diseñó el libro de Mathieu Asselin, *Monsanto: A Photographic Investigation*, ganador del Paris Photo-Aperture Foundation First Photobook Award. En este momento, trabaja con el reconocido fotógrafo español Alberto García-Alix

 @ricardoantoniobaez

 Armando Coll

 Andrea Hernández Briceño (retratos)
Daniel Benaim Photo Studio (portafolio)

Era un señor que le daba golpes a un hierro. Así tan coloquialmente, tan casual o acostumbradamente como la tarde calurosa de Guarenas, le viene la imagen al nieto del herrero. Aunque admite, después de tanto tiempo, que algo tuvo que haber influido el ser testigo de la sencilla fragua de su abuelo materno en el destino que abrazó y hoy lo distingue: «Mi abuelo hacía rejas, puertas, portones. Mi hermano trabajaba mucho con él y yo miraba. Nosotros no veíamos a mi abuelo como un ser creativo, sino como alguien que prestaba un servicio, completamente funcional», recuerda Ricardo Báez, un acertado diseñador dedicado sobre todo a la creación de libros. ¿Y cómo no iba a impactarlo en lo hondo el espectáculo de un hacedor –de objetos útiles, funcionales como rejas y puertas– cuando, conceptualizaciones aparte, eso es un diseñador?

Ricardo Báez nació en Caracas el 8 de septiembre de 1983 y creció en Guarenas junto a su hermano y sus abuelos. Ahí, manifestó en la adolescencia el instinto de diseñador.

Su hermano mayor, Christian, se animaba en ayudar al Hefesto de la casa, y si tal vez tampoco percibía en la forja del hierro alguna relación con el diseño, fue ese el oficio de su elección. De modo que, de la familia, a Ricardo lo precedió el hermano y de la mano de él tanteó la arena húmeda que dejaba una ola que iba y venía cada vez más atrayente para quien quisiera remontarla: «Yo empiezo a estudiar diseño porque estaba sentado al lado de mi hermano todo el tiempo, cuando le mandaban a hacer proyectos. Él me aupaba a que estuviese con él ahí, cuando él tendría dieciocho años y yo trece».

«A los diecisiete años hice una revista digital sobre skate boarding, es decir, sobre la cultura de la patineta. Fue la primera página (web) que se hizo acá sobre ese tema; y empezaban a surgir páginas sobre cualquier cosa... no había internet, así, tan desarrollada como existe ahora. Yo tenía conexión a internet en casa, pero muy pobre».

Con ese incipiente haber ya no parece tener dudas de que su vocación está orientada hacia la comunicación y la opción más visible entre las carreras universitarias, llegado el momento, es Comunicación Social.

A

“

EL DISEÑADOR

NO ES UN

SIMPLE

OPERADOR AL

QUE EL AUTOR

DE UN TEXTO

VIENE Y LE DICE

QUÉ ES LO QUE

QUIERE”

¿CUÁL COMUNICACIÓN?

Termina la vida más o menos apacible en Guarenas y a los dieciocho años se decide a entrar al ambiente de vivaz tumulto, pero a la vez un tanto impersonal para «el nuevo», de un campus que alberga miles de jóvenes: «Empecé a estudiar Comunicación Social en la Universidad Santa María. El ambiente de la universidad no me gustaba, me sentía excesivamente incómodo. Y luego sentía que no parecía de esta época. Veía clases de semiótica y sentía que el tiempo se hubiese parado. La semiótica se mueve según el tiempo en el que uno vive. Y el tiempo reciente es cuando hemos vivido más rápido. Sentía que me estaban hablando nada más de literatura; no me estaban hablando de la comunicación. Siempre he tenido un problema con la Comunicación Social per se. Y ahí sentí que estaba asociada al periodismo o a la literatura simplemente. Y yo entré en esa escuela con la expectativa de la comunicación en un espectro mucho más amplio».

De modo que se empezó a hacer la pregunta «¿y cómo encajo yo aquí?». No quiso concederle demasiado tiempo a la respuesta: «En cuanto a la semiótica, el problema no es la teoría, sino cómo es aplicada hoy. La semiótica aplica a todos los lenguajes. Y en la universidad se aplicaba solo al periodismo; siempre se hablaba de prensa. Nunca se hablaba del cine, nunca se hablaba de la música, por solo decir, y la comunicación es algo tan amplio. Tiene que haber una conexión con la teoría clásica y una reflexión contemporánea».

Apenas duró dos semestres y la dejó. Ahora estaba determinado a encontrar el lugar de aprendizaje que buscaba, aun no con demasiada claridad. Pero su hermano asomó una posibilidad.

LO QUE SEA

En el albor del siglo acontece un fenómeno económico que derivó en burbuja. Un grupo de jóvenes comunicadores que venían del periodismo impreso se suman al fenómeno global y logran captar el capital para crear la primera empresa de comunicación web del país, **Loquesea.com**. Se dio el *crack* a escala mundial y la empresa no fue excepción, con el agravante de un nuevo orden económico adverso en Venezuela.

Pero mientras duró, **Loquesea.com** congregó hasta doscientos empleados repartidos entre Caracas y otras capitales hispanohablantes. Fue un *boom* que se quedó en *boom*. Pero muchos de los que participaron tuvieron ahí la posibilidad de conectarse al mundo por venir: la era digital consolidada, fuese lo que sea.

«Christian entró a trabajar como diseñador en **Loquesea.com**, pero muy enfocado en lo digital. Muchos de sus compañeros de oficina venían de ProDiseño. Y cuando le comento que no estaba satisfecho en Comunicación Social, empezamos a buscar opciones. Mi hermano, a su vez, no estaba satisfecho con la escuela de la Universidad Nueva Esparta, de la que él venía. Empezamos a buscar opciones y surgió ProDiseño. Me decía que los que venían de ProDiseño eran mucho más audaces. Él sentía que ahí había mucha más fuerza en el diseño que en las otras escuelas que había en Caracas».

«Fui hasta ProDiseño y el ambiente me impactó por ser todo lo contrario a la universidad que, por un lado, me parecía muy académica y, por otro, muy impersonal, por la cantidad enorme de estudiantes».

«Hice el propedéutico de ProDiseño y entré. Recuerdo que entré a la clase de Eduardo López, Introducción a la Comunicación Visual. Para mí fue de los profesores más apasionados, movido más que como diseñador, como maestro. Él expresaba su pensamiento de lo que es el diseño y la comunicación visual, y cómo eso te daba herramientas para comunicarte de una manera mucho más amplia y, al mismo tiempo, más concreta y sintética», da cuenta del cambio de clima Ricardo.

En las clases de López, el novicio de entonces descubre el diseño como fenómeno, por qué realmente le interesaba. En otras palabras, descubre el diseño como problema. El maestro proponía al estudiante ejercicios que aparentemente no eran para aprender a diseñar, al tiempo que enfático decía: «Tú ya eres diseñador, pero ¿qué tipo de diseñador quieres ser? Eso lo vamos a averiguar ahora».

Ricardo no podía entender cómo el profesor de buenas a primeras lo unguiera con una frase: «Eso me marcó mucho, que te digan de entrada que ya eres diseñador y que el problema es qué tipo de diseñador eres. Porque tú puedes hacer un libro, puedes hacer un afiche, puedes hacer una página web, la cosa es por qué piensas que puedes, a partir



de qué. Y entendí que a medida que vas obteniendo más conocimiento, más herramientas, más práctica, vas descubriendo nuevas cosas e ideas», relata Ricardo.

«Estudié ese primer año, pero no pude seguir pagando la escuela. Le dije a Eduardo López que me tenía que retirar y él me propuso: “Oye ¿y por qué no eres mi asistente?”. Y yo: “¿Cómo, si acabo de entrar?!”. Me respondió: “Porque a mí me interesa la forma como llevaste este primer año”. Entonces empecé a recibir un pago como asistente, mientras tomaba algunas clases. Me exigí mucho como asistente, yo estaba con él en las clases. Hacía los ejercicios de nuevo, fue como si hubiese repetido ese primer año y eso me permitió volver a ver la materia y entenderla mucho mejor, más en profundidad. Ese fue un momento que me dio más claridad sobre lo que yo quería hacer. Porque, incluso, al principio, cuando hacía el propedéutico, tuve la sensación de que no era lo mío, muchos ejercicios no los pude hacer, sentí mucha inseguridad. Con López hacíamos ejercicios de composición muy abstractos y después veíamos qué comunicaban a través de la tensión y el contraste, por ejemplo. Sobre todo, nos enseñaba a ver. Para mí fue como si me destaparan los ojos. Porque todo lo que tú estás viendo tiene algo de diseño, está conformado por una estructura *a priori*, empezando por la naturaleza».

UN TIPO DE DISEÑADOR

«Hoy en día el lenguaje del diseño se ha hecho tan común, que cualquiera agarra una tipografía y una foto y algo sale», comenta al paso el diseñador ante el señorío del medio digital, en el que proliferan irrefrenables aplicaciones y herramientas de fácil acceso para un usuario común.

La data y el algoritmo rigen ahí donde antes se requería, si no un creador, al menos un experto operario. En un mundo así, el diseñador tiene que ser «un tipo», vale decir, alguien singular, especial y especializado.

Y Ricardo Báez lo es en el campo editorial.

«Trabajé con Eduardo López como un año y medio, no solo asistiéndolo en las clases sino en ciertos trabajos de diseño. Luego, empecé a tomar clases salteadas. No seguí la carrera de forma lineal. Elegí, por ejemplo, Tipografía que era lo que más me interesaba.

Ese fue un segundo momento en el que sentí que el diseño estaba mucho más cerca de mí de lo que yo pensaba», continúa el relato de su iniciación como un «tipo» del diseño. Y él siguió el camino de aprendizaje al pie de la letra: la tipografía.

«Tomé una clase de tipografía que dictaban Carlos Rodríguez y Gabriela Fontanillas. Había un ejercicio que era hacer una agenda», ahí sobre la mesa de la sala está el resultado; lo toma y ofrece para ser ojeado. «Es una agenda del 2007. Ahí fue que me di cuenta de que el diseño no es igual que la pintura en la que tú te enfrentas a un *canvas* blanco y tienes que desde cero crear una forma. La tipografía, en cambio, es una forma que ya está creada y que te permite escribir, como también generar otras formas que no necesariamente son de lectura. Eso me generó comodidad, pero al mismo tiempo un reto. Estuve unos seis meses investigando y experimentando hasta llegar a este concepto, de hacer una analogía entre los signos de puntuación y la idea del tiempo: un día es una coma, un fin de semana es un paréntesis, un mes es un punto y coma, el punto y aparte es la mitad del año. Con ese lenguaje creé la agenda. A Carlos Rodríguez le interesó muchísimo lo que hice como un ejercicio. Y me dijo que me fuera a trabajar con él en el Maccsi (Museo de Arte Contemporáneo de Caracas Sofía Ímber) y le propusieramos al director de entonces, Luis Ángel Duque, publicar esa agenda. Pues yo estaba fascinado con la idea. Nunca había hecho un libro, sino como ejercicio. Esa oportunidad me impactó mucho cuando yo tenía veintidós años, el haber hecho algo publicable por nada menos que el Museo de Arte Contemporáneo de Caracas, que ya no estaría en su mejor momento, pero era un museo. Trabajé ahí con Carlos Rodríguez como un año y fue una tremenda experiencia, porque trabajamos con un grupo de estudiantes que él armó. Y lo que a mí más me ayudó trabajando con Carlos es que él nunca me dijo “ve por aquí o ve por allá”. Un día, por ejemplo, yo estaba haciendo un catálogo y exclamó “¡Qué bueno está eso!”; que un maestro te diga eso de manera casual, que te diga algo así como “mira, estamos en el mismo bote”, me dio mucha confianza; que una persona que yo admiro tanto me pusiera en ese lugar».

«Después me dijo que me fuera a trabajar con Álvaro Sotillo y Gabriela Fontanillas, que habían visto mi trabajo y les interesaba mucho. Me dijo que ya yo ya había hecho lo que tenía que hacer ahí, que el museo prácticamente se iba a acabar porque en cuanto Luis Ángel Duque se fuera iban a recortar presupuesto. “Así que olvídale”».

“

Yo dejé de poner mi ego por delante, el ansia de ser autor y firmar, y me dediqué a aprender”

«Hablé con Álvaro y Gabriela y yo, claro, quería trabajar con ellos. Trabajé con ellos como seis años y ese fue mi postgrado. Cuando empecé a trabajar con Álvaro sentí que técnicamente estaba en cero. En Prodiseno se daba más importancia a lo conceptual que a lo técnico. Es decir, importa más la idea que cómo se hace», precisa Báez sobre su tránsito hacia una nueva experiencia.

El paso por el estudio de Sotillo y Fontanillas, mejor conocido como VACA (Visión Alternativa de Caracas) ajustó mejor las piezas que el novel diseñador traía consigo y las aceitó mediante una exploración técnica diaria, permanente, a la vera del maestro.

«Me convertí en la mano tecnológica de Álvaro. Él no maneja mucho la tecnología, entonces yo era como su procesador externo. Esa exigencia me aterró al principio. Pasaba ocho, diez horas sentado con Álvaro al lado. Pero él no estaba ahí para darme clase. Estaba para generar su trabajo y que yo lo ayudara en eso. Y si no te das cuenta de que así estás absorbiendo y que estás ahí para eso, pierdes la oportunidad por completo. Yo dejé de poner mi ego por delante, el ansia de ser autor y firmar, y me dediqué a aprender».

DECIR DESDE EL DISEÑO

Aprender desde el hacer y la proximidad del maestro induce necesariamente a un espíritu colaborativo, que no se halla sino como parte de un equipo y un proyecto con los otros. Y Ricardo supo desarrollar esa empatía productiva, una alineación no necesariamente jerárquica que asimila aportes de cada uno en su justa medida: «Como diseñador no trabajo solo. Tú me pides algo, pero a la par yo opino sobre lo que me estás pidiendo. Al principio, yo no tenía la autonomía intelectual como para decirte “mira, esto no es lo que tú quieres comunicar”. Cuando uno tiene veinte años no tiene la autonomía o la suficiente confianza para proponerle algo al otro desde el diseño y plantearle “esto es lo que te conviene a ti”. Ahora sí lo hago y entonces el autor viaja con uno. No es que el autor viene y me dice “usa el rojo porque ese es el color que a mí me gusta y usa esta letra porque es la que le gusta a mi esposa”. Obviamente tuve que pasar por eso, pero actualmente siento que ya no tengo que lidiar con casos así, o muy pocas veces. Pienso que estoy en un momento en el que yo confío en mi trabajo y la gente confía en uno como comunicador».

UNA TIPOGRAFÍA NO LINGÜÍSTICA

La tipografía no solo puede leerse, sino que crea sensaciones por la forma. La forma tipográfica proyecta otras significaciones y apela a la percepción, a lo meramente sensorial, a lo evocativo y a lo imaginario. No es solo la imagen acústica que categoriza la lingüística; no representa solo un valor fonético. Ricardo lo ilustra con el proceso de creación de la agenda 2007 que publicó el Maccsi: «Me planteé hacerla con un lenguaje tipográfico. Todas las agendas que veía a mi alrededor se limitaban a un diseño simplemente por la forma. Es decir, números bien planteados en un formato, el campo para escribir. En la clase con Carlos Rodríguez y Gabriela Fontanillas los demás proyectos se ceñían a esa convención. Y yo me interesé por un diseño que por sí mismo tuviera contenido. Creé un contenido a partir del diseño. Al plantear la analogía entre los signos de puntuación y el tiempo se crea un contenido, pero desde el diseño. En ese momento descubrí cuál era el diseño que buscaba: no limitarme a componer y escoger colores bonitos. Yo creo que el diseño también tiene algo que decir. Se tiende a pensar que el diseño es una simple interpretación o traducción de un contenido. ¿Cuál es la idea del tiempo? Entonces pensé que lo más cercano a la idea del tiempo en la tipografía son los signos de puntuación. Los signos de puntuación son el tiempo en la escritura. Entonces propuse una idea desde el diseño. Se trata de crear contenido a la par del contenido preexistente».





“ Obviamente hay un interés estético. Leo el manuscrito y luego voy y le hago varias propuestas al autor de cómo el libro puede tomar forma”

LA INTERACCIÓN CON EL AUTOR

Si un autor está decidido a publicar un libro que se singularice visualmente —y cuenta con el presupuesto para ello—, pues desde el mismo momento que contacta a un diseñador no será «para que se lo haga» al buen parecer y antojo del escritor, sino para que el otro profesional agregue valor desde su especialidad. Al menos esa es la doctrina de Ricardo y así trabaja: «El diseñador no es un simple operador al que el autor de un texto viene y le dice qué es lo que quiere. ¿Qué es un diseñador, entonces? Tiene que haber una noción de lo que el diseño ayuda en el proceso de creación de contenido. La interacción entre el diseño y contenido es clave para mí. Obviamente hay un interés estético. Leo el manuscrito y luego voy y le hago varias propuestas al autor de cómo el libro puede tomar forma. Y necesito escuchar mucho al autor, extraer la mayor cantidad de información para entender no solo el contenido sino la intención de por qué se quiere publicar. Le pregunto: “¿Quieres que el libro llegue a mucha gente?”. Entonces vayamos por lo digital. “¿Quieres que sea un libro físico?”. Veamos cuál es el papel más adecuado al presupuesto. Y así, el libro prácticamente va tomando forma solo. Si es tal papel, ya sé cuál es el tipo de encuadernación. Si un autor busca a un diseñador es porque quiere un libro singular. Si lo que quieres es un paperback, hoy en día hay librerías en las que tú entregas tu archivo en Word y ahí mismo, en media hora, tienes el libro».

IDENTIDADES VISUALES

Ese querer decir desde el diseño ha llevado a Ricardo Báez a ampliar su capacidad de conceptualización y creación de lo visual a campos más allá de lo estrictamente editorial: «Empecé trabajando con muchos tipos de libros y de proyectos editoriales y llegó el momento en el que me incliné hacia proyectos más visuales; es decir, proyectos de arte, proyectos de fotografía, catálogos de galerías. Influyó mucho todo el trabajo que hice para museos. En 2009 entré en contacto con Gabriela Benaim, que había abierto una galería en Prados del Este, GBG Arts, y me pareció un desastre toda la idea que había de identidad visual. Yo le propuse que se la hacía gratis, pero que me dejara hacer lo que yo quisiera».

«He llevado adelante identidades culturales, que es como las llaman ahora cuando se trata de galerías, museos y todo lo que sea un lugar dedicado a la cultura. A pesar de que hay muchos elementos estables, tienes la posibilidad de abrir mucho el campo. Me pasa mucho: al año de trabajar con una marca, ya me fastidio. Siempre hay elementos estables, pero yo me planteo cómo puedo cambiar. Si hay un manual de identidad, pues ahí están las proporciones, los colores y otras indicaciones. Luego, está la capacidad del diseñador de cómo aplicarlo. Ahora, no trabajo mucho con identidades culturales, porque a mí me gusta trabajar con lo que se llama diseño total. Me interesa diseñar hasta las servilletas. Si me piden un logo y el color, no me interesa. Porque puedo tener ganancia económica pero no intelectual. Me he casado con proyectos a largo plazo. Con la Galería GBG Arts trabajé desde el 2009 hasta el 2015. Me aparté un tiempo porque tenía mucho trabajo y acabo de retomar la relación. La galería tiene ahora otras dimensiones y otras necesidades».

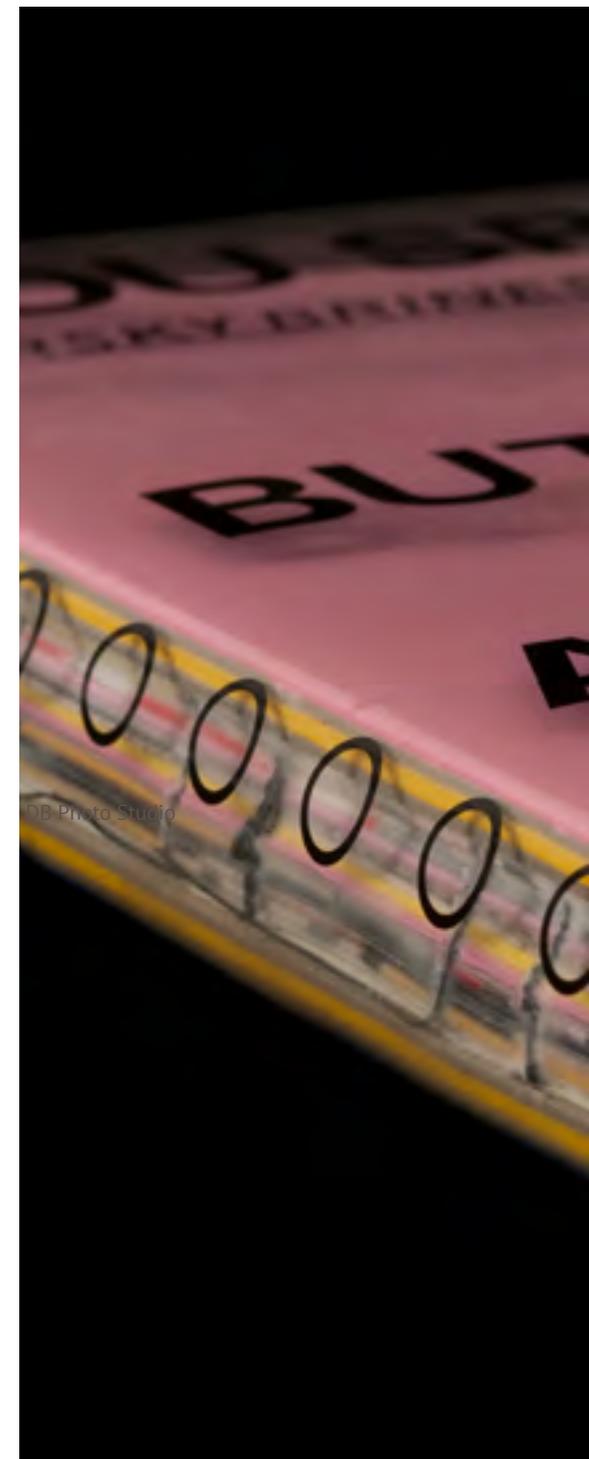
“ No trabajo mucho con identidades culturales, porque a mí me gusta trabajar con lo que se llama diseño total. Me interesa diseñar hasta las servilletas ”

LA CUESTIÓN DEL FOTOLIBRO

El haber puesto el foco en la creación editorial ha resultado muy fructífero para Ricardo Báez, quien desde su apartamento-estudio en Caracas accede a proyectos provenientes de otros países y se emplea cada vez más en ello.

«En ese ínterin que me tomé con GBG Arts, me enfoqué mucho en libros que tienen que ver con la fotografía, lo que ahora llaman fotolibro. Me interesé tanto que me dediqué solo a hacer eso. Y tuve mucho volumen de trabajo. La gente empezó a llamarme para ese tipo de proyectos y me dediqué solo a ello. Más recientemente he abierto más el campo, porque me interesa hacer libros más complejos, que parten de la fotografía, pero no son de fotografía. Por dar un ejemplo: hace poco hice un libro de una autora alemana, Maren Krings, que es fotógrafa y realizó una investigación de cómo el cáñamo –es decir, la marihuana, pero que crece como bambú– tiene posibilidades más amplias de las que se cree: se puede hacer ropa, se puede hacer papel, se puede construir, se puede mitigar el cambio climático. Se hacen bloques, techos, pisos, viviendas. Ella llega a plantear en esa investigación que el cemento podría caer en desuso por completo. Es su teoría y en su libro, *H is for Hemp*, la prueba, con gente que ya está dando ese uso al cáñamo en Austria, en Alemania, en Italia, en Inglaterra, en muchos lugares. Entonces, una obra que parte de un “fotolibro” termina siendo como una enciclopedia del cáñamo. Hay texto, hay infografías, hay fotografía. Es el primer libro que se imprime en el mundo con papel hecho de cáñamo en la era digital, porque hace cien años se hacía».

«Ella llega a mí por un autor franco-venezolano, Mathieu Asselin, que me contactó porque tenía un proyecto crítico hacia Monsanto, la trasnacional que creó pesticidas muy cuestionados hoy en día. Hay un gran premio en Alemania al que concurren libros en maqueta y al ganador lo publican. Este libro ganó y cuando se iba a publicar, unos editores franceses se interesaron y se imprime en inglés y francés en 2017. A este autor le ha ido muy bien; el libro se ha reeditado en varios formatos. No todo el mundo puede pagar cincuenta euros por un ejemplar. Al autor se le ocurrió, entonces, que, como a partir de la publicación iba a haber muchas exposiciones, hiciéramos como un periódico que sería gratuito. Se trata de una versión sintetizada en 28 páginas. Y a partir de este libro, empiezan a llamarme para proyectos muy críticos, yo no los llamaría de protesta, porque se trata de investigaciones».



El libro de Asselin diseñado por Ricardo Báez se titula *Monsanto: A Photographic Investigation*. Entre mucha información que el diseñador supo ajustar a sus páginas sin pérdida ni ruido visual, alineado con la intención del autor, el libro muestra los contratos de compra del pesticida producido por la corporación en los que establece que el producto no puede ser devuelto y que la ganancia de la granja sea compartida por lapsos de décadas.

«Monsanto prácticamente inventa el plástico», informa Báez, «de modo que el libro se enfrentaba a un monstruo. Justo cuando estaba por publicarse, Bayer ofreció comprar la corporación. Y es increíble cómo la cotización en la bolsa de Bayer bajó desde que compró Monsanto. No se puede decir que fue a causa de la publicación del libro, pero es un hecho».

Báez comparte con otros diseñadores gráficos de hoy la ecuanimidad ante el medio digital. Para nada cree que sentencie al libro físico, sino que considera que hay que tener en cuenta el acceso que la era digital prodiga. Entre la experiencia de pasar las páginas de papel y la posibilidad de acceso a su contenido se establece una relación complementaria que varía de un libro a otro, de un autor a otro, de un lector a otro.

«¿Qué queremos del libro digital? ¿Es el acceso? ¿Es lo portátil? ¿Es el lenguaje contemporáneo? El acceso es primordial, porque si yo vivo en Japón y quiero comprar un libro editado en Venezuela, pues lo mejor es comprarlo digital. No pienso que el libro digital reemplace al libro físico. Creo que se complementan, dadas las posibilidades de hoy».



“

¿Qué queremos del libro digital? ¿Es el acceso? ¿Es lo portátil? ¿Es el lenguaje contemporáneo? El acceso es primordial, porque si yo vivo en Japón y quiero comprar un libro editado en Venezuela, pues lo mejor es comprarlo digital.”



«En el caso del fotolibro electrónico, por ejemplo, hace poco salió uno, pero como crítica del fotolibro. Los fotolibros se han convertido en un regodeo, todo está bien, todo es superchévere y ¡guau!».

Hace referencia a un libro de un autor inglés, Matt Johnston, titulado *Photobooks &*. Johnston invita a reconsiderar el auge o moda y tomar distancia ante tanto entusiasmo por el fotolibro en la era digital. Báez explica la premisa del inglés: «Él habla mucho del acceso y se pregunta cuál es el principal aspecto que le llama la atención a aquel que compra un fotolibro. Y es lo táctil; el objeto como tal. Si lo pasas a digital se pierde el sesenta por ciento de la necesidad del lector, pero el cuarenta por ciento restante tiene que ver con el acceso. Hay un lector que sólo quiere ver, por otra motivación, por estudio e investigación. Y gracias al medio digital puede acceder a un menor costo».

Sin moverse de su apartamento-estudio en las afueras de Caracas, Ricardo Báez actúa globalmente (glocalmente, por usar el neologismo) al acceder a nuevos encargos provenientes tanto de Venezuela como de otros países. En la actualidad trabaja de la mano con un prominente artista en Madrid, el reconocido fotógrafo español Alberto García-Alix, Premio Nacional de Fotografía 1999 de su país. Su capacidad para entenderse con otros creadores, más que impersonales clientes, le abre cada vez más espacio tanto en el papel como en el promisorio, para quien sepa verlo así, mundo digital. ■

PORTAFOLIO











—1984—

DANIELA

Peñaranda

«Ser curiosa aviva mis días»

Nacida en Caracas en 1984, primero se mudó a España y ahora Francia es su hogar elegido. Es diseñadora de experiencias digitales. Quiso un título del Colegio Universitario Monseñor de Talavera, avalado por el Ministerio de Educación, pues le preocupaba generar conciencia en las nuevas generaciones. Actualmente imparte clases en ECV Digital, en Burdeos. Su cometido es promover un diseño más humano y ético que trabaje en beneficio de las personas y el planeta. Por ello, co-fundó Team UX, proyecto que concientiza a las empresas sobre el impacto de sus productos; además de Diseño Ético, comunidad virtual que difunde el debate sobre estos temas

 @ahappydesigner

 María Laura Padrón

 David Peetermans (retratos)

De las ciudades francesas suele decirse que son más bellas bajo la lluvia. Si hay algo que es desagradable, invivible, son las olas de calor que a veces golpean las latitudes estacionarias.

A cuarenta insufribles grados de temperatura, Daniela Peñaranda se afana en imaginar una manera sostenible de hacer diseño. En la ciudad de Burdeos, donde vive, como en toda Francia, se habla constantemente del clima. El clima está cambiando producto de la actividad humana irracional. La especie humana escaló hasta la cima del mundo para lograr cosas maravillosas, pero apenas ahora es que se empieza a dar cuenta de cuán destructivo ha sido ese camino.

Las generaciones jóvenes de todo el mundo desarrollado han asumido la necesidad de cambiar de modelo social. Allí donde a veces los gritos de las injusticias que el Hombre le hace al Hombre no son escuchados, la naturaleza ha tomado el megáfono. Es imposible ignorar las lágrimas de los cascos polares, que acabarán inundando nuestras ciudades costeras, o la asfixia de bosques ausentes, arrasados por la deforestación.

Las mejores mentes se han dado a la tarea de solventar este «tremendo paquete» que el industrialismo y la estupidez histórica le han legado a la humanidad. Entre esas mentes creativas, novedosas, frescas, está la de Daniela Peñaranda.

El tema está en el tapete, hace falta volver a decirlo, el clima está cambiando, y dado que es una realidad innegable, en el gremio del diseño también se habla de sostenibilidad. «En Europa debería haber una agenda para empezar a repensar todo, obviamente eso encaja con que el diseño ya no se ve solo como una parte de la producción final de la cadena, sino el hecho más estratégico del proceso. Todo el mundo ahora habla del tema porque estamos montados en el problema, lo tenemos encima, no hay manera de zafarse», dice.

Desde 2014 diseña experiencias de producto-servicio con un enfoque responsable y centrado en el ser humano, que cumpla con las expectativas de una nueva sociedad: marcas inclusivas, sostenibles y transparentes.



“

**EL DISEÑO YA
NO SE VE SOLO
COMO UNA
PARTE DE LA
PRODUCCIÓN
FINAL DE LA
CADENA, SINO
EL HECHO MÁS
ESTRATÉGICO
DEL PROCESO”**

«Yo estoy enfocada en el diseño digital, específicamente en la experiencia de usuario, y en esta área del diseño era raro hablar sobre esto porque pareciera que todo es virtual, que no pasa nada, y no solemos ir más allá en nuestro enfoque. Ahora todo es más visible y nos damos cuenta de que sí, la industria digital tiene un impacto muy fuerte en el planeta, incluso mayor que la industria de la aviación que ya se conoce como contaminante».

Esto quiere decir que falta algo: información. La creación de páginas web, aplicaciones, productos; y el empeño por transformar y digitalizar son procesos que requieren de dispositivos –ordenadores, *smartphones*, *tablets*– que no son para nada virtuales, que son muy concretos, hechos por manos humanas, sobreexplotadas, con minerales arrancados de la tierra a punta de dinamita y esclavitud, como en la época del Potosí.

UNA CURIOSIDAD INNATA

«Ser curiosa aviva mis días. No nos preguntamos de dónde vienen estos productos, cuáles son las materias primas empleadas, en qué condiciones se fabrican; encima de eso, hablar de lo digital como algo que está en el aire es de ingenuos. ¿O nos olvidamos de que detrás están servidores que funcionan con cables, agua, electricidad? La nube no es realmente una nube, es tangible. Al final, todo eso tiene un impacto bastante grande. Por eso, ahora se busca lo contrario a la obsolescencia, para tratar de no consumir tanto, y entonces se genera un problema para estas empresas que crean todos los dispositivos, pero también para los diseñadores que tomamos ciertas decisiones, por ejemplo, hacer que nuestro producto no funcione en un viejo *smartphone* y que la persona se vea obligada a comprarse el último».

Sensible a los temas del cambio climático, y, además, movida por una curiosidad innata, se interesó por entender este movimiento, porque es el presente y el futuro. «Todos vamos hacia allá: crear productos sostenibles, sea el área que sea, diseño de moda, industrial o digital, todos vamos a tener que encontrar nuevas herramientas, nuevas formas de pensar».

Nació en Venezuela el 22 de enero de 1984. Lleva ocho años viviendo en Francia, un país que otrora diera luz a las ideas emancipadoras que alborotaron al Nuevo Mundo cuando este se liberaba del yugo colonial. Hoy esa misma Europa avanzada es germinal de ideas radicales.

Para Daniela, todo ha surgido de forma muy natural. Pulula en el ambiente, por decirlo de alguna manera.

«En 2014 las aplicaciones fueron el *boom*. Todavía no estaba instaurada la experiencia de usuario como tal, se hablaba en algunas partes del mundo, pero fue un proceso. Empezó a llegar el diseño de servicio y nuevas terminologías como “diseño centrado en el humano”, o más recientemente, “diseño centrado en el planeta”. Yo me monto en esas olas, digo: “Esto hay que mirarlo”. Soy un poco oportunista en ese sentido, si algo tiene potencial para ir más allá, me interesa. Luego, trabajé en una *startup* que era responsable de diseño, y entonces podía también probar algunas metodologías, poner en marcha algún proceso, lo usaba de laboratorio. Hacíamos talleres colaborativos, podíamos tener ciertas conversaciones, ejercicios, que nos dieran ese tipo de reflexión. De lo que me di cuenta, en todo caso, es que era posible, no era descabellado, la gente está receptiva».



“

Los diseñadores tomamos ciertas decisiones, por ejemplo, hacer que nuestro producto no funcione en un viejo smartphone y que la persona se vea obligada a comprarse el último”

UNA BRÚJULA ÉTICA

Una brújula simple de inquietudes y principios guía las acciones de Daniela:

«Aunque no tengamos todas las respuestas, los diseñadores somos un poco los mediadores entre las partes del proceso. Yo no puedo saber cómo reciclar el *hardware* si no soy experta, pero sí puedo traer expertos para entender cómo es que nosotros podemos mejorar ese aspecto. Es un trabajo multidisciplinario, en el que tienes que involucrar gente de distintas áreas. Por ejemplo, si tenemos que desarrollar una aplicación hay que hacerse buenas preguntas: “¿Esa aplicación debe existir?”. Eso es difícil debatirlo con los clientes, pero hay procesos de diseño que te dejan ver ese panorama con investigación, y tú puedes poner eso sobre la mesa».

“

La digitalización, en ciertos puntos del proceso, facilita la vida de las personas, pero en algunos casos no. Eso es lo que llamamos ecodiseño: quitar lo innecesario en un producto, porque estás gastando materia prima, energía y ocasionando costos para las empresas”

Ética es la palabra que lo articula todo. Es co-fundadora de Team UX (www.team-ux.com), un proyecto horizontal que va más allá de ser un acatador de órdenes. Los proyectos que asume junto a su socia van en consonancia con los valores establecidos, en particular con el propósito de que los productos diseñados generen un impacto positivo.

«Por dar un ejemplo, en este momento estamos trabajando en un producto que se quiere digitalizar completamente y un poco de investigación reveló que era innecesario. Es cierto que la digitalización, en ciertos puntos del proceso, facilita la vida de las personas, pero en algunos casos no. Eso es lo que llamamos ecodiseño: quitar lo innecesario en un producto, porque estás gastando materia prima, gastando energía y ocasionando costos para las empresas». Daniela no evangeliza, habla en el lenguaje frío y pragmático del costo/beneficio, que pareciera ser el único lenguaje que entienden los empresarios.

«Un poco antes del COVID, ya me interesaba la ética del diseño, y obviamente allí entran muchas cosas, entre ellas, el medio ambiente. Justo a raíz de la pandemia, nos quedó claro que teníamos que posicionarnos, al principio nos daba miedo que la gente nos viera como unas locas, pero nos dimos cuenta de que en Francia estos temas están bastante aceptados, y ese es el mercado en el que nosotras nos movemos».

En un mundo cada vez más digital, estas inquietudes encuentran cabida en un marco legal europeo que corre por adaptarse a los tiempos. Dependerá de la iniciativa de los creadores, y de la sociedad en general, que esta carrera a contrarreloj llegue a destino.

Existen varias formas de impacto: el daño al medio ambiente, las brechas sociales. A fin de cuentas, la ética es poner al ser humano en el centro de la ecuación. El trabajo de Daniela Peñaranda plantea importantes debates sociales. ¿Es realmente beneficioso para la humanidad ser carne de cañón en batallas geopolíticas entre grandes empresas que acaban por imponer sus productos y su forma de operar al resto del mundo? ¿Hay alguna otra forma de usar la tecnología, con fines emancipadores? ¿Es la meta luchar contra el cambio climático compatible con el afán de lucro de la empresa privada?

UNA CONCIENCIA DIFERENTE

Desde niña Daniela supo que había algo creativo en ella; le gustaba la pintura, el dibujo, las artes. Su madre, que trabajaba en una empresa de software, la llevaba consigo y, para que no se aburriera, le daba una tableta para dibujar, una herramienta verdaderamente avanzada en esos días. De adolescente mezcló en su cabeza ciencia y arte y el resultado fue obvio: iba a estudiar arquitectura, pero una accidental conferencia sobre el diseño la expuso a un nuevo camino profesional. Quedó fascinada con la tipografía y la conceptualización de imagen, el diseño de carteles y se dijo a sí misma: «*Esto es lo que quiero hacer*». Y eso que por aquellos años aún se tenía la percepción de que un diseñador está solo «*para hacer loguitos*».

«*Había un proceso de pensamiento para llegar a una solución: tomarle foto a un objeto, quitarle el fondo, los collages, el Photoshop... todo eso me parecía interesante porque contenía las dos cosas que me gustaban, el arte y la reflexión*».

A comienzos de siglo, tanto ella como su carrera pasaban por grandes y confusas transformaciones. Luego de una temporada como directora de arte en una empresa publicitaria, el agotamiento comenzó a rozar su paciencia. ¿Era esto realmente para lo que había estudiado?. ¿Poner su talento al servicio del mercantilismo más vacío?. Leyendo y leyendo, se topó con colegas de otras latitudes que, motivados por inquietudes y valores similares a los suyos, buscaban hacer del oficio algo más que un servicio asalariado para las empresas. Hacer un diseño útil a la humanidad.



«Me gusta ir más allá; si estoy diseñando algo tecnológico no me quedo en la interfaz, voy más al fondo de las cosas para poder entender, para poder repensarlo, en todo caso es como yo lo veo ahora. Hace años no tenía la capacidad de mirarlo de esta forma. Además, cuento con una red de personas cercanas que tienen las mismas inquietudes, y ya no me siento tan sola, tan loca. Dar clases en la universidad –enseña en la ECV Digital, en Burdeos– también me ha ayudado a conectar con una generación más joven que se preocupa por el cambio climático, que siente una gran ansiedad por lo que les va a tocar vivir, se hacen preguntas y lo cuestionan todo. Un salto enorme respecto de mi generación; cuando yo estudiaba diseño, ni siquiera nos preguntábamos de dónde salía el papel sobre el que trabajábamos. Hoy hay una conciencia diferente y eso me motiva».

UNA IDENTIDAD PROPIA

Como a Van Gogh, su abuelita le regaló una maleta con óleos a quien fuera, de niña –cuesta creerlo hoy– una persona introvertida. Se pasaba de chiquita con la maleta «**para arriba y para abajo**» pintando todo lo que veía, objetos, paisajes, atardeceres... Su madre, madre soltera, la metía en mil actividades: danza, pintura; la madre tenía que trabajar y la criaturita entabló amistad con su propia creatividad. Los deportes no se le daban bien, pero logró construirse un mundo seguro y mágico en donde forjó las habilidades que hoy le dan sustento y satisfacción.

«Mi abuela tenía un taller de costura, era creativa y yo de niña dibujaba los vestidos. Ella no era diseñadora de moda, pero le tocaba diseñar y crear, y yo la acompañaba en el proceso, este vestido puede ser así, puede ser así... era algo que disfrutaba mucho».

Nació, creció y vivió en Caracas. Después vino la migración, el periplo. El país no estaba tan mal, y su idea nunca fue irse para no volver, pero como sucede a veces, la gente encuentra razones de muchas índoles para quedarse fuera de casa. Europa pareció siempre un destino adecuado, con sus palimpsestos de historia y cultura. Aterrizó en España en 2007, vivió en Galicia, en La Coruña, luego entre Zaragoza y Barcelona.

“

Quando yo estudiaba diseño, ni siquiera nos preguntábamos de dónde salía el papel sobre el que trabajábamos. Hoy hay una conciencia diferente”

Siete años después, llegó definitivamente a Francia, y es en ese momento en el que se le mete la idea en la cabeza de hacer «algo distinto» con su vida. Intentó trabajar en el sector del turismo, pero el plan no resultó. Buscó trabajo en todos lados; museos, agencias de turismo, tiendas de *souvenirs*, daba igual. Quería comenzar desde cero, evitar todo lo relacionado con la publicidad. Pero en Francia, hasta para trabajar de guía turístico hay que tener una titulación. Resulta que las economías de mercado libre no son tan libres. Su perfil no encajaba en ninguna parte y la gente pensaba que *se le había ido la olla*.

La belleza de Burdeos terminó por cautivarla. Fue allí donde descubrió la «experiencia de usuario» y se dijo a sí misma: «¿Por qué no intentar algo así?». Encontró trabajo en una empresa de desarrollo, en donde la contrataron como directora de arte para productos digitales. Ese fue su primer encuentro con el campo en el que hoy se desempeña.

En sus inicios profesionales estuvo, en sus propias palabras, «sola y no sola». «En la universidad me sentía bien porque conocí personas que todavía son mis amigos, sentíamos que era guay lo que estábamos haciendo. Decidí estudiar Diseño Gráfico en el Monseñor de Talavera porque quedaba cerca de mi casa y te daban un diploma avalado por el Ministerio de Educación, cosa que no pasaba con otros institutos. Allí tuve un profesor que me encantaba, fue quien más me enseñó en la carrera y además me acercó a otros referentes del diseño en Venezuela. Antes de irme conocí gente muy posicionada; tuve la oportunidad de toparme con Álvaro Sotillo, Santiago Pol... En esa época yo tenía veintiún años y me sentía emocionada por conocer a aquellas figuras claves de las que admiraba su trabajo».

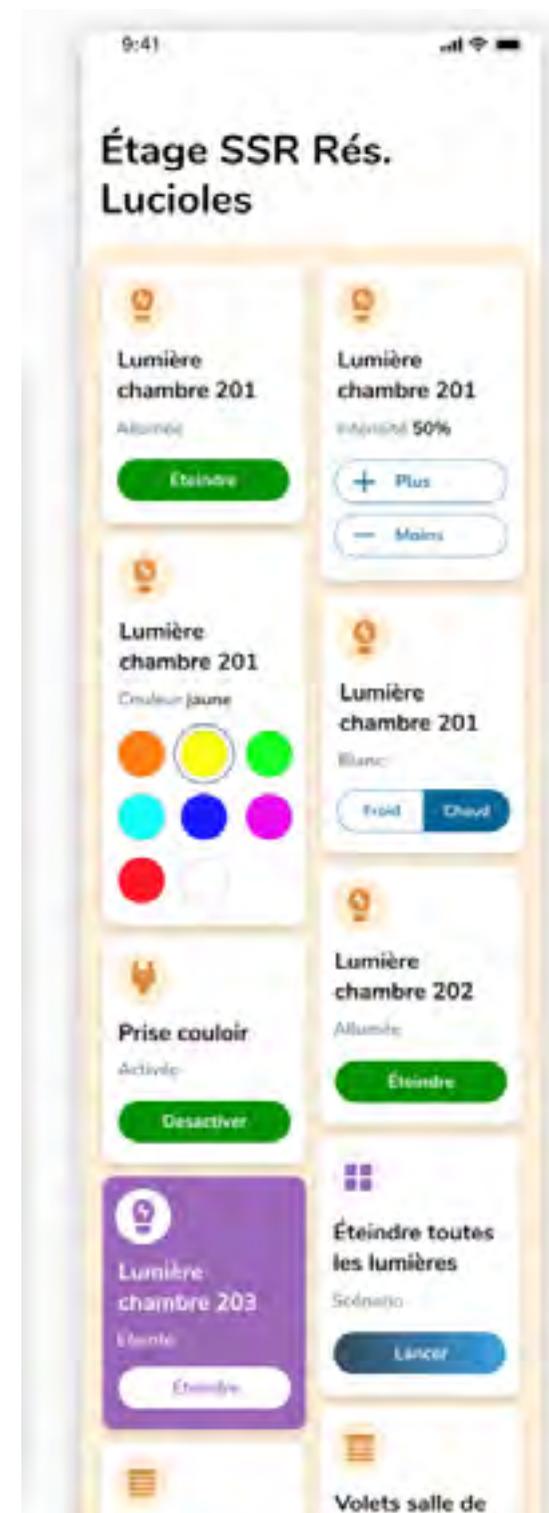
Daniela corrió con la suerte de su contexto histórico. En la compleja historia contemporánea de Venezuela se abrieron espacios para repensar todas las cosas. Pareciera que América Latina sigue debatiéndose entre su herencia europea y su búsqueda de una «identidad propia». Tal vez la solución pase por entender que «nuestra identidad», si tal cosa existe, es precisamente esa «falta de identidad» que nos ha caracterizado desde siempre, sobre todo en el arte. Del clasicismo de un Michelena a la irreverencia de un Armando Reverón, la plástica venezolana (en la que se enmarca también el diseño gráfico) ha sido escenario de intensos debates, propuestas y contrapropuestas.

«Cuando te dan historia del diseño, te dan del diseño europeo, del diseño americano, en aquel tiempo no te daban la historia del diseño en Venezuela, quizás porque nosotros mismos éramos parte de ella. En esa época había muchos congresos, y en Mérida conocí el trabajo de suramericanos como Felipe Taborda, cuya obra todavía me influye; verlo hablar de sus trabajos y sus procesos se ha quedado grabado en mi memoria. Hoy me interesa revisar de dónde vienen las herramientas con las que diseñamos, quizás estamos utilizando unas que no forman parte de nuestros contextos sino de contextos europeos. Ese es un tema que me apasiona mucho y precisamente creamos una comunidad virtual que se llama Diseño Ético, para hablar de estas cuestiones, sobre todo con gente en Latinoamérica, que pone el énfasis en las regiones. Hace poco una chica nos expuso sobre la descolonización del diseño y me despertó una curiosidad por la búsqueda de nuestro propio estilo. Estas iniciativas mantienen la conversación activa a nivel global y eso es necesario en las distintas ramas del saber».

UN NUEVO ESTADO DE ÁNIMO

Daniela ha vuelto a Venezuela en dos ocasiones, una en 2015, y otra antes de la pandemia. «Las dos veces fueron diferentes. La primera mi sentimiento fue de tristeza porque vi bastante destruido al país, me impresionó realmente. Yo fui en el 2015, y de encontrarme los supermercados vacíos, de ver a tu propia familia, que te cuenta lo que pasa, pero no estás ahí, llega un momento en el que es un poco lejano, ver las calles como si hubiera pasado un tornado que se llevó todo. La segunda vez ya fui con la idea de encontrarme con ese panorama, pero, al contrario, lo encontré mucho mejor, al menos la zona donde yo vivía estaba mejor y vi a la gente más alegre, había como otro rollo, eso me gustó mucho».

«¿Y qué siento cuando estoy allí? Siento que es mi casa, sea el momento que sea, aunque haya dicho que el primer viaje fue triste, esa es mi casa. No lo podía creer, la segunda vez igual: estoy en mi casa, y ahora quiero regresar. De hecho, a veces tengo la ilusión de volver e instalarme, volver de verdad. Es algo que siempre está en mi mente, pero bueno, ya veremos...».



Resiliencia: la palabra que llega a su mente cuando reflexiona sobre Venezuela. No tiene claro si es el término más adecuado, pero es la que parece definir un nuevo estado de ánimo en las personas con las que se conectó a raíz de la pandemia y con quienes compartió ideas en torno a su trabajo; conocerlas en persona también es un motivo para querer visitar pronto su país.

«No quiero ligarlo con el tema político, pero siento que hay una pequeña toma de conciencia, que la gente está tomando las riendas de la situación y se dicen: “¿Qué puedo hacer con lo que hay?... y hago”. Pienso que es una nueva mentalidad que se puede estar creando. Tengo un hermano menor que vivió lo peor de todo y a sus veintipocos es emprendedor. Yo jamás en mi vida hubiese actuado de esa manera, a los veintiún años estaba en la universidad haciendo mis dibujos y entonces ves que es una mentalidad muy diferente. No lo digo solo por él, sino por muchas personas que a lo mejor tuvieron que pasar cierta necesidad y tuvieron que despertar. Sé que la palabra emprender está ligada al negocio, pero también es aplicable a la vida, emprender es coger las riendas de la vida. Me parece interesante que eso esté sucediendo, es lo que desde aquí puedo notar».

UNA CONFESIÓN INTERESANTE

De Daniela suelen decir, quienes la conocen, que es muy habladora, que siempre está alegre; no falta quien la califica de valiente, aunque aquí su timidez infantil vuelve al frente y reniega de tales adjetivos. Si valiente es haberse ido de su país, buscarse la vida por fuera, ella aclara que «[eso lo tenemos todos los venezolanos](#)».

Trabaja y trabaja, día y noche, porque cuando no está «[trabajando](#)» como tal, está construyendo esa comunidad de personas interesantes en donde se cocinan ideas y discuten los problemas del presente: «[Es mi side project ahora mismo, construir esa comunidad, estar con esas personas](#)».

Claro, en un momento de descuido, hace una confesión interesante, aunque no inusual: sería feliz trabajando poco y ganando mucho dinero. No es este un deseo alocado, puesto que con su tiempo libre aporta grandes cosas a los grandes problemas que aquejan a la humanidad. Quizás es lo que las personas creativas requieren, más tiempo libre y más recursos.

«[A veces me siento bloqueada porque hay gente que no piensa como yo, pero he encontrado gente a mi alrededor con la que puedo hablar sin que piensen que estoy loca, sin juicios de valor, y pienso que encontrar gente así me da felicidad. Amo los proyectos profesionales en los que siento que puedo aportar algo, al menos tener](#)

la intención de lograr cambios y muchos de ellos llevarlos a cabo. Encontrar este equilibrio sé que es difícil, pero poco a poco se puede construir. Es un proceso interior porque la sociedad nos dice “el éxito es esto”, pero encontrar mi propio punto de vista y hacerlo realidad es lo que me mueve a seguir».



“ La sociedad nos dice ‘el éxito es esto’, pero encontrar mi propio punto de vista y hacerlo realidad es lo que me mueve a seguir”

UNA HEROÍNA DE CARNE Y HUESO

En el entorno familiar están sus hermanos, uno del matrimonio y otros de madre y padre por separado. La relación con su padre la sostiene de manera intermitente: «Hablamos poco». Sobre su madre, cuenta: «Mi mamá trabajaba mucho y yo siempre me quejaba: “Mamá, nunca estás”, después entiendes que tenía que trabajar porque si no, no comías, y cuando eres adulto entiendes qué difícil es todo eso. Por eso, cuando pienso en mi madre, pienso en una heroína de carne y hueso, sobre todo ahora que eres adulto y te das cuenta de lo que es ser una madre soltera. Hoy es una señora que emigró sola, hace su vida, es una mujer moderna, y a pesar de lo que ella pudo haber vivido, sin tener a mano algunas herramientas, encontró una forma».

Daniela lleva en su corazón eso que atrajo tantas almas a nuestra tierra caribeña, esa naturalidad con que el paraíso surge entre las personas de sangre caliente y tierra abundante, ese sueño de los europeos y los mediterráneos; de comunidad, jardines, comidas familiares.

«Mi abuela es parte importante de mi vida. Por el tema del taller de costura la teníamos cerca. Cuando era adolescente estuvo aún más presente, pero ella también era bastante independiente, tenía su propia tienda, siempre estaba trabajando en su taller, y este sitio era el centro de encuentro de la familia».

UNA POSTAL DIGNA

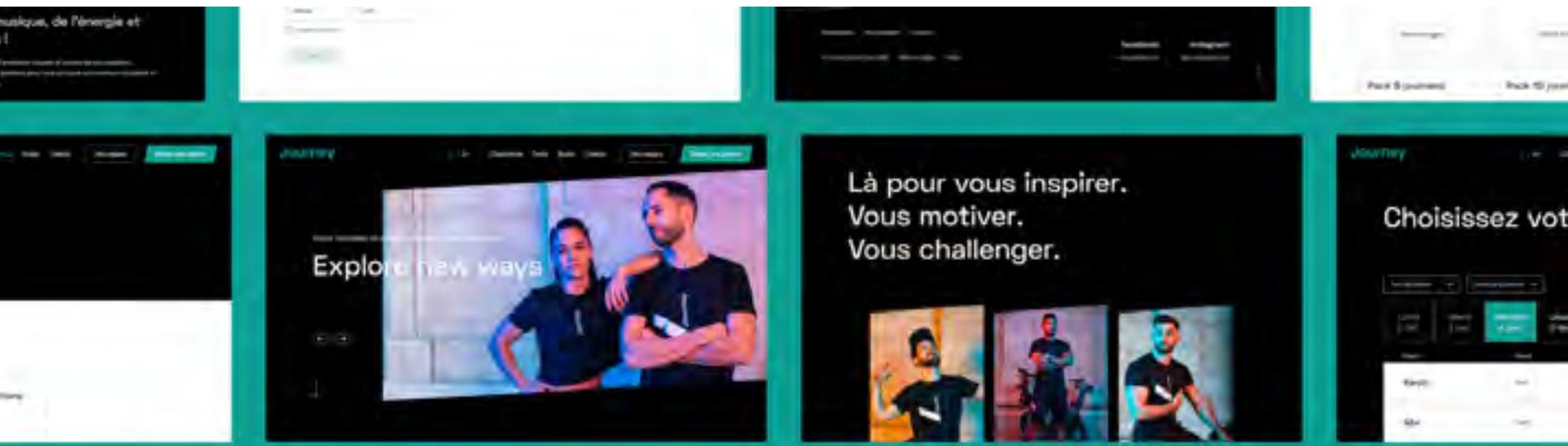
De su infancia conserva una postal digna de Antonio Machado: «Viví en una casa grande durante casi toda mi infancia. Entrás, lo primero que te encuentras es un jardín muy grande, luego un pasillo y más adelante un patio, como los patios españoles, con sus plantas, y había sillas estilo columpio. Ahí me encantaba estar, me ponía a dibujar en las piedras, cogía piedras y las pintaba. Era un lugar que me gustaba, con todas sus plantas y árboles, el espacio donde se hacían las reuniones familiares».

A su vida de ahora la define como un *collage*: «Ahora mismo estoy muy metida en la tecnología, por decirlo así, pero al mismo tiempo soy muy sensible a las cuestiones humanas, las injusticias, y es como más cargado todo, pienso demasiado, la postal de mi vida está saturada. Siento que, por mis viajes, por los varios idiomas en mi cabeza, me enredo, uso muchas palabras para decir lo mismo, a veces digo: me gusta la naturaleza, quiero vivir tranquila; otras: dejo todo, me voy a Venezuela, empiezo de nuevo, y al final tantas ideas revoloteando terminan siendo una carga. Pero no puedo quejarme».

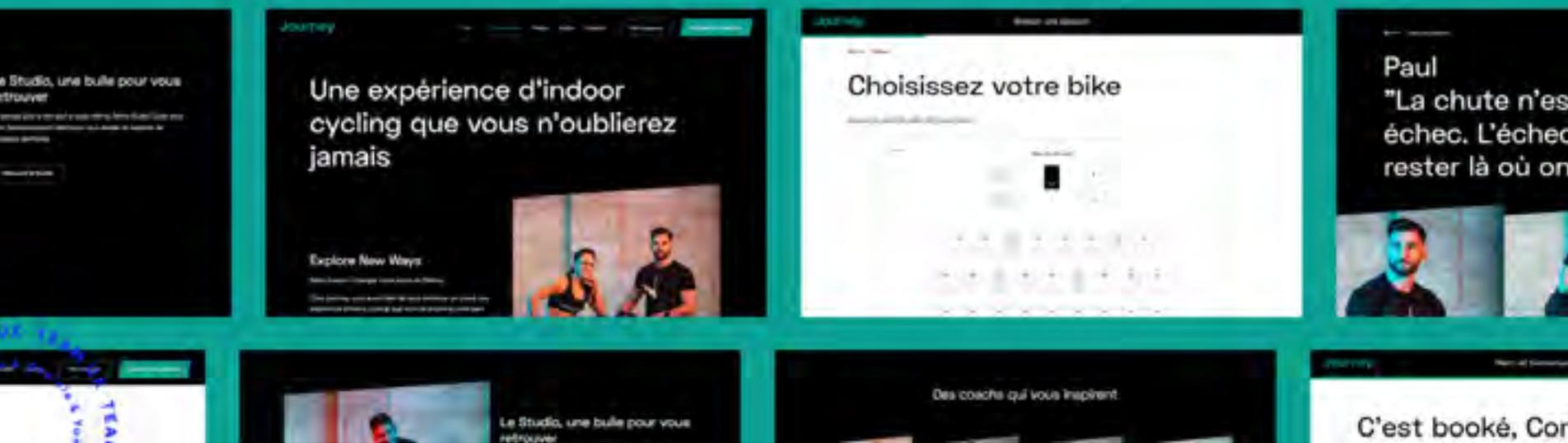
De sus palabras se hace necesario rescatar una idea, un deseo expreso, valioso porque es común, raro porque es de todos: «Tener una vida en paz, alineada con lo que tú piensas, con tu entorno, tanto a nivel personal como profesional, tu vivienda, la luz, el agua, la casa» no es una utopía indigna, ni mucho menos imposible. ■

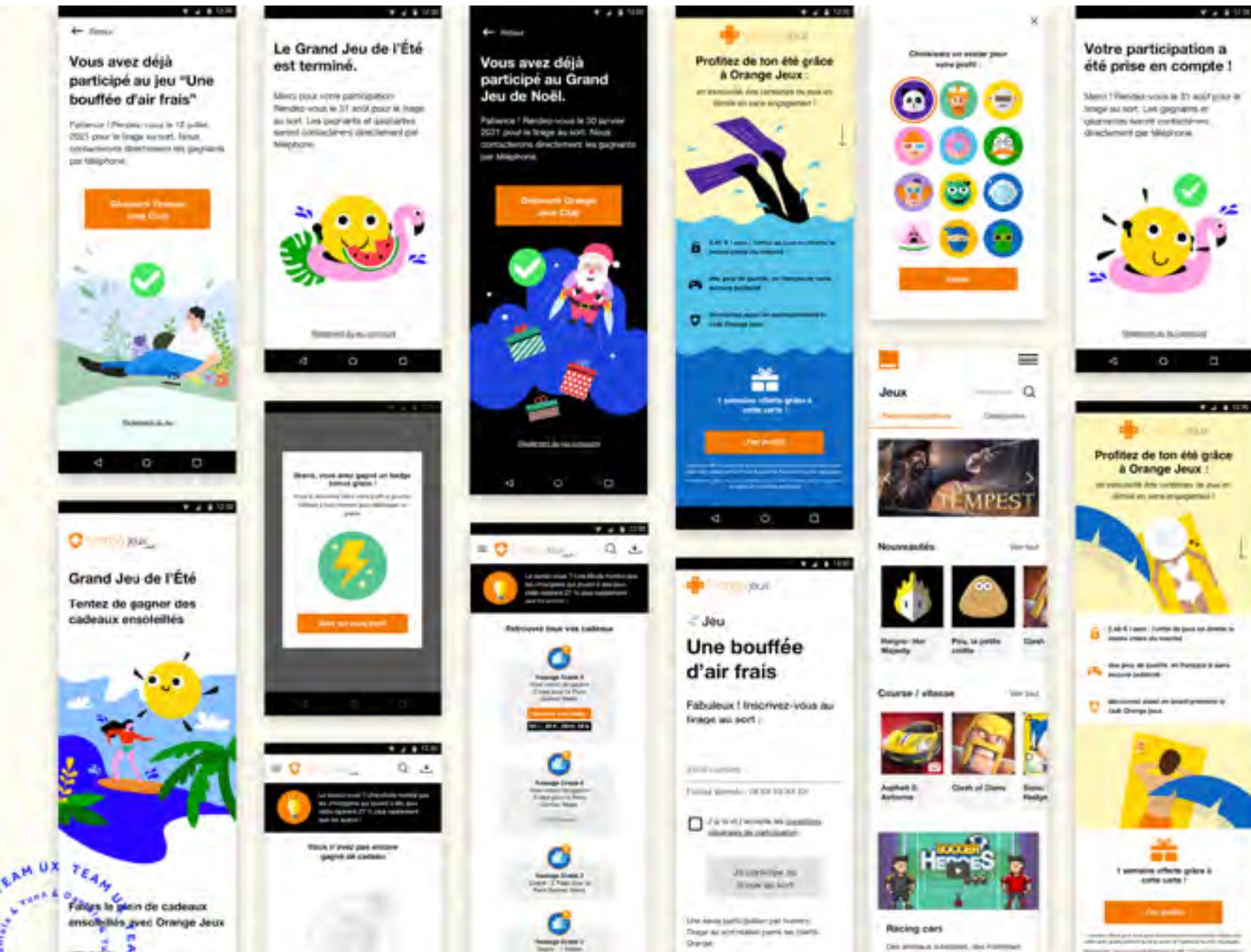
PORTAFOLIO





Journey









—1983—

PEDRO Fajardo

«En diseño, menos es más»

Nació en Caracas, en 1984. Estudió Administración de Empresas de Diseño en la Universidad Nueva Esparta. Su espíritu inquieto e impulso innovador lo han llevado a trabajar en ámbitos que van desde el Hotel Eurobuilding, pasando por las revistas *Urbe*, *Complot Magazine*, *BG Magazine* y la campaña política presidencial de Henrique Capriles Radonski, hasta llegar al desarrollo del arte en los álbumes musicales de artistas como Tomates Fritos, Karina y Bad Bunny. Obtuvo el Grammy Latino en el año 2020 en la categoría Mejor Diseño de Empaque por su trabajo en el disco *Soy puro teatro. Homenaje a La Lupe*, de la cantante Mariaca Semprún. Este año está nominado en la misma categoría por el disco *Bailaora. Mis pies son mi voz* de Siudy Garrido. Ha vivido en Cuenca, en Barcelona y, actualmente, en Miami

 @p_magenta

 Albinson Linares

 Miguel León (retratos)

Pedro Fajardo llena los silencios con la cadencia de su voz que sube alto cada vez que se emociona. Le brillan los ojos al referirse a una tonalidad de color o una tipografía.

Su devoción por el diseño gráfico parece inagotable, quizá porque responde a una gran curiosidad que lo ha llevado desde explorar con la creación de un logotipo, pasando por la competencia en la selva del diseño y rediseño de productos editoriales, la dirección de arte de una serie de televisión, la alta costura o la comunicación visual de una campaña electoral, hasta su actual remanso creativo: la propuesta del arte de los álbumes o *singles* de músicos contemporáneos.

«Yo soy ese tipo de persona que se aburre. Tengo uno o dos años haciendo algo y empiezo a decir “hasta aquí llegué”, o sea», dice entre risas desde su departamento en la ciudad de Miami. A sus treinta y ocho años, Fajardo afirma que vive en una evolución permanente, un proceso de mutaciones en que la única constante es el uso del diseño como un lenguaje creativo que es su marco de referencia para interactuar con el mundo.

«Voy cambiando siempre. Ahorita tenía tiempo sin diseñar porque estaba haciendo dirección de arte en videos musicales y duré como seis meses enfocado en eso. Ahora volví a diseñar, pero siempre voy como rotando. No sé si es algo de paciencia, pero como que me aburre seguir en lo mismo todo el tiempo», explica con una amplia sonrisa.

En un cuento de Enrique Anderson Imbert, un personaje le pregunta a otro por qué una mujer mueve tanto los brazos cuando habla. El hombre le responde que se trata de un ángel con las alas cortadas, por eso gesticulaba de esa manera. Aunque no comparte esa naturaleza angelical, Fajardo tiene la kinésica del personaje del narrador argentino y con sus manos señala, dibuja y recrea situaciones de su trayecto vital.

«A mí siempre me gustaron las revistas, cuando era chamo siempre las leía, las agarraba para ver los colores, la forma de las páginas. Era algo natural para mí y también me encantaba la música, siempre tuve esa inclinación, de hecho, le pedí a mi papá una guitarra y él se apareció con un teclado», dice entre risas nerviosas cuando el recuerdo le hace revivir ese momento de alegre confusión.

A

“

EL DISEÑO
GRÁFICO HA
CAMBIADO
MUCHÍSIMO,
DEJÓ DE SER
ALGO COMO
JUGAR CON
PLASTILINA Y
COLORES”

«Papá no entendía por qué tenía que comprarme una guitarra si con el teclado yo tenía como ochenta instrumentos. Toda la vida me ha gustado muchísimo comprar discos, yo siento que ahorita estoy como que dedicado a la música porque soy como un músico frustrado y raro. Siempre me gustaba ver todo el diseño de las portadas, ver quién era el productor».

Fajardo nació en 1984, en medio del apogeo de una Venezuela saudita en que los petrodólares enrumbaron hacia cierto progreso a un país que todavía se desperezaba de las ensoñaciones rurales y apostaba por un futuro en que ser una nación «en vías de desarrollo» era la promesa de una prosperidad que nunca llegó del todo.

“

Mi interés por las artes estaba ahí, desde siempre. De hecho, tuve un grupo de rock cuando estaba en el liceo y también en la universidad”

Su padre es contador público, un hombre de números que se dedicó a trabajar en la industria petrolera del oriente del país, en refinerías como «Jose» — el Complejo Industrial, Petrolero y Petroquímico José Antonio Anzoátegui— donde vivía sumido en las cifras infinitas de los negocios del crudo criollo. Y su madre se centró en mantener a flote el hogar de cuatro niños, dos varones y dos mujeres, que se criaron en El Cementerio, populosa barriada del oeste de Caracas. En esa zona, llena de historia, cierta inseguridad y con un tráfico constante de la fauna humana de la capital venezolana, creció el diseñador que recuerda con un cariño especial escuelas públicas como la Francisco Pimentel y la Teresa Carreño.

Mientras otros niños jugaban fútbol o béisbol en los recreos, la vena artística de Fajardo siempre estuvo presente. Transitaba mucho por las inmediaciones de la avenida Victoria y le gustaba la arquitectura de sus escuelas, miraba con fijeza los murales en las calles y absorbía cualquier atisbo artístico que su cerebro registraba como una esponja.

«A los catorce años siempre me compraba todas las revistas, lo que hacía era verlas y empezar a hacer *collages*. Los profesores me pedían hacer carteleras, en las exposiciones yo era el que dibujaba las láminas, si había que hacer una obra de teatro, yo la escribía y me encargaba de la escenografía. Me metía en todo eso, pero creo que estaba investigando qué era lo que me gustaba», dice sobre esos primeros descubrimientos vocacionales.

A pesar de que siempre supo que era gay y nunca escondió su naturaleza sensible ni su gusto por las disciplinas artísticas, comenta que no sufrió *bullying* porque implementó una

astuta estrategia: los alumnos más insolentes de la clase eran sus amigos cercanos porque hacían juntos las tareas. Además, le acompañaban durante sus correrías como grafitero por las calles caraqueñas.

«Hacía *graffiti* por donde vivía, en las plazas y eso me ayudó a darme cuenta de lo que quería hacer. En esa época me llamaba “Drol”, porque soy Pedro Luis y estuve un tiempo rayando las paredes por ahí. Me agarró la policía varias veces y me pasaron un montón de cosas, pero nada malo», comenta con semblante pícaro.

UN OJO EDUCADO

A medida que iba aprendiendo y ensayando sus habilidades durante la más temprana juventud, pronto se dio cuenta de que su familia se centraba en aspectos más prácticos de la vida cotidiana, y ese pragmatismo le recordaba la realidad que imperaba en su entorno.

«Lo primordial era mantenernos a flote y pagar el colegio. Todo el tiempo nos decían cosas como “tienes que graduarte, olvídate de eso”, o sea, era como mucho más “a lo que vinimos, no hay tiempo que perder”. Pero mi interés por las artes estaba ahí, desde siempre. De hecho, tuve un grupo de rock cuando estaba en el liceo y también en la universidad».

Entre *collages* de principiante, recortes para carteleras, ilustraciones de láminas y mucho rock, transcurría el tiempo y la música se convertiría en una de sus influencias más duraderas. «Antes, cuando era pequeño, escuchaba muchísimo rock con bandas como Incubus, por ejemplo. Aunque siempre he escuchado de todo, porque sé apreciar desde un pop totalmente tranquilo hasta el reguetón actual», advierte.

Además, le apasiona el aspecto de producción, tanto de los discos como de los videos musicales. Saber cómo se hacen las cosas, quién las hizo, y aprender un poco sobre esas historias era una de sus inquietudes desde muy joven.

«Desde entonces, yo voy a cualquier lado y la gente me dice: “Tú siempre tienes un montón de información *random*”. Eso pasa porque si voy a un concierto te digo: “Mira, ese es el guitarrista de Shakira o ese es el bajista de tal banda”. Me la paso leyendo las portadas y toda la información de los discos desde que era un niño. Y no se me olvida».



Ningún trozo de esa información, que, para otros, luce caótica o inconexa, resulta aleatoria para el diseñador. Tarde o temprano todo encaja en el vasto *collage* de su pensamiento creativo. Al final, parece que todo se conecta.

«Tú te educas con todo. Cuando yo veo un concierto no solo estoy pendiente del artista, también estoy viendo cómo se hizo el escenario, los decorados, los cambios de vestuario cada cinco minutos, es una cosa apasionante. Esa parte de creatividad en la producción me llama mucho la atención. De hecho, en el futuro me encantaría hacer toda la gira de un cantante, encargarme de los escenarios, la puesta en escena del *show*, eso me parece que es algo increíble», explica con aire de fascinación.

Cuando llegó el momento de escoger hacia dónde enfilaría sus energías en la universidad comenta, con algo de sorna, que su primera opción fue estudiar Comunicación Social en la Universidad Santa María.

«Mis amigos me decían “qué haces aquí, vete a estudiar diseño gráfico porque estás perdiendo el tiempo” y salí con las tablas en la cabeza. Pero mis amigos me ayudaron a conseguir dónde iba a estudiar porque no fue fácil, a veces no sabía qué hacer. Y vi que en la Universidad Nueva Esparta tenían un *pensum* que era para Administración de Empresas de Diseño, salías como administrador de empresas y diseñador gráfico».

En esa carrera, Fajardo logró conciliar la tradición paterna signada por las cifras, el pensamiento racional y el sentido práctico con todas sus inquietudes artísticas y creativas, una combinación casi perfecta luego de su naufragio en Comunicación Social. En esos años aprendió las nociones técnicas de programas como Photoshop, los principios del lenguaje visual, además de perfeccionar sus habilidades manuales y adentrarse en disciplinas más abstractas como las matemáticas financieras que equilibraban su plan de estudios.

De repente, rompe en carcajadas al recordar que empezó a estudiar sin computadora, por lo que tenía que usar la de unos amigos. Por esos años, programas que hoy se antojan imprescindibles para cualquier proyecto de diseño, como Photoshop o Illustrator, eran apenas rudimentarias herramientas. Un pálido reflejo de la revolución que se aproximaba, sin embargo, el joven diseñador experimentaba con sus trabajos en disquetes y le robaba horas al sueño para poder completar sus asignaciones.

Sonríe cuando recuerda que, al fin, ya avanzado en la carrera, su padre le compró una computadora.

«Salí de la universidad con el ojo educado, ahora voy a un lugar y sé cuándo algo mide diez centímetros solo con mirarlo. El diseño gráfico ha cambiado muchísimo, dejó de ser algo como jugar con plastilina y colores porque ahorita se respeta mucho más. Somos comunicadores visuales, nos enfocamos en hablar a través de imágenes y eso es fundamental», explica con vehemencia.

La naturaleza del gremio en el que ha triunfado fue una condición que tuvo que aceptar desde las primeras etapas de su carrera. «El diseñador gráfico es como muy cerrado con las técnicas. No es que vas por la vida explicando: “Ah, yo hago esto, le quito el fondo y lo corto así, en dos segundos”. No, eso no te lo dice nadie, así que tú tienes que adentrarte en el programa y aprenderlo todo».

LA JUNGLA DEL DISEÑO CARAQUEÑO

Una de sus primeras incursiones profesionales fue en la cadena hotelera Eurobuilding. Llegó de la mano de una profesora de la universidad que trabajaba allí y lo recomendó. Repentinamente, se vio inmerso en la cuadrícula rígida del diseño corporativo donde las posibilidades de improvisación, colorido, experimentación y contraste se reducen al mínimo. Fue una prueba de fuego para su personalidad inquieta.

«Mira, yo aprendí muchísimo ahí. Fue una de mis escuelas, pero, la verdad, hice muchas piezas corporativas y yo me aburría un mundo. De hecho, me esforzaba porque hacía lo que me pedían y, por mi iniciativa, también proponía cosas interesantes, distintas. Usaba todo mi tiempo en eso porque era mi primer trabajo formal. Pero, nada, me las rebotaban siempre porque yo no entendía que ese tipo de empresas se guían por manuales muy claros, todo como muy plano. Me decían: “No, te volviste loco. Dale pa’trás, nosotros lo queremos más corporativo”. Incluso por un tiempo estuve como creativo para las publicidades del Eurobuilding».

Pronto, Fajardo tendría la oportunidad de explotar toda su curiosidad y avanzar hasta superar sus propios límites en una de las publicaciones editoriales más irreverentes que se han creado en Venezuela. Conoció a unos amigos que trabajaban en *Urbe*, el semanario juvenil que marcó tendencia desde mediados de los noventa hasta bien entrada la década del año 2000, y fue un momento de gran crecimiento en sus habilidades como diseñador.

«Pues, literalmente, entré a hacer lo que eran las secciones fijas como el horóscopo, ¿sabes?, donde no había nada de diseño, o sea, yo era como un maquetador. Pero muy rápido empecé a aprender muchísimo con actividades que nunca había hecho como, por ejemplo, la corrección de textos. Me tocaba trabajar codo a codo con el corrector, aprender a cambiar itálicas, negritas, el estilo de la escritura, y me enamoré de la diagramación, que es algo que uno explora muy poco en la universidad. Para eso tienes que trabajar, enfrentarte a la maqueta y ver hasta dónde puedes explotar eso. Si no, no haces nada».

“

Tienes que trabajar, enfrentarte a la maqueta y ver hasta dónde puedes explotar eso. Si no, no haces nada”



Su pericia y rapidez en la maquetación le permitieron intervenir en otras tareas más creativas por lo que, al poco tiempo, manejaba con solvencia labores delicadas y minuciosas como el retoque de fotos, las especificaciones para impresión y otros protocolos técnicos. Fajardo explica que, desde entonces, se enfrenta a las cosas nuevas siguiendo un método que va a medio camino entre la obsesión y la reflexión, lo que lo sumerge en maratones de trabajo que pueden prolongarse por largos periodos de tiempo. «Claro, en esos años nunca me cansaba».

Así las cosas, tenía ganas de intervenir cada vez más en la joya de la corona para toda publicación: su portada. Y *Urbe* revolucionó las portadas de los semanarios juveniles en Venezuela con su estilo contestatario, rebelde, lleno de imágenes sugerentes, juegos tipográficos y guiños a la cultura pop que iban desde el retrato de una banda mítica del rock venezolano como Zapato 3 en una edición, similar a lo habitual en publicaciones como *Rolling Stone*, hasta juegos de diseño que recordaban más a *The Village Voice* u otros semanarios míticos.

«Se presentó mi oportunidad cuando se fue el director de arte. Y me pusieron a competir con un diseñador más fogueado, que venía de una agencia. Hicimos dos portadas y, bueno, la mía gustó más así que me quedé yo con el cargo», explica con una amplia sonrisa.

Y estuvo cinco años dirigiendo un pequeño equipo que diagramó centenares de páginas, retocó miles de fotos y ejecutó dos rediseños. Tanto le gustaba el proyecto que siguió colaborando *freelance* cuando, como siempre le sucede, se aburrió de la rutina oficinesca.

Pero en 2008 comenzó la búsqueda de nuevos horizontes y retos. Por eso quiso estudiar diseño de modas, una de sus pasiones antiguas que aún no había explorado. Y el destino sería Barcelona, la meca cultural catalana. Desafortunadamente, tanto Cataluña como España entera pasaban por un mal momento económico que impulsó la migración de varias generaciones de jóvenes españoles.

«Estaba, como en el foso, o sea. Era como que no había trabajo, no había nada», sintetiza con crudeza. Allí Fajardo estudiaba desde las siete de la mañana hasta las cinco de la tarde, un horario que le dificultaba trabajar, pero tenía que hacerlo. Así que le robaba horas al descanso para poder hacer las asignaciones académicas, cortar patrones, dibujar, ilustrar y conceptualizar sus colecciones. Una rutina extenuante que pronto hizo mella en su ánimo.

«Duré como un año y algo, pero me tuve que devolver. De verdad tuve como una iluminación y dije: “Mira, yo no puedo con esto”. Me di cuenta de que la moda y el vestuario me encantan y todavía cuando hago dirección de arte en proyectos con artistas me meto en todo lo que es el vestuario y lo que tenga que ver con la historia que se quiere contar en el video, a través del diseño. Pero en Barcelona supe que no iba a dar pie con bola. Muy lindo todo, pero esto no es lo mío. Lo mío es el diseño gráfico».

Y luego de los meses que pasó en esa travesía académica volvió por sus fueros al trabajo editorial y entre 2010 y 2011 hizo el rediseño de *Complot Magazine*, otro ícono de las publicaciones independientes de ese momento. Desde entonces, Fajardo se ha convertido en un experto de la planeación y ejecución de procesos tan complejos como son los cambios de diseño en revistas y otro tipo de productos editoriales.

«Es delicado porque se trata de hacer un cambio, pero la gente tiene que entenderlo y debemos respetar la esencia de lo que venía, el legado de la publicación. Para eso tienes

A





que hacer muchas cosas a la vez, pero yo creo que cuando uno se toma su tiempo y hace su levantamiento de información y estudias, logras un método».

Y es justo ese método lo que define el talento de Fajardo para los cambios que ha emprendido con diversas publicaciones a lo largo del tiempo: sabe adaptarse a otros lenguajes de diseño, incorporando algunas de sus influencias, pero deja que exista una continuidad entre el pasado del medio y lo que se plantea hacia el futuro. Esa mediación es clave para su trabajo como conceptualizador.

«Es saber qué existe en ese momento, cuál es la competencia de la marca, a quién vamos dirigidos, o sea, son muchas cosas que el diseñador gráfico tiene que saber. No es solamente diseñar, diagramar y hacerlo bien, eso es una fase posterior y se supone que todo va a quedar bien porque tú dejas un manual de estilo para que otros lo ejecuten cuando ya no estés. Pero lo más importante es que el rediseño tenga un sentido y una coherencia, así es como defiendes tu trabajo», reflexiona sin ambages.

LA AVENTURA POLÍTICA

En cada carrera profesional siempre hay un momento de corte. Una ruptura que nos lleva por derroteros insospechados que suelen enriquecer nuestra visión del mundo. En el caso de Fajardo, ese momento llegó durante sus últimos meses en *Complot* cuando lo llamaron para que fuese el diseñador sénior, el único, de la campaña presidencial de Henrique Capriles Radonski, el ex gobernador del estado Miranda que fue el gran contrincante político del fallecido líder socialista Hugo Chávez Frías.

«Era otro mundo, no tienes idea de todo lo que aprendí. Recuerdo que una vez fuimos a Petare —una barriada popular caraqueña— y ellos iban con sus camisitas azules y la gente nos lanzó pupú, nos echaron agua, en fin, nos echaron de todo y no pudimos ni siquiera entrar. Y yo les decía, “pero vamos a vestirnos de rojo, vamos a agarrar el rojo, hagamos el afiche de rojo, vamos a quitarles sus símbolos”, yo siempre decía eso y me pedían que me callara. Pero un día, Henrique me dijo que sí y empezamos a usar ese color también. Eso fue importante. Como me aburría siempre intentaba cambiar algo, recuerdo que le propuse hacer una imagen en la que su cara estaba escrita con puras letras y cosas así, o sea, siempre intenté cambiar para que el mensaje llegara», afirma con firmeza.

Poco a poco, logró acoplarse a los requerimientos de la comunicación política y trató de innovar siempre que podía. Pronto vio cómo su trabajo era referenciado a escala internacional, con una recepción crítica que alababa la frescura del diseño y la calidad de las piezas que conformaban el mensaje del aspirante presidencial. Para un renegado de las escuelas tradicionales del diseño, que se forjó entre la música, el arte de los discos y las portadas de los semanarios, eran unos halagos inesperados que confirmaban su calidad profesional.

«Tengo periódicos que reseñaban en Perú, Argentina y España que era una de las campañas más fuertes en los últimos veinte años de Latinoamérica. Tuvo una simbología y un mensaje muy fuerte, porque yo lo viví de manera presencial. Iba casa por casa con el fotógrafo y tomábamos las imágenes, nos metíamos en todos los rincones, las bodegas, las casas, los talleres mecánicos, las canchas, las escuelas, era una campaña real y la gente se veía reflejada en eso. Eso me hace feliz».

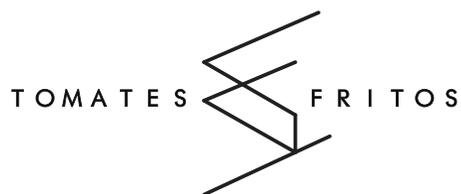


Algo que lo obsesionaba era que el mensaje de su candidato calara hondo entre la juventud del país, que en ese momento soñaba con la posibilidad de un cambio político, una transición del modelo socialista militarista a una democracia participativa que honrara la tradición partidista venezolana. Todo muy lindo, como suele decir Fajardo, pero nunca llegó a cristalizarse.

«De verdad tenías la sensación, día a día, que salías y recorrías el país, sentías que la gente estaba lista para el cambio. Por eso yo me neurotizaba porque todo estuviese perfecto, eso casi me enfermó del estrés. Al final de la campaña, me pusieron a una diseñadora más porque yo estaba al límite. Lamentablemente no tuvimos los resultados que esperábamos, pero fue una gran experiencia», comenta con cierta tristeza.

LA RUTA HACIA EL GRAMMY

Luego de los años que le dedicó a la comunicación política, retornó al diseño más editorial y comenzó a colaborar con bandas como **Tomates Fritos** y divas míticas del pop criollo como **Karina**. En esos dos proyectos conceptualizó todo el arte del disco, con juegos de tipografías, ilustraciones y audaces combinaciones de fotografías. Fue el inicio de una serie de colaboraciones que continúan hasta el día de hoy y combinan su pasión por la música con su infinita curiosidad por la producción y, por supuesto, el diseño gráfico.



«Mucha gente piensa que para qué se hace un disco ahorita, si nadie los escucha en físico. Pero el disco tiene que salir por cualquier cantidad de políticas que tienen las disqueras con los artistas y de verdad tienen un valor artístico muy grande. El disco físico es una propuesta creativa que importa y vale, es el complemento perfecto de la experiencia de la música», advierte en tono pedagógico.

Mientras hacía su camino creativo con las bandas y cantantes, tuvo otra experiencia en el extranjero: pasó poco más de un año dedicado a diseñar *BG Magazine*, una revista en Cuenca, Ecuador. La paga era buena, pero, sobre todo, se trataba de un nuevo reto profesional, el tipo de asignación que le gusta a Fajardo porque le permitía innovar y conocer otra cultura.

«Fue muy cool porque Cuenca es la tercera ciudad de Ecuador y es patrimonio de la Unesco, me encanta su movida cultural y la arquitectura. *BG* me permitió explorar a fondo las revistas temáticas porque ese era el fuerte del proyecto, además salía en cinco países, y eso me ayudó a proyectarme y aprender mucho».

Para 2014, regresó a Caracas, compró un departamento y comenzó a sentar las bases de lo que sería su nueva aventura. Paradójicamente, cuando comenzó a echar raíces materiales en la capital venezolana fue el mismo momento en el que despegaron sus proyectos con bandas y artistas de la escena internacional.

Se percató de que una ciudad como Miami sería el escenario ideal para consolidar sus inquietudes que mezclan el mundo de la música con todo su acervo creativo en el diseño. Las colaboraciones con cantantes como Mau y Ricky, Bad Bunny, Nacho y muchos otros le permitieron refinar la conceptualización de cómo debe ser un disco, como objeto físico, en el siglo XXI. De hecho, cada álbum cuyo empaque es diseñado por Fajardo es una ventana al mundo de sus referencias.

«En 2016 llegué a Miami y empecé a ver artistas que hacen *collage* y retomé la técnica. Comencé a analizar el trabajo manual, cómo usar las tijeras, pensar seriamente en la descomposición de imágenes y lograr incorporar todo eso en una propuesta nueva. Eso me pasó cuando emigré».

“

El disco físico es una propuesta creativa que importa y vale, es el complemento perfecto de la experiencia de la música”



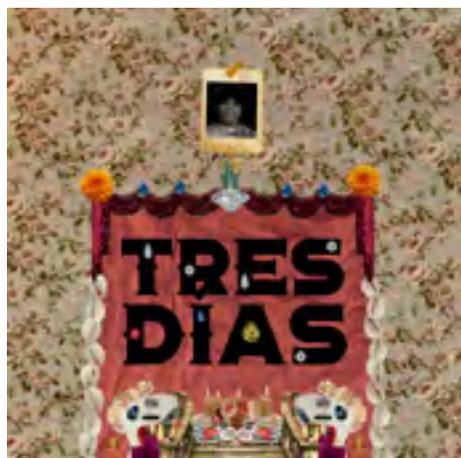
Desde 2012, cuando el diseñador venezolano Miguel Vásquez ganó el Grammy Latino en la categoría de Mejor Diseño de Empaque por el arte de *Cambié de nombre*, el tercer disco de la banda de rock Viniloversus, Fajardo se obsesionó por lograr esa meta. Dice que fue un trabajo incesante, de ocho años, hasta que la Academia Latina de la Grabación reconoció su trabajo.

«Uno de los momentos más especiales de mi carrera, de mi vida yo creo, fue pensar el concepto de *Soy puro teatro. Homenaje a La Lupe*, el disco de Mariaca Semprún. Cuando ella me hablaba de ese disco, me encantó de inmediato porque era La Lupe y mi mamá toda su vida la escuchaba en la casa. En dos segundos me di cuenta de que era un proyecto importante, y supe que lo tenía que hacer», explica con emoción.



segundo año y concepto visual collage / Diseño y diagramación: Abun / SOY PURO TEATRO, Mariaca Semprún

Diseño: Diego Gale, Acasa / Tiro - Nuevo Álbum SOY PURO TEATRO, Mariaca Semprún



Ese disco, y todo el proceso creativo que conllevó, fue como «una tesis de grado», asevera entre risas. La investigación sonora, gráfica e histórica que acometió puede verse en cada aspecto del álbum físico, con un despliegue de *collages* coloridos que juegan con una geometría inquieta, llena de tipografías impactantes y un raro equilibrio entre la imagen de la célebre cantante cubana Lupe Victoria Yolí Raymond y el discurso artístico del diseñador.

«En realidad yo no sabía el monstruo de artista que era y cuando empecé a investigar su trayectoria musical logro entender el impacto de esa mujer latina que era un genio de otro planeta. Era tan original como Picasso, además con una vida que se desarrolló entre la música y la santería como dos grandes vertientes. Con La Lupe las cosas o eran negras o eran blancas, nunca estaba en los grises, era muy drástica. Era la irreverencia total y eso me marcó para hacer la propuesta».

Fruto de ese esfuerzo, el trabajo de Fajardo se impuso ganando en los Grammy de 2020, una demostración de que, a veces, los sueños sí se cumplen. En muchos aspectos, el diseñador lo ve como una ratificación de sus inquietudes, un galardón que confirma las razones de sus búsquedas y las preguntas que rodean cada uno de los proyectos en los que se involucra.

Por estos días, Fajardo sigue colaborando con artistas musicales y creó un pódcast que también podrá verse en un canal de YouTube, una muestra más de que su afán por la experimentación no se detiene.

Cuando se le pregunta cómo definiría su visión del diseño gráfico, responde sin ambages: «Para mí, lo más importante a la hora de hacer una pieza es la diagramación, saber usar la tipografía y cómo empleas los colores. Basta con saber posicionar las cosas y que sea una pieza que la entiendas al verla y te transmita un mensaje. Menos es más, el arte debe funcionar para la propuesta». ■

“

Uno de los momentos más especiales de mi carrera, de mi vida yo creo, fue pensar el concepto de *Soy puro teatro. Homenaje a La Lupe*, el disco de Mariaca Semprún”

PORTAFOLIO







BIC

www.nacholacriatura.com

PREMIOS

www.nacholacriatura.com



Logo de Nacho La Criatura



Logo de Nacho La Criatura



Bailano WORLD TOUR 2017
NACHO MENDOZA

USA
CHILE
PERU
ECUADOR
MEXICO
NICARAGUA
PANAMA
COSTA RICA
COLOMBIA
ESPAÑA
ARGENTINA
FRANCIA
LIBANO
R. DOMINICANA
VENEZUELA

www.nacholacriatura.com

staff

Bailano WORLD TOUR 2017

USA
CHILE
ARGENTINA
NICARAGUA
ECUADOR
PERU
MEXICO
R. DOMINICANA
PANAMA
COSTA RICA
COLOMBIA
ESPAÑA
FRANCIA
LIBANO
VENEZUELA





— 1985 —

LUIS *Palencia*

«Ayudo a otros a crear algo mejor»

Aunque sin el musical acento de su ciudad, maracucho de pura cepa nacido en 1985, no necesitó culminar sus estudios en URBE –Universidad Rafael Bellosó Chacín– para comerse el mundo. Fundador de El Súper Cartel, que llevó de Maracaibo a Miami, ha colaborado con marcas internacionales como Budweiser, BMW, Pepsi, Nickelodeon. En Florida, trabajó para El Autobús y La Comunidad. Ha hecho desde publicidad para el restaurant Coyo Taco hasta comerciales para el Super Bowl. Residenciado ahora en Nueva York, su próxima meta es convertirse en una suerte de Tony Robbins del diseño, haciendo coaching a jóvenes diseñadores desde su canal de YouTube y su *podcast* Deli & Graphics

 @threz_

 Manuel Gerardo Sánchez

 Luis Palencia (autorretratos)

Dentro de la ventana de la computadora se mueve con soltura. *Millennial* hasta la médula, no abjura de las redes sociales ni de ninguna plataforma digital que le permita pavonearse en las pantallas de sus *followers* –solo en su cuenta de Instagram [@threz_](#) reúne a más de dieciséis mil—. Sabe de su influjo y del poder que tienen las redes y lo digital para pastorear comunidades; quiere envolverlas con su discurso, uno que tiene como objetivo orientar en derroteros profesionales a las nuevas generaciones de diseñadores: «A mí me hubiera gustado que me dijeran que no era un fracaso porque tal o cual idea no funcionó. Desde que estamos en la universidad pareciera que nos condicionan a una vida cíclica y sin salida. Una especie de *hamster's wheel* en la que corres y corres hasta la extenuación, pero sin llegar a ningún lugar diferente salvo al de hacer logos y maquetar campañas publicitarias. Yo intento liberar a mis colegas de esa manipulación», inicia la charla Luis Palencia, diseñador que, desde 2015, libra su personalísima batalla en Estados Unidos para ganarse un puesto en el competitivo mercado neoyorquino. A sus treinta y siete años –nació el 24 de octubre de 1985– no son pocos los triunfos en su haber, con sus composiciones gráficas, que traslucen su estética caribeña mezclada con el grafiti y la elegancia del *mid century design*, ha cautivado a los adeptos y adictos de marcas que refulgen en el cielo de la cultura pop: Nike, Budweiser, K-Swiss y Nickelodeon, entre otras. En 2022, se prepara para dar el salto como *coach* y lanzar un proyecto educativo con el que pretende formar a quienes comparten su pasión por la imagen y el *branding*.

Para ello Luis Palencia echa mano de una miríada de astucias bien ensayadas frente a las cámaras: el carisma que embelesa, la sonrisa que resplandece y los centenares de conocimientos y tecnicismos que prodiga a sus espectadores y oyentes a través de su canal de YouTube y el *podcast* Deli & Graphics: «Antes de dar un dato de vectorización o de color, lo primero que recomiendo es hacer terapia», comparte con picardía y continúa: «En serio, a mí me ha ayudado un montón, he descubierto verdades en mi oscuridad,

“
TRABAJAMOS
CON MARCAS,
PERO LES
HABLAMOS A
PERSONAS”

en mis traumas, además no hay que demonizar las enfermedades mentales. Ese estigma es una necesidad y no soluciona problemas. Lo segundo que aconsejo es trabajar desde la abundancia y no en la precariedad. ¿Por qué?. A mí me costó mucho hablar de dinero, exigir lo que merecía por mi esfuerzo, me daba vergüenza, siempre prefería evadir ese punto. No debe ser así... uno tiene que reclamar lo justo sin penas ni disculpas», asegura con la entonación de quien confía en sus dotaciones, más sabe el diablo por viejo; certidumbre que no hace eco cuando cursaba estudios en la Universidad Privada Dr. Rafael Bellosó Chacín (URBE), por allá en los 2000.

LA RUMBA COMO PRIMER ESTÍMULO

«No terminé la carrera, pese a que fui un alumno aventajado, aprendía rápido y en los primeros semestres ya mataba mis tigres. Estoy en paz con mi decisión, en el momento me atormentaba por no cumplir con las exigencias de la sociedad, pensaba en mis padres y en la ilusión que les arrebatava: no me verían ahogándome en una toga ni lanzando el birrete al aire. No estudiaría, pero sí me comería el mundo...», rememora su decreto sin el deajo de las Morillo, pero con ese donaire tan amable y caluroso que solo ostentan los hijos del Zulia. Su mundo se desplegaría en las calles y en los locales de ocio nocturno que zanganeaba en busca de una última borrachera afinada por las trompetas del jazz y los pianos del *funk*. Los *beats* del hip-hop también percutían en su pecho en tanto los litros de cerveza embriagaban sus aventuras y sueños futuros grandiosos: «La rumba fue mi primer estímulo. Llegaban a Maracaibo los *flyers* de las fiestas que se prendían en Caracas: esos pequeños carteles me fascinaban, me causaban como una especie de atontamiento. Los estudiaba y coleccionaba. Fueron mis documentos, mis primeros libros de diseño; armé un archivo, que aún conservo, con más de quinientos. Otra fuente importante fue la revista *Plátano Verde*. Estaba tras la pista de cada número. Nunca conocí a Leo Felipe Campos, uno de sus editores, pero me habría gustado. Me parecía transgresora su manera de ilustrar los contenidos, el uso de la fotografía, la diagramación. Recibir esa gráfica me marcó. Luego me metía en los blogs para informarme, entonces descubrí un grupo de diseñadores y artistas que también eran *DJ*. Yo quería pertenecer a esa movida», cuenta con un chisporroteo en los ojos que ilumina

el pasado en su ciudad natal, de donde proceden las células y los cromosomas que tejen el genoma de su diseño, definido por el estallido de la luz, el son latino, el matrimonio entre lo natural y lo urbano, una orgía en la que también se refocilan lo simple y lo recargado: «Porque resalto la riqueza de unir los elementos que se oponen. Maracaibo sí ha influido», se jacta de sus consanguinidades y de los referentes que tutelaron su educación sentimental.

No podía ser de otra manera: la fastuosidad del lago, el sincretismo religioso de la Chinita, la munificencia de los pozos petroleros y la exageración de la gastronomía calaron hondo en su pecho. Luis quería retribuirle a Maracaibo la abundancia que le regaló, por eso se afaná en demostrar a propios y extraños que su tierra era mucho más que los patacones, el puente Rafael Urdaneta y el calor que ensopa el alma. En Zulia también se producían artefactos culturales dignos de un espacio fijo en la memoria. Con ese aliciente, nacieron Core Culture y la banda Soured... juntas eran una productora de eventos con la que pretendía vincularse con artistas, músicos, escritores, una sociedad de inventiva y disfrute. Cual Epicuro en el Jardín, el gozo, el solaz y la *filia* griega —o sea, la amistad—, como propulsores de placer y conocimientos, eran los ejes centrales de la iniciativa de Palencia:

«Perseguía oportunidades a cambio de poco o nada, me conformaba con unas birras o la invitación a un concierto. Así obtuve mi primer trabajo: diseñar un *flyer* para una banda. Estaba tan excitado que una parte la hice a pulso y tuve que digitalizar, pero no tenía *scanner*, fui a casa de un amigo que sí... una locura», repasa las líneas de novato con la misma precisión del niño al que su madre compraba creyones y blocs de dibujo para que rumiara muñequitos, volúmenes y toda clase de garabatos que su mente pintaba. Isabelia, como se llama su mamá, había detectado en él un interés plástico, una sensibilidad no heredada, porque las bellas artes no se enredaban entre las ramas de su genealogía: «Ella me llevaba a talleres de música y pintura, me inscribió en cursos que se impartían en el museo Lía Bermúdez. En cambio, mi padre no lo apoyaba; claro, él es ingeniero químico-metalúrgico, no podía quizá entender mis inclinaciones. Ha cambiado, hoy es mi gran admirador, lo quiero mucho», declara su amor con ese brillo que solo es posible en la infancia feliz, un pasado que chispea en gerundio porque las buenas relaciones perduran entre padre e hijo.

“

Perseguía oportunidades a cambio de poco o nada, me conformaba con unas birras o la invitación a un concierto. Así obtuve mi primer trabajo: diseñar un *flyer* para una banda

El adolescente inquieto que fue Luis entrenaría los sentidos en exposiciones que visitaba en Caracas, los lienzos y las esculturas lo hacían estremecer, donde había colores y letras se detenía por la fuerza magnética de un embrujo; un impulso lo acució a buscar sus primeros referentes: así aparecieron artistas míticos del grafiti, entre ellos, Jean-Michel Basquiat, Keith Haring, el mismo Warhol, los hermanos brasileños Os Gêmeos, el colectivo 123Klan y Massimo Vignelli, el experto en señalética que trazó las cartografías e indicaciones del Metro de Nueva York. Los venezolanos Iker Moreno y Max Vogel también despuntaron en la lista de sus musas: «Durante mucho tiempo analicé su diseño. Han elaborado campañas para Nike, Google y Adidas, entre otras firmas. ¿Quién lo diría? Años después me puse en contacto con ellos para agradecerles lo que habían hecho por mí sin saberlo. Hoy puedo decir que la gente que me inspiró es mi amiga, para mí es un logro. De hecho, trabajamos juntos para Apple Music», se ufana, sin dejar de enseñar las taquicardias y los temblores de una fan enamorada ante sus ídolos.

UN BUEN DISEÑO

Nunca mezquina, Maracaibo también le ofrecía una pequeña muestra, felices coincidencias de las que él se enamoraba rapidito, se deslumbraba con la inocencia y el arrobamiento de un muchacho de su edad: «Estaban pasado cosas que para mí eran interesantes. Más allá de la versión romantizada, porque siempre ha habido problemas y penurias en el estado, había algunos intérpretes del grafiti que eran buenos. Además, yo miraba videos de hip-hop, cuando los descubrí eran WOW», repasa con candidez. Luego vendría su breve período académico, el aplazamiento de los exámenes y la deserción de las aulas: «Pero al dejar las clases tripliqué mi carga de trabajo. Una obsesión que convertí en ética de vida. Poco después, en 2007, conseguí un puesto en una productora que se llamaba Mediatic. Gracias a ella incurrí en videos y *motion graphics*. Mis compañeros me enseñaron de animación y edición. Son conocimientos que hasta la fecha valoro y pongo en práctica. Tuve que pasar por muchas pruebas hasta distinguir cuál era mi lugar. Ahora mismo, ¿dónde me siento cómodo? ¿Cuál es mi esquina de seguridad? Creo tenerla clara: usar el diseño para ayudar a otros a crear algo mejor. Ese ha sido mi lema», resume la quintaesencia de su obrar.

Y es que Palencia entiende que en la carencia, en la desgarradura y en la escisión que separa un lugar posible de aquel en el que no hay nada sino dudas se alumbra la creación: «Una amiga muy querida una vez me dijo: “Tu herida es tu nicho, eso que no tuviste ahora lo quieres entregar”. ¡Es verdad! ¿Qué debe tener un diseño para ser bueno y bello?», se pregunta y con el interrogante rescata una antigua discusión filosófica: la asociación de la belleza con la utilidad. En uno de los diálogos de juventud, el *Hippias Mayor*, Platón ya se planteaba el dilema, convertido en aporía por su no resolución, aunque refutado porque «lo bello» tiene sentido si y solo si está orientado hacia el bien. Sin querer, Luis entra en terrenos cenagosos y se apresura a aclarar, para evitar enfrentamientos: «Un buen diseño debe transmitir la idea de manera simple, tiene que comunicar, resolver un problema y, lo más importante, abrir oportunidades». «Abrir oportunidades», una y otra vez repite el sintagma para convencerse de su poder, ¿a qué se refiere? «Mis logos y resoluciones señalan caminos y comunicaciones, atraen compradores, generan nuevos clientes, hacen crecer las ventas y los servicios y, por supuesto, aumentan la proyección en el tiempo», zanja sin dejar colar la vacilación. Algo de cierto debe haber: las grandes marcas se valen de símbolos, eslóganes y modelos que sobreviven a los caprichos de la moda, que no se detienen en la intemperancia del *trending topic* de Twitter. El caballito de Polo y las tres rayas de Ralph Lauren y de Adidas, respectivamente, son dos ejemplos de cómo un buen diseño se apodera del imaginario colectivo. «Trabajamos con marcas, pero les hablamos a personas», remata, por eso en su clóset no pueden faltar los pantalones de color negro ni sus Air Max blancas y en su nevera siempre espera una lata de té helado para refrescar sus anhelos.

“ Aconsejo trabajar desde la abundancia y no en la precariedad. ¿Por qué?. A mí me costó mucho hablar de dinero, exigir lo que merecía por mi esfuerzo, me daba vergüenza, siempre prefería evadir ese punto”



EL SÚPER CARTEL: LA NUEVA OLA DEL DISEÑO GRÁFICO EN VENEZUELA

«Me gusta consumir, estoy pendiente de estilos y sigo tendencias, pero no me caso con ninguna, sé que son efímeras. Ahora bien, nutren el proceso creativo, no hay una sola forma de llegar a resultados: tres más tres son seis, pero cuatro y dos también y cinco más uno», aclara el norte de su propuesta gráfica: con ella se fue a conquistar los espacios de arte y difusión que, desde chamo, reclamaba. También determinó sus nichos: la música, la gastronomía y el *streetwear*. Surgió su primer gran propósito, uno que le dio notoriedad e hizo bis en la opinión pública, con el que recorrió la geografía nacional: El Súper Cartel, entre los años 2011 y 2013. «Eran exposiciones colectivas de la nueva ola del diseño gráfico de Venezuela. Ante la falta de este tipo de información, yo la junté en exhibiciones de logos, tipografías, animaciones, editorial, entre otros campos. La primera tuvo lugar en Mombo, un bar en el Centro Comercial Costa Verde de Maracaibo. Sin muchos lineamientos, más allá de lo que me gustaba, hice las veces de museógrafo, exponente y montador. Invité a tres maracuchos y a tres caraqueños, cada quien presentó tres trabajos», relata con el entusiasmo de quien contempla un lienzo monumental. Los carteles colgaban del techo sujetos por cadenas de clips, como cascadas suspendidas chorreaban imágenes, arroyos de figuras, entrelazaban pléyades de abecedarios. Llenó sala.

Fue tal el éxito de la fórmula que la repitió durante tres años, aunque fue perfeccionando los criterios de curaduría. Le siguieron las muestras de Caracas, Mérida y San Cristóbal. La cuarta edición fue por todo lo alto: el Centro de Bellas Artes Ateneo de Maracaibo le abrió las puertas. Como colofón, el Centro Cultural Chacao también cedió sus salones para que catorce parejas de diseñadores intervinieran carátulas de discos vinilos: «Nunca pensé que sería tan bien recibido, llegaron las cámaras de la televisión, recuerdo que estaba E! Entertainment, periodistas de prensa y radio. Sin embargo, no podía dejar de cuestionarme, ¿cómo fascina El Súper Cartel pero nadie lo patrocina? Todas las exposiciones las sufragué yo. La última, poco antes de irme de Venezuela, fue en el museo Lía Bermúdez, más de treinta artistas pintaron y grafitearon paredes completas de la sala alta, era colosal. Gasté todos mis ahorros, nadie me subvencionó,

pero recibí el soporte, el cariño y la solidaridad de la gente. Los estudiantes de diseño se acercaban los días de cierre o montaje y ofrecían sus manos, era maravilloso. Al terminar, destapábamos unas cervezas y brindábamos unidos», recapitula henchido de gratitud. Pese a que había logrado lo que tanto anhelaba —una fraternidad de curiosos, expertos y diletantes en el arte, diseño, moda y arquitectura, entre otras disciplinas; armó una familia, su clan heterogéneo en el que la diversidad era ley— Luis Palencia estaba listo para la internacionalización.

UN AVIÓN CON PARADA EN MIAMI

Entre ceja y ceja tenía Nueva York, el lujo de la quinta avenida, la barahúnda del Bronx, los anuncios en tamaño gigante de Times Square reverberaban en su pecho, pero todavía no estaba preparado para la furia. Poco antes de su partida, había trabajado en Wikot Caracas, una agencia que se encargaba de producir contenidos para las redes sociales Twitter y Facebook de empresas grandes como Nestlé o Ford. Sin embargo, no había podido sino reunir novecientos dólares, eran todos sus ahorros, rompió el flaco cochinito. Pese al justo capital y al pobre inglés que manejaba, no se arredró. Por recomendación de su progenitor, en 2012 se subió a un avión con parada en Miami. «Él fue el que me dijo que quizá podía ser más fácil comenzar en un lugar con presencia latina. Le hice caso. No conocía a nadie en la ciudad, agarré un taxi de esos amarillos y le dije al conductor: “Te voy a ser sincero, no tengo dinero, necesito que me lleves al hotel más barato”. Después de preguntarme qué hacía, el chofer me respondió que me llevaría a un lugar en el que me podía sentir bien y conocer personas con intereses afines: Wynwood». Entonces el hoy famoso distrito del arte estaba en plena ebullición, Art Basel dinamizaba el remozamiento y el flujo de visitantes, los grafitis de colores arropaban a turistas y peatones, Luis fue testigo del crecimiento y del esplendor: «Era hermoso ver cómo florecía todo tipo de emprendimiento en tanto yo me conseguía mis primeros puestos. Un tiempo estuve por mi cuenta hasta que me contrató un estudio que se llamaba El Autobús y de allí me cambié a una de las agencias más grandes de Florida: La Comunidad. Trabajé con marcas gigantes como BMW, Corona, cerveza Modelo, Verizon...», traga grueso al evocar lo que sintió cuando





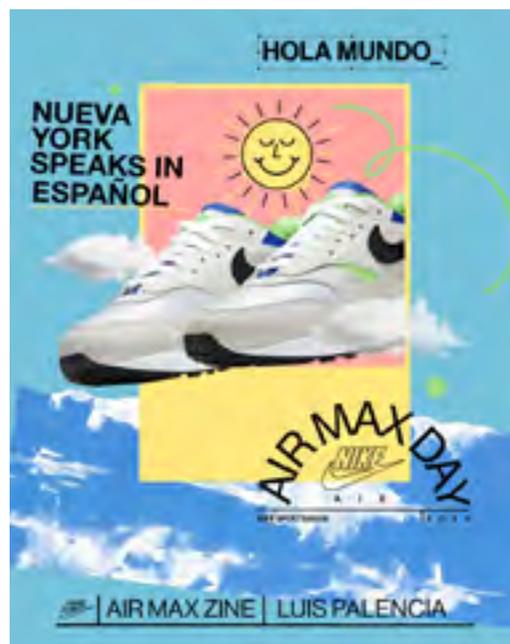
sus vallas empapelaban las tiendas Walmart, sitio de culto y peregrinación para los fieles del capitalismo salvaje. «Sí, me dieron el chance de hacer campañas a escala nacional, era muy emocionante ver mi gráfica al alcance de todos. Fuera del trabajo, me adentraba en la escena nocturna. Una de las primeras personas que conocí fue al DJ Why'Not. Me acerqué a él a través de Twitter...», comenta. Entonces Luis aplicó un recurso que repite una y otra vez cuando algo le hace guiños a su ambición, desembarazado de pudor, aunque su atrevimiento rayaba en oportunismo, le escribió una sarta de adulaciones al *disc jockey* por DM: «Le dije que era su seguidor, que me gustaba lo que hacía, que tenía un material musical de Venezuela que quería regalarle».

Why'Not mordió los anzuelos y Luis se salió con la suya. La estrategia lo llevó hasta un cliente al que le diseñó el *branding* de un restaurante: «Gracias a él llegué a Coyo Taco. Desarrollé la imagen completa. Además, seguí como *freelancer* hasta 2017. Hacía panfletos semanales para promocionar festejos, cenas, toques. Hoy Coyo Taco es una franquicia exitosa», se soba la barriga de satisfacción. En paralelo, Luis colaboraba aquí y allá: compuso la portada del segundo aniversario de la revista Time Out México, resucitó El Súper Cartel con una exposición en Miami a la que invitó a la ilustradora Amarante Martínez de igual guisa que a Why'Not, o sea, con ardides y sobaditas de ego a través de Twitter o alguna otra red social; por ella allanó a Nickelodeon para mapear la señalética de las oficinas del canal y, para coronar su buena fortuna, lanzó su propia marca de ropa *streetwear* con el lema «Inspírate a crear algo mejor».

A EXPUGNAR LA GRAN MANZANA

En 2017, el huracán María asoló Miami y con el mismo ímpetu de sus vientos Luis tomó una decisión: acarició a sus dos perritos, Catalina y Federico, y los subió a un camión de alquiler, en cuyo maletero se apiñaban las promesas del «sueño americano». Los tres se fueron a Nueva York. Larguísimo *road trip* que tuvo una escala en Savannah, Georgia y otra en Washington para recibir la bendición de Lincoln. Escoltado por sus mascotas, Luis emprendía su odisea, su intrepidez lo incitaría a expugnar la Gran Manzana. Alquiló un apartamento que transformó en oficina y centro de operaciones. Sin demoras, encontró un trabajo en

una agencia mientras daba rienda suelta a un reto personal que sumaba *likes* en Instagram y rebañaba nuevos seguidores. Impelido por el bombardeo visual que a diario lo encandilaba, decidió invertir dos horas de setenta y dos domingos en ejercicios gráficos que luego transformaba en posts: «Desarrollaba cuatro ideas aleatorias, por lo tanto, eran cuatro imágenes las que publicaba, a cada una le dediqué treinta minutos. El resultado fue capturando a más y más personas, crecía mi cuenta y también el intercambio, era maravilloso estar cerca de tantos. Sobre todo, eran estudiantes y diseñadores *junior* que me manifestaban sus inquietudes: cómo había alcanzado tal o cual síntesis, cómo hacía un efecto equis», lee los comentarios. En el vaivén de los mensajes recibió uno en 2018 que todavía le eriza la piel: la agencia de *social media marketing* de Gary Vaynerchuk, reputado emprendedor en Estados Unidos e inversionista de Uber, Facebook y Twitter, lo contactó. Ni corto ni perezoso, Palencia dijo *yes* a una oferta y con sus programas y herramientas realizó empaques visuales para marcas como Budweiser y Pepsi y hasta comerciales para el Super Bowl. En la eclosión del COVID-19, ejecutó un *fanzine* digital que alentaba, pese a los contagios, muertes y tribulaciones de la pandemia, a celebrar el Air Max Day, el homenaje que el 26 de marzo de cada año se le rinde al célebre zapato deportivo de Nike. Luis cristalizaba un sueño más: «Fue maravilloso porque mi afiche era como un lienzo en blanco que, a través de una serie de iconos establecidos, invitaba a los seguidores de la marca a intervenir. Los resultados fueron publicados».



“ Si mis experiencias pueden ser provechosas para otros, si con ellas puedo interpelar y poner luz donde no hay, me doy por servido. Mi carrera tiene un destino: el traspaso de información”



DELI & GRAPHICS: EL ESPEJO DE LA AUTOAYUDA

«En el domingo cuarenta abrí más canales de comunicación, quería interactuar con más personas, llegarles a otros interlocutores. El *post* número cuarenta y dos hizo clic en la gente, porque usaba mensajes sencillos. Me sorprendía la aceptación. Pensaba, ¿por qué me preguntan esto si está en Google? Identifiqué pues una oportunidad y en 2019 estrené mi *podcast Deli & Graphics*, dirigido a diseñadores latinos. ¿Cómo lo veo? Como un espacio de *coaching de diseño*», explica su más ambicioso desafío, que intercala con un medio tiempo pintando camisetas y otras chucherías para la marca de ropa Extra Butter, a cuyo director creativo, Jeff Staple, también cortejó con galanteos y argucias a través de Twitter. Luis no se conforma, aunque recatado en su descripción, ambiciona transformarse en marca: [@LuisPalencia](#). Se desdobra, muta, se imagina sobre escenarios dictando charlas y conferencias, publicando libros y, por qué no, hasta fundando una escuela *online*. Pasado el relámpago de la inventiva, la atronadora hendidura por donde se asoma el genio, cómo defender una idea: «Justamente es lo que pretendo responder. YouTube no necesita un video más sobre cómo utilizar Photoshop. En cambio, hay un gran público que necesita escuchar cómo exponer sin titubeos una propuesta, cómo superar un bloqueo creativo sin pensar en la falta de talento, cómo vender y cobrar mejor. Pretendo sacar al diseñador del *hardware* y el *software*. Humanizarlo», fluye como un caudal sin temor a reflejarse en el espejo de la autoayuda. ¿Y qué si así fuese? Paulo Coelho es un ídolo para millones, sus títulos invaden bibliotecas y, sobre todo, tienden puentes con sus fieles: «Todos mis proyectos vitales comparten un único fin: la proximidad. Comunicar, establecer un refugio donde muchos son bienvenidos. Si mis experiencias pueden ser provechosas para otros, si con ellas puedo interpelar y poner luz donde no hay, me doy por servido. Mi carrera tiene un destino: el traspaso de información». ■

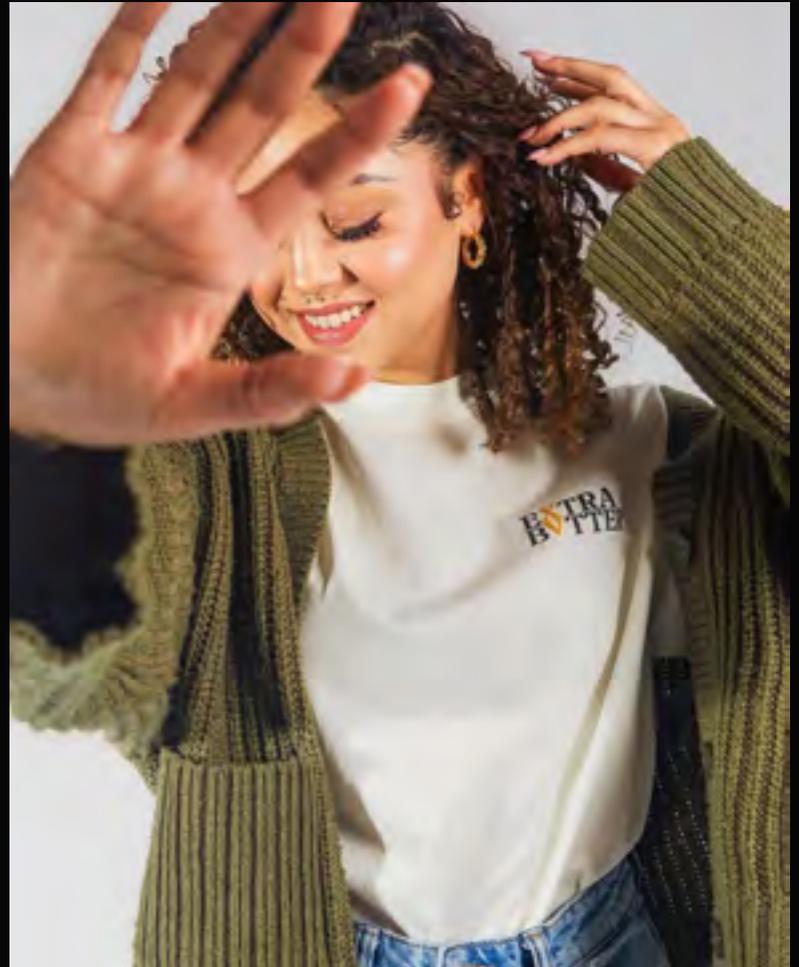
PORTAFOLIO





EXTRA BUTTER

CELEBRATING 15 YEARS







—1986—

ISABEL

Urbina Peña

«Respiras diseño»

Directora de arte, diseñadora gráfica y tipográfica venezolana nacida en Nueva York en 1986. Egresada de ProDiseño, como «Bell» dejó su marca en las calles caraqueñas; como profesional, ha dictado clases en The Cooper Union y en la School of Visual Arts. Multifacética y vibrante: desde las portadas de libros que diseña y la tipografía que crea, hasta las carteras Coach que pinta y los murales que ilustra. Desde que se mudó a Nueva York ha trabajado en el Museo de Historia Natural, C&G Partners y Random House. Sus clientes: *The New York Times*, *BuzzFeed*, The New-York Historical Society, Refinery 29, Everytown, Girlboss. En 2015 creó la base de datos de mujeres creadoras *Yes, Equal* e integró la lista «[New Visual Artist: 15 Under 30](#)» de *PRINT Magazine*

 @bellera



Keila Vall de la Ville



Isabel Urbina Peña (autoretratos)

Isabel Urbina Peña, Aníbal Hernández, Brooklyn Historical Society, Suzi Sadler y Freddy Arenas (portafolio)

MUDADA A LOS VEINTIDÓS

Yo nací en Nueva York. En los ochenta mis papás vivían acá porque mi mamá vino a estudiar un máster con una beca Fundayacucho, y se quedaron trabajando un tiempo. Yo nací, y como a los nueve meses decidieron regresarse a Caracas. Era difícil estar acá, con un bebé nuevo, tan lejos de la familia. Crecí en Venezuela pero siempre tenía presentes las ganas de venir. Sentía que era mi ciudad. A los dieciocho años vine de vacaciones y me quedé enamorada. Había comenzado la carrera, y me dije: «[Cuando termine, me voy](#)». Y así fue. Terminé y a las dos semanas me vine. Sin plan, sin nada. Mudada a los veintidós. Desde entonces he estado acá. Ya llevo casi catorce años.

CREO QUE POR ESO SOY ASÍ

Mis papás son arquitectos, ambos muy creativos. Mi mamá además es urbanista. Los dos hicieron muchísimo énfasis en que mi hermana menor, que hoy día es chef, y yo, exploráramos cosas relacionadas con arte: talleres de poesía, de cerámica. Mi papá pinta, así que me sentaba a pintar. Me ponía frente a una pintura de Van Gogh y me decía: «[Ahora pinta tú unos girasoles](#)». Sus amigos, todo el mundo a nuestro alrededor era artista. Mi madrina hacía teatro, otros eran diseñadores. Así que el arte siempre estuvo presente en mi vida. Los dos son muy independientes, han siempre trabajado en sus proyectos. Muchos orientados a mejorar los barrios de Caracas, cosas así. Daban clases en la UCV (mi papá aún da clases allí) y tenían su oficina. Desde siempre los vi por su cuenta, independientes. Mi mamá siempre tenía como cinco trabajos. Creo que por eso yo soy así. Siempre con un millón de cosas a la vez, metida en todo.



“

HAY QUIEN
PRESTA SOLO
ATENCIÓN A LA
«IMAGEN» SIN
NOTAR QUE LA
TIPOGRAFÍA ES
TAMBIÉN UNA
IMAGEN”

UNA CARRERA EN LA QUE DEBES SUMERGIRTE POR COMPLETO

El momento en el que decidí estudiar diseño no fue fácil. Mi mamá era la más reticente: «Es una escuela, vas a perderte la experiencia de la universidad, de ir a un campus». En Venezuela la carrera de diseño es técnica. Y a pesar de que ellos tenían amigos diseñadores, uno de los mejores amigos de mi papá era profesor de Prodiseno, y conocían mucha gente allí, ellos decían: «No es lo mismo que una carrera universitaria, tener un título es importante». Que lo académico era muy importante, que si me decidía ir a otro lado necesitaría una carrera. Fue difícil. Los convencí inscribiéndome en Artes de la Universidad Central de Venezuela por un año y medio. El primer año me encantó, pero era muy teórico, crítico, historia. Para mí leer era muy importante, así que aprendí muchísimo. Pero al final del año estaba aún más clara en que quería hacer cosas, crear. Entonces les dije: «Yo quiero ir a esta escuela y esto es lo que quiero hacer». Yo había estado trabajando y reuniendo dinero. Porque la carrera de diseño era muy cara, es una escuela privada. Entre los tres nos bandeamos. Intenté continuar simultáneamente en Artes, pero el primer semestre fue superfuerte. Diseño es una carrera en la que debes sumergirte por completo, todas las horas de tu vida: respiras diseño, no paras de pensar en eso. Decidí pausar Artes. Algún día la terminaré.

¿TENÍA UNA COMPUTADORA QUE NO USABA? PÁCATA

Mi primer trabajo fue en el café del Celarg. Después en la taquilla y atendiendo el cine del Trasncho Cultural. Luego en una tienda del San Ignacio. Aunque no sabía mucho, hacía trabajitos de diseño para las amigas o amigos de mi mamá. Así fui ahorrando. Soy buena vendedora: si tengo algo que no sirve, lo que sea, lo agarro, lo arreglo y lo vendo. Eso lo saqué de mi mamá. Lo hacía con mis propias cosas. ¿Tenía una computadora que no usaba? Pácata. La arreglaba y la vendía. ¿Un equipo de sonido que usaba para escuchar mis CD? Listo. Lo vendía. Así hice con mis cosas antes de venirme a Nueva York. Con todo. Así reuní junto a mis trabajitos locos y no me vine tan sin nada. Porque me vine sin plan.

Mis papás no iban a pagar mi aventura, mandarme dinero mensualmente. Y fue en el 2008: plena recesión. Todo el mundo perdiendo sus trabajos, y yo recién llegada, sin contactos, sin experiencia. Fue difícil, quedándome en Caracas hubiese encontrado buenas oportunidades. Pasé meses buscando, con referencias de amigos, en Craigslist, lo que fuese. Al fin conseguí dar clases de natación a niños, tiempo parcial, en una compañía de gente joven. Fue muy chévere. Interesante porque a mí me gustan los niños pero no soy maternal. Y esto me dio la oportunidad de disfrutarlos, de ver esa energía tan positiva, y en tanto de hacer cosas de diseño o seguir buscando: trabajos fijos, *freelance*, pasantías, cualquier cosa.

NO ESTABA ACOSTUMBRADA A HABLAR DE DISEÑO EN ESTE IDIOMA

Finalmente conseguí una pasantía en el Museo Americano de Historia Natural. Tuve mucha suerte. Vi el anuncio en Craigslist y me dije: «Voy a mandar una carta física, escrita a mano, en vez de un e-mail». Viniendo de Venezuela uno no se da cuenta de todo lo que los chamos hacen acá para conseguir trabajo. Yo competía con gente que tenía unos portafolios espectaculares. Y yo con mi cartica escrita a mano. Fue suerte: a la persona le pareció inusual lo que escribí, me quiso conocer, y nos llevamos buenísimo. Me dio una oportunidad. Fue algo muy grande; ese espacio es bello, además me interesaba trabajar en educación, mi tesis fue sobre astronomía, todo estaba conectado. La pasantía duró tres meses pero no era paga así que seguí trabajando en la piscina. Cuando terminó, estaban tan contentos que consiguieron dinero para pagarme. ¡Yo estaba tan agradecida! Luego me siguieron llamando para trabajitos acá y allá. Claro, como es un *non-profit* no tiene tanto presupuesto. Pero establecí una pequeña relación con ellos. Si me hubiesen ofrecido quedarme lo hubiese hecho por lo que fuese, pero era un momento difícil para la economía. Allí trabajé en dos exhibiciones, en *Extreme Mammals* y en *Traveling the Silk Road*. En el diseño de las ilustraciones y en animación para interactivos. Algo nuevo para mí. Aprendí mucho. Si me dieran esa oportunidad ahora, sería otra cosa. Yo era muy penosa, intentaba ser extrovertida pero tenía miedo. Aunque mi inglés era bueno no me sentía confiada y no estaba acostumbrada a hablar de diseño en este idioma.

“ Mi trabajo es muy expresivo, vibrante, está influenciado por el arte urbano, la cultura callejera. Estoy siempre viendo la calle, letras podridas bajo capas de pintura que nadie ve”



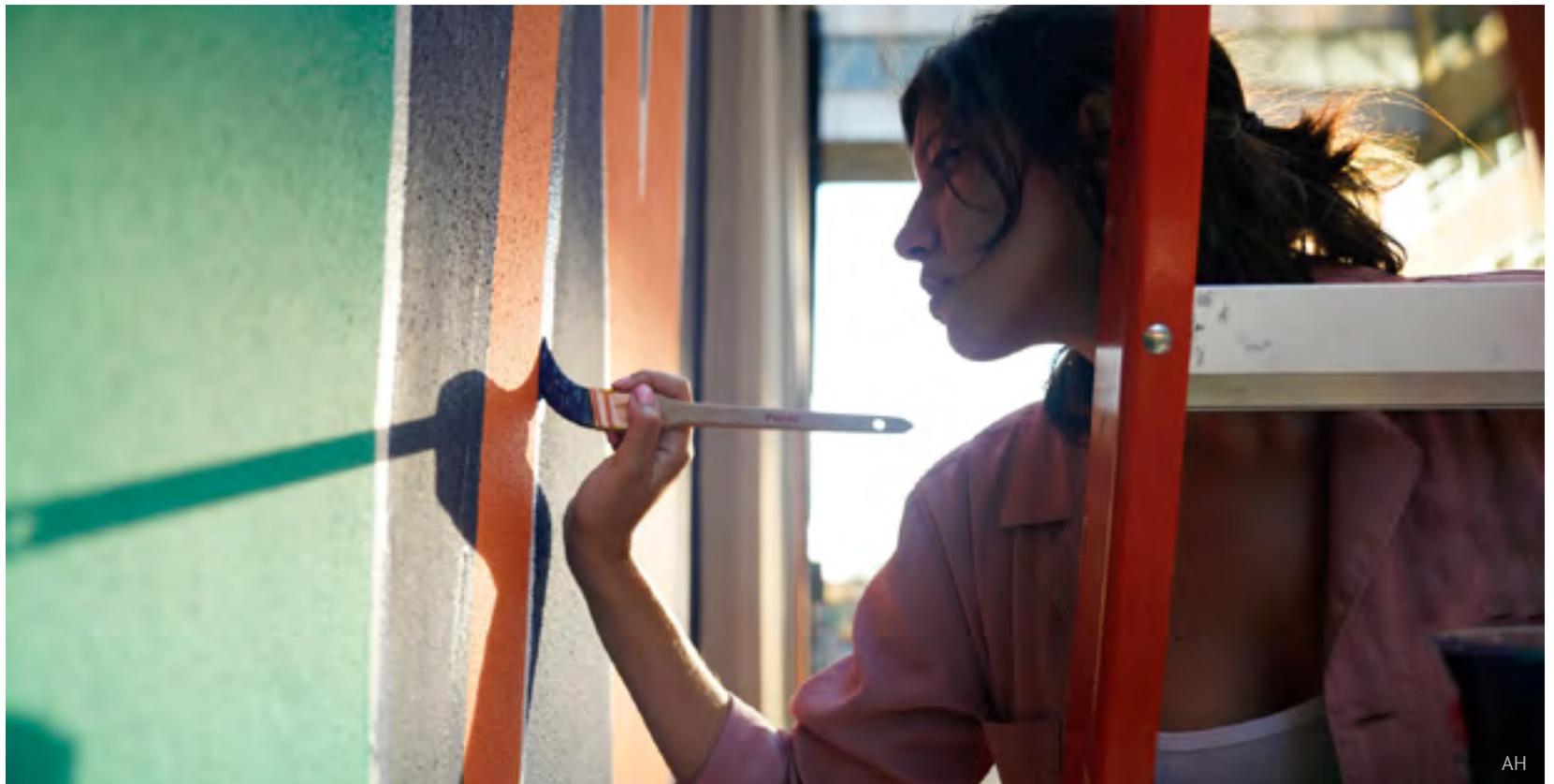
IUP

¿ESTA PERSONA SACA TODO ESTO DE ADENTRO?

Estudí en el Colegio Santiago de León. Toda mi vida. Tuve una infancia muy privilegiada, mis papás estaban siempre presentes, pasábamos muchísimo tiempo en Margarita, sobre todo mi mamá, mi abuela, mi hermana y yo. Era chévere porque éramos nosotras cuatro. Todos los años, dos veces al año. También íbamos a Puerto Azul, me encantaba porque me sentía súper libre, muy distinto a la ciudad, donde estás mas protegida. Allá estaba por mi cuenta, me sentía como adulta. Lo que más me gustaba era cerámica. Iba a unos talleres cerca de la casa. Pero también inventaba obras de teatro con mi hermana, pintaba con mi papá, leía. Leer siempre ha estado presente. Yo iba a la casa de mi abuela, agarraba un libro, me iba al cuarto, y me lo leía completo en un día. Descubrir mundos era un poder. Recuerdo también las exhibiciones de arte. Ver a los artistas, amigos de mis papás, y hablar con ellos. Lo encontraba curioso, asombroso: «Wow, ¿cómo llegas a hacer esto? Tú pintas estos cuadros que la gente viene a ver, y luego los vendes: ¿y esta es tu vida? ¿Este es tu trabajo?». Recuerdo que mi papá hizo una exposición de dibujo, yo tendría catorce o algo así, y me impresionó ver esa cantidad de obra hecha por una sola persona. «¿Cómo todo esto tiene que ver?, ¿cómo se conecta y tiene el mismo estilo? ¿Esta persona saca todo esto de adentro?». Lo encontraba muy raro. Eran mis pensamientos abstractos de niña. Recuerdo también ir en el carro con mis papás, superlento, mi papá con la cabeza asomada fuera de la ventana, viendo hacia arriba los edificios de Caracas. Uno por uno. Y mi hermana y yo: «¡Ya vámonos a la casa, por favor!». Y él: «¡Pero mira este edificio! Mira este otro». Explicándonos cosas. Y nosotras: «¡No! ¡Ya!». Era un clásico de los fines de semana.

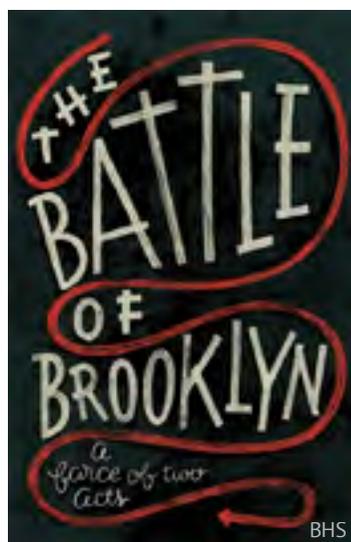
IMAGÍNA TE SI «TAGGEAS» BELL

Yo tenía dos amigos del colegio que hacían *graffiti*. Un día estábamos en la esquina del colegio, y me dijeron: «¡Deberías “taggear” con nosotros!». Y yo: «Sí, bueno». Fue supercasual. Uno dijo: «Imagínate si “taggeas” Bell». Empezamos a hacer dibujos, ellos me enseñaron, me apadrinaron. Pero por diversión. Esto me dio un sentido de comunidad. Venezuela es muy tradicional y yo siempre me sentí diferente, no pegaba en ningún lado, tuve muchos amigos que en el fondo no lo eran, no terminaba de calzar. Con estos dos amigos, nada tradicionales, podía ser yo misma. Tuvimos una relación muy especial. Todavía los quiero mucho. Una vez fuimos a la Cota Mil, con otros amigos, y fue medio estresante. Estábamos pintando con galones de pintura, no con spray, y llegó la policía. Yo era la única muchacha. Fue un rollo. Nos querían llevar, o matraquear, mejor dicho. Ellos estaban acostumbrados, se los habían llevado antes, pero esta vez estaba yo. Al final no pasó nada, nos dejaron ir. Fue estresante. Otra vez superadrenalínica fue cuando hicimos unas bombas en El Guaire. Fue intenso. ¡Si te caes allí no es chévere! Recuerdo la emoción, los nervios, la angustia, la premura. No saber cómo estaba quedando, qué estaba haciendo. Quedó medio loco, pero no importa, pues.



YO NUNCA FUI MUY POP: «¿QUÉ ES ESTO NUEVO?»

Desde chiquita me gustaba el diseño. Como a los trece, o tal vez un poco antes, nuestra primera computadora fue una herramienta de descubrimiento. Pasaba horas chateando con gente desconocida: «Wow, qué *cool* esto». Una amiga del colegio me habló de la carrera de diseño. Sus padres trabajaban en publicidad. Me explicó de qué se trataba: trabajar en la computadora, hacer diseños, seleccionar colores para que las cosas se vieran de cierta manera. En la clase de computación del colegio nos mandaron a hacer una página web. Encontré superinteresante la posibilidad de poner lo que quisiera afuera, en el mundo. Esa necesidad siempre ha estado presente. Mis amigos del *graffiti* eran del mundo del diseño gráfico. Por ese tiempo, en el colegio había una guiatra en la que la consejera te ponía en equipo con otra persona para investigar carreras posibles, y a mí me pusieron con mi amigo Carlos e investigamos sobre diseño gráfico. Entrevistamos a unos amigos que se estaban graduando en Prodiseno y esto abrió mi mundo. Era un conjunto de cosas, no solo el diseño gráfico sino un tipo de gente, que hacía un tipo de fiesta, en el que se escuchaba un tipo de música y para las que se hacían unos *flyers*. La gráfica del momento me llamaba la atención. Además, el *graffiti*. Carlos también patinaba, y eso tenía un lenguaje visual también. Escuchábamos hip-hop y rap, que aún me gusta, me da nostalgia. No todo el mundo escuchaba esa música, pero yo nunca fui muy pop: «¿Qué es esto nuevo?». Había una cierta estética que me gustaba mucho. Pasábamos tiempo en la calle, en la plaza. Nunca había vivido la ciudad así y me gustaba esa libertad, conocer Caracas de esta manera, un poco más desprotegida. Fue un proceso de descubrimiento e independencia. Descubrir un mundo nuevo. Un buen momento, una buena época.



“ Le busco la vuelta: cuál es la mejor manera de representar este problema visual a través de lo que puedo traer a la mesa”

DAME MÁS, DAME MÁS

El Santiago de León de Caracas es increíble. Yo estudié Humanidades y tuve excelentes profesores de filosofía y de literatura. Salí con un mundo de referencias que muchísima gente no tenía. Por ejemplo en cuarto y quinto año hacías unos trabajos llamados Proyecto Humanidades en los que abordabas temas desde distintos tiempos y distintas disciplinas: psicología, filosofía, literatura, historia e historia del arte. El primero fue acerca de la felicidad en la sociedad, y el otro acerca de la revolución musical de John Lennon y Bob Dylan, y cómo ellos fueron pioneros de un cambio. Lo veo ahora y digo: «¡Wow! ¡Que nivel de colegio!». En Prodiseno, Gabriela Fontanillas y Carlos Rodríguez fueron superimportantes, muy estimulantes, veían mi ánimo y mi interés por la tipografía y me empujaban: «Dame más, dame más». Prodiseno es increíble. El primer año con Eduardo López te cambia la manera de ver el mundo. El año pasado di clases en la School of Visual Arts, y me dediqué a revisar todo lo que había aprendido, y fue muy lindo. Cuando estás ahí estás sumergida y no te das cuenta. Estás absorbiendo como una esponja. Pero lo revisas catorce años después y es impresionante. Además seguimos en contacto, Gabriela Fontanillas vive en mi edificio de Caracas. Fue una relación superbonita como estudiante y ahora como colegas. Álvaro Sotillo, que además es su esposo, también ha estado siempre muy presente. Carlos Rodríguez. De la escuela admiro el trabajo de Ricardo Báez. En Prodiseno él era asistente en una de mis clases y luego se convirtió en aprendiz de Álvaro y Gabriela. Su trabajo es impresionante, trabaja con tipografía pero también con imagen, hace fotolibros. He visto la evolución de su trabajo. Respeto muchísimo lo que hacen en Prodiseno. Otros institutos se enfocan en la técnica, cómo usar ciertos programas; Prodiseno se enfoca en la idea tras lo que estás comunicando, en el pensamiento conceptual. Eso es único y me ha hecho una profesional más interesante, porque la mayoría de la gente tiene un estilo y se queda allí. Yo analizo el problema y busco una solución para ese problema. Los diseñadores contemporáneos que admiro son además amigos. Gustavo Dao, que trabaja con ilustración, identidades. Su trabajo es superinteresante, tiene mucho que decir. Iker Moreno. Freddy Arenas, mi esposo, que hace animación y con quien paso horas conversando sobre diseño. Prodiseno nos dio un mundo que sigue dando frutos después de quince años. Nos conocimos allí.



SS

LO QUE PUEDO TRAER A LA MESA

Trabajo en la portada de un libro un día, en un mural otro, y pintando carteras para Coach otro. Todo tiene que ver con tipografía, *lettering*, y lo que me gusta, pero es variado y eso me mantiene activa. El diseño de portadas es un reto: debes crear una imagen icónica de las cuatrocientas páginas escritas. Es un privilegio, un intermedio entre arte y diseño: la interpretación de las palabras de alguien más. Hay mucho de investigación, pero también es subjetivo, cada quien descifra lo que lee a su manera, y el resultado depende también de cuán descriptivo es el autor. Aunque el formato y el producto final sean siempre los mismos, puedes hacer algo diferente cada vez. Cada autor tiene una voz y un estilo distinto aunque pertenezcan a una misma categoría. Los intentas resaltar, diferenciar manteniendo su pertenencia a esa categoría, proponiendo herramientas visuales que sugieran su contenido y a la vez resalten en la librería. Le busco la vuelta: cuál es la mejor manera de representar este problema visual a través de lo que puedo traer a la mesa. Hice un proyecto chiquito y sin presupuesto que me gustó muchísimo: un cuaderno literario de poesía, ensayo y ficción. Cada cuaderno tenía distintos idiomas. Árabe, coreano, hebreo, francés, japonés, cada edición era diferente. Busqué fuentes que funcionaran juntas en distintos idiomas y me enfoqué en dar carácter a todos los momentos tipográficos.

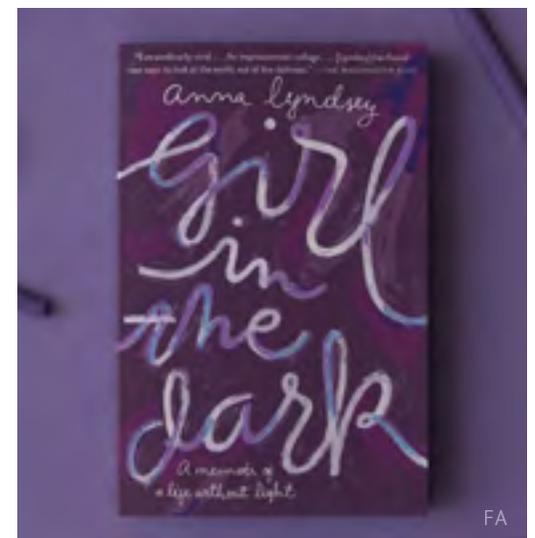
SIEMPRE HAY ALGO QUE VER

Busco inspiración en todo. Desde hace unos cuatro años como mi propia ropa. Me encanta porque aunque juego con colores y con los patrones de las texturas, y claro, con los patrones de las prendas, tiene mucha dimensión; contrario a mi trabajo, que normalmente es plano. Hago cerámica, a veces tejo (sobre todo en invierno), y trato de dibujar y pintar sin ninguna razón, buscando crear el hábito y hacer algo mío sin un cliente detrás. Nueva York me permite ir a exhibiciones, eventos, festivales. Esta semana hay uno de fanzines, de libros independientes, sin editorial, hechos con pocos recursos y grandes restricciones. Me interesa ver qué hacen con los impresos, cómo los reinventan. Voy a exhibiciones, museos, también al parque. Acá siempre está pasando algo. En cada esquina hay una persona vestida de una manera increíble, otra haciendo algo extraño. Siempre hay algo que ver, algo que hacer. Creo que por esto he estado acá tanto tiempo. Me gusta el cine, leer, me rodeo de gente creativa. Ir a conferencias me permite ver otra gente, otros trabajos, otros procesos. En Instagram exploro lo que hacen en distintos lugares del mundo. Antes de la pandemia viajaba de tres a cinco semanas, y paseaba, indagaba ciudades, culturas distintas. Cuando viajo me fijo en las letras de la calle, los anuncios, los mercados, lo que tiene mucha antigüedad, lo típico de cada zona.

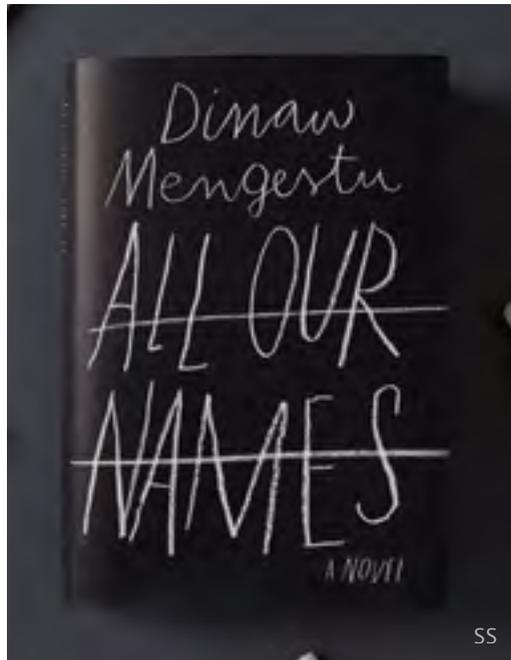
AL APRENDER MÁS, ME AVENTURÉ A EXPERIMENTAR

El año pasado enseñé dos semestres en la School of Visual Arts: Type Design I y II. Ha sido interesante revisar lo que estudié hace quince años, e inspirador ver la evolución de los estudiantes. El primer semestre es de exploración, la primera vez que ven tipografía. Es dibujar a mano, entender las letras: la forma, la contraforma, su historia, de dónde vienen, cómo han evolucionado. Sus partes, clasificaciones y diferenciaciones: qué es fuente, lettering, caligrafía. Hay mucho que cubrir en poco tiempo. En el siguiente semestre desarrollan proyectos a partir de lo aprendido. Usualmente los profesores de tipografía son solo diseñadores gráficos. Yo tengo especificidades particulares: el *lettering* y los murales, mi certificado en The Cooper Union, un programa de un año orientado a diseñar fuentes tipográficas y que ofrece talleres con diferentes profesionales en caligrafía, *lettering*, carteles pintados a mano. Fue importante porque ProDiseño en este sentido es más tradicional, usan la tipografía como herramienta de comunicación. Usan fuentes, hacen libros. En The Cooper Union ser un diseñador tipográfico es otra cosa. Un diseño se lo pasas a la imprenta y listo. Incluso si es una página web: aunque tenga modificaciones, cuando la pones en el mundo: listo. Con la fuente es distinto. La haces, la pones en el mundo, y luego quien la elige la usa como quiere. Debes pensar en el usuario, cubrir escenarios para que funcione lo mejor posible sin tú estar presente, sin poder dar *feedback*. Esto cambió mi visión del diseño, me hizo más fuerte, mi trabajo mejoró, empecé a ver cosas nuevas: la curva, el *serif* de una letra y el sistema completo, cómo funciona una al lado de la otra, cuánto espacio necesitan entre sí. Hacer estos cursos me inspiró porque yo traía mi experiencia del *graffiti*, pero al aprender más, me aventuré a experimentar.

“ El diseño de portadas es un reto: debes crear una imagen icónica de las cuatrocientas páginas escritas. Es un privilegio, un intermedio entre arte y diseño: la interpretación de las palabras de alguien más”



ESTABA DECIDIDA A HACERLO LO MEJOR POSIBLE PORQUE ESE ERA MI SUEÑO



Cuando empecé el programa de The Cooper Union yo estaba trabajando en C&G Partners, un estudio de diseño que hace de todo: *branding*, exhibiciones, *web design*, *print*. Superclásico y corporativo. Yo había aprendido todo lo que podía aprender en ese trabajo, así que después del primer trimestre en The Cooper Union me dije: me voy a enfocar en mis estudios y voy a «freelancear». Luego veo qué pasa. Hay dos modalidades, el programa extendido, de un año, el que tomé yo, y el condensado, que es de cinco semanas, intensivo todos los días. Buscando sumergirme me ofrecí como *teacher assistant* voluntaria, sin paga, en el condensado. Allí aprendí de otras personas, de distintos estilos. Procesé lo que había aprendido, lo revisé, lo enseñé, y eso me dio más seguridad. Y luego fui asistente en la clase extendida. Una persona en esa clase trabajaba en Random House y un día publica en Twitter (yo los seguía a todos) que buscaban una diseñadora. No me atreví a preguntarle, pero apliqué escribiéndole a la persona encargada. Un par de meses después me llamaron. La entrevista fue como de tres horas, cinco personas y yo. Estaba decidida a hacerlo lo mejor posible porque trabajar allí era mi sueño. Les encantó: «Wow, tanto trabajo tipográfico, nadie nos trae esto». Vieron el valor en lo que yo hacía. Llegué a Random House gracias al programa de Cooper y las conexiones que me ofreció, y esto supuso un cambio radical en mi vida: una de las cosas especiales del mundo editorial es que tu crédito aparece en la contraportada. Cualquier persona va a la librería, abre el libro, y ve tu nombre. Eso no ocurre en un estudio de diseño y me ha abierto muchas puertas. Fue así que directores de arte, personas independientes, autores, me empezaron a escribir: «Me encanta tu trabajo, y quisiera trabajar contigo». Mi jefa era muy especial, me daba rienda suelta. Además de trabajar en distintos imprints, pequeñas casas editoriales de Knopf, tuve el privilegio de llevar Vintage en español. Estuve allí unos tres años. Era difícil continuar creciendo porque es un trabajo en el que todo el mundo se quiere quedar. Además en libros no hay mucho presupuesto. Pero sigo con ellos freelance y me encanta.



ES MI PERSONALIDAD PUESTA ALLÍ

Mi trabajo es muy expresivo, vibrante, está influenciado por el arte urbano, la cultura callejera. Estoy siempre viendo la calle, letras podridas bajo capas de pintura que nadie ve. Creo que eso se nota. Es además muy manual y eso lo hace diferente. Mucha gente hace solo cosas digitales. También me identifica la tipografía, que ofrece mucho contenido, pienso que ignorarlo es perder una oportunidad. Hay quien presta solo atención a la «imagen» sin notar que la tipografía es también una imagen. La tradición europea generó en Venezuela algo totalmente único. Yo vengo con esa tradición y a la vez tengo otras influencias, la traduzco a algo más. La gente dice: «Se nota que vienes de un país vibrante». Lo ven, no sé cómo. Imagino que está todo conectado: esa tradición, ser de Caracas, una ciudad en la que pasa de todo, que es un caos absoluto y ordenado a la vez, donde no se sabe cómo las cosas funcionan. Todo esto influye en el producto final. Mi trabajo es explosivo, tiene energía, dice muchas cosas. Es mi personalidad puesta allí. Si tuviera que definir mi vida con una imagen elegiría un collage de objetos y cosas en crecimiento, evolución, cambio constante.

“

Si tuviera que definir mi vida con una imagen elegiría un collage de objetos y cosas en crecimiento, evolución, cambio constante”

¡TODO EL MUNDO OPINA!

Cada portada es distinta, pero mi proceso es más o menos el mismo. Recibo un libro, un manuscrito o el resumen del libro ya impreso. Lo leo. A veces me dan un *title information*, una cuartilla con datos sobre el autor, las ventas, información comparativa, qué libros similares importantes se han publicado. Esto me ubica en el mercado. Leo el libro, apunto datos importantes. Luego colecciono imágenes, tomo notas: qué me atrae del libro, ideas sobre tono visual, artistas que me llaman la atención. Entonces boceteo, a mano o en la computadora, y junto imágenes y tipografía. Cuando tengo una idea más o menos definida, comienzo a trabajar. Tomo mis pinceles, hago una ilustración, investigo más artistas. Genero muchísimas pruebas y termino con unas veinte portadas casi finales de las que selecciono entre tres y cinco y se las mando al director de arte, con quien luego converso. Se lo mandamos al editor. Al *publisher* y los otros editores. Todos tienen algo que decir. Hago los ajustes necesarios, y cuando es aprobada se le entrega al autor que entonces la muestra a su agente, su familia, amigos. ¡Todo el mundo opina! Entonces se le pasa a *marketing*. Es posible que Barnes & Noble y Amazon tengan algo que decir, sobre todo si es un libro importante.

ME PARECIÓ UNA EXCUSA MUY MEDIOCRE

Yes, *Equal* nació en 2015. Una amiga comentó en Twitter sobre una conferencia de tipografía a la que las dos asistíamos y en la que no había ni una mujer dando una charla. Publiqué también al respecto, y hubo comentarios como: «Bueno, es que no se consigue, no hay mujeres que quieran hablar». Me pareció una excusa muy mediocre y sentí que tenía que tomar acción más que quejarme. Fue así que creé una base de datos de mujeres en distintas disciplinas creativas, en la que pensaba que se inscribirían cien creadoras, y terminaron siendo más de mil quinientas. Dio visibilidad a mujeres del diseño, arte, impresos, arquitectura, industrial, etc. Las podías contactar desde allí, conseguían trabajo, generaban comunidad. Se convirtió en algo enorme. Ya no está *online* porque la mantenía yo sola y era complejo, muchísimo trabajo. Cada vez que alguien se inscribía debía verificar que no fuera un robot: confirmar su identidad, su aplicación, aceptarla. Nunca pensé que sería un proyecto tan grande. Eventualmente empezaron a surgir nuevas bases de datos específicas, por disciplina. Así, este proyecto fue desactualizándose, dio paso a esa diversificación. Pero fue muy bueno y productivo. Tuvo mucho impacto.

PIENSO EN EL JARDÍN DE MI ABUELA

Cuando pienso en Venezuela pienso en diseñadores como Álvaro Sotillo, Gabriela Fontanillas, Gerd Leufert, Gego, y todo el legado que le han dejado al diseño gráfico. Pienso en ellos como referencia, en lo mucho que he aprendido gracias a ellos. Y pienso en el jardín de mi abuela, que está lleno de bromelias y orquídeas y tiene una mata de mango espectacular de la que siempre hacían una jalea de mango divina. En los almuerzos familiares de los domingos. ■

PORTAFOLIO





IUP



IUP



BHS



—1987—

ALEXANDER

Morey

«El diseño gráfico es un arma»

Nacido en 1987 en San Felipe, Yaracuy, este miembro de la selección nacional de waterpolo de Venezuela y diseñador de la Universidad Experimental del Yaracuy (UNEY) enseña tanto diseño como natación. El cartel es su instrumento de difusión social y política: es el diseñador con más trabajos en el Salón Nacional de la Coexistencia del Espacio Anna Frank; en 2015 ganó el concurso Rengifo en un Afiche, del Ministerio del Poder Popular para la Cultura y la Fundación Museos Nacionales; en 2020 su cartel «La humanidad cabe en un tapabocas» fue seleccionado bajo el lema *Covid Exit* de Madrid Gráfica 2020. Actualmente reside en Medellín, donde ha diseñado desde tapabocas hasta trajes de baño con su empresa SIIE, Arte y Diseño

 @alexander_morey5

 Rafael Simón Hurtado

 Alexander Morey (autorretratos)

Alexander Morey reivindica el cartel como instrumento de difusión de ideas políticas. Definido como «un grito en la pared» —originalmente eran pliegos de papel o cartón impresos que se pegaban en los muros— el cartel para Morey también puede ser el reflejo de las tensiones sociales que conmueven a Venezuela y el mundo. Y, aunque confiesa que al principio surgió para drenar sus propias ansiedades, ha pasado a convertirse en un arma con la cual difunde sus ideales a través de las redes sociales, los nuevos muros de la comunicación global. «Mediante el diseño expreso mi inconformidad. Con el cartel me manifiesto sobre cosas que no me gustan. El hecho de imaginarme que cuando llueve puede haber gente en la calle que se moja porque no tiene dónde refugiarse me afecta tremendamente. Ver a alguien tirado en una acera me produce aflicción».

Tuvo que trabajar en estos pensamientos: no era conveniente aferrarse a situaciones fuera de su control. Con ayuda psicológica descubrió maneras de desahogar sus angustias. Utilizando estos recursos pudo no solo canalizar sus propias inquietudes humanas, sino también compartir un mensaje común a sus semejantes.

Sus primeras preocupaciones tuvieron que ver con la emigración. «Siempre estuve en desacuerdo con irme del país, a tal punto que yo les decía a mis estudiantes que, ante las adversidades, la primera opción no podía ser la de irse del país. A jóvenes de diecisiete y dieciocho años que aún vivían con sus padres, les decía que debían luchar e intentar hacer algo».

“

EL DISEÑO
GRÁFICO, IDEADO
COMO MENSAJE
SOCIAL, DEBE
TENER UN
CONCEPTO
PROFUNDO QUE
IMPACTE A LA
SOCIEDAD”

UNA VIDA EN EL AGUA

Alexander de Jesús Morey Muñoz nació el 5 de febrero de 1987 en el Hospital Central de San Felipe, estado Yaracuy. Es hijo de Alexis Morey y Maribel Muñoz. Su padre nació en Ciudad Bolívar, estado Bolívar, aunque se crio en Anzoátegui, y su madre es de Yaracuy. Se conocieron en Barquisimeto, mientras estudiaban Administración y, después de contraer matrimonio, se fueron a vivir a San Felipe.

Los dos tienen una licenciatura en Educación, mención Desarrollo Cultural. Además, su papá es TSU en Administración. Ambos se han dedicado a la docencia: «[Mi papá a nivel universitario y mi mamá en una escuela rural](#)».

Su padre, Alexis Morey Valera, es también actor, director y dramaturgo, además de cuentista y poeta. Ha escrito *La niña y el alcatraz y otras obras* y *El mundo de Mobius*, entre otros libros. Ese hilo familiar unió a Alexander con el mundo de la creación. «[Mi papá me inculcó el tema de la cultura. Con él asistí a eventos culturales y a obras de teatro](#)».

Durante los primeros once años fue hijo único. El no haber tenido compañía durante ese tiempo marcó su conducta actual. Lo ha hecho un hombre reservado, celoso con su intimidad.

Luego nació su hermana, Carmine Morey, quien vino a llenar una infancia hasta entonces solitaria. «[Yo jugaba en el patio, solo, con los juguetes que me compraban mis padres. Allí construía ciudades enteras con los pequeños juguetes. Era un mundo que me daba un placer incomparable, de construir y crear ciudades ficticias. Luego, cuando llegó mi hermana al mundo, volví mi atención hacia ella](#)».

«[Soy de muy pocos amigos, o de compartir con pocas personas. No porque los rechace, sino porque me siento abrumado con mucha gente alrededor. Fui muy independiente en mi casa hasta que llegó mi hermana, quien se convirtió con su llegada en mi aliada](#)».

Alexander hizo sus estudios en la Escuela Básica Alberto Ravell, y en la Unidad Educativa Instituto Privado Br. Trinidad Figueira. En este último vivió la experiencia de las diferencias sociales, lo que hizo que se refugiara en la amistad de uno o dos amigos con los que compartía la misma condición socioeconómica. Por ello, tomó la decisión de no terminar el último año en este colegio. Culminó sus estudios de secundaria en la Unidad Educativa Colegio Las Américas.

El deporte ha jugado un papel importante en su vida. A los ocho años fue atraído por la natación. Estos primeros vínculos con el agua lo condujeron al waterpolo, y este lo ayudó en su proceso de socialización. De vida reservada, gracias al waterpolo, en Venezuela y en Colombia, ha convertido a sus compañeros de nado en su familia. Ha aprendido que el trabajo en equipo necesita de la coordinación, la solidaridad y el compañerismo de compartir el esfuerzo. «Mis grandes amigos los conseguí dentro de la piscina. A ellos los considero mis hermanos. Son las personas con las que más convivo, pues paso hasta seis horas dentro del agua».

En realidad, tiene toda una vida en el agua. En la actualidad es miembro de la selección nacional de waterpolo de Venezuela.

EL INFLUJO DEL ENTORNO NACIONAL

Su pasión por el waterpolo lo llevó a la carrera de TSU en Informática en el Colegio Universitario de Administración y Mercadeo (CUAM), en San Felipe. Le ofrecieron un cupo por méritos deportivos para formar parte del equipo de natación que representaría a la institución en los Juegos Venezolanos de Instituciones de Educación Superior (Juvines). El cupo contemplaba, además, una beca. Desafortunadamente, los juegos deportivos fueron suspendidos por lo que desapareció la necesidad de formar el equipo. Eso trajo como consecuencia la suspensión de la beca y la interrupción de la carrera.

La eventualidad dirigió sus pasos, más de forma casual, a la Universidad Nacional Experimental del Yaracuy (UNEY). Acompañando a un amigo que se inscribiría ahí, llamó su atención, en el abanico de ofertas académicas de la universidad, la carrera de Diseño Integral Comunitario. El *pensum* de estudios y el perfil profesional le interesaron. «Hasta entonces yo no había visto el diseño como una profesión. A mí me gustaba dibujar, crear, pero era una consecuencia de la educación que me había brindado mi familia. Y aunque ya se habían cerrado las inscripciones para la carrera, a través de conversaciones con el coordinador de cultura y el coordinador de deporte, se me ofreció la oportunidad de ingresar, por méritos deportivos, a la carrera de diseño».

«Podría decir que llegué al diseño gracias a la natación. La natación me ha dado absolutamente todo. De hecho, mi pareja, Vanessa Millán, la conocí a través del waterpolo, pues ella es también miembro de un equipo femenino en Medellín».

El primer año de la carrera fue un período de exploración, que le permitió adquirir las nociones básicas sobre el diseño. Fue en el segundo año, cuando comenzó a ver las materias específicas dedicadas a la profesión, que supo qué era lo que quería hacer. «Mi interés fue creciendo, por lo que pasé de ser un estudiante regular, que se conformaba con un diez o un once, a ser un estudiante que ambicionaba un diecinueve o un veinte. Disfrutaba a plenitud de mis estudios. Tanto así, que obtuve una beca por méritos académicos, lo que representó dos cosas importantes: un gran estímulo, un premio a mi esfuerzo, y una ayuda económica que me servía para cubrir algunas de mis necesidades. A partir de entonces desarrollé un amor y una pasión por el diseño gráfico».

“

En los talleres de fotografía, el contacto era con el trabajo de los alfareros. De esta manera le dábamos valor a la cultura autóctona de nuestro estado”

La sede de estaba alejada de la ciudad. El ambiente de Guama era fundamentalmente provinciano. El módulo de la UNEY, aunque repleto de la sensibilidad cultural y académica de sus aulas, estaba rodeado de un entorno natural que arrojaba con los verdes oscuros de los grandes árboles, una comunidad que todavía conservaba el aura rural de otros tiempos. «En los talleres de fotografía, el contacto era con el trabajo de los alfareros. La cestería, así como otras expresiones del arte popular yaracuyano, representaba una digna estrategia pedagógica para los talleres de fotografía de los estudiantes de diseño gráfico. Visitábamos las casas de los artesanos en donde hacíamos fotografías del proceso de creación de las tinajas de arcilla. De esta manera le dábamos valor a la cultura autóctona de nuestro estado».

Recibir clases en ese entorno, alejado del ruido de las grandes ciudades, ayudaba mucho a la sensibilización del diseñador con el ambiente y la sociedad en que estaba inmerso. Mientras un estudiante de diseño en una institución de una gran ciudad tiene el influjo del ruido visual y gráfico de los grandes anuncios, en la sede de la UNEY, en Guama, el contacto era con la flora y la fauna, con las antiguas viviendas, con las viejas tradiciones, con sus mitos y leyendas.

Es una preocupación que Alexander les ha enseñado a sus alumnos. La necesidad de acercarse a las costumbres propias de las pequeñas poblaciones, además de los recursos gráficos y visuales de las grandes urbes.

INFLUENCIAS, PUENTES DE RELACIONES

El lenguaje rompedor del fotógrafo Nelson Garrido es un referente para Alexander Morey. El fotógrafo venezolano, a quien conoció en la UNEY cuando dictaba talleres invitado por el entonces rector Freddy Castillo Castellanos, le mostró cómo lo bueno no tiene que ser siempre bello. Aprendió que es necesario que el espectador se conmueva por el mensaje. Cuando se dice que un diseño es bueno o malo, bello o feo, estimable o sin valor, el criterio debe fundarse no solo en el juicio estético. También debe preocuparse por un criterio pragmático y ético.

A Morey, el lenguaje fotográfico de Garrido le enseñó que el diseño no tiene que ser necesariamente estético, en el sentido de la armonía cromática, la composición de los elementos, la calidad de la representación. También juega un papel importante el modo en que se exponen los valores con los que se puede emocionar la sensibilidad humana. «El diseño gráfico, ideado como mensaje social, debe tener un concepto profundo que impacte a la sociedad».

Santiago Pol, uno de los primeros diseñadores conceptuales de Venezuela, reconocido como uno de los mejores cartelistas del mundo, también es uno de sus referentes. «Santiago Pol es al diseño gráfico lo que Messi es al fútbol».

Del plantel de profesores de la UNEY, reconoce también la influencia de Pedro Cassany, encargado de la asignatura de tipografía, la letra en el diseño e ilustración digital; del francés Marc Fiallo, profesor de diseño artesanal; y de Antonio Aguilar, ilustrador que impartía clases de dibujo a mano alzada.

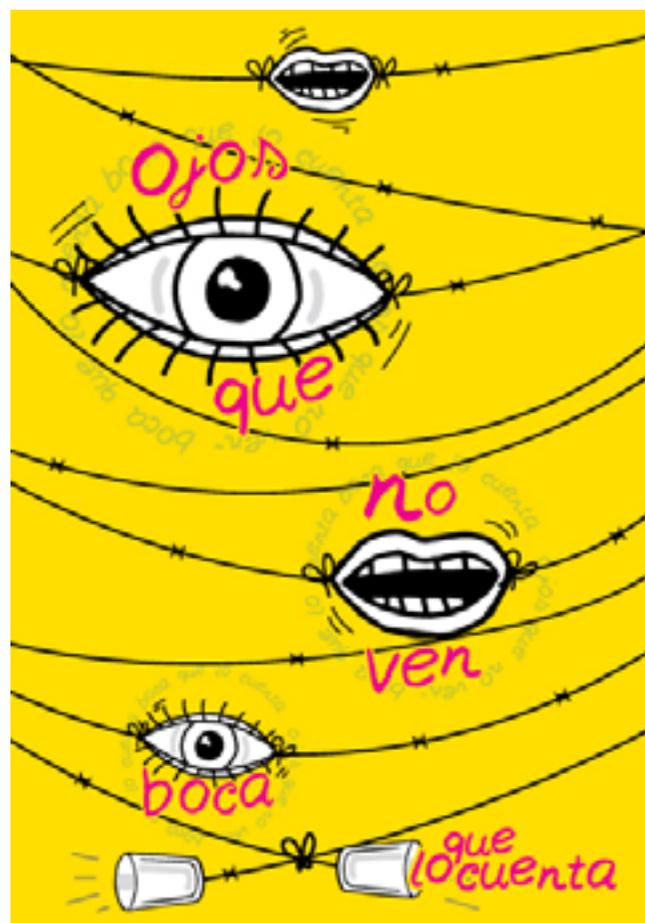
Estas influencias sirvieron de puente para relacionarse, mediante el conocimiento impartido en las aulas, con creadores del ámbito de las artes y el diseño gráfico internacional. Con la obra de Andy Warhol, figura principal del pop art; Keith Haring, cabeza del arte urbano de los

“

**Santiago Pol es al
diseño gráfico lo que
Messi es al fútbol”**

ochenta; Basky, artista callejero que, bajo seudónimo, pinta las calles del Reino Unido y del mundo; Isidro Ferrer, uno de los ilustradores y diseñadores gráficos españoles más admirados; y Alejandro Magallanes, diseñador e ilustrador mexicano cuyas reconocidas contribuciones son valoradas en el mundo editorial y del cartel.

La guía docente de sus profesores inculcó en Morey su relación con la construcción de significados, conductas y valores. «A modo de juego yo les decía a mis compañeros de clase que, cuando yo fuese director de la escuela, les ofrecería trabajo como profesores. De esta manera, y sin saberlo, estaba proyectando mis deseos de llegar a convertirme en un docente en mi universidad. Lo conseguí. Me aprobaron el contrato para formar parte del cuerpo docente de la institución, pero justo en el momento en el que ya iba montado en el autobús para Colombia».



PASARON CUATRO AÑOS

Para egresar de la UNEY Alexander, recomendado por Santiago Pol, hizo sus pasantías en Caracas en el Instituto de Diseño Darías, donde conoció a Juan Carlos Darías, considerado por la comunidad de diseñadores como un distinguido representante de la profesión y otro referente de su trabajo. Allí se abrió a un mundo de exposiciones, eventos, herramientas, diseñadores, y se interesó por la historia del diseño en Venezuela. En ese período formó parte de la organización del Primer Congreso Internacional de Diseño Gráfico realizado en Caracas.

Estas experiencias le serían útiles después para integrar el Instituto de Diseño Darías, en donde impartió clases de Fundamento del Diseño, Historia del Diseño, Pasantía Social, Cartel. Fueron cuatro años de actividad docente, entre presenciales y virtuales. Desafortunadamente fue el período en el que le tocó despedir a su mentor y amigo Juan Carlos Darías, quien falleció el 17 de enero de 2015.

«En Caracas, trabajé en el Departamento de Cultura del Banco Central de Venezuela, realicé algunas colaboraciones en el Ministerio de la Cultura a través del Museo de la Estampa y del Diseño Carlos Cruz-Diez, fui encargado de la Galería Venezolana de Diseño, profesor del Instituto de Diseño Darías, y di clases en un gimnasio como profesor de natación».

En su paso por el Instituto de Diseño Darías conoció a Luis Giraldo, maestro del diseño editorial. Sus clases de tipografía alentaron su propio deseo por la creación de la letra. La experiencia lúdica, vivencial y sensible signó otra parte de su trabajo: el desarrollo de nuevas tipografías. «Teniendo como referencia las estaciones y el mapa del metro, en colaboración con el diseñador Carlos Rodríguez, maestro del diseño editorial en Venezuela, he desarrollado nuevas familias tipográficas: Biombo, que recrea el espacio que hay entre un vagón y el otro, y Estación, que alude al mapa de distribución de las estaciones del Metro de Caracas; Iddar es una tipografía que diseñé para el Instituto de Diseño Darías, y Onza está inspirada en María Lionza y la Montaña de Sorte. Las astas de las letras tienen la forma de la caña de azúcar, con una hoja al final».

Cumplía sus sueños, porque trabajaba con instituciones y personajes importantes en las áreas que le apasionaban. Pero problemas personales lo obligaron a cambiar de rumbo.



Decidió regresar a Yaracuy, a casa de sus padres. Introdujo sus documentos en la UNEY para aspirar a un cargo docente. La situación económica en Yaracuy, como la de todo el país, era precaria. En esa misma época recibió una invitación desde Colombia para participar en un torneo de waterpolo en Bucaramanga. «Durante el tiempo que estuve en Yaracuy pude ver cómo la gente tenía que pasar un día entero para comprar comida».

Tomó la decisión de viajar a Bucaramanga, a participar en el torneo de waterpolo, hacer un dinero y luego regresar a Venezuela para invertir lo conseguido en un emprendimiento familiar. El equipo de waterpolo clasificó como subcampeón. Regresó a San Felipe. La situación económica del país no había cambiado. Sintió que debía retornar a Colombia. «Les dije a mis padres que regresaba en tres meses. Pasaron cuatro años para volver a ver a mi familia».

CON ACENTO PAISA

En Colombia recurrió a la venta de comida en la calle. Vendió arepa de huevo, plato típico del desayuno colombiano. Luego de algún tiempo trabajó en una empresa desarrolladora de *software* como diseñador gráfico. La nueva experiencia laboral no lo absolvió del trato discriminatorio al que son sometidos los venezolanos que viajan a Colombia y a otros países de América Latina sin documentación. Allí Alexander cumplía un horario de trece horas diarias, de siete de la mañana a ocho de la noche, por un pago inferior al sueldo mínimo, y cumpliendo tareas que no tenían nada que ver con el trabajo de diseñador gráfico, como la limpieza.

Esto fue advertido por la que hoy es su esposa, Vanessa Millán, una joven deportista de treinta y cuatro años, oriunda de Cali. En la empresa de *software* solo trabajó tres meses. El inicio del nuevo vínculo sentimental reorientó nuevamente su vida.

Alexander y Vanessa han formado un hogar que es habitación y lugar de trabajo. Cuando no están en la piscina comparten las labores propias de la empresa que crearon. SIIE, Arte y Diseño es el nombre del emprendimiento. Al comienzo, Alexander diseñó tapabocas reutilizables, confeccionó camisetas, uniformes completos, hasta llegar al diseño de los trajes de baño. El conocimiento de las demandas intensas del polo acuático lo ayudó a crear una marca con la que hizo coincidir sus dos pasiones: el diseño gráfico y el waterpolo. «El primer cliente fue el club donde yo entreno, el Club Deportivo Polo Acuático Belén, con sede en Medellín, Antioquia. Ellos nos pidieron la primera dotación de trajes de baño».

«La oportunidad de conocer a atletas del waterpolo de otros países también nos ha dado la oportunidad de vender nuestro producto. Hemos podido ofrecer dotaciones completas a selecciones de Puerto Rico, Panamá, Chile, Argentina, Brasil, Estados Unidos».

La pequeña firma que han creado tiene un sentido más comercial del diseño. Crea marcas, desarrolla páginas web, maneja redes sociales, impulsa la imagen de las empresas, desde la creación del logotipo hasta el diseño y confección del uniforme, inmobiliario, avisos luminosos, desarrollo de la identidad... Después de cinco años en Medellín, su acento venezolano se confunde con las entonaciones del acento paisa.



“

Mediante el diseño expreso mi inconformidad. Con el cartel me manifiesto sobre cosas que no me gustan”



EL CARTEL POLÍTICO



El trabajo de autor de Alexander Morey ha sido calificado por la crítica especializada como cartel social, cartel político, gráfica disidente, protesta gráfica. Es un estilo de diseño que se vale del humor, la parodia, la ironía, la sátira, la denuncia, el mensaje político como impugnación de cierto orden establecido. Usa como recursos la fotografía, la caricatura, el dibujo, la reproducción, el collage, el color, para re-crear imágenes históricas, religiosas, populares, de símbolos patrios y referencias a su lugar de origen.

«Hay una pregunta que se repite sobre si el diseño gráfico es arte. ¿Cuál es la diferencia entre el arte y el diseño gráfico? Las dos manifestaciones son formas de expresión que se sirven de una serie de materiales y herramientas para alcanzar un objetivo. El arte debe provocar un sentimiento, una sensación, de libre interpretación del espectador, mientras que el diseño gráfico cumple con un objetivo, con una función; resuelve un problema. No puedo diseñar un cartel que tenga como intención representar la paz y simbolice todo lo contrario».

«Hace algunos años fui invitado por el Museo Carlos Cruz-Diez, junto a otros diseñadores de Brasil, Irán, Francia, Estados Unidos, Colombia, España y, por supuesto, Venezuela, a la exposición Carteles por la Paz, en un momento en el que Venezuela atravesaba por una situación política difícil. Tomé el escudo de Venezuela y sustituí el caballo que aparece en el escudo por una paloma de la paz, con una rama de olivo en el pico».



Unir esos dos emblemas, uno, universal, el de la paloma de la paz, y el otro de gran significación para los venezolanos, el escudo, le sirvió a Morey para cumplir con el objetivo. El cartel tuvo un impacto visual inmediato en el público receptor del mensaje. Comprendió que tenía una herramienta importante que podía serle útil para proponer respuestas a los problemas vitales de Venezuela y del mundo, a través de una imagen. «La historia está llena de referentes de cómo la imagen gráfica puede ser usada para influir en la conciencia política de la gente; a veces negativamente, como ocurrió con los carteles producidos por la Alemania nazi».

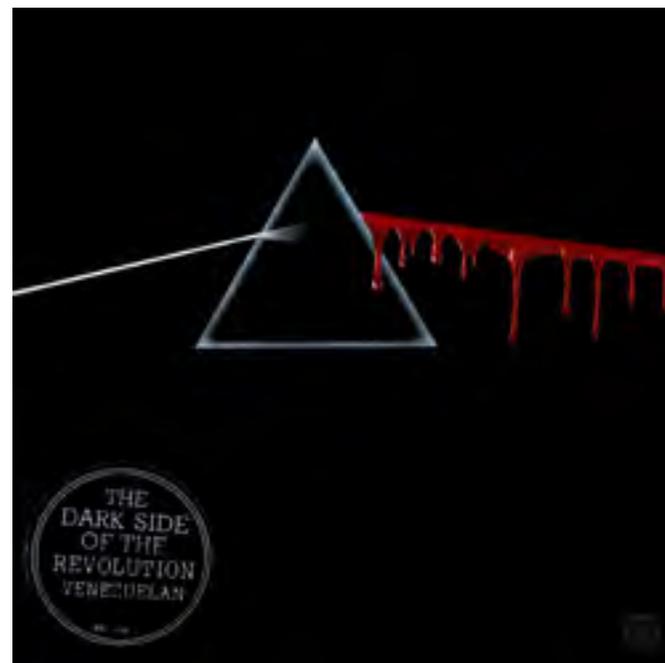
«Aunque es común pensar que el diseño gráfico solo se utiliza para hacer cosas bonitas, para vender productos, también es verdad que sirve para denunciar determinadas acciones, informar y motivar».

«Los diseñadores gráficos tenemos un arma muy grande en nuestras manos. Es un arma que ha incursionado en reivindicaciones ciudadanas que pueden abarcar temas como la ecología, el feminismo, la diversidad sexual, el discurso de género, además del tema político; y si se usa de buena manera, el mensaje puede ser contundente, sobre todo en la actualidad, gracias al alcance global de las redes sociales».

El uso de obras universales le sirve a Alexander para provocar la conexión inmediata con el espectador, diluyendo los viejos significados con los nuevos, creando enigmas, para componer, finalmente, una nueva realidad semántica. «A partir de la recreación de trabajos que han marcado la historia icónica y cultural del mundo, trato temas que no solo me afecten a mí, sino también a mi entorno. Uso la pieza como una referencia. Por esa nueva representación no obtengo ningún beneficio económico, pues el objetivo no es comercial, sino un mecanismo para enviar un mensaje».

La técnica de reproducción emplea referencias universalmente conocidas. Asoman en sus diseños la pintura *El hijo del hombre* de René Magritte, en el que reemplaza la manzana en el rostro del pintor por un tapabocas y el avatar del COVID-19; en la portada del LP de Pink Floyd, *The Dark Side of the Moon*, del diseñador Storm Thorgerson, sustituye el prisma por un chorro de sangre, y parodia el lema: «El lado oscuro de la revolución Venezuela»; toma fragmentos de *La creación de Adán*, en la Capilla Sixtina, de Miguel Ángel Buonarroti, y le inserta un surtidor de combustible, para sugerir que Dios no le da vida a Adán, sino gasolina, por la escasez en el país.

Igualmente hace alusión a obras locales, que, como íconos patrios, o logotipos emblemáticos, son reconocibles como representaciones de la identidad nacional venezolana: la escultura de *María Lionza sobre la danta*, de Alejandro Colina, la *Cromointerferencia de color aditivo*, de Carlos Cruz-Diez; el escudo nacional de Venezuela, o el logotipo de la emblemática marca Harina Pan de las Empresas Polar, con las que ofrece un significado nuevo a la señal de identidad. «En mis diseños he tratado el tema político,





a veces de forma sutil, a veces de manera más dura. En todo caso siendo fiel a lo que pienso y a lo que siento».

No pretende hacerse pasar por el autor de la obra ajena, por el contrario, ejecuta una acción más parecida al homenaje. Para Morey es necesario que el destinatario del mensaje identifique claramente la referencia de la que se vale para que su intención de parodiar, ironizar, desmitificar, hacer humor o cuestionar tenga efecto.

“ No puedo diseñar un cartel que tenga como intención representar la paz y simbolice todo lo contrario”

« LA HUMANIDAD CABE EN UN TAPABOCAS »

En la web se consiguen sus carteles y reconocimientos. Es posible hallar algunos de sus diseños retuiteados sin el crédito que les corresponde, por el interés que ha despertado el mensaje, como el del logotipo de la Harina Pan (PAN-demia). Es el diseñador con más trabajos seleccionados en el Salón Nacional de la Coexistencia, del Espacio Ana Frank; ha participado en la exposición Carteles por la Paz, organizada por el Museo de la Estampa y el Diseño Carlos Cruz-Diez, y ganó el concurso Rengifo en un Afiche, organizado por el Ministerio del Poder Popular para la Cultura y la Fundación Museos Nacionales.

En 2020 uno de sus carteles fue seleccionado en la feria Madrid Gráfica en Mataderos, Madrid, España. La convocatoria internacional estimulaba a presentar carteles originales y creativos, con mensajes que fuesen capaces de entrar «a la vez al ojo, a la cabeza y al corazón» para responder a las interrogantes que afectan al mundo. Su cartel participó bajo el lema «La Humanidad cabe en un tapabocas».

«Pensábamos que con la experiencia de la pandemia del COVID-19 la humanidad iba a modificar su forma de ser. El tapabocas se convirtió en un símbolo que puso a todos en un mismo nivel. No hubo distinción de raza, estatus económico, social, político, cultural, que no se viese afectado por el virus. Esto me llevó a pensar en la frase “La Humanidad cabe en un tapabocas”».

El mundo comenzó a depender del uso de un adminículo que, al tiempo que protegía a las personas, se convertía en un problema de contaminación. «Era una contradicción. La gente se protegía pero, al mismo tiempo, al desechar el tapabocas, se contaminaban las calles de las ciudades».

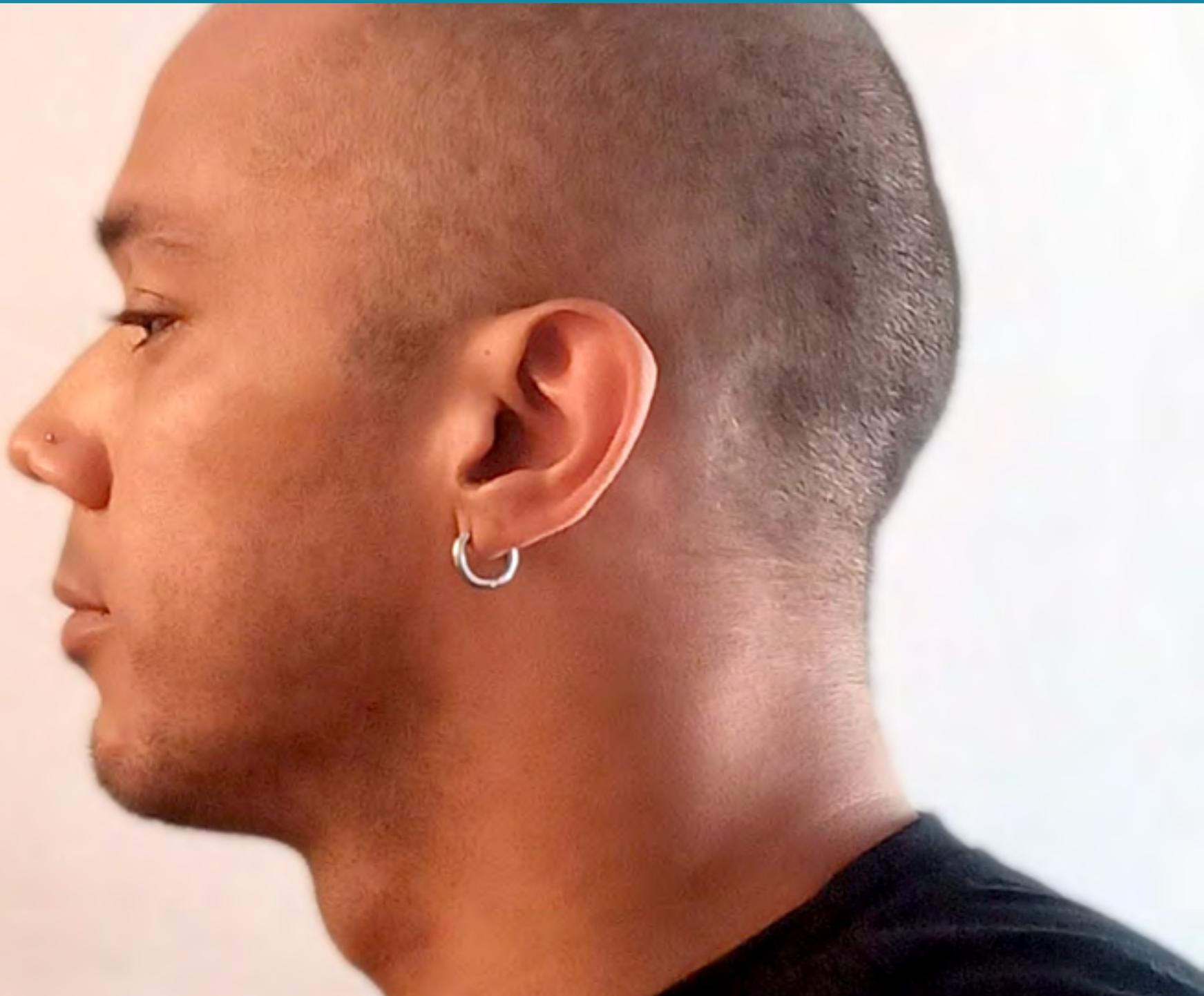
La experiencia del COVID-19 lo afectó como a todos. A pesar de reconocerse como una persona ensimismada, echó en falta el contacto con los amigos. El confinamiento le impidió entrenar. Debió buscar ayuda psicológica por problemas de ansiedad. Sintió rabia, frustración, tristeza. Subió de peso, perjudicial para un atleta de su nivel. Afloraron los recuerdos de sus padres y su hermana, percibió con toda su dureza la soledad del emigrante. Su psicólogo le aconsejó que volviera al entrenamiento o viajara a Venezuela. «No podía entrenar porque las condiciones no estaban dadas. Yo tenía cuatro años sin ver a mis padres y a mi hermana. Ella había dado a luz y no había podido conocer a mi sobrina. Viajé en plena pandemia».

En el trayecto le robaron todo el dinero que llevaba y el celular. Hubo un momento en el que dudó en seguir el viaje. Salió un jueves de Medellín y llegó al lunes siguiente a las diez de la noche a su casa en San Felipe. «No puede ser tan duro venir a ver a mi papá y a mi mamá».

El encuentro con sus padres, su hermana y su sobrina, aunque afectuoso, le hizo descubrir nuevos sentimientos. «Tenía que regresar a Colombia. Es muy difícil, porque siento que ya no pertenezco al lugar donde nací, y necesito regresar al lugar al que tampoco pertenezco. No pertenecer a un lugar es muy duro».

Sin embargo, el balance que hace Alexander es positivo. «Profesionalmente he vinculado mis dos pasiones, la natación y el diseño gráfico. El diseño es mi parte laboral y el waterpolo es mi parte emocional. El diseño es el intelecto, el waterpolo es lo físico. Con ambos puedo representar a mi país, aunque no viva en él. A través del deporte y del diseño gráfico puedo seguir siendo venezolano». ■

PORTAFOLIO







New Dollar





—1987—

JEFFERSON *Quintana*

«Doy forma a lo que siento»

Diseñador, piñatero y artista plástico nacido en Caracas, en 1987. Especializado en el diseño de proyectos editoriales infantiles, también se centra en la exploración estética de las piñatas como artefactos creativos, una obsesión en su vida que lo llevó a crear The Piñata Factory Studio en Miami, donde reside. Egresado de ProDiseño, en una época trabajaba de día en el estudio de Carolina Arnal y Waleska Belisario y de noche ilustra *Ratón y vampiro* de Yolanda Pantin. Ha sido galardonado por la American Alliance of Museums y el Florida Authors & Publishers Association President's Book Awards. Algunos de sus libros pertenecen a la colección de la Biblioteca de la Universidad de Harvard y a The Metropolitan Museum of Art de Nueva York

 @condobleefe



Albinson Linares



Leonardo van Schermbek (retratos)

Si esto fuera una fábula podría comenzar diciendo: «Érase una vez un niño de la parroquia San José, en una ciudad caótica llamada Caracas, que se enamoró de las piñatas y las convirtió en obras que se exhiben en algunos de los museos más importantes. Allí despliegan su colorido y texturas mágicas que maravillan a propios y extraños, porque los llevan a sus infancias».

Pero también podría ser la historia de un niño que nunca tuvo libros para niños y ahora asombra al mundo –y a miles de niños en todo el mundo– con sus diseños editoriales que han sido comprados por las universidades, museos y marcas más prestigiosas.

También sería la historia de un niño que tuvo que reprimirlo todo, su naturaleza, sus gustos y su propia personalidad porque siempre se sentía fuera de lugar. Sabía que lo observaban y eso lo llevó a medir sus gestos, y a vivir en una tensión casi insoportable. Hasta que el diseño cambió su vida.

Esta es la historia de Jefferson Quintana.

«Soy hijo único, mi padre se separó de mi mamá cuando yo tendría como tres años, así que crecí con mi abuela y mi mamá. A mi papá no lo vi más hasta que fue asesinado cuando yo tenía doce años, en Maracay, pero fue una relación muy distante», explica Quintana, desde su departamento en la ciudad de Miami.

Resulta exacto decir que creció rodeado de mujeres, escuchando sus conversaciones, viéndolas reír, pensar y vivir con ese cúmulo de rutinas y prácticas que exprimen cada día al máximo. Su madre se ganaba el pan con los números, dice entre risas mientras explica que se dedicaba a llevar la contabilidad en bancos y casas de cambio. Mientras tanto, él estaba todo el día jugando en su casa, bajo la mirada vigilante de su abuela. «Era como mi mayor felicidad», asevera con nostalgia.

Desde ese entonces, las piñatas emergen como presencias magnéticas y poderosas que lo atraían desde sus recuerdos más tempranos porque, si tiene que definirse, no duda en admitir que, por encima de todas las cosas, era un niño artístico.

«Fue una obsesión. Siempre digo que yo estaba dentro del vientre de mi mamá haciendo piñatas. Es una cosa que viene de adentro, no lo copié de un sitio ni es porque esté

A

“

SIEMPRE

ESTABA

PENSANDO

EN DISEÑAR

ALGO, EN LA

COMBINACIÓN

DE COLORES.

ESO ME

APASIONABA

DESDE NIÑO”

de moda. Apenas las vi tuve que aprender a hacer eso y dibujaba piñatas, hacía piñatas, en mis cumpleaños tenía que tener piñata, o sea todo era en torno a la piñata y así fue agarrándole cariño», rememora con una sonrisa emocionada.

A los seis años, una vecina le enseñó a hacer esos objetos tridimensionales que están llenos de dulces y regalos para los niños, y que son la quintaesencia de la diversión para cualquier chiquillo latinoamericano. En una tarde aprendió los rudimentos de cómo se usaban las tijeras, la engrapadora, las reglas, la preparación de la goma y así comenzó el sueño. Poco después estaba haciendo las piñatas de sus primitos.

«Siempre estaba pensando en diseñar algo, en la combinación de colores. Eso me apasionaba desde niño», dice y agrega que hasta sexto grado no estudió ninguna materia que estuviera relacionada con el arte. Estudiaba en un colegio muy humilde de San José, una zona popular donde era común que los alumnos usaran bolsos transparentes para asegurar que nadie llevara armas a los salones de clases.

«Todos los cuadernos estaban forrados de papel periódico para que no hubiera desigualdad. Yo era feliz cuando me mandaban a hacer una cartelera, porque me podía saltar el recreo que era el lugar donde me humillaban. Y así podía hacer lo que más me gustaba que era jugar con papel».



Lo que más le fascinaba era hacer manualidades o cualquier cosa cercana a la pintura y las formas estéticas. «Era lo que disfrutaba hacer porque, obviamente, sufrí mucho *bullying* por mi orientación sexual», admite con desaliento.

Lo recuerda claramente. Tendría unos cinco años y otro niño lo insultó crudamente en la escuela. «Y me retraí completamente, o sea, yo bloqueé eso de mi sistema hasta los veintiún años que fue cuando salí del clóset», confiesa sin ambages.

Quintana explica que no tenía ningún ejemplo, no había información ni modelos a seguir, lo que aumentaba su confusión y retraimiento en las clases. «Los niños necesitan referentes de personas dignas de todo tipo. Lo que yo tenía era el peluquero de La Rochela, donde todos se reían de él y eso se reflejaba en el colegio. Entonces me decía: “Yo no quiero ser eso, yo no quiero demostrar que soy eso. Me voy a ocultar”».

Aunque durante sus años en el colegio pasó por momento difíciles, el bachillerato fue un territorio más árido donde las hormonas, los prejuicios y la violencia emergían con facilidad.

«Ahí es cuando la cosa se puso seria, o sea, ahí es cuando alguien te decía en tu cara “te voy a caer a golpes y te voy a matar en el recreo”. Y, claro, eso me hacía pensar que yo no quería ser quien soy. Entonces me refugiaba mucho en mis amigas porque entendí que, de alguna manera, las mujeres me protegían porque hay una sensibilidad con la que conectas y se hace una hermandad bonita», explica.

A pesar de las vicisitudes, Quintana recuerda que tuvo amigos maravillosos con los que disfrutaba bailar la música de Backstreet Boys y Britney Spears, entre otras estrellas del pop. Además, le llamaba mucho la atención toda la propuesta estética, el vestuario y los escenarios de las películas de Tim Burton.

«Pasé por muchas etapas y hubo una en la que era como un patinetero, porque estaba ocultándome de lo que era. Era como un disfraz para mostrarme como alguien fuerte con unos pantalones anchos, zapatos bien grandes y una cachucha para que nadie se metiera conmigo, ¿sabes? Hasta mi corporalidad, mis movimientos, estaban medidos porque no me movía libremente», comenta sobre su temprana juventud.

“

Es muy importante que los niños puedan ver que hay otros como ellos. Yo no sabía que nadie era como yo, y eso es muy fuerte”

“

A veces me reviso un poco porque me salgo del molde típico de los diseñadores”

En medio de sus exploraciones, y el afloramiento de sus inquietudes, no rendía en el bachillerato. Tenía problemas con las materias y dedicaba su tiempo a recibir clases extra porque le costaba concentrarse en asignaturas como Historia de Venezuela. Se ríe cuando recuerda que reparó Educación Física.

«Aunque estaba confundido me gustaba dibujar a la gente, hacer un retrato, diseñar la portada de un proyecto, hacer maquetas o carteleras. Era obvio que tenía facilidad para eso y ya en la adolescencia empecé a hacer las piñatas para gente de mi familia, además hacía mis tarjetas de presentación y las llevaba para los cumpleaños. Ya tenía adentro esa cosa del diseño», comenta.

Un momento definitorio de su adolescencia fue la muerte de su abuela que se llamaba Concepción, pero le decían Conchita y era canaria. «De pequeño me encantaba ir agarrado de su mano por la calle. Mi mayor preocupación siempre fue que se muriera», escribió muchos años después en un libro. Quintana tenía quince años cuando su gran compañera falleció y asegura que fue un suceso que lo marcó debido a la gran influencia que tuvo en él.

«Hasta ahora, ha sido el momento más triste de mi vida. Y yo siempre la meto en cualquier proyecto que pueda, en muchos libros hay cosas de mi abuela, hay papeles que eran de ella, texturas, sus ojos. He sido muy consciente de tener las cosas que quiero, amo y admiro en esos procesos. Es como un homenaje constante porque gracias a ella pude hacer mi carrera, así que siempre va a estar ahí metida».

El diseñador explica que suele llorar de la emoción cuando ve las series de televisión actuales donde se habla de la homosexualidad en la adolescencia con personajes dignos y humanos. Es algo que siempre lo llena de asombro y esperanza.

«Con mi abuela y mi mamá me sentía un poco más libre porque estaba en mi zona de confort, y me apoyaban en todos mis proyectos. Pero siempre fue como usar una máscara, como decir “yo no voy a demostrar nada de lo que soy, de lo que llevo adentro”. Es muy importante que los niños puedan ver que hay otros como ellos. Yo no sabía que nadie era como yo, y eso es muy fuerte».

SU PROPIO LUGAR EN EL MUNDO

Algo que incrementó su confusión durante los años juveniles fueron las pruebas vocacionales. Esos *tests* que, en teoría, deben orientar sobre las profesiones más afines con nuestros intereses. Cuando le tocó presentarlos le recomendaron dedicarse a la biología, una disciplina que estaba en las antípodas de sus inclinaciones académicas.

«En el último año estaba claro en que me gusta dibujar pero, imagínate, si no tenía ni idea de lo que era ser diseñador o artista, la verdad es que no sabía qué iba a estudiar ni qué iba a hacer con mi vida. Pero hubo una persona clave en mi bachillerato, una amiga que se llama Ana Isabel que me dijo: “Tú deberías ir a ProDiseño, esa escuela es buena. Tienes que ir a averiguar”».

Pronto estaba haciendo el curso de admisión. Recuerda que eran tres semanas de clases diarias, muy intensivas, donde constantemente hacía ejercicios prácticos con un grupo de unas cien personas. A pesar de lo competido que fue ese periodo, poco a poco, comenzó a sentirse cómodo con la presión y el aluvión de conocimientos que recibía en cada jornada y quedó seleccionado para estudiar en 2004. Finalmente, tenía claro que había llegado a un lugar donde no era la única persona con una sensibilidad especial por el discurso estético, aunque aún no sabía que ese sería su destino profesional.

«Yo siempre tuve mis cosas muy contadas, no tenía esa posibilidad de probar una carrera y, si no me gustaba, comenzar otra. De ninguna manera podía botar la plata, no. Así que me dije: “Esta es mi profesión”. Yo no tenía carro ni materiales ni nada, pero me centré en echarle pichón. Creo que por eso también seguí reprimiendo mi orientación sexual, porque yo no quería descarrilarme, sino enfocarme en lograr mis metas. Claro que tenía mucho miedo de lanzarme a ese mundo porque no tenía ni idea de qué era en lo que me estaba metiendo», afirma.

Quintana no duda al admitir la enorme influencia que la filosofía educativa de ProDiseño ha tenido en su trayectoria profesional. Aunque sabía que estudiaba con gente más privilegiada, con mejores posibilidades económicas o mejores conexiones personales, nunca sintió que eso fuese un obstáculo para su crecimiento como diseñador. En sus palabras, ese es el secreto de lo que el instituto lograba en cada cohorte: formar diseñadores integrales y con múltiples posibilidades de especialización.

«Ahí se les daban las herramientas a todos por igual y, cuando veían que alguien tenía talento, lo cuidaban y lo iban impulsando. Yo soy un ejemplo de eso y me parece bellissimo porque yo iba escuchando y alimentándome con toda la gente que tenía a mi alrededor», agrega con entusiasmo.

Recuerda los choques que sintió al principio, cuando se vio inmerso en materias como Filosofía o Historia del Arte que eran muy ajenas a su bagaje académico. Pero pronto el temor daba paso a la maravilla del ingenio, a la alegría energética de su cerebro hambriento por aprenderlo todo, sin parar.

Además, descubrió su fascinación por el diseño editorial, ese conjunto de técnicas que convierten un volumen en una obra estética que nos interpela desde otras miradas. Explica que este descubrimiento de su inclinación por el arte de la composición de libros le llegó luego de una asignación teórica.

“

Cuando veo mi trabajo no sé cómo clasificarlo porque puedo hacer un libro súperlimpio y minimalista, pero puede venir otro que es totalmente lo opuesto y siempre busco un reto nuevo”

Aunque no ubica en qué semestre sucedió, sí recuerda que estudiaba tipografía con los profesores Carlos Rodríguez y Gabriela Fontanillas en un ambicioso curso que lo preparó de manera integral: desde aprender a dibujar las letras pasando por componer la diagramación hasta finalmente armar las ideas de lo que serán los libros.

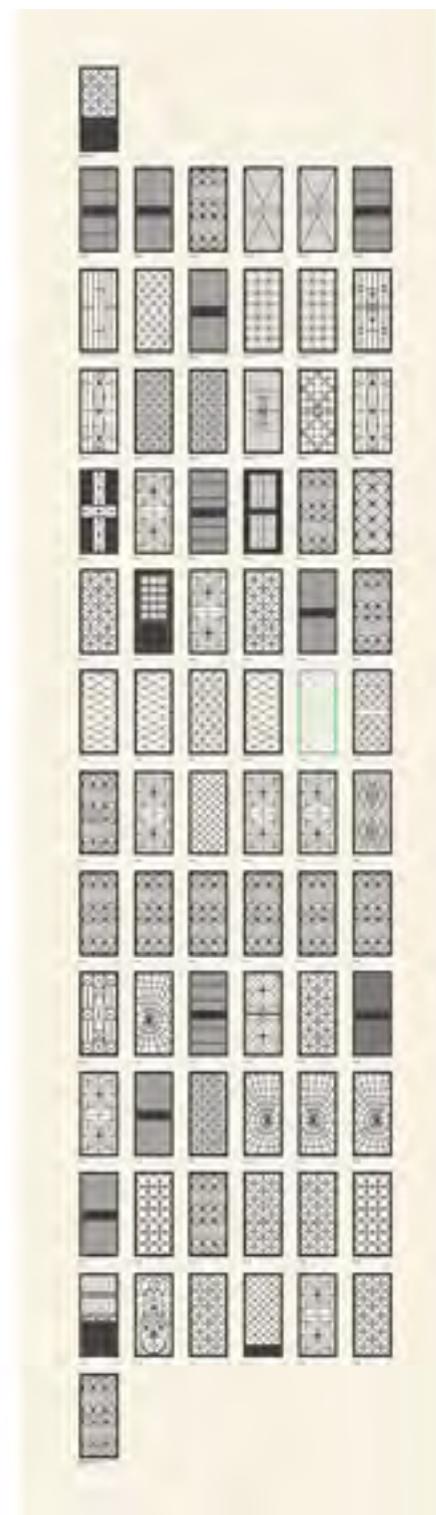
«Nos meten en todo el proceso y, mira las cosas de la vida, el proyecto era armar una colección de libros. Las portadas, sus lomos y todo debían plasmar una idea como pasa con algunas colecciones de Monte Ávila, pero como Memorabilia. Ahí fue que por primera vez logré resolver visualmente algo. Además, la idea me surgió despertándome y fue como un hecho milagroso, un momento de creación coherente, porque abrí los ojos y dije: “Claro, como el nombre es Memorabilia, la ‘M’ se va a formar cuando todos los lomos estén juntos y cada lomo va a tener un pedacito de esa ‘M’, que es una cosa abstracta y cada uno va a tener un color”», dice sobre ese momento eureka que fue una ratificación de su potente vocación.

En las vacaciones del año 2006, Rodríguez le ofrece hacer unas pasantías en el Departamento de Diseño del Museo de Arte Contemporáneo de Caracas, lo que se convirtió en una experiencia enriquecedora para el joven. El contacto con las pinturas e instalaciones del recinto, así como las interacciones con artistas plásticos y su trabajo de diseño, que abarcaba desde ayudar en la creación de catálogos e invitaciones hasta ayudar en algunos montajes, fueron experiencias que marcaron un giro en sus intereses.

«Aprendí muchísimo en esa época, y de todo el mundo: desde los artistas hasta las señoras de limpieza. También fue el momento en que me empecé a abrir y, por primera vez, le dije a una gran amiga que era homosexual. Fue increíble porque me daba tanto miedo que no podía verbalizarlo, entonces, estábamos sentados en un café y se lo escribí en un papel. Ella solo me respondió: “¿Y eso qué importa?”. Fue como una liberación», asevera con alivio.

Hacia el final de sus estudios, en una materia dictada por los diseñadores Efrén Rojas y Adriana Genel, emprendió su primer proyecto editorial que fusionaba todo lo aprendido en las aulas con su pasión por los libros. Se trata de *Serenísima Sur*, un volumen que parte de la idea de recrear unos objetos normalmente anónimos, como las rejas de los departamentos de una torre, con breves viñetas sobre las historias de esos vecinos que, a la vez, terminan siendo la historia misma de Quintana, quien vivía en ese edificio.

«Quise registrar todas las rejas de mi edificio. Comencé a vectorizarlas para hacer una síntesis gráfica y escribí una historia de cada uno de mis vecinos. Eran setenta y cuatro puertas y cada una estaba acompañada de unas líneas. Además, las rejas de mi edificio eran todas distintas porque fueron hechas por herreros portugueses, entonces tenías una que parecía una telaraña de Spider-Man, pero otra era muy rígida y luego otra era de cubos, y así», explica.



En *Serenísima Sur*, Quintana no solo se revela como un diseñador brillante sino como un narrador breve con un pulso notable para la síntesis y las descripciones potentes. «No sé cómo pueden tener cuatro hijos, un perro y seguir pariendo», dice en las líneas que describen a la familia de la reja 7-3. Otras viñetas son crípticas, pero reconocibles para quienes hemos vivido en torres residenciales grandes. Simplemente dicen «el catire» o «el hijo de la dominicana», y le queda al lector imaginarse sus historias, mientras ve las rejas vectorizadas en líneas limpias.

«Fue un proyecto en que yo dije: “Esto es mío, me gusta. Me apasiona darle forma a lo que siento y valoro”. Iba más allá del diseño, era un proyecto artístico y usé todas las herramientas que me dieron en la universidad», dice con orgullo.

En 2014, Eddymir Briceño, una diseñadora y gran amiga de Quintana que siempre creyó en el gran potencial del proyecto, se encargó de trabajar en el aspecto creativo del volumen que se publicó en Camelia Ediciones y se convirtió en su primer libro como autor.





UN RATÓN Y UN VAMPIRO QUE LE CAMBIARON LA MIRADA

Entre 2008 y 2010, Quintana seguía creciendo como diseñador. Luego de trabajar formalmente en el museo, debido a la intensa crisis económica del país tuvo que renunciar porque ya no podían pagarle y comenzó a trabajar en un estudio de diseño. En esa época, recibiría un encargo que cambiaría su forma de trabajar.

El director de la editorial Lugar Común lo llamó y, de golpe, le preguntó si le interesaba hacer las ilustraciones del libro *Ratón y vampiro* de la escritora venezolana Yolanda Pantin, obra que se ha convertido en un clásico para las nuevas generaciones del país.

«Yo no tenía nada en mi portafolio que respaldara eso. Había hecho ilustraciones en Prodiseno, pero eran proyectos muy cortos. El libro de Yolanda era de ciento cuarenta y cuatro páginas. Pero igual me lancé. Trabajaba de día en el estudio de Carolina Arnal y Waleska Belisario, dos diseñadoras increíbles, y de noche me dedicaba a *Ratón y vampiro*. Era una locura».

En ese trajín de trabajo incesante, el diseñador comenzó a encontrar su estilo, un lenguaje visual propio que le permitiría darle vida a los personajes de Pantin. Para lograrlo tuvo que volver a su infancia y comenzar a trabajar con plastilina, el método que usaba cuando recreaba sus primeras piñatas y figuras. Al leer el libro, tenía las voces de los personajes. Pero necesitaba verlos para poder plantear un discurso estético.



«Ese proceso duró un año y mi principal preocupación era cómo lo iba a hacer, o sea, qué color voy a usar, cuál va a ser la técnica, qué forma le voy a dar a esto con todos mis referentes, y sin que me vuelva loco porque, además, me dieron libertad total. Hice unas piezas con pinturas y las escaneaba. Era un *collage* totalmente libre y comencé a jugar con eso hasta que todo arrancó como un cohete y, cuando se lo mostramos a Yolanda Pantin, no tuvo ni un solo comentario sino que más bien estaba súperagradecida», dice con satisfacción.

Fue el comienzo de una aventura porque, aparte del libro que rápidamente se convirtió en un clásico de la literatura infantil en el país, Quintana también se involucró con el vestuario y la escenografía de la exitosa obra de teatro basada en la historia.

«Era un sueño que yo no sabía que tenía, y me lancé de cabeza. Además, en ese entonces ya salía con Leonardo van Schermbek, que es actor de teatro y ahora es mi esposo, y él se presentó a una audición y terminó siendo uno de los personajes de la obra. Fue algo mágico poder formar parte de ese fenómeno infantil en Venezuela», afirma.

Durante cuatro años, *Ratón y vampiro*, junto con sus diversas iteraciones, ocupó buena parte de la labor creativa del diseñador, quien compaginaba su participación en ese proyecto con sus trabajos *freelance* con clientes importantes como Cultura Chacao, la marca de ropa para niños Kid Cool, el Instituto Cultural Brasil Venezuela y la Embajada de Estados Unidos en Venezuela, entre muchos otros.

Además, se encargó del diseño editorial de los libros del sello Lugar Común, explorando nuevas posibilidades en cada volumen, y hubo otros proyectos como *A sostén quitao*, el libro de la fundación SenosAyuda, y un volumen que cuenta las historias de las personas que vivían en el *Hogar San José*, un centro de adultos mayores en Caracas.

Sin embargo, nunca abandonó las piñatas. «Volví a ellas después de *ProDiseño* porque empecé a regalárselas a mis amigos más queridos. Las hacía con las letras de sus nombres o con cualquier excusa pero era como mi mayor expresión de amor, porque al hacer una piñata yo pongo todo mi cariño».

La vinculación de sus piñatas con el mundo artístico surgió casi por casualidad. «Un amigo que estaba en Canadá me dijo que quería que le mandara una pieza para una exposición



que iba a hacer donde estudiaba. Entonces hice una obra que se llama *Autorretrato #1*, y era la palabra *YO* en forma de piñata, con mucho volumen y toda colorida. Le gustó y se expuso en Canadá, la verdad eso fue increíble», rememora con emoción.

Fue el inicio de un viaje estético que lo ha llevado a recrear esa pieza en dos ocasiones más, en Miami: una vez para una exposición en Imago - Art in Action, en 2016; luego, donó una de esas piezas a la gala del Museo de Arte Contemporáneo, donde hizo dos obras más que fueron subastadas.

«Fue una experiencia loquísima estar en ese contexto de gente y personalidades que hayan decidido comprar tus dos piezas. Era una cosa que yo no había experimentado antes y me llenó de orgullo».

« TODO EN ESTA VIDA ES EFÍMERO »

Las piñatas son un artefacto cultural fascinante porque engloban el jolgorio y los gozos celebratorios con la noción del regalo, y el carácter efímero de todo, tanto de la celebración, como de los festejados, sus invitados y, por supuesto, la piñata misma que suele ser destruida para liberar las ofrendas que lleva en su interior.

«Mucha gente te dice: “Ay, pero qué dolor que las rompan”. Pero yo tengo una frase sobre eso: todo en esta vida es efímero, todo, y eso también es hermoso. Si alguien quiere romperlas, que lo haga, y de eso va a salir algo nuevo como los caramelos o juguetes, y luego todo el mundo se alegra y la fiesta empieza otra vez. Es un proceso, como la vida», explica Quintana con emoción.

Desde 2016, el diseñador y su esposo viven en la ciudad de Miami donde compaginan sus actividades laborales con The Piñata Factory Studio, proyecto enfocado en la fabricación de piñatas de manera profesional. Además, para Quintana el exilio ha sido una oportunidad para mejorar su especialización editorial y aprender cosas nuevas.

«Nosotros llegamos con el interés por experimentarlo todo, desde la manera de vivir y trabajar hasta el idioma, por supuesto. Yo quiero que esto me atraviere y me transforme

porque quiero crecer con esta experiencia. Eso fue algo clave en este proceso y creo que lo hemos hecho bastante bien. Yo me siento en casa», afirma.

Al poco tiempo de llegar a Miami, Quintana comenzó a trabajar en Ilona Creative Studio donde ahora lidera el diseño y las colaboraciones editoriales del sello Tra Publishing, una editorial que se enfoca en los libros para niños y jóvenes principalmente.

“

Todo debe estar ahí por alguna razón. Busco un ilustrador, un autor o una tipografía con un proyecto o un color específico y me dejo llevar para que esos elementos me hablen”

«A veces es difícil, sobre todo cuando tenemos poco tiempo. Pero algo que aprendí en ProDiseño es el tema de la comunicación, todo debe estar ahí por alguna razón. Busco un ilustrador, un autor o una tipografía con un proyecto o un color específico y me dejo llevar para que esos elementos me hablen. Estoy atento a la historia del libro, a las sensaciones que me da y las vinculo con mi banco de imágenes, con mis referencias, hasta que las cosas pasan», asevera sobre su proceso creativo.

Las paradojas son constantes en su vida. Suele sonreír cuando recuerda que es el director de arte de una editorial de libros para niños pero, durante su infancia, en su casa no se leía mucho.

«Yo no tuve eso, a mí no me leían cuentos. No había dinero para comprar libros entonces, los que llegaban eran de algún primo lejano. Lo que sí descubrí después es que, en los espacios donde no había texto en los libros, yo hacía dibujos. No los leía, pero los veía y los intervenía. Entonces sí tenía un interés por el objeto diseñado que es algo muy curioso».

En Tra Publishing, Quintana ha trabajado en proyectos creativos que han recibido múltiples galardones de instituciones, como los que otorga la American Alliance of Museums y el Florida Authors & Publishers Association President's Book Awards. Algunos de los libros que ha diseñado pertenecen a la colección de la Biblioteca de Harvard, a The Metropolitan Museum de Nueva York, y han sido destacados entre los mejores libros de la galería Tate Modern en Londres.

Sin embargo, el diseñador advierte con seriedad que sigue experimentando todo el tiempo, transitando sendas creativas que lo llenan de ideas.

«A veces me reviso un poco porque me salgo del molde típico de los diseñadores. De hecho, cuando me presento yo le digo a la gente que soy piñatero, artista ilustrador y diseñador gráfico, en ese orden porque todas esas partecitas me conforman. Cuando veo mi trabajo no sé cómo clasificarlo porque puedo hacer un libro súperlimpio y minimalista, pero puede venir otro que es totalmente lo opuesto y siempre busco un reto nuevo. Creo que me preocuparía si todos mis trabajos empezaran a verse iguales», explica sobre su evolución como artista y diseñador.

Su estancia en Miami le ha permitido conectarse mejor con el lado más artístico en su exploración constante de las piñatas como artefactos estéticos y objetos utilitarios o comerciales. En esa búsqueda, Quintana logró hacer su primera exposición individual llamada Piñanatomy en los espacios de Imago - Art in Action, donde deconstruyó las piñatas, mostró su personalidad como artista plástico e incluyó una pieza muy especial.

«Hay una piñata muy importante que es un Mickey Mouse que yo tuve a los seis años y mientras planeaba la exposición justamente encontramos una foto mía con esa piñata. Pero, además, está la foto de mi esposo con una piñata igual, a la misma edad. De hecho, es la misma piñata en colores invertidos: rojo y azul, azul y rojo, o sea, es una casualidad increíble porque los dos tenemos la misma ropa, un palo en la mano y los cachetes maquillados, una cosa loca. Ahí es cuanto tú dices: esto es mi destino», asevera con gran emoción y los ojos brillantes.

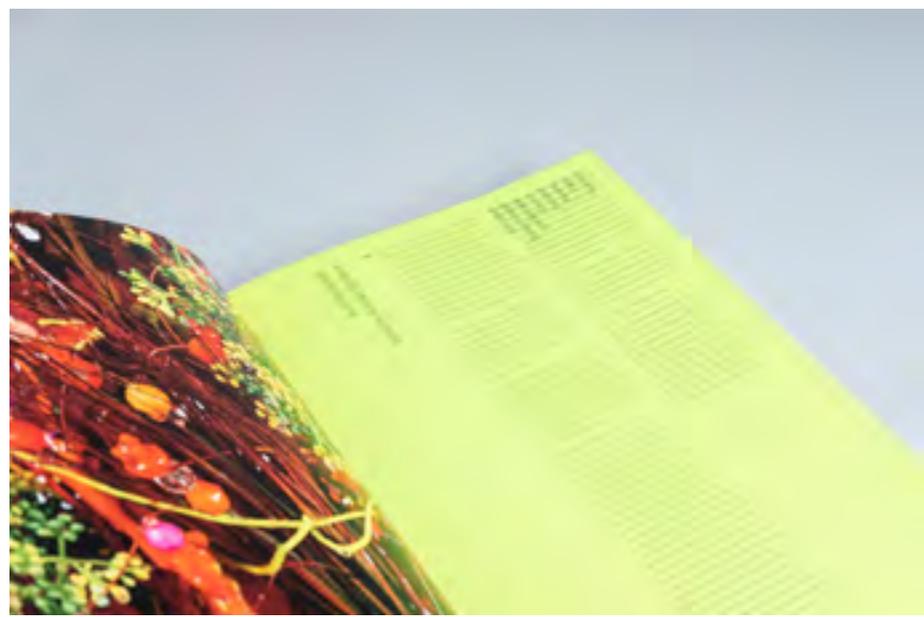
A pesar de la distancia, Caracas siempre está presente en la obra, la cabeza y el corazón del diseñador. En muchas ocasiones, Quintana suspira cuando se acuerda de su ciudad y todo lo que vivió en sus calles. Dice que hay muchos detonantes que lo sumergen en sus vivencias desde el sonido de un amolador de cuchillos hasta las procesiones religiosas que le recuerdan su infancia.

«Esa mezcla de gente y la diversidad cultural es algo muy rico y muy real. Creo que eso siempre lo voy a llevar como una bandera porque es mi riqueza, mi espontaneidad, mi mezcla, mi aventura y mi comedia. Eso me lo ha dado todo». ■

PORTAFOLIO









— 1987 —

LUIS
Albornoz

«Fui un mendigo del diseño»

Criado bajo los colores languidecientes de Jesús Soto en Guarenas y nacido en Caracas en 1987, este egresado del Instituto Diseño de Caracas asumió el diseño gráfico como un vehículo para crear una marca. La estética «*cuchi*» de su trabajo se convirtió en Chocotoy, un mundo de colores con sus propios personajes y a la vez un estilo adaptable a marcas y productos, entre ellos los refrescos Golden. Durante una década hizo crecer aquel proyecto hasta ofrecerlo a una audiencia global —que incluyó proyectos para Londres y Hong Kong, y ahora Ciudad de México, donde reside— lo cual le ha permitido diversificarse y emprender todo tipo de trabajos, como diseñar la portada del álbum *Oasis*, el dúo de J Balvin y Bad Bunny

 @luigichocotoy



Víctor Amaya



Luis Albornoz (autorretratos)

El color marca la emoción. Más que diseñar o ilustrar, Luis Albornoz crea mundos completos a partir de personajes. Figuras llenas de vitalidad que arrancan sonrisas y cumplen su usual cometido: captar una venta. Porque su trabajo ha logrado colarse entre marcas consolidadas para prestarles su identidad. A él lo buscan para ponerle su sello a productos ajenos, incluso culturales. Sus personajes no siempre tienen nombre, pero uno solo identifica un estilo y también su estudio: Chocotoy.

«La marca nació como una asignación académica, una entrega para una materia cuando estudiaba en el Instituto de Diseño de Caracas. Hice tres personajes para identificar una juguetería que fuese al mismo tiempo una dulcería. Era la idea de la marca que proponía que terminó siendo la génesis de Chocotoy, que fue un proyecto pensado como para una franquicia», recuerda el nacido en Guarenas en abril de 1987. Aquella idea le consiguió al alumno la nota en la tarea, pero también encendió una chispa que se fue afinando hasta convertirse en su propio mundo.

Nunca quiso trabajar como empleado en una empresa, marcando horarios, llegando temprano. Lo hacía porque la economía se lo demandaba. «Yo andaba desesperado por no hacer eso más nunca. Quería crear algo mío, algo que me ayudara a dejar la vida de asalariado. Pensé que podía crear una marca, pero no sabía de qué».

Ya tenía el nombre, Chocotoy. Tenía una estética, personajes redondeados y afables llenos de colores vivos. Le faltaba dónde aplicarlos. «Primero pensé en crear una marca de camisetas estampadas para vender, pero nos sentamos con el presupuesto y los números para cien playeras eran imposibles. El presupuesto era de sesenta mil bolívares en aquel momento (2011, equivalente a unos cinco mil seiscientos dólares). Ni vendiendo mi carro podía lograrlo porque yo tenía un (Fiat) Tucán del 87 que valía como quince mil nada más (unos mil cuatrocientos dólares)».

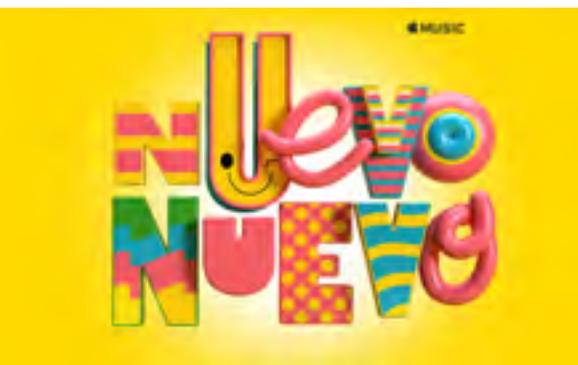
La respuesta vino con unos amigos que hacían sublimaciones de gran formato. «Se nos ocurrió hacer bolsitos e identificarlos con el diseño. Había que buscar materiales coloridos que combinaran y ese presupuesto era mucho más manejable».

La empresa Chocotoy Estudios se registró en ese año 2011, con la marca Chocotoy como primera en su portafolio. «Ahora, si íbamos a vender bolsitos, ¿dónde los vendíamos?».



“

SIEMPRE MIS
LÍNEAS HAN
SIDO COMO
BOCETOS QUE
HACEN UN
INTENTO POR
SER LO MEJOR
QUE PUEDEN”



Lo que parecía letra de «La pulga y el piojo» halló resolución en las redes sociales. «Vimos que en Facebook se anunciaban mercaditos de plazas. Descubrimos cómo son las *pop-up stores*, tiendas de guerrilla que puedes armar con un *look* increíble. Entonces vimos que ese era el camino y nos pusimos a diseñar un carrito que sirviera para mostrar en una mesita los bolsos».

Debutaron en El Mercadito de la Plaza, que llenó de cultura alternativa las calles del municipio Chacao de Caracas ese año. «Fue increíble. ¡Vendimos! Nunca vas a tener la recuperación de la primera inversión, pero igual fue emocionante. Vimos que allí había algo. Luego nos estuvimos presentando en mercaditos y era fascinante la receptividad de la gente. Claro que detrás de eso estaban nuestros amigos que producían los bolsos porque ellos ponían la tela y todo, nos facilitaron la producción. Cuando crecimos lo suficiente lo comenzamos a hacer todo nosotros con unos proveedores», cuenta Albornoz desde Ciudad de México, donde ahora reside.

En los mercadillos capitalinos se fueron abriendo paso con sus bolsos, poco a poco, pero el cambio se los dio la ciudad de Valencia. «Fuimos a un evento llamado Nido Creativo y fue como un antes y después, en términos de volumen de ventas. Fue en Prebo —en Valencia— y a la gente le encantó el producto. Vendimos bastante y fuimos a otras actividades allá. La gente llegó a pensar en Caracas que Chocotoy era originalmente de Valencia, porque teníamos un trabajo consecutivo allá».

El siguiente brinco fue la Feria de Navidad del Ateneo de Caracas, donde por fin pudieron entrar luego de mucho esperar «y fue una locura en ventas a pesar de estar en un huequito por allá lejos. Con eso casi que pagamos un año completo de gastos propios. Pero nos seguimos moviendo hasta que la devaluación diluyó todas las ventas. Fue nuestro último año en Venezuela, entre 2015 y 2016. Ahí tuvimos que parar la marca».

Luis Albornoz siempre habla en plural. Su arte gráfico es la combinación de su tránsito profesional y personal pero también de la combinación con Karen Guevara, su pareja desde 2010 y además socia. «Decidimos emprender como pareja. Yo me encargaba de los diseños y ella de producción, cuentas y números». Poco ha cambiado en esa dinámica que entonces les funcionó para crecer: «Hicimos portacosméticos, bolsitos para usar de un lado, en forma

de dona, billeteras, franelas, leggings, cajitas, pines, chapas, cartucheras, morrales. Llegamos a tener ochenta diseños únicos, casi productos exclusivos. Todo lo hicimos nosotros porque nunca nos llegó un inversionista», se ríe.

Y lo hace con la satisfacción de quien finalmente creó algo propio y exitoso en sus clases de la materia de Empaque que le hizo cumplir un primer sueño: «Yo renuncié, el mismo año que sacamos la marca, al sitio donde trabajaba como empleado. Más adelante salí del país con lo que pude adonde tuve un amor a primera vista: Ciudad de México. Imagínate, salimos directo de Guarenas para México».

“ Quería crear algo mío, algo que me ayudara a dejar la vida de asalariado. Pensé que podía crear una marca, pero no sabía de qué”



DISEÑO EN DOS TIEMPOS

Cada mañana Luis Albornoz veía las formas y colores que Jesús Soto había diseñado inadvertidamente para su casa. Hasta bien entrados sus veinte años vivió en la Villa Panamericana de Guarenas, los edificios que fueron construidos para albergar a los atletas de los Juegos Panamericanos de 1983. Cuatro años más tarde era el hogar de la familia del ahora diseñador gráfico, hijo de una enfermera y un chofer que trabajó también como vendedor para compañías al mayor. «Yo viví veinticinco años viendo esos diseños de Soto. Quizá fui influenciado por la movida gráfica de esos edificios. Luego nos mudamos a una casita en Guarenas en un conjunto residencial cercano».

Aquella Villa Panamericana era el patio de juegos de un chamito que se divertía con su propio entorno. «Era un conjunto cerrado pero gigante. Había cancha, campo, un río.



Yo en las tardes me escapaba a jugar pelota, la ere, a hacer casas en un árbol o a buscar lodo para hacer arcilla. Siempre estaba con los vecinos por ahí en la calle, lanzándonos sobre gaveras por una rampa. Fue una época muy divertida».

“

Me la pasaba dibujando en los pupitres con lapiceros, en los cuadernos y luego arrancaba las páginas cuando mi mamá buscaba revisarlos. Era terapéutico”

Es el menor de tres hermanos: «el **princeso de la casa**», admite haber sido consentido. Pero se sentía también parte de una familia que debía bregarse su estabilidad. «Todo era un contexto de clase media baja. Nunca tuvimos un carro nuevo, por ejemplo. Pero vivíamos en apartamento. Siempre digo que para mis amigos pobres yo era rico, y para mis amigos ricos yo era pobre».

Por aquellas veredas no solo inventaba juegos sino que acudía a la escuela primaria ubicada dentro del mismo conjunto residencial, hasta el tercer grado de primaria. «Luego me cambiaron a uno de Fe y Alegría más acomodado, hasta séptimo grado cuando me cambiaron a una escuela privada por asuntos de conducta. Me pasaron al San Martín de Porres en Guatire cuando mi mamá pudo pagarlo, porque tuvo una oportunidad de trabajo mejor cuando pasó del sector público al privado».

El cambio de salón no atemperaba la rebeldía del pequeño. Dos décadas después cree que lo suyo era dispersión. «Eso era conflictivo para mí como persona, para mis papás como representantes y para la propia escuela porque nunca estaba ahí. Yo iba para pasar el rato, lo que hacía era dibujar, echar chistes y cumplir horario. Cuando cursaba materias de artes plásticas destacaba pero en más nada. Eso afectó mis notas cuando ya la cosa se puso seria con materias como Física o Química. Me la pasaba dibujando en los pupitres con lapiceros, en los cuadernos y luego arrancaba las páginas cuando mi mamá buscaba revisarlos. Era terapéutico».

Aunque en su casa no había mayor estimulación visual –«había un cuadro venezolano de una casita y una montaña nada más, porque mi familia no podía comprar arte ni *posters*»–, las hojas en blanco lo estimulaban. «Como a los ocho años comenzaron a dárme las y me puse a pintar casas. Les hacía salas, escondites, escaleras, tuberías. Por aquel tiempo mi hermana mayor tenía un novio que dibujaba y yo lo veía ayudando a mi mamá, que estaba haciendo una especialización, haciéndole células y esas cosas. Eso me influenció de forma

orgánica, pero debo decir que mi gran influencia vino de la televisión, y específicamente de *Looney Tunes*».

Aquellos personajes lo motivaron a trazar los suyos. «Yo dibujaba al Tío Sam y al Pato Donald de memoria. Me gustaba mucho hacer personajes y ponerles ropa, diseñar formas humanas. Dragon Ball era una influencia: dibujaba mucho ese tipo de personajes fuertes, musculosos. Todo lo hacía siempre con colores, mi mamá siempre tenía una caja de Prismacolor completa por ahí. Aunque eso fue una temporada, luego ya para mí no existió usar colores en los bocetos. Además yo no creo que dibujaba bien. Siempre mis líneas han sido como bocetos que hacen un intento por ser lo mejor que pueden».

Se fue llenando de referencias visuales, siempre desde la pantalla chica. «En mi casa había televisión por cable y allí veía Cartoon Network y Nickelodeon. Veía desde *Don Gato y su pandilla* hasta *Rugrats* o las *Tortugas Ninja*. Fui fan de *Spider-Man* pero ya después dejaron de gustarme los superhéroes. También estaba muy pegado con *El laboratorio de Dexter*, las *Chicas Superpoderosas*, *Vaca y Pollito*, *Ren y Stimpy* o *Coraje, el perro cobarde*. Me gustaba mucho ese humor bizarro. Recuerdo que esos “monstruos” me influenciaron también».

Las líneas duras de las caricaturas de los noventa encontraron más equilibrio con los videojuegos, cuando a su casa llegó un Nintendo 64 alrededor del 2002. «Me regalaron el *Mario Bros* y mi primo tenía un montón de juegos más», recuerda Luis sobre la consola de personajes redondeados y coloridos que también lo marcaron.

Llegó a su casa la primera computadora de la familia, una PC sin internet que leía discos compactos. «Tenía la enciclopedia Encarta y era increíble ver las animaciones. Eso me llamaba la atención pero yo seguía con el interés de estar en la calle. Era la época ya adolescente y lo que andaba era de fiesta en fiesta bailando. Iba a muchos matines en Guarenas. Con los amigos también descubrimos lo que era tomar, y el cigarro. No parábamos. Yo siento ahora que perdí mucho tiempo tomando y rumbeando en vez de agarrar un libro».

Surgió la necesidad de jugar menos y planificar más. Pensar hacia dónde apuntar los esfuerzos vitales: decidir qué estudiar. «Una de mis hermanas cursó Estudios Internacionales y creo que tomé eso como referencia aunque en las pruebas de aptitud académica siempre me salía Artes. Pero en mi casa había miedo porque eso no es rentable, me decían:



“Mejor métete en Ingeniería, en Arquitectura o en Estudios Internacionales”. Me vi obligado a optar por lo que veía que mejor fluía. Pero presenté pruebas para entrar a la escuela de Estudios Internacionales de la UCV y hasta en la Academia Militar y no quedé».

Hoy una risa burlona se escapa junto a la anécdota cuando el protagonista la cuenta, pero entonces era poco menos que una tragedia. «Lo que hice fue tomarme un año para estar por allí como mendigando, sin hacer nada realmente. Después sí decidí hacer una carrera en serio, estudiar diseño».

“

Debo decir que mi gran influencia vino de la televisión, y específicamente de *Looney Tunes*”

Las madres resuelven, siempre resuelven. En este caso también. Trabajando con un doctor la mamá de Luis supo sobre el Instituto de Diseño de Caracas, donde estudiaba el hijo del galeno. «Comencé a estudiar allí cuando ya iba para diecinueve años la carrera del diseño gráfico. A mí me encantaba diseñar logos y marcas para empresas. Vi un catálogo que tenían y una tesis de *branding*, y eso me llamó la atención desde el principio».

Durante su formación descubrió que los empaques se diseñaban: para ello se usaban los principios de composición, las formas, un sinfín de elementos «y eso fue abriendo mi mente. Vi que no era algo solo para crear marcas, sino más amplio. También me gustaba el diseño editorial».

Una materia le hacía ruido: Color. «La odié», dice quien ahora se rodea de tantos colores como personajes tiene. «Creo que fue por el tema práctico, pues teníamos que pintar y era muy desesperante siempre lo de hacer manualidades. Me causa demasiada ansiedad eso».

Pero los amores mutan y hasta se apagan. «Cuando empecé a reprobar dejó de gustarme el *branding*, como a mitad de la carrera. Raspé materias de diseño gráfico y mi mamá me castigó diciéndome que no me iba a pagar más las clases y que me pusiera a trabajar. Luego supe que no era que no quería pagarlas, sino que no tenía cómo hacerlo. La situación se había puesto dura».

Entonces Luis comenzó a trabajar en un departamento de diseño de una empresa como asistente. «Fue gracias a una de mis hermanas que me consiguió eso. Lo que hice allí lo usé para pagar de nuevo la inscripción y desde ahí comencé a pagarme mis estudios.

Empecé de nuevo el semestre con gente que no conocía, pero iba más lento porque cuando uno empieza a tocar dinero te empiezan a valer madre los estudios. Fueron dos años de trabajar hasta que ya me salí de ese trabajo y quise volver a estudiar en serio. Entonces lo retomé de verdad y fue muy interesante porque empecé a verlo todo como algo más profesional. Entonces sí me fajaba, me quedaba en la casa estudiando, viendo tendencias».

Cuando volvió a estudiar todo cambió, «empecé a hablar el lenguaje de la carrera». Se hizo un conocedor de los empaques, el dibujo, el *branding*, el diseño para materiales impresos. «Ya no hacía cosas manuales sino que todo era más técnico. Por aquel tiempo me motivaba mucho un profesor llamado Francisco Ruby, y otro llamado Jaime Tugues».

DE MENDIGO A MILLONARIO

Comenzó a trabajar en un pequeño estudio en Caracas al final de su carrera académica y, mientras, Chocotoy tomaba forma. «Ahí yo hacía de todo porque era el único empleado», suelta con una carcajada. «Luego conseguí trabajo en una productora que hacía eventos en el CCCT. Era horrible porque había gente en corbata que cree tener el mejor trabajo y te ven de arriba a abajo porque eres solo un diseñador. Allí estuve hasta que lancé Chocotoy. Fueron mis únicas dos veces asalariado en este oficio, hasta que migré a México».

Era el año 2011 y Luis entendió que no bastaba un salario. «Estuve una temporada haciendo tarjetas de presentación para una marca de un amigo y me di cuenta de que no estaba facturando realmente. Yo era un mendigo del diseño, como la mayoría de los recién graduados. Ya estaba saliendo con Karen, que estudiaba diseño en la Universidad Santa María, y no teníamos dinero ni para ir al cine. Me gustaba el trabajo pero lo que ganaba el 15 se me iba el 16 de cada mes».

Con el nacimiento de Chocotoy, la creatividad estaba al máximo. «De un personaje sacaba composiciones grandes y replicaba. Iba creando mucho. Me ayudaba a resumir los tiempos porque era como un espejo, podía ir duplicando los resultados». Y de bolso en bolso y de producto en producto, también se volcó a lo digital. «Descubrí Bêhance, que es una plataforma donde se pueden subir portafolios y resulta que allí también son curadores de





proyectos. Un día Chocotoy salió como destacada y eso hizo que comenzáramos a recibir correos electrónicos en otros idiomas. Eso nos abrió al nuevo campo de vender diseños. Más que productos era vender el estilo para marcas, logos y empresas».

Aún operaba desde Caracas, pero comenzó a ver una clientela global. «La duda era cómo cobrar, por el control de cambio. Pero fue increíble ver hasta dónde llegaba el alcance. Al primer cliente lo recuerdo como a un hijo. Fue una agencia de Los Ángeles que iba a lanzar el (Toyota) Yaris / Prius y buscaban el concepto cute *kawaii* para hacer un arte para imprimir en el lanzamiento. Yo lanzaba precios de locura cuando me preguntaban, que si mil quinientos dólares que era algo que jamás había visto. Me respondían que sí, que eso era regalado».

La caja fluyó más y las tareas se diversificaron. La estética de Chocotoy resonaba con clientes que buscaban personajes pero también estilos gráficos específicos. «Por ejemplo, HP quería lanzar unas impresoras plotter y buscaban comprar el arte como licencia porque la idea era que la prueba de impresión fuera Chocotoy. También hicimos un logo para un canal de YouTube de Londres».

Luis consolidaba una estética propia, que perfeccionaba un concepto japonés: el arte *kawaii*. «Es una tendencia donde todo cobra vida hacia lo lindo, lo cuchi, lo tierno. Pero no lo podía hacer tan parecido a lo que allá se maneja. Para darle autenticidad lo que hicimos fue rescatar esa cultura visual nuestra y convertir al *kawaii* en una propuesta estéticamente más parecida a lo venezolano, rescatando el tema de la cultura pop criolla».

Dentro del mercado nacional aquello resonó con varias iniciativas locales. «Yo estoy muy orgulloso de que uno de los primeros clientes fue Golden, la marca de refrescos. Hicimos dos diseños de lata, una para chamitos con sabor a naranja y una segunda en la que nos permitieron poner la firma. Hemos hecho cosas grandiosas, pero ese proyecto de Golden es simbólico para mí porque tuvo un contexto muy venezolano».

Lo que vino después fue una progresiva internacionalización de su trabajo. Los diseños de Albornoz alcanzaron otras latitudes gracias a la exposición en las plataformas digitales. «Montamos una instalación en un parque de Hong Kong, donde la estética es casi un culto. Allá todo es monumental. Nos tocó hacer una para Zoomer, al inicio del verano en un centro comercial allá. Hubo libertad creativa y pudimos montar una arepa motorizada

en Hong Kong. Claro que allá no tenían ni idea de qué se trataba. Fue muy emocionante ver a un personaje cobrar vida a esa escala. También hay trabajos que han llegado a India, Indonesia, Inglaterra, Estados Unidos y hasta Emiratos Árabes donde decoramos un food truck. Cuando esto explotó llegó mucho trabajo y permitió poder escoger qué aceptar y qué no»



LA SEGUNDA VIDA DE CHOCOTOY

En enero de 2016, Luis decidió concretar su emigración. Escogió México, que había conocido poco antes al ser invitado a exponer en la galería Rojo Bermelo, dedicada al diseño pop, juguetes y espacios creativos. «Fue amor a primera vista y cuando tocó irse no miré hacia otro lado. Salimos del país al mismo tiempo Karen y yo. Hicimos un pote para irnos. Invertimos todo lo que producíamos en salir de Guarenas para Ciudad de México. En la cuenta teníamos solo dos mil quinientos dólares para pagar todo. Al principio vivía en un cuarto de servicio, que era lo único que podía pagar».

“

Convertí al *kawaii* en una propuesta estéticamente más parecida a lo venezolano”

Seis años después, acomodado en la sala de su casa azteca y rodeado de muestras coloridas de su trabajo, Albornoz recuerda que la llegada fue dura: incluyó «apagar» a Chocotoy y volver a la vida de asalariado. «No nos llegaba ningún proyecto como para mantenernos en el tiempo y la marca no tenía sentido porque no podíamos producir o vender en Caracas. Todo quedó en *standby*. Así que decidí buscar trabajo en una agencia de *marketing*, donde me iban a ayudar con el tema migratorio aunque al final no se concretó. Allí estuve como un año en la parte creativa. Me tocaba hacer diseños de campañas políticas para alcaldes, gobernadores. Me retiré de allí porque me di cuenta de que no llegaría la ayuda con los papeles».

El asunto legal era importante. Luis entró a México como turista, con seis meses de permanencia. Ese mismo año, luego de un viaje a Buenos Aires, fue declarado inadmitido al regresar al Benito Juárez. Desde la capital argentina se movió por tierra hasta Lima para volar a Caracas, «al contrario de los migrantes caminantes», a renovar pasaporte. «Estuvimos un mes en Venezuela. Cuando llegué otra vez a México estaba sudando, sin poder hablar bien, dije que venía de turista y me sellaron la entrada porque tenía un vuelo de regreso apartado. Yo quedé traumatizado con lo de salir del país».

Desde 2018 tiene residencia en la nación azteca, que se concretó en paralelo a su segundo trabajo en una compañía mexicana. «En un momento estuve más desahogado en lo económico, pero hubo una reestructuración y me echaron como a los cinco meses. Fue preocupante porque dependíamos casi exclusivamente de ese sueldo».

Luis y Karen se vieron de nuevo sin ingresos. «Nos sentamos a decidir si íbamos a creer en nuestra marca y avanzar con ella». Y así fue. Cargados de temores y tratando de gastar lo mínimo retomaron Chocotoy. «Justamente en esa temporada llegó Nickelodeon para hacer un proyecto de una serie. Nos pidieron unos *letterings*. Nos habían visto en Bēhance. Ese contrato nos incentivó a seguir trabajando *freelance*».

La vida comenzaba a mostrarle a Luis una paleta de colores más completa. «Otra vez la rueda giró. Creo que en ese momento se cerró esa primera etapa como migrantes y avanzamos. Hoy en día me dedico cien por ciento a Chocotoy, y no me aburre porque estoy evolucionando. No me quedé en el estilo *kawaii*, sino que agrego más elementos, otras formas».

Esa evolución es producto de estudio e investigación. «Yo paso dieciocho horas al día metido en la computadora viendo, dibujando, explorando Pinterest, Bēhance. Viendo contenidos y tendencias. Compró libros de diseño. Me mantengo al tanto de lo que está pasando en este mundo para hacer crecer la marca».

Así logró las cualidades para sus dos proyectos mayores, el que más alcance les ha dado y el de mayor beneficio económico. «Lo primero vino con la portada del disco de J Balvin y Bad Bunny. Eran dos potencias unidas en ese momento y tuvimos esa oportunidad. La exposición que tuvimos fue absurda, sumamos tres mil seguidores en Instagram en un día y conocimos a un montón de gente nueva».

Primero hubo dudas, desconfianza, un clásico «¿será verdad?». «En este mundo cualquiera te puede decir algo que no es. Nos contactó una gente del equipo de J Balvin, a través de su director creativo. Llevamos la conversación hasta que mostraran alguna evidencia de que eran ellos en verdad. Cuando confirmamos, sí llegó la emoción. Yo siempre comento que soy de Guarenas y culturalmente aprecio ese tipo de sonido urbano. Soy el fan enamorado, pues».

Desde un principio supieron que buscaban un diseño para «la portada del nuevo disco de José y Benito». Luis escuchó la idea preliminar y la pregunta: «¿Están interesados? Tendrán libertad creativa». El sí fue inmediato. «Durante tres meses estuvimos trabajando con ellos. J Balvin es el único con director creativo porque los demás trabajan lo suyo directamente. Nuestra comunicación era toda por internet. Lo que sí tengo son notas de voz de Bad Bunny», admite cual tesoro. En 2020 salió el álbum *Oasis*, el dúo de J Balvin y Bad Bunny, y en el mundo del reguetón ahora Luis es conocido como «Choco».



Luego llegó un nuevo ambiente. «Hace dos años entramos a hacer un proyecto NFT que se lanzó en 2022. En esa negociación somos socios al cincuenta por ciento y cuando vimos los números de las ganancias era una cosa que no estaba en ningún plan. Es algo que agradezco muchísimo a Dios porque habíamos salido embarazados y eso significa que se gasta el triple». También, durante la pandemia, otro trabajo llegó para brindar una alegría financiera. «Hicimos una línea de personajes para Lysol, la marca de *spray*. Hicimos unos muñequitos que se lavan las manos, que parecían unos juguetes porque era una campaña para colegios de Estados Unidos. Hicimos desde el diseño hasta la producción, todo por internet. Con ese proyecto confirmé que podíamos hacer algo diferente».

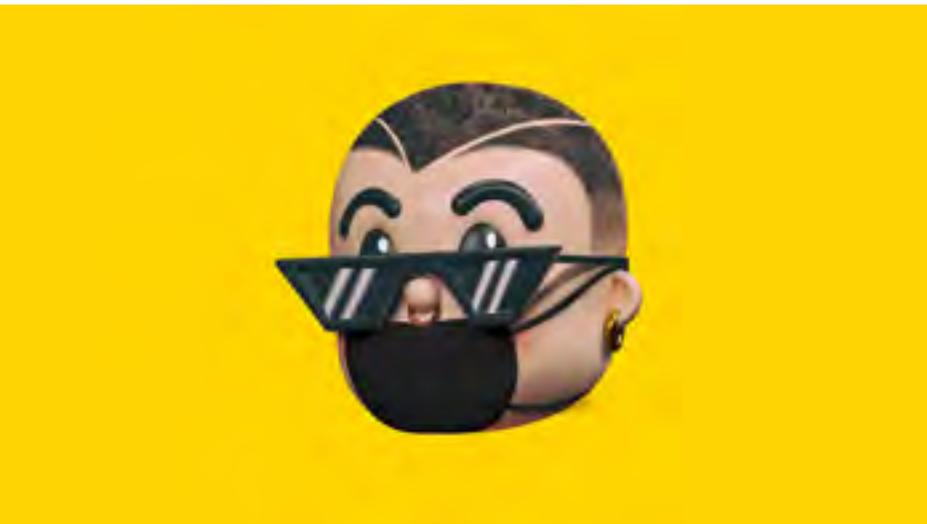
Ahora es buscado por marcas internacionales, como Adidas, y viaja a menudo a distintas ciudades del mundo. «Tratamos de no ser muy egocéntricos en lo que hacemos. Siempre que tengo la oportunidad reflexiono que vengo de Guarenas».

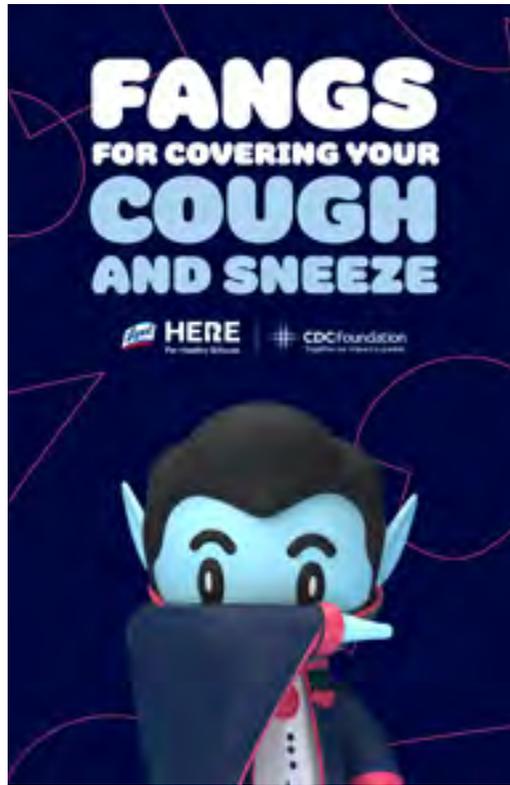
Desde la distancia mira a Venezuela con afecto, donde su familia aún vive y lucha a diario. «Estamos viendo que una nueva generación allá está haciendo cosas increíbles más allá de lo político y las condiciones económicas. Es gente que está levantando a una Venezuela que no sabía existía. Lamentablemente no todo el mundo puede disfrutar eso. Por ejemplo, mi hermana con su salario no tiene acceso a esa Venezuela *premium*. Yo siempre escucho los comentarios sobre la calidad de vida, que la comida es cara, que las realidades son distintas. Lo que pasa en Caracas no está pasando todavía en Guarenas. Pero queremos aprovechar alguna oportunidad para ellos, porque quiero que mi familia pueda entrar también en una nueva realidad no tan limitada. Yo siempre trato de ayudar porque ellos antes me ayudaron a mí».

En 2022, Luis Albornoz está comenzando una nueva etapa, en que la inspiración para los rostros sonrientes de sus muñequitos quizá sea el de Nikao, su bebé. Entretanto, su estética sigue saliendo en serie, marcando la estética de una época. «Soy un artista. El arte es expresión de lo que hay en tu espíritu, y siento que siempre estoy conectado con eso. Hago arte, en la pura esencia de la palabra». ■

PORTAFOLIO











—1988—

EDUARDO Guisandes

«Yo no quería estudiar diseño gráfico»

Los rayones en sus cuadernos de infancia iniciaban una búsqueda gráfica que lo llevaría a la animación: a los personajes y las historias. Pero también a otras fronteras. Nacido en 1988 en Maracaibo y graduado de la Universidad Rafael Bellosó Chacín (URBE), trabajó un año en el estudio Atarraya; cofundó el estudio Faro, que duró cinco; trabajó a distancia con el Discovery Channel en 2014 hasta que, en 2015, lo contrató el estudio King and Country y pudo emigrar. Ganó un Primetime Emmy en 2021 por su *title sequence* animada de la miniserie de televisión *The Good Lord Bird*, protagonizada y producida por Ethan Hawke para Showtime. Actualmente, en Los Ángeles, se dedica al diseño para videojuegos como *Star Wars Jedi: Fallen Order*

 @edguisandes



Víctor Amaya



Eduardo Guisandes (autorretratos)

Solo cincuenta y dos segundos bastaron para que el venezolano Eduardo Guisandes ganara un Primetime Emmy. Pero detrás de menos de un minuto de animación que convenció a la Academy of Television Arts & Sciences hubo semanas de trabajo, que comenzaron por «suerte», como admite el nacido en Maracaibo desde su residencia en Los Ángeles.

Se trata de la *title sequence* animada de *The Good Lord Bird*, una serie de televisión protagonizada y producida por Ethan Hawke para el canal Showtime que se estrenó en 2020. El actor la creó basándose en el libro homónimo de James McBride, publicado en 2013. El trabajo ideado por Guisandes se repite en pantalla al inicio de cada uno de los siete episodios.

«Aquí casi todos los proyectos inician con una licitación. El material original era superinteresante, porque Ethan Hawke se basó en un libro que es mitad realidad y mitad sátira. Nosotros, en el estudio en el que trabajaba, preparamos ocho propuestas seguras para presentar. Y cuando ya estaba todo listo me senté un par de días a hacer mi idea loca: dibujar garabatos de mi cuaderno con personajes extraños, ideas minimalistas y todo experimental que contrastaba con el lenguaje que era muy popular en ese momento para los *openings*, que era el 3D y el fotorrealismo. Yo hice algo muy plano y lo puse ahí sin esperar nada. A la gente le encantó porque en medio de un mundo muy 3D era una idea fresca, y tenía mucha simbología».

No es casual que ese premiado trabajo sea el que más orgullo produce en el diseñador gráfico graduado de la Universidad Rafael Bellosillo Chacín (URBE) de la capital zuliana, y no tiene que ver con el galardón. «Fue el tipo de dibujos raros que yo suelo hacer en mi bloc de notas que no le enseñé a nadie. Fue algo casi indulgente: hice algo porque me provocaba hacerlo y nunca esperando que fuese la opción a escoger y pasó».

“
DECÍAMOS
QUE SÍ A LOS
PROYECTOS
PERO NO
SABÍAMOS
CÓMO
HACERLOS”



Aquel concepto que Eduardo plasmó no solo resumía su propia manera de concebir el dibujo sino que exudaba conocimiento del producto necesario. «Yo me leí el libro completo en un fin de semana y encontré detalles escondidos que nadie agarra. Los creadores del show dijeron que les parecían muy interesantes y les gustó. Y luego cuando ya lo hicimos no esperábamos nada más, pero terminamos montados en una tarima para recibir un Emmy. Eso me causa mucho orgullo porque no fue el proyecto de más presupuesto ni el del equipo más grande, fuimos una animadora y yo».

Aquel 19 de septiembre de 2021 en el Teatro Microsoft de Los Ángeles Eduardo Guisandes subió al escenario a recibir la estatuilla junto a la animadora Abigail Fairfax y a Efraín Montañez. «Fue un Primetime Emmy al que nos invitaron al show y fuimos, y había actores sentados a un lado y todo. Igual es el premio que a nadie le importa, el primero o segundo de la noche (risas). Pero es muy loco. Yo no tengo rollo con esas cosas, creo que fue muy bonito ver lo emocionada que estaba mi mamá, mi novia, mis tíos o mis amigos de toda la vida. Sobre todo la gente que conoce lo mal que la pasé cuando estaba comenzando. Es una validación externa y también reconozco que hay un tema de suerte».

Ahora, la estatuilla dorada reposa en una esquina del estudio en casa de Eduardo, «debajo de una matita porque no quiero que se vea en las reuniones virtuales. Me da pena tener un premio ahí detrás, es como medio imbécil. Yo lo veo pero más nadie lo ve».

El Primetime Emmy es, sí, el premio a su propia manera de abordar la imagen, incluso desde niño. Porque Eduardo Guisandes se crio en la urbanización Maracaibo de la capital zuliana, principalmente en la casa de sus abuelos «que tenía un piso, dos matas de mango y una de níspero». Allí se la pasaba jugueteando en el patio, rodando su bicicleta, interactuando con animalitos y bichitos y llenando sus primeras libretas de ideas. «Pasaba mucho tiempo en el techo de la casa dibujando. Cargaba un cuaderno por ahí y dibujaba cualquier cosa. Mi educación artística no fue muy formal cuando era niño, y yo nunca terminaba los dibujos. Me gustaba era garabatear».

En la presentación de *The Good Lord Bird* aparecen personajes, retratos animados de figuras que guiarán la historia más que retratos fieles de los intérpretes. Lo cual también es una línea directa con aquel primer sueño de este marabino, «que fue trabajar en animación

en películas, en televisión o donde fuese que implicara trabajar con personajes, con muñecos».

Pero el camino para llegar a dedicarse a eso no fue expedito ni del todo agradable. Los obstáculos necesitaron ser superados desde el primer momento cuando el amor y el interés tomaron una decisión vocacional un día.



LA LLAMADA DEL ARTE

«Yo estudié en el Colegio San Vicente de Paúl. Era una escuela católica, con muchos curas españoles, cancha de fútbol grandísima. Allí estudié desde primaria hasta salir de bachillerato. Me fui por Ciencias porque no estaba muy seguro de qué iba a estudiar después. Yo quería estudiar algo relacionado con diseño o animación, pero me daba miedo».

La primera década del siglo XX avanzaba cuando Eduardo Guisandes pensaba en los estudios de tercer nivel, con la típica evaluación de las opciones económicas. Escoger carrera en Venezuela está marcado por el relato común de lo exitoso, lo rentable, lo necesario. «El estereotipo y lo que decía todo el mundo es que ser artista era comerse un cable. Así que hasta último momento yo iba a estudiar ingeniería en computación. Incluso en algún momento pensé ser biólogo marino».

Durante sus años de formación escolar, Eduardo destacaba en biología, castellano y artes plásticas. «Tenía un profesor de Historia del Arte en bachillerato llamado Netty Torres que me apoyó bastante. Me ayudó a ver que quizá había un talento por allí para desarrollar. Junto

a varios amigos a los que nos gustaban el dibujo y las artes siempre estaba inventando proyectos para desarrollarlo. Por ejemplo usando unas carteleras que están en paredes del colegio como de cuatro o cinco metros por dos de alto. Entonces inventaba tareas sobre el Mundial de fútbol, sobre temas religiosos porque el colegio lo era. Creo que era una manera de darnos más práctica más allá de los confines de la asignatura. Así iba agarrando mucha práctica, experimentando con muchos materiales como papel maché, carboncillo, óleo o lo que fuese. El tópico no era lo principal sino pintar en un formato muy grande, que era lo divertido».

“

El estereotipo y lo que decía todo el mundo es que ser artista era comerse un cable”

Sobre aquellos espacios convertidos en lienzos, Guisandes reconocía que lo suyo eran las formas. «Siempre me gustó dibujar más figuras que paisajes, pero en el reino de lo estilizado. No necesariamente haciendo caricatura pero sí prefería usar proporciones extrañas, todo muy experimental. Me gusta el trabajo de personajes pero experimentando con proporciones, con técnicas. Nunca tuve la atención o disciplina de dibujar figuras humanas demasiado reales, más bien la técnica era muy suelta y muy boceteada. Y cuando más o menos llegaba algo que me llamaba la atención, ahí terminaba y me iba a dibujar otra cosa».

¿Por qué dibujar así? En cierta influencia puede estar la clave. Eduardo se asume como un chamo de la generación Cartoon Network. «Me encantaba un *show* que creo se llamaba *Qué historia tan maravillosa* que eran un conjunto de episodios experimentales distintos. De ahí fue que salió el piloto de *El laboratorio de Dexter*, de las *Chicas Superpoderosas*, de *Johnny Bravo*, entre muchos otros. Y había algunos más que eran más raros todavía y nunca se convirtieron en programas completos. Que existiera un canal en el que solamente pasaran comiquitas era genial, y allí yo sí pensaba que sería divertido hacer eso el resto de la vida».

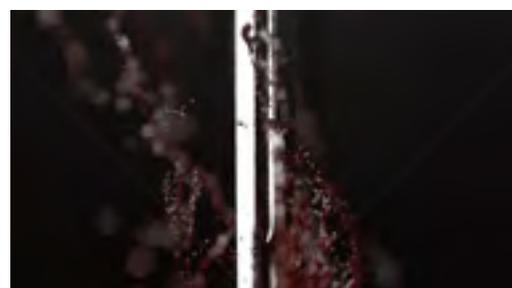
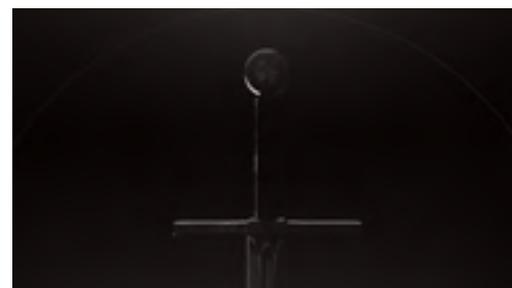
Películas como *WALL·E* o *El gigante de hierro*, de Pixar y Warner respectivamente, también impactaron al joven marabino, pero era en los trazos más arriesgados donde su atención quedaba atrapada. «Disney nunca me interesó. En cambio Cartoon Network era como un MTV para niños, con esos *bumpers* de colores, experimentales, con artistas invitados de *stop motion*, plastilina, *graffiti*, lo que fuese. Eso me encantaba de MTV en aquel momento. Y Cartoon Network hacía lo mismo, con *bumpers* súper locos, experimentales, interesantísimos».

Eran los años de propuestas rompedoras y el canal de dibujos era un crisol de esas apuestas alejadas de la animación hasta entonces tradicional. «Se sentía como una rebelión pequeña. Me encantaban los *shows* de Genndy Tartakovsky. Y los otros *shows* con personajes diferentes, más cuadrados, todo diferente a la estética Disney y a la del animé, aunque también tuve mi fase *Dragon Ball*, *Caballeros del Zodiaco*, *Samurai X* y hasta el *Street Fighter* y los videojuegos, que también fueron parte importante de mis influencias. Especialmente la estética de las maquinitas, los arcades viejos».

En el fondo, Eduardo quería estudiar animación y no diseño gráfico. «Venezuela es muy cuadrada con lo de las carreras, y todo lo apuntan a las tradicionales: medicina, ingeniería, derecho. Por eso yo tenía miedo. Alguien una vez me preguntó “¿tú conoces a algún artista o diseñador al que le vaya bien?”, y en realidad no».

Una voz, el papá de un amigo, le dio la clave. «Me dijo que la computadora podía ser una herramienta y no un fin en sí mismo, y eso me impactó». Además, luego pudo conocer a Nestor Moure, que tenía una agencia de publicidad zuliana que hacía comerciales y visuales de conciertos. «Él me dijo que era mi vida y que tomara la oportunidad de ser exitoso en algo que me gusta. Fueron palabras de aliento. En realidad yo quería estudiar animación y no diseño gráfico».

“ Me dijeron que la computadora podía ser una herramienta y no un fin en sí mismo, y eso me impactó”



EN BUSCA DEL *DEMO REEL*

Eduardo quería hacer que los dibujos se movieran, pero su contexto personal y socioeconómico los dejaban quietos. «Había un par de escuelas en Francia que me llamaban la atención, pero mi realidad no me permitía irme de Maracaibo. También había escuelas interesantes en Caracas como ProDiseño, pero entre las posibilidades no estaban. Estudié diseño porque era lo que más se parecía a la animación».

Finalmente ingresó a la Universidad Rafael Bellosó Chacín (URBE). «En la Universidad del Zulia había una escuela de diseño pequeña, experimental. Yo presenté y quedé, pero yo quería meterme en el camino de la animación. Y mi impresión era que LUZ se veía análoga mientras que en URBE había laboratorios de computadoras, un canal adentro para el cual se producía contenido. Pensé que eso parecía una visión más a futuro».

Una década más tarde de su graduación, Eduardo admite que se arrepiente de aquella decisión. «La carrera en URBE era como un molde de galletas, muy cuadrada en general, con un programa muy rápido como de línea de ensamblaje para graduar personas rápidamente que supieran manejar herramientas y salían como operadores de software. En LUZ mis amigos me decían que se sentía más como una escuela de arte que creaba diseñadores con criterio, con procesos manuales y bocetos. Tú ves los portafolios de quienes salieron de LUZ y eran mejores que los de los salidos de URBE, que eran más enfocados a marcas y a *branding*, todo más corporativo».

El paso por la universidad le dio a Guisandes las herramientas para poder desarrollar su estética, incluso cuando al final de la carrera la pasaba muy mal. «Diseño gráfico parecía un extremo muy limitante para mí. Pensaba que eran logos, tarjetas de presentación y páginas web. En el otro extremo estaba la animación. De Pixar a la agencia de publicidad de la esquina. Yo no conocía los matices que hay en el centro. Por eso nunca estuve interesado en el diseño gráfico tradicional, pero sí descubrí el *motion design*, o *motion graphics*, con estudios que hacían un trabajo con muy buen criterio de diseño gráfico pero enfocados en la animación».

Aquellas nuevas fronteras inspiraron a un alumno que avanzaba como navegando por instrumentos. «El descubrir ese mundo me hizo negociar conmigo mismo la idea de que no

estaba perdiendo el tiempo en la carrera. Yo no estaba haciendo nada que tuviera que ver con ese mundo del diseño audiovisual. Yo quería aprender a hacer animación 2D y 3D y cómo se diseña para animar, pero tenía que entrar en una clase a aprender a hacer un manual de identidad corporativa, diseñar un almanaque o los uniformes para unos empleados. El *branding* es interesante para quien esté interesado, pero a mí no me llamaba la atención. Entonces mi meta en la carrera cambió: ya no era graduarme sino tener un portafolio que me permitiera entrar en uno de estos estudios de *motion graphics*. Comencé a hacer proyectos que tuvieran pedacitos animados así para poder armar un *demo reel*».

Claro que el referente internacional era el estudio Psyop, en Estados Unidos. «Allí hacían comerciales muy locos como el de Coca-Cola y la fábrica de la felicidad, donde pasaban del *live action* a un mundo animado, surreal, psicodélico y con personajes muy extraños».

Eduardo seguía boceteando sus muñecos indeterminados, rompedores, en paralelo a consumir cada vez más productos animados de estéticas similares. «Hasta me parecía más interesante que lo que estaba haciendo Pixar con su estética limpia, bien curada, con todo muy lindo». Entonces comenzó a buscar dónde ocurría esta magia dentro de Venezuela. Así encontró Totuma, en Caracas, «que hacían cosas increíbles, ese era el norte».

Siendo de la generación internet, un *millennial* nacido en 1988, encontró en línea los tutoriales necesarios para adentrarse en el mundo de los *motion graphics*. «Durante más de la mitad de la carrera universitaria me esforcé en forzar ciertas asignaturas hacia mis intereses, con el apoyo de algunos profesores. Y fue misión cumplida».

Por su casa pasaron enlaces de tutoriales, discos quemados de escuelas norteamericanas, versiones piratas de programas. «En paralelo, esto estaba como explotando en Venezuela. Empezaron a salir muchos estudios mientras aún estaba en la universidad. Llegó a haber cinco o seis en Caracas, tres o cuatro en Maracaibo. Me emocioné mucho hasta que esa ola comenzó a caer cuando terminaba la carrera. De hecho, cuando armé el *demo reel*

“

Diseño gráfico parecía un extremo muy limitante para mí. Pensaba que eran logos, tarjetas de presentación y páginas web. En el otro extremo estaba la animación”



Totuma acababa de cerrar. Era 2011 y el país comenzaba a descender. Fue muy depresivo, pero también un llamado de atención de que tocaba irse porque el futuro se esfumaba».

Pero partir a otras fronteras era un paso que requeriría tiempo, y un portafolio. Eduardo consiguió entrar al estudio Atarraya, «de los últimos que estaba vivo, pero por cerrar». La empresa de Esteban Chacín y Juan Aguilar «hacía muchos videos musicales, visuales para conciertos, con un trabajo excelente». Allí comenzó finalmente sus pasantías, unas que adelantó mientras la oficina iba poco a poco empacándose en cajas «mientras le salían los papeles al dueño y a su esposa para irse a Montreal». Durante casi un año, Guisandes hizo *videoclips* de Mermelada Bunch y SanLuis, visuales para Voz Veis y comerciales. «Fue el tiempo justo para entrar allí en el último estudio que quedaba abierto en Maracaibo y quizá en el país», suspira suertudo.

Atarraya fue la verdadera escuela para Eduardo de cómo era el negocio. «Me interesaba todo al mismo tiempo. Quería ser animador, ilustrador, trabajar en efectos visuales, aprender a hacer fuego o agua, ser modelador de personajes. Al trabajar en Venezuela se generaliza el trabajo. Te toca hacer de todo y no puedes especializarte. Por eso digo que Esteban me enseñó mucho cómo trabajar en Venezuela. Empezó a llevarme a reuniones con los clientes y a exponerme a ese lado de cómo llevar un negocio. Eso para mí fue muy importante».

Finalmente el estudio marabino cerró sus puertas. Lo aprendido hizo que Guisandes, junto a dos amigos diseñadores, se atrevieran a emprender el suyo propio. «Era abrir un negocio o meter papeles en una agencia de publicidad tradicional. Nos dimos cuenta de que, como todos los estudios habían cerrado, no había quien atendiera esas necesidades. Comenzamos nuestro pequeño estudio en un cuarto de mi casa, y pasamos dos o tres meses sin nada que hacer hasta que finalmente los clientes comenzaron a llegar».

Sabían a qué se enfrentaban: un mercado pequeño, con necesidades limitadas y con altísimo riesgo en un país que transitaba el tercer lustro del siglo XX con la economía decayendo. «Duramos cinco años con nuestro estudio Faro, y en ese tiempo hicimos de todo: animación de logos, videos musicales, visuales para conciertos, videos industriales, editábamos bodas y bautizos. Logramos tener una oficina de verdad con un amigo fotógrafo».

Es parte de la «etapa venezolana» de la carrera del marabino, que establece clara frontera

entre esa y la que ha desarrollado en Estados Unidos. Una que lo llevó a otro aprendizaje. «La realidad del mercado era que nadie pagaba lo necesario para la cantidad de trabajo que llevaba hacer animación, 3D en particular, que era como la especialidad. Pero no éramos expertos. Decíamos que sí a los proyectos pero no sabíamos cómo hacerlos. Lo aprendíamos sobre la marcha».

De allí que en el portafolio haya cosas vergonzosas y enorgullecedoras por igual. «Para nuestro primer cliente hicimos un comercial de unos zapatos bailando reguetón. No fue nada bonito lo que hicimos. Era muy bizarro. Pero pagamos las cuentas, esperando que eso no fuera el resto de nuestras vidas».

«El segundo proyecto fue un paquete de visuales en vivo para la gira de despedida de Voz Veis. Fueron muy poéticas, experimentales. Logramos ese contrato porque Esteban nos recomendó, pues él ya se había ido. Allí comenzó la cosa a rodar mejor y pudimos hacer trabajos para muchos artistas y entregas de premios», como el Miss Venezuela o los Juventud.

La rentabilidad era clave. «También hicimos un comercial de lavadoras y línea blanca bailando merengue. Menos mal que eso no lleva mi nombre por ningún lado», se ríe Eduardo. Pero también la creatividad, como la mostrada en el *videoclip* de la canción «No soy» del grupo SanLuis. «Lo grabamos en un teatro de Puerto Cabello e hicimos una intervención 3D. Fue una idea de Nestor Moure y yo fui el director de animación. Hice lo que me gusta hacer: crear mundos locos con personajes extraños».

El contexto no ayudaba. «El mercado se seguía secando y las cosas empeoraban», rememora el diseñador. «Era muy frustrante porque no solamente era terminar el proyecto, sino la cacería implacable para que te pagaran la factura, especialmente las agencias de publicidad. Hubo gente que pagó a los cuatro o seis meses cuando ya la devaluación diluía ese dinero. Recordaba a todo aquel que me dijo que me comería un cable, porque estaba volviéndose realidad».

Eduardo se convenció de que la salida era por una frontera. «Lo que comenzamos esos años nos dio para volver a preparar un *demo reel* que permitiera salir del país. Esa fue la meta porque entendí que nunca seríamos exitosos haciendo esto en Venezuela. Pero yo no sentía que el trabajo era suficientemente bueno para un portafolio que aceptarían afuera».

UNA LLAMADA AL FUTURO

De los tres fundadores de Faro, Eduardo Guisandes era el único que aún residía en Venezuela. Sus socios estaban ya en España y México buscándose la vida. «Yo me quería ir pero no había encontrado cómo hacerlo», admite casi una década después. La clave estuvo en un telefonazo que recibió por allá en 2014. «Era una compañía de reclutadores en Caracas que me pusieron en contacto con Discovery Channel en Florida para el mercado hispanohablante».

Luego de algunos trámites, comenzó a trabajar desde Maracaibo para el canal internacional. «Fue un giro de la noche a la mañana. En vez de tener que hacer seis proyectos al mismo tiempo, básicamente podía enfocarme en uno solo. Era rentable».

El contrato con Discovery Channel llevó a Eduardo a imprimirle más confianza a su *demo reel* y comenzar a distribuirlo en otras latitudes. «Lo envié como a cien estudios y solo uno respondió. A los seis o siete meses estaba viajando a Los Ángeles para trabajar. Comencé al día siguiente de bajar del avión».

Era 2015 y el estudio King And Country le abrió las puertas de par en par. Un espacio para aprender a trabajar en un mercado distinto y para adaptarse a una nueva cultura. «Ellos me cambiaron la vida y la de mi familia. Los quiero muchísimo. De ellos vino ese e-mail a la una de la mañana que decía que les gustaba mi trabajo y que querían trabajar conmigo. Trabajé con ellos durante cuatro años. Ese estudio era mi verdadera escuela».

Fue el primero de los tres lugares donde ha desarrollado su carrera norteamericana durante los últimos siete años, y también donde trabajó aquella animación que lo hizo merecedor de un Primetime Emmy en 2021. «Eso fue con el último proyecto que trabajé allí. Cuando esa serie salió al aire ya yo estaba en la segunda compañía, pero fue muy bonito reencontrarme con ellos por el premio».

En aquella oficina comenzó diseñando cuadros de estilo para la serie *Queen of the South*, la versión de *La reina del sur* que hacía USA Network. Desde entonces, más proyectos para televisión, donde los hechos con mayor gusto fueron aquellos que tenían narrativa. «Me gusta cuando tienen elemento humano, personajes, historia. Pero también pasé tiempo haciendo proyectos para canales con estéticas deportivas, paquetes gráficos para el Super Bowl o la NBA, y es algo que detesto con todas mis fuerzas».

Eduardo lleva siete años en Estados Unidos, de los cuales cinco han estado llenos de trabajos para la pantalla chica en los dos primeros estudios donde trabajó. «En los últimos dos años entré a una compañía nueva y ahora estoy enfocado en videojuegos. No en la creación de videojuegos sino en el *marketing*. Es esencialmente el mismo trabajo porque ahora los juegos tienen historia».

Para Guisandes el recorrido en Los Ángeles ha significado superar etapas, incluso decirle adiós a la animación. «Me di cuenta de que ya no me gusta animar. Lo que me gusta es diseñar para animación. Hacer la dirección de arte, los cuadros de estilo, crear una secuencia y diseñar el *look* final que va a tener la imagen. Ahora solo diseño para establecer el concepto y superviso la ejecución».

Pero no ha sido un camino fácil. «Los primeros tres meses aquí fueron terroríficos. Trabajar a este nivel no fue fácil, tomó bastantes noches largas. Me sentí pequeño al lado de gente que yo referenciaba y admiraba, y de repente los tenía sentados al lado viendo mi trabajo. Yo llegué asustado porque me sentía muy por debajo del nivel de los demás, pero sabía que mi única preocupación tenía que ser trabajar».

Al mismo tiempo, sabe que puede mirar atrás y sentir orgullo por cómo ha cambiado su vida y su realidad. Después de todo, su trabajo en Venezuela lucía imposible de profundizar. «Allá había que trabajar alrededor de los apagones de luz. Si se me dañaba una pieza de una computadora era un lío comprarla. Perdía tiempo en las colas de gasolina, o comprando pollo en los bachaqueros. Y eso que yo no me fui en el peor momento, pero ya estaba cerca. Yo emigré porque me quería ir. En Venezuela uno sabe que come hoy, pero no sabes cómo comerás en días, semanas o en un mes».

Guisandes se mueve como pez en el agua en California, y a quien sea que hable en Venezuela le pregunta «cómo está eso allá». Porque no se ha desconectado. Quiere comprender su país, quiere conocer el retrato de la sociedad donde su madre aún hace vida, ahora sin sus hijos, pues así como él está en Estados Unidos su hermana se mudó a Guatemala. «Tengo la tranquilidad de poder ayudar a mi mamá desde aquí, y a mi familia. Puedo vivir seguro.

“

Me sentí pequeño al lado de gente que yo referenciaba y admiraba, y de repente los tenía sentados al lado viendo mi trabajo”

Las cosas funcionan. No tengo que perseguir clientes. Lo que tengo que hacer es trabajar y ya. Eso sí, no tengo pasaporte porque es imposible sacarlo aquí, así que he pasado casi tres años sin ver a mi familia».

Un desarraigo personal que contrasta con el profesional donde el ritmo de producción no para. Eso sí, «cuando termino un proyecto no lo quiero ver más». Su portafolio tiene títulos de videojuegos como *Star Wars Jedi: Fallen Order*, *Valorant: New Agent Yoru* o *Anthem* (de BioWare), además de productos para las cadenas USA, History, E!, Fox Sports, AMC, Syfy, NatGeo y otras tantas. Todos productos que espera que otros vean porque sus ojos ya no lo harán. «Es que le conoces todos los defectos que nadie le va a ver y siempre hay cosas que se quedan en la mesa, cosas que hubieses querido hacerles pero no da tiempo o el cliente lo mató. Para mí cuando el proyecto se acabó, se acabó».

Eduardo Guisandes sigue siendo aquel coleccionista de cuadernos llenos de bocetos, de rayones, de dibujos no tan definidos que llenan páginas. Es la colección personal de un artista que no se «martilla la cabeza» pensando si lo es o no. Después de todo lo suyo es arte, aunque a sueldo, pensado para agradar al cliente. «Yo trabajo con un *deadline*, y no soy de dedicarme a proyectos personales. Dejo todo en el trabajo. Así que le puedes dedicar mucho esfuerzo y calorías cerebrales a intentar encontrar esa autodefinición. ¿Soy o no un artista? Llegar a esa respuesta no cambia nada. Yo uso medios artísticos para hacer mi trabajo, me inspiro en el arte, pero no soy un artista puro. Soy un artista comercial, pero diseñador es el término más apropiado. Yo soy un diseñador gráfico».

Finalmente, rompió los límites que le veía a esa profesión. ■

PORTAFOLIO











— 1988 —

PAUL
Naveda

«Quiero diseñar algo que funcione»

Nació en Puerto Ordaz en 1988. Graduado de la Universidad Rafael Bellosó Chacín (URBE), de Maracaibo, se ha especializado en el diseño de productos digitales UI/UX, ilustraciones, *lettering* y marcas. Participó en 2008 en dos convocatorias del Salón Nacional de Jóvenes Artistas del Museo de Arte Contemporáneo del Zulia (Maczul) con la creación de murales en vivo. Su trabajo en diseño de logos fue incluido en el libro *Venezuela CMYK - marcas/brands* de José José Villamizar, publicado en 2012. Después de nueve años trabajando en Chile bajo la tutela del sueco Andreas Lindholm, quien le enseñó sobre diseño europeo, hoy vuelve a empezar desde Madrid, siempre con la misma preocupación: ayudar a definir la identidad del diseño venezolano

 @unoseistm

 Lucía Jiménez

 Nora Mohamed Mesaud (retratos)

Paul Udon Naveda Paz creció en una familia nómada. Por su trabajo, Alexander Naveda, ingeniero civil, debía mudarse constantemente junto a su esposa Maybelin Paz, maestra de preescolar, y sus cuatro hijos, tres hermanas y un niño, Paul. Aunque nació en Puerto Ordaz el 16 de diciembre de 1988, y aunque su primera infancia sucedió en Maracaibo, el diseñador inicia su historia en Los Teques, en los viajes por la autopista camino a Caracas donde quedaba impresionado por los primeros grafitis que marcarían más adelante su trayectoria.

Paul es de voz tenue, pero firme. Con apenas unos meses de haber llegado a Madrid, su acento todavía está marcado por el cantar chileno y, sobre todo, por el zuliano, tan difícil de disimular. Mantiene la mayoría de los coloquialismos y, a medida que se calienta la conversación, se dispersa con facilidad por un afán de explicarlo todo. Es un curioso nato, encantado por las cosas más simples y por las tecnologías de las que se ha tenido que valer para ejercer su carrera. No le gusta ser encasillado así que, ansiosamente, prefiere explorar cada posibilidad antes de elegir un mismo sendero que le defina en el perfil de diseñador.

HAY UN DIBUJANTE EN CASA

Con una infancia y adolescencia entre Maracaibo, Los Teques, Caracas y Punto Fijo, Paul tuvo que aprender a adaptarse varias veces. «En mi familia no había nadie creativo», dice. «Creo que el interés por las letras comenzó cuando vivíamos en Caracas, veía los grafitis en la autopista y me les quedaba viendo sorprendido. Estaba muy chamito y quería entender qué era eso».

Empezó a dibujar en cuarto grado, recuerda, con garabatos de letras tratando de imitar esos estampados urbanos que tanto admiraba. «Ahí creo que empezó a despertar mi interés por el diseño». Disfrutaba sobre todo de las clases de Dibujo Técnico en el colegio, algo que notaron sus padres y lo inscribieron en un curso en Los Teques en el que aprendió algunas reglas básicas. «Al principio me encantó, pero al tiempo me aburrí y le dije a mi mamá “no quiero ir más”. Así que me quedaba en casa dibujando: escribía mi nombre copiándome de lo que veía en la calle».



“

MI UNIVERSIDAD

REAL FUE EL

INTERNET”

HAY UN DIBUJANTE EN CASA

Paul también se interesó por la patineta desde pequeño. «Eso creo que también me conectó al dibujo, porque esa cultura es muy gráfica, me encantaba ver los grafitis en las patinetas, las franelas, los afiches...». Bien entrada su adolescencia, su familia vuelve a mudarse a Punto Fijo donde Paul se reencuentra con algunos compañeros de la infancia y se involucra aún más con ese mundo suburbano del grafiti y la patineta. «Ya tenía muy claro que quería estudiar algo relacionado al dibujo cuando tomé las pruebas que te hacen para entrar a la universidad, de aptitud académica. En ese entonces solo tenía como opción la Arquitectura y el Diseño, pero creo que era muy obvia la decisión final». Cuando termina el quinto año de bachillerato su padre lo envía a estudiar en Maracaibo, donde ya estaba su hermana mayor.

En 2005 empieza sus estudios en la Universidad Rafael Beloso Chacín (URBE) pero, según recuerda, no se sintió muy identificado con las materias ni con el contenido. «A veces digo que soy autodidacta. Siento que salí de la universidad igualito que como entré. Hice la carrera completa, pero salí sin saber cómo utilizar, por ejemplo, los programas de diseño. Cuando hice la pasantía, ya terminando mis estudios, me sentaba ahí y no sabía hacer nada. O sea, yo tenía algunas nociones de lo que los profesores habían intentado explicar, pero fue ahí, en la pasantía, que me dijeron qué hacer y me enseñaron». Paul también contaba con una desventaja fundamental: no obtuvo su primera computadora sino hasta los últimos momentos de su carrera cuando ella y su hermana se mudaron a casa de su abuela materna en Maracaibo y su papá finalmente compró una PC.

«Hice la pasantía en un estudio de *branding* donde realmente aprendí diseño. Me tocaba una mezcla de proyectos de publicidad y trabajo de marcas, también empecé a desarrollar un poco la ilustración. En la universidad te enseñaban a usar FreeHand MX (aunque realmente lo terminé de aprender a usar en casa), pero cuando llegué a la agencia me dieron una Mac con [Adobe] Illustrator. Yo nunca había usado una Mac así que me tocó sentarme con el programa, pidiendo ayuda a la que se sentaba al lado. Y así. Es gracioso porque como no sabía usar los programas, antes todo lo diseñaba usando Photoshop y así también fue como aprendí a usarlo, con la computadora de mi tío».

Paul recuerda con bastante inconformidad sus años de formación excepto por dos de sus profesoras, Jessica Tsoi y Angélica Dávila, ambas importantes diseñadoras de larga trayectoria docente, de las que recuerda haber conocido de primera mano el trabajo de diseñadores venezolanos. A partir de ahí comienza a investigar por su cuenta y descubre entre otros a Yker Moreno, a «MASA» –inicialmente un colectivo formado por Miguel Vásquez, Álvaro Bustillos y Carlos González, pero cuando Paul dio con Masa ya era solo Miguel Vásquez– y a «Razauno» –Max Vogel González–. «Cada vez que tenía acceso a internet me metía en sus páginas web a ver qué estaban haciendo».

En esos años universitarios, conoce a Argenis García, quien se convertiría en su mejor amigo y compañero en el grafiti. «Mi vida era pintar, trabajar y patinar. Pintamos tanto que nos empezaron a reconocer». Argenis firmaba como Garez y Paul como SPO16.

«Hubo una época en que me entregué: quería tanto aprender que dejé de hacer todo, patinar, salir con mis amigos... Me pasaba el día pegado en la computadora. Ahí fue cuando se puso buena la cosa». La experimentación autodidacta y la dedicación empeñada comenzaron a mostrar frutos. Por un lado, desarrolla sus habilidades dentro del diseño de *branding*, y en paralelo va dando forma a un lado más artístico relacionado con el grafiti. «En la agencia, como sabían que me gustaba y que hacía ilustraciones, me metieron en un proyecto con la tienda Puma y me invitaron a hacer un mural en vivo dentro de la tienda. Ahí hice una primera conexión entre el arte, el grafiti y el diseño».

En 2008, Paul entra en una convocatoria a jóvenes artistas en el Museo de Arte Contemporáneo del Zulia –Maczul– en el que realiza, en una primera ocasión, un segundo mural en vivo mientras los visitantes asistían a diversas actividades. En una segunda ocasión, es invitado a formar parte de una obra colectiva. «Así estuve medio metido en los dos mundos: no se mezclaba el diseño comercial con mi trabajo artístico personal, porque para mí eran dos cosas distintas, y los mantuve separados hasta hace dos o tres años. Ahorita me da igual, hago lo que hago y ya».

“

Quería tanto aprender que dejé de hacer todo, patinar, salir con mis amigos... Me pasaba el día pegado en la computadora. Ahí fue cuando se puso buena la cosa”

Luego de terminar su pasantía en la agencia OMM, el propio estudio le ofrece continuar en el puesto, por lo que se convierte en su primera oportunidad profesional en la que permaneció unos ocho meses. «Era así de loco en ese momento. Si sentía que ya no aprendía más y me estancaba, renunciaba». Y así lo hizo. Durante los próximos años, Paul trabajó en distintas agencias de publicidad y *branding*. En 2011, crea una tipografía de estilo retro llamada *Bela Dina* que todavía hoy se puede conseguir en los bancos virtuales. En 2012, su trabajo es reconocido en la publicación de José José Villamizar, *Venezuela CMYK – marcas/brands*, impreso por Grupo Intenso, que recoge una importante investigación sobre la historia de las marcas en el país. Dos logos realizados por Paul, Maracaibo Skate (2008) y Kekul (2009), fueron incluidos en esta compilación.

Al mismo tiempo iba desarrollando un trabajo propio, más adentrado en el arte urbano, con los grafitis y murales. En esa época (2005-2012) había un blog de Estados Unidos en el que había también foros. Uno de los que posteaba cosas era «Razauno», al que admiraba, que ya en ese momento estaba viviendo en Nueva York y compartía cosas de diseño venezolano. «Había una sección que solo era de Caracas y ahí comenzamos a postear nuestros grafitis y nos empezamos a conectar con grafiteros de Caracas. Esa fue una escuela muy importante para mí. Mi universidad real fue el internet. Así fue como pude conocer más sobre el diseño fuera de Venezuela».

A través de sus *posts* y conexiones con el arte urbano caraqueño, Paul va adentrándose también en el mundo del diseño. Mira a través de estas páginas el trabajo de otros que, como él, estaban explorando los límites entre arte, grafiti, *lettering*, ilustración y diseño. Así desarrolla un ojo más crítico y entrenado que termina de darle las herramientas que todavía hoy siente le hicieron falta de su formación académica.



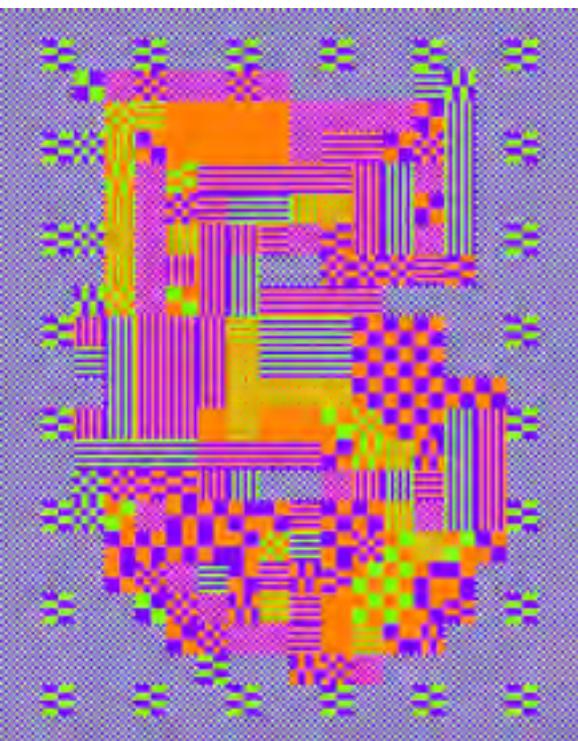
«Justo en ese momento –entre 2009 y 2012–, cuando además comenzó la página Bēhance (que es como un portafolio en línea), me activé mucho diseñando. La página era en inglés y, como yo no sabía el idioma, me puse a aprender ahí con la práctica y el internet. Desde que abrí el perfil en esa página empecé a tener contactos y hacer trabajos pequeños para gente de afuera. Ahí creo que comenzó realmente mi carrera de diseño».

BUSCANDO EL NORTE, DESDE EL SUR

Cuando la situación política y económica en Venezuela comienza a deteriorarse, en Maracaibo, la familia de Paul enfrenta un momento difícil. «Mi papá se queda sin trabajo. Mi tía, que antes trabajaba en la misma empresa con él, decide irse a Chile y comienza a llamarle para que vaya con ella». Así lo hace. Su padre viaja primero para buscar trabajo y estabilidad, luego le siguen su mamá y hermanas menores, y poco después, en 2012, le sigue Paul –casado para entonces–, «a probar allá y a ver qué tal». La mudanza resultó un acierto para su carrera y crecimiento personal.

Si bien Venezuela representó sus años de formación y exploración, Chile fue el momento de alcanzar metas, abrirse camino. Aunque no dejaba de investigar siempre en distintos portales y páginas web, Paul comienza a entender mejor su rol profesional.

En Chile también empieza a plantearse más seriamente la investigación del diseño venezolano. «Siempre tuve esa sed de estar investigando, me gustaba estar pegado en internet, leyendo cosas, intentando descubrir qué es el diseño venezolano. Y es un proceso en el que todavía sigo, tratando de entenderlo todavía más. Voy así, como ñoño, buscando en internet. Recuerdo que un día conseguí el libro de Jesús Emilio Franco, *Volumen uno* (1970), que fue uno de los primeros de diseño que se sacó en Venezuela. Lo vi en Mercado Libre y le pedí a mi tía en Maracaibo que me lo comprara, costase lo que costase. ¡Lo necesito!, le dije». A pesar de su distancia física tras su migración, obtener esa publicación alimentó aún más su deseo por saber qué ha pasado con el diseño nacional y qué sigue sucediendo actualmente, más allá de los obstáculos que suponen el todavía escaso registro de la información y el acceso a ella desde el exterior.



«Hace poco conseguí unos videos sobre Waleska Belisario en los que habla sobre su trabajo y sobre su relación con Leufert. Me puse a investigar más y más de su empresa y lo que hace. Así voy, descubriendo. Justo hace unos meses di con el libro de Sotillo, Nedo, Leufert y Pol, *La nueva estampilla venezolana* (GAN, 1978) y voy ahora a todos lados con él. También coleccionando estampillas que consigo en un portal que se llama todocoleccion.net, ahí encontré las que están en el libro y me las compré todas. Las primeras que compré fueron las que hizo Sotillo sobre la nacionalización del petróleo, porque me fascinaba la estética que usó, como algo pixelada, muy parecida a lo que yo manejo mucho en mi trabajo». Fascinado por la colección que ha ido adquiriendo, Paul alimenta luego sus redes sociales con la intención de buscar más información o de dar a conocer a otros este material y resaltar así el diseño venezolano.

«De cierta manera, creo que algunos de los elementos de mi trabajo tienen conexión o se parecen en algo a lo que hacían esos diseñadores –Paul se refiere sobre todo a Álvaro Sotillo, Nedo M.F., Santiago Pol y Gert Leufert–. Obviamente por su influencia, porque me encanta todo lo que hicieron, su vinculación con el cinetismo; también por el aporte de lo que en ese momento desarrollaban Soto, Cruz-Diez, Otero... Todos ellos influenciaron mi trabajo».

Tras sus investigaciones, Paul comienza a experimentar no solo con el dibujo cinético sino con el estudio de las letras y las tipografías, como lo habría hecho Nedo, explorando las formas, algo que se ha transformado en un elemento clave en la evolución de su trabajo profesional y que, según lo entiende, también tiene que ver con su obra en graffiti. El trabajo tipográfico ha conectado los dos lados: el diseño comercial y su trabajo personal como artista.

Chile ofreció por los siguientes nueve años no solo este espacio de investigación en el que se sumerge, sino que también le abre las puertas a la experiencia. Su currículo se amplía a través de trabajos en diferentes agencias y estudios tanto como parte del equipo como diseñador independiente. En una de esas primeras empresas, comparte durante algunos meses con el entonces director creativo Andreas Lindholm, y comienzan una buena relación. Andreas era de origen sueco y hablaba poco español, por lo que Paul aprovecha para mejorar su inglés y así comunicarse mejor con él. Cuando Lindholm decide renunciar y



abrir su propio estudio, Spaceformula, ofrece a Paul un espacio en su equipo de trabajo. El sueco se convierte en su mentor y le abre las puertas a ideas frescas sobre el diseño europeo. «Él era parecido a mí en cuanto a que le gustaba investigar mucho. Hacía unas gráficas muy complejas y mucho trabajo en tipografía, y tenía un estilo muy marcado, parecido a los de The Designers Republic, y que al final yo también fui desarrollando. Eran diseños sumamente complicados con muchos elementos, letras, dibujos, íconos, que llamaban mucho la atención. Y curiosamente era algo que yo hacía desde siempre con mis grafitis y dibujos, porque me gustaba llenar todo el espacio, hacerlo recargado; era una maña, como un tic que tenía».

Durante los próximos años, desde el 2012 hasta el 2018, Paul trabajaría intermitentemente con Lindholm en varios proyectos, con lo que solidifica su estilo personal de diseño. Luego conoce a un grafitero español, Felipe Pantone, que comenzaba su trabajo artístico y este le cuenta sobre su estudio, un lugar que mezcla el grafiti y el diseño. «Me habla de su proceso en el que explora su arte, conectando lo que hacía como diseñador con el grafiti, y de esa conversación me di cuenta que podía hacer también cosas para mí, porque hasta ahora yo no tenía un trabajo personal como tal. Empiezo entonces a desarrollar ejercicios de diseño que a la larga comenzaron a perfilar mi estilo y por lo que la gente empezaba a conocerme. Es una exploración sobre la gráfica influenciada por los estilos que había visto con Lindholm pero conectados con lo que yo había investigado del diseño venezolano. Así que empecé a apropiarme de elementos, logos, diseños y los llevaba a lugares irreconocibles».

Paul toma, por ejemplo, el logo de la Electricidad de Caracas, diseñado por Jesús Emilio Franco, y lo transforma de tal manera que se convierte en algo nuevo, con tramas y estilos que va haciendo suyos. A partir de esa distorsión pasa los siguientes cuatro años explorando las gráficas para distintos patrones, buscando sus límites, muy contrario a las tendencias actuales de espacios limpios y blancos que respiran. «Lo mío es como complejo y caótico; o sea, me gustaba que mi gráfica se viera caótica, que tuviese mil cosas. No sé por qué era, pero así me hacía feliz. Ahora es que estoy entendiendo lo de los blancos»

“

No me interesa ser un buen diseñador en España, quiero ser un buen diseñador de Venezuela”

SENTAR BASES, ABRIR CAMINOS

Una de las recomendaciones que Paul más atesora de Lindholm tiene que ver con continuar aprendiendo por su cuenta: ambos se consideran autodidactas y siempre sedientos de información. En 2015, Andreas le plantea el diseño de una aplicación, pero Paul no sabía manejar todavía interfaces así que, con la confianza depositada por su guía, decide experimentar y abre una nueva fase: el diseño de productos digitales que tienen que ver con las experiencias de usuario.

El nuevo trabajo significó que Paul debía ir a España por unos meses porque el estudio de Lindholm estaba centrado primero en Denia, un pueblo en la comunidad de Valencia, y luego en Valencia. La intermitencia entre ambos países le hace darse cuenta de que no se sentía del todo cómodo en Chile. «Fue raro porque sentí como que nunca había conectado allá. A pesar de que estaba con mi familia, siempre me sentía solo y, por un tiempo, hasta que algunos amigos se mudan para allá, tampoco había logrado disfrutar de la ciudad». Entonces comienza a desear quedarse en España.

Durante ese tiempo, Paul solidifica finalmente un estilo y arma un portafolio acorde que le brinda oportunidades con clientes de Chile y de otros lados, de Europa y Estados Unidos, que buscaban específicamente el tipo de gráfica con que trabajaba él. También comienzan a reconocer su trabajo, a través de las redes, algunos personajes del diseño en Venezuela por los que él siente admiración, algo que le motiva enormemente. «Entonces esto quiere decir que lo que estoy haciendo está funcionando, que está bien», pensaba. «Claro, para mí era confuso, porque yo desarrollaba esas gráficas para mí, no como productos; es más, las separaba del diseño. Tenía por un lado mi portafolio de diseño comercial y por el otro estas gráficas que desarrollaba como pinceladas que firmaba como SPO16». Paul usaba su pseudónimo de sus tiempos de grafitero en Maracaibo como una manera de representar a tantos otros diseñadores que hacían lo mismo: guardaban su trabajo artístico bajo otro nombre. Pero, con el tiempo, el estilo de SPO16 fue ganando terrenos y los clientes empezaron a aparecer pidiendo productos que se aproximaran a sus diseños. Ambos –Paul y SPO16– se fusionaron cuando finalmente arma su página web con un portafolio en el que consigue un hilo conductor entre su arte personal y sus diseños para productos comerciales. Dibujaba así por fin su identidad como diseñador.

“

No tiene nada de malo tener varios estilos, porque al final el trabajo como diseñador no se trata de los estilos, se trata de resolver un problema”



«También terminé de entender que no tiene nada de malo tener varios estilos, porque al final el trabajo como diseñador no se trata de los estilos, se trata de resolver un problema. Y esa solución del problema puede tener un estilo específico, sea cual sea, y ya. Últimamente, cuando me toca referirme a mí mismo como diseñador gráfico o como artista, no digo ninguna, porque soy las dos. Soy artista y diseñador, porque hago ambos, mezclo el diseño con el arte».

Mientras que eso sucede en Chile, y más clientes internacionales comienzan a contactarlo, Paul no abandona la idea de volver a cambiar de aires. Decide dedicar su tiempo compartido entre la producción artística y el diseño comercial de manera que siempre produzca por ambos lados. Explora otros medios, inspirado en los elementos digitales, como el píxel y los patrones binarios, aunque por ahora ve la publicación de su obra como algo improvisado, de lo que no espera grandes cosas. No se trata, para él, de exhibir por el hecho de exhibir, y esto caracteriza su rol como diseñador. «Me gusta el trabajo de diseñar. No lo veo como una carrera, sino que el diseño gráfico es como una herramienta, algo con lo que ayudo a las personas. Eso es para mí diseño: ayudar a las personas. Una especie de servicio social. Ya no me interesa hacer algo que diga “soy yo”, sino desarrollar algo que funcione, que sea funcional para el otro. Ya ni me interesa la estética. No me preocupa que tenga mi estilo, sino que quiero conectarme de verdad con el cliente y desarrollar algo que tenga un fin y una función real, que no sea algo meramente decorativo».



Todo esto se traduce finalmente en un último escalón evolutivo de su perfil profesional: el desarrollo de productos UI/UX, «interfaces, aplicaciones, páginas web dedicadas a la experiencia de usuario». Paul ha tomado todo lo aprendido de sus referentes para aplicarlo a los contenidos virtuales. Por otro lado, también ha decidido tomar espacios fuera de lo digital, y desarrollar algo que evite su encasillamiento. «Tomo un respiro y empiezo a reformular las cosas, pensando en qué hacer». Vuelve al trabajo manual, al dibujo sobre el papel milimetrado, a los diseños que puede ver impresos o en físico y eso le resulta de alguna manera mágico y emocionante. «Me gusta que mi trabajo siga evolucionando, que no sea el mismo siempre».

VOLVER A TRAVÉS DE LOS OTROS

Una pregunta ha perseguido a Paul desde sus inicios en la universidad de Maracaibo, hace ya más de quince años. Hoy, desde la incertidumbre de un nuevo comienzo en Madrid, esa misma interrogante le mueve, le obsesiona. «¿Qué es el diseño venezolano?». Desde la diáspora, Paul comparte con muchos otros venezolanos una necesidad de reconciliación con su identidad; y, en su caso, consigue respuesta en su afán como investigador de la historia de su profesión en el país. «Mucho del trabajo que hacen los que han emigrado se deja influenciar por el país al que llegaron, que no tiene nada de malo, pero se han olvidado de qué es el diseño venezolano y, quizá, de como representarlo. No sé si el diseño venezolano tenga necesariamente que tener un estilo específico, pero sí siento que como país nos falta interés para crear una identidad o recuperar esa que ya teníamos. Por eso mi trabajo intenta apegarse mucho a lo que hacían los diseñadores y artistas venezolanos. Quiero desarrollar y quiero colaborar a definir el diseño venezolano, independientemente de si estoy o no en el país. No me interesa ser un buen diseñador en España, quiero ser un buen diseñador de Venezuela».

Lo que hicieron Nedo, Pol, Leufert y Sotillo hace años fue un avance enorme que, según Paul, parece haberse quedado atrás por la falta de interés de las nuevas generaciones. «De cierta manera, aunque todavía se sigue desarrollando el diseño, sobre todo en Caracas, la crisis y la diáspora generaron un bajón, un desinterés general por seguir construyendo el diseño venezolano. Aunque es cierto que desde hace algunos años para acá volvió a activarse la máquina y gente como Laboratorio de Tipografía comienza una importante tarea de compartir la información, lo que permite que se retome la discusión sobre lo que realmente es el diseño venezolano».

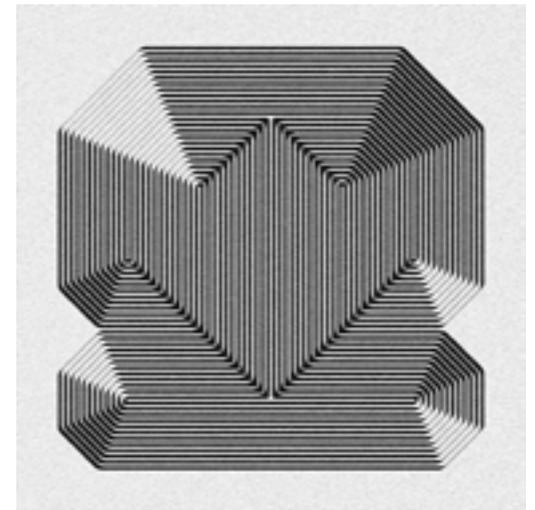
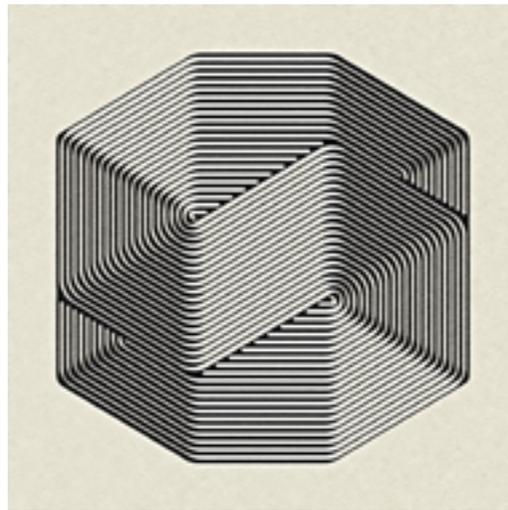
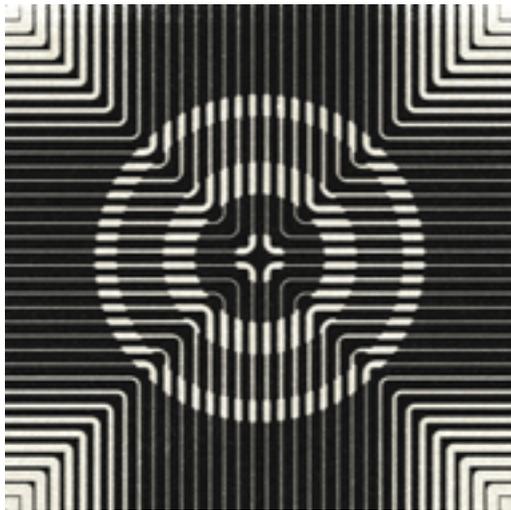
Paul es un fiel creyente de la importancia de dar a conocer el trabajo de otros para entender mejor lo que sucede en el país, y del futuro que se crea a partir de eso. «Hay un nuevo país del diseño en Venezuela, pero nos toca ponernos de acuerdo y tomar la responsabilidad de retomar el trabajo de construir esa identidad; de pensar que, aunque estemos regados por el mundo o todavía en el país, acá estamos: esto es el diseño venezolano. Ahora estamos

“

Eso es para mí diseño: ayudar a las personas. Una especie de servicio social. Ya no me interesa hacer algo que diga ‘soy yo’”

muy dispersos, cada uno por su cuenta, pero debemos intentar organizar las ideas, mostrar un poco de “trabajo en equipo”. Por eso investigo, para entender lo que fue y así poder desarrollar lo que va a ser. Ahora me toca a mí, nos toca a todos ser el relevo. Pero tenemos que hacerlo en conjunto”.

Decir la frase «no creo que vaya a Caracas próximamente» genera una sensación incómoda: ese momento en que exteriorizar finalmente un «no volveré» que lo haga real siempre lo hace. Pero para Paul, su investigación le lleva de regreso a través de la mirada al trabajo de otros, y del suyo que intenta rendir tributo a sus héroes. «Voy a intentar documentar mi trabajo para que en el futuro los que vengan tengan fácil acceso, porque no quiero que les pase a ellos lo mismo que a mí. Quiero documentarlo todo, lo mío y lo que voy coleccionando de los diseñadores que han hecho historia en Venezuela, desde sus inicios, tanto como pueda encontrar, hasta hoy. Y cuando sea viejo, lo que más me interesa no es el dinero ni los grandes clientes, sino haber desarrollado algo que se considere como diseño venezolano».



PORTAFOLIO





SKATEBOARDING

VENEZUELA



ONE



About 300 million years ago, Earth didn't have seven continents, but instead one massive supercontinent called Pangaea, which was surrounded by a single ocean called Pannotia.

Over the course of the planet's 4.5 billion-year history, several super continents have formed and broken up, a result of churning and circulation in the Earth's mantle, which makes up most of planet's volume. This breakup and formation of supercontinents has dramatically altered the planet's history.

SPOTTING | Venezuela, South America

PREHISPANIC VENEZUELA



ANADENANTHERA PEREGRINA

The *Anadenanthera peregrina* (AA) plant is a small, woody shrub that grows in the tropical regions of South America. It is a member of the Fabaceae family and is known for its psychoactive properties. The plant has been used for centuries by indigenous peoples in the region for its hallucinogenic effects. The plant is a small, woody shrub that grows in the tropical regions of South America. It is a member of the Fabaceae family and is known for its psychoactive properties. The plant has been used for centuries by indigenous peoples in the region for its hallucinogenic effects.

The plant is a small, woody shrub that grows in the tropical regions of South America. It is a member of the Fabaceae family and is known for its psychoactive properties. The plant has been used for centuries by indigenous peoples in the region for its hallucinogenic effects. The plant is a small, woody shrub that grows in the tropical regions of South America. It is a member of the Fabaceae family and is known for its psychoactive properties. The plant has been used for centuries by indigenous peoples in the region for its hallucinogenic effects.



@spottynoo | spott.com



—1989—

ANDREA Facenda

«El diseño es mi manera de existir»

Mirar hacia adelante es la brújula que la mantiene en constante movimiento. El cinetismo, el Op Art, los colores de Cruz-Diez, los trazos ilusionistas de Monet y el impresionismo la llevan hacia su propio lenguaje, en el que intenta unir arte, diseño y *branding*. Nació en 1989 en Valencia, estado Carabobo. Licenciada en Artes mención Diseño Gráfico de la Universidad Arturo Michelena, cursó posgrados en Diseño Interactivo y Estrategia de Diseño en George Brown College, Canadá. Se define a sí misma en Instagram como «*diseñadora gráfica audaz y experimental*», «*inmigrante venezolana que vive en Toronto*», «*obsesionada con el arte, fundadora y directora creativa de Andrea Facenda Studio*»

 @andreafacendaf

 Maruja Dagnino

 Diego Barranco (retratos)

Un escritorio, un bloc de dibujo, témpera, marcadores, crayones, el sonido de la máquina de escribir, la música que hace la máquina de coser, la luz entrando por la puerta a las tres de la tarde, el deseo de decir quién es, de recorrer el mundo, pan dulce con queso guayan s, el sabor del Toddy son imágenes impresas en el imaginario personal de Andrea Facenda Fraino. Imágenes que definen sus treinta y tres años de tránsito por la nube, por las autopistas, las veredas y otros vericuetos de la vida y dan contorno y sustento a su vocación artística, que también vuelca en el diseño. Esas instantáneas también definen a la persona que es hoy, aunque ve su camino como un proceso permanente de transformación.

Nació el 2 de junio de 1989 en Valencia, estado Carabobo. Su infancia transcurrió en la casa de sus abuelos maternos, contigua a la suya, y en esa casa junto a su abuela saboreó las mieles de la imaginación. En su familia unos tocan, otros cantan, otros hacen fotos y otros pintan, pero sus profesiones est n vinculadas con carreras vinculadas a las ciencias, así que de ellos heredó el pensamiento lógico, estructurado, y de su abuelo grandes aptitudes para la gerencia.

Sobre esta experiencia temprana Andrea relata: «Iba todas las tardes a casa de mi abuela. All  tenía mis propios gabinetes, donde guardaba los materiales que necesitaba para dibujar, pintar, escribir. All  hice una diversidad de cosas, incluso joyería. Yo siempre estaba activa en cualquier cosa que tuviera que ver con el arte y esa es la rutina que me ha llevado hacia donde estoy, porque lo hice desde pequeña, y desde que tengo uso de razón lo recuerdo».



“

EL DISEÑO

GRÁFICO DEBE

SER SIEMPRE

ICÓNICO”

EXPLOSIÓN GRÁFICA

Afortunadamente, hoy vamos aprendiendo a lidiar con la diferencia y el vértigo que acompaña esa diversidad. Para bien de la humanidad se ha comprendido que eso que llamábamos diferente trae también el don de la creación, así como la fusión es al jazz o a la cocina. La Andrea «obsesivo-compulsiva» ha aprendido a sacar provecho de sus «manías», como ella misma confiesa. Dice que esa afición la lleva a hacer rutinas fuera de lo común con la disciplina férrea de la obsesión y la casi sobrehumana capacidad de concentración que le confiere, para zambullirla en procesos de intensa creatividad. Hace unos cuantos años estuvo obsesionada con hacer *posters* de bandas musicales venezolanas, y en el bachillerato no podía dejar de mirar y de pensar en las pinturas del Renacimiento. Una muchacha que nadaba ya desde entonces en aguas profundas.

«Siempre ponía siete objetos ocultos en cada uno de estos *posters*. Eso era parte de mi trastorno, y es algo que no he dicho casi nunca. Cuando me obsesioné con el Renacimiento me quedaba atrapada en cada emoción, en cada idea que me transmitían esas pinturas. El hecho de padecer ese trastorno me hizo muy, muy enfocada en lo que quería hacer, y quería ser la mejor artista que podía ser, la mejor diseñadora gráfica que podía ser», afirma con vehemencia.

Andrea también se declara «experimental». Entiende su vida como una transformación continua, un atributo de personas, por cierto, cuya pasión, en este caso entiéndase vocación, las lleva a arriesgarse. «Mi vida ha sido una secuencia de intentos y experimentos en el área de las artes y, de hecho, tengo una línea de tiempo que hice para uno de mis posgrados, aquí en Canadá, donde enumero todos esos experimentos».

Mujer de ideas, su nivel de autoanálisis la hace muy consciente de sí misma en relación a su trabajo, que realmente parece definirla y tal vez por eso siente que lo más importante que ha alcanzado es esa difícil tarea de entenderse a sí misma, bien sea como artista o como diseñadora. «Experimento con diferentes técnicas y conceptos todo el tiempo. Con nuevas tecnologías, que van desde realidad aumentada hasta 4D y, obviamente, me desplazo entre lo visual y lo estético. Este trabajo experimental ha sido muy difícil para mí, porque cuando veo mi trabajo en un papel o en una computadora o en lo que fuese, encontrar que es tan



distinto al trabajo de los demás me ha hecho sentir un poco sola». Y puntualiza como mirando para adentro, buscando con sumo cuidado las palabras que busquen saldar es abismo entre ella y los otros: «No es una soledad mala, no es una soledad aislante, porque entendí también que es una soledad que me caracteriza como individuo, como artista y como diseñadora».

Uno de sus maestros es Alberto Pérez Salamanqués, su profesor de producción de cine en la universidad, con quien se identifica. Lo describe como un artista inquieto, que experimenta en diferentes áreas. «Conocerlo me ha ayudado a aceptar que yo también tengo diversas habilidades, porque una de las cosas que siempre creo que me he reprochado a mí misma es que no soy una sola cosa, porque no elijo una sola cosa, y después me di cuenta de que yo no soy solamente ilustradora, no soy solamente diseñadora gráfica, no soy nada más pintora, o lo que sea que resulta de las experiencias que transcurrieron a lo largo de mi vida y que me hacen ser lo que soy hoy en día. Y que está bien ser una persona experimental, ser una persona que está cambiando constantemente. No tienes que ser lo mismo todo el tiempo».

Llegó a Canadá hace cuatro años con poca platica, pero con mucha determinación, con una visa de turista y con una maleta de expectativas. «Me arriesgué, tenía poco dinero para emigrar y aun así lo hice para ver qué pasaba. ¿Por qué me fui? Bueno, fue una mezcla entre la situación de crisis política y económica del país, pero también para tratar de buscar un desarrollo profesional, algo inspirador. Cuando llegué aquí empecé a hacer contactos y posteriormente a estudiar un posgrado y luego el otro. Y estoy aquí gracias a los padres de mi amiga Verónica, que me apoyaron mucho y que son para mí unas figuras paterna y materna».



UN VIAJE AL CENTRO DE SÍ MISMA

Haber migrado ha consolidado la certeza de Andrea de ser una persona experimental. Es licenciada en Artes mención Diseño Gráfico de la Universidad Arturo Michelena de Valencia, Venezuela. Sus dos posgrados –en Diseño Interactivo y Estrategia de Diseño, cursados en George Brown College, de Toronto, Canadá– fueron diametralmente distintos, pero se complementan el uno al otro, porque aprendió a proyectarse en el futuro de una forma más estratégica, un rasgo que, reitera, ha sido fundamental en sus últimos años como diseñadora.

Ve su trayectoria como migrante igual que para muchos otros migrantes venezolanos: «difícil», palabra que usa como elipsis. Y aunque ha logrado disfrutar de muchas experiencias satisfactorias, ser inmigrante significa para ella que «la gente siempre te va a ver distinto porque tienes otras vivencias, ves el mundo de otra manera y porque no hubo un proceso natural en el que tú hiciste conexiones desde que estabas joven. De repente tienes que hablar con personas que no conoces, que tal vez nunca te van a responder y que no se interesan en tu trabajo, pero tienes que hacer el intento».

A pesar de eso, en este año 2022 fundó su agencia de diseño. «Creé aquí en Canadá Andrea Facenda Studio, pero tengo clientes alrededor del mundo. Tengo una persona trabajando conmigo y poco a poco estoy conformando este estudio que ha sido mi sueño de toda la vida, un propósito que se ha ido cumpliendo».

Su empresa la ha llevado a dejar los atajos y tomar algunos riesgos «como el hecho de contratar gente sin saber cuál va ser el resultado», en un medio que desconoce todavía. «Ha sido difícil porque se atravesó la pandemia. Yo tengo una parte de mí que es muy social y vivo sola. Entonces no es que pude compartir con mucha gente. Pero está también la ansiedad ante cosas básicas, como no saber cómo vas a comer o cómo vas a pagar tu vivienda, cómo vas a tener dinero para el transporte. O el solo hecho de hacer nuevos amigos en un país que no es el tuyo. Emigrar es además tan difícil como elegir quiénes van a ser tus amigos y quiénes son los que no debo tener, considerando que estaba en una ciudad desconocida. Creo que todo eso ha causado un impacto positivo y negativo, según como veas el vaso», reflexiona.

La suerte, la intuición y la determinación han acompañado a Andrea en este viaje a Canadá, hasta ahora sin regreso, aunque ella se reconoce viviendo en cualquier lugar. En su relato no se siente drama, ni arrepentimiento, ni nada que delate un ápice de victimización. Por el contrario, en lo que cuenta se percibe que su decisión de migrar la ha conducido por un camino de aprendizaje, y Canadá le ha permitido crear su agencia.

«¿Qué no me importa haber dejado atrás?», enuncia en voz alta la pregunta, a la que parece responder confesando: «Bueno, yo sí salí de Venezuela por la circunstancia en la que estábamos, pero también porque estaba buscando otras cosas y otras experiencias, nuevos rumbos, y no me importa ser un migrante a pesar de las dificultades. De hecho, me encanta ser una migrante porque los desafíos que tienes que enfrentar día a día, ya sea en lo personal o en lo profesional, son impredecibles, son emocionantes, son tristes, son felices, y yo soy muy emocional».

Facenda Fraino reflexiona un poco sobre sus victorias y continúa, con su voz criolla: «Pero esta aventura me alimenta. En realidad, no me importa haber salido del país, primero porque siempre puedo volver, siempre lo puedo visitar, pero siento que mi casa es donde yo esté. Eso es algo que me ha enseñado justamente el hecho de ser una migrante. No significa que te vas a olvidar de tu país, de tu familia, de tu gente o de tus costumbres. Significa que te vas a nutrir de muchas otras cosas que te van a complementar como ser humano, y eso está bien. Nuestro país siempre se caracterizó por recibir muchos inmigrantes y sin esos inmigrantes muchos de nosotros no habríamos nacido en Venezuela. Yo creo que es el curso de la vida, y es el curso del mundo, es algo que siempre ha sido así. El mundo siempre está en movimiento y nosotros somos parte de ese movimiento».

“

Siento que mi casa es donde yo esté. Eso es algo que me ha enseñado justamente el hecho de ser una migrante”

INTROVERTIDA FUERA DE SERIE

La niña Facenda era introvertida. Seguramente ella se sentía diferente, absorta en sus trabajos creativos, sin interlocutores, o con miedo a develarse. Debió haberse sentido la rara en un mundo donde el arte es una cosa de pocos. Se aburría, y muchas veces su mente traicionera vagaba por parajes lejanos mientras los profesores se convertían en ruido blanco. Se llaman pensamientos intrusivos. No había salido todavía del colegio cuando ya estaba pensando en lo que inventaría cuando llegara a la casa, o si haría esto o aquello.

“

Está bien ser una persona experimental, ser una persona que está cambiando constantemente

Tal vez porque ese mundo de relación con el arte desde pequeña la convertía en un personajito atractivo siempre ha sido buena para hacerse amiga de los profesores, y en primer grado pasaba mucho tiempo con su maestra. Poco a poco fue ganando algunos amigos de su edad. En secundaria encontró su grupo de amigos raros como ella, que eran muy pocos, pero a todos les interesaba el rico mundo de las artes, donde todo es posible. Compartían gustos musicales, y poco a poco se fue soltando hasta que llegó a la universidad que lleva el nombre de Arturo Michelena, un pintor realista valenciano cuyas obras son fundamentales en el imaginario pictórico venezolano. De allí egresó en el año 2011.

Fue en la universidad donde venció la timidez, fue soltando una a una las hojas ya secas del miedo hasta que el tallo quedó expuesto en toda su extraña hermosura.

Tal vez el ingreso a la adultez, a las nuevas ideas, la hizo un poco más abierta, más extrovertida. Allí descubrió quién era, porque sintió que el bachillerato era como una camisa de fuerza para sus inclinaciones artísticas. «Siento que para algunas personas es muy difícil encontrar su vocación, porque tienen talentos que no se descubren hasta después. Y eso tiene que ver con el hecho de que en el bachillerato solo hay dos opciones –reflexiona–. Eso en parte me hacía ser un poco más introvertida en la escuela, porque yo estaba interesada en otra cosa, estaba interesada en el arte. Gracias a mi mamá, que le gustaba mucho el *ballet*, puede experimentar otra cosa que la escuela no me daba».

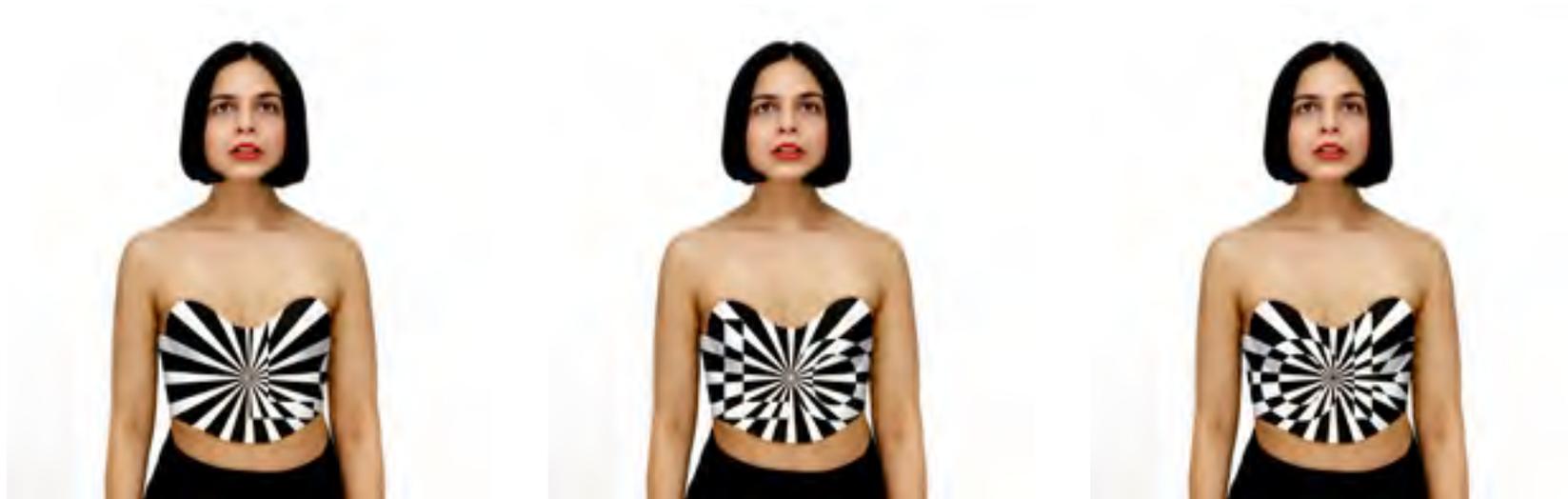
Estar siempre lista, muy alerta a cualquier cosa que tuviera que ver con el arte, es una rutina que ha llevado a donde quiera que esté, porque es lo que hace «compulsivamente» desde que era una niña.

SU MUNDO EN MOVIMIENTO

Representado para ella en los venezolanos Carlos Cruz-Diez y Jesús Soto, el cinetismo ha influido en su trabajo (y se puede ver en su obra). Encuentra en ellos elementos clave para entender su paleta, sus experimentos con la cercanía y la lejanía, con el movimiento. Le gusta esa suerte de hipnosis que resulta del diseño que se ve desde el juego y la interacción. «Una cosa de la que me di cuenta ahora, y a la que no había prestado mucha atención antes, o no tanto como ahora, son los colores de Venezuela, y no estoy hablando de los colores de la bandera sino de los paisajes venezolanos. Toronto es una ciudad espectacular, que también amo y con la que estoy muy agradecida, pero es una ciudad muy gris, y cuando regresé a Venezuela los colores de los paisajes me sobrecogieron. Esto fue superimpactante, porque ahí fue donde entendí de dónde viene esa paleta tan brillante, tan extrovertida que uso en muchos de mis diseños y en mis obras, y creo que eso se lo debo en parte a Cruz-Diez».

Encuentra también inspiración en artistas como Armando Reverón y Claude Monet. Sobre el segundo, detalla: «Hay un cuadro que está aquí en la Galería de Arte de Ontario que me tuvo yendo a la galería una y otra vez solo para verlo, porque cada vez encontraba algo distinto, algo que me permitía luego a mí misma jugar en mis propias obras, en mis propios diseños». Inmediatamente después, añade: «Y definitivamente amo a Dalí».

Luego está Stefan Sagmeister, un diseñador y pensador austríaco que ha reflexionado, entre otras cosas, sobre cuál es la importancia de la belleza para el diseño y cómo afecta la percepción del tiempo nuestra felicidad. Performista, disruptivo, un artista y documentalista de inmersión. Lo considera arriesgado, icónico en un terreno que une diseño y arte. Una relación que artistas y diseñadores no suelen admitir y que es parte esencial del arte contemporáneo.



LA TRIBU DE ANDREA

Su primera infancia se construía entre los padres y los abuelos, a quienes ve como dos mamás y dos papás y, si a esto sumamos a los padres de Verónica, que han velado por ella en Toronto como si de una hija se tratara, «son tres padres y tres madres». Su abuela Emma dejó sobre ella una impronta indeleble. Inquieta sobre todas las cosas, su «Tatá» la incitaba a hacer manualidades con ella. Los primeros pinceles, las primeras témperas le recuerdan a su abuela. Del abuelo José Miguel abrazó el talento para emprender.

Única prima entre un mar de varones, María Claudia Fraino fue –y es– su mejor amiga y evoca los juegos con su prima con fruición. El hospital, la escuela, los juegos normales de los chamos, y hasta planearon que iban a hacer una escuela, incluso María Claudia llegó a hacer un proyecto para construir una casa de cartulina, «pero eso no se logró. Inventábamos mucho, incorporábamos mucha fantasía a nuestros juegos, pero siempre cosas de la vida real de la gente adulta. Hasta el sol de hoy hablamos de esas cosas».

También están en su mundo afectivo Verónica y Luisana. No pegaban ni con cola. Ella era demasiado introvertida y ellas las más populares. Estudiaron en el mismo colegio, pero nunca fueron amigas hasta mucho después, cuando «por vueltas de la vida» coincidieron y ahora son sus mejores amigas. «Nuestra amistad, que es más bien como una hermandad, ha sido muy importante para mi desarrollo profesional y personal, porque son personas incondicionales».

Su madre Emmy, «como los premios», estudió Artes y fue quien le inculcó el amor por las artes y la acompañó en la aventura de escribir poesía. De su padre, Guillermo, heredó el talento para enfocarse en los procesos.

CON LOS PIES EN LA TIERRA

«En mi vida el trabajo ocupa la mayor parte de mi tiempo y creo que eso es algo que he hecho desde que tengo uso de razón. No hubo ninguna ruptura cuando a los dieciocho años dije que me iba a dedicar al diseño, sino que es algo que yo venía haciendo desde niña. Siento que el diseño es algo espontáneo, algo que está en mí y es mi manera de vivir en este mundo y de existir en este mundo. Es lo que me mueve a seguir trabajando, es algo tan intrínseco en mí, que es muy difícil de describir porque forma parte de lo que soy». Así describe, en pocas palabras, esa entrañable y natural relación con lo que hace, pero después deja en claro que está hecha para emprender, para gerenciar, para vender. Al fin y al cabo, ella trabaja para posicionar marcas, comenzando por la suya.

Está clarísima, y eso es por haber estudiado Estrategia de Diseño. Esos dos posgrados no fueron elegidos al azar. El Diseño Interactivo la lleva por caminos experimentales, le permite forzar barreras y acercarse estéticamente a maestros como Sagmeister.

«Mi trabajo se divide en dos áreas. Por una parte está el *branding* que realizo para empresas y marcas, y por la otra está el lado más artístico, enfocado en obras que inicio por cuenta propia o que sirven para apoyar otros proyectos artísticos, proyectos musicales, museísticos. Para la primera, que es el área de *branding*, requiero más estrategia y yo soy una persona muy estratégica, sobre todo en lo que se refiere marcas. Hago mucho mucha investigación, me hago preguntas a mí misma, hago preguntas a mis clientes, hago preguntas a la audiencia y todo esto para hallar un lenguaje adecuado para que el público se identifique con esa marca. Y a la vez trato de involucrar un poco de mi marca personal. Entonces ahí es donde se me fusionan el arte y diseño gráfico y donde yo creo que mi trabajo se sale un poco de lo común», explica.

«En este momento, cuando acabo de fundar mi propio estudio, es hora de aprender el oficio desde el punto de vista de una emprendedora, una mujer de negocios. Entonces ya es un poco distinto, porque obviamente se mezcla la pasión por lo que hago, pero también tengo que ser muy estratégica en mis movimientos. Estoy en un punto en el que estoy haciendo muchas conexiones, en el que quiero colaborar con otros diseñadores, artistas, en el que quiero hacer más proyectos de diseño que se involucren con mi lado artístico. Creo que esta fusión entre arte y diseño es nueva para mí, y son cosas que muchas veces la gente intenta separar, pero que al final sí hay un punto medio, y a ese punto medio solo llegas cuando te sinceras contigo misma y te sinceras con tu propia marca y con lo que eres en tu profesión».

El diseño gráfico para Andrea tiene que ser icónico, impactante. Por eso entre sus otras influencias primordiales está Jean Michel-Basquiat, el neoyorquino que el mercado sacó de las calles y ubicó despiadadamente en los más altos pedestales del arte contemporáneo. El joven que descargaba su impresionante talento sobre los muros callejeros murió a los veintisiete años solamente, de una sobredosis.

“

En mi vida el trabajo ocupa la mayor parte de mi tiempo y creo que eso es algo que he hecho desde que tengo uso de razón”

Otro artista que la inspira es Keith Haring, activista social nacido en Pensilvania. «Estas influencias son las más cercanas y las más obvias, porque busco mucho y pienso mucho en los signos y en los símbolos, y en el modo en que con ellos puedes crear diferentes historias mezclando estas imágenes o estos íconos, y eso me viene de estudiar tanto a Basquiat y a Haring, pero también creo que fue algo espontáneo que me haya identificado con ellos y esto forma parte de mis hábitos a la hora de crear».

DE LA NOSTALGIA Y OTROS ASUNTOS

«¿Qué quiero que la gente sienta cuando ve mi trabajo? Quiero que se identifique, que sepa quién soy, que mi trabajo sea fácil de recordar y que cause impacto. Cuando trabajo una marca tengo en cuenta que debe ser impactante y debe ser icónica. El diseño gráfico debe ser siempre icónico. Y si se trata de mi marca es allí donde transmito mis vivencias, mis sentimientos, mis deseos, mis angustias. Esto se definiría más como un retrato de lo que soy en lo personal», afirma con sinceridad.

Cuando se trata de la Venezuela que dejó, que es la misma donde viven los suyos, y adonde ella regresa de tanto en tanto, Andrea piensa, «aunque sea un cliché», en los pasos nerviosos sobre la obra de Cruz-Diez de aquellos que parten (o regresan).

«Un turista puede tener de Venezuela una imagen hermosa, una imagen muy cómoda. Es fácil de ver, fácil de disfrutar, pero para una persona que vive en Venezuela tal vez no sea tan fácil. Creo que si hay algo que simbolice todo en una sola imagen es el Cruz-Diez del aeropuerto de Maiquetía, que ve gente llegar, que ve gente irse: más que todo gente irse. Y aunque abandonada sigue siendo inspiradora. Creo que eso también se puede contrastar un poco con la imagen del diseño en Venezuela».

Y seguidamente reflexiona sobre el diseño en una Venezuela en la que hubo atrevimiento, vanguardia, escuela, pero que «debe mirar hacia adelante»:

«Siento desde hace mucho tiempo que el diseñador venezolano tiene que empezar a ver hacia delante, porque estamos viendo mucho hacia atrás. Y está bien ver hacia atrás, ver lo que se construyó antes y tener esa inspiración, tener esa base. Yo misma lo hago. Respeto

mucho a los diseñadores que vinieron antes de mí, pero el diseño se ha convertido en otra cosa. Hoy más que nunca el diseño es una herramienta de protesta en el mundo. Más allá de lo comercial. Esto, por supuesto, nos ha servido mucho a los venezolanos que estamos afuera, los venezolanos que se han quedado, los que planean salir, lo que planean regresar, pero el diseño también es futuro, es imaginar combinaciones, es crear nuevas combinaciones. Siento que hay que abrazar el futuro, pensar en él, y que el diseño venezolano debe ser más innovador, no olvidando la base y la experiencia de los que vinieron antes de nosotros, pero tiene que ser inquieto, tiene que buscar más allá de lo que de lo que es normal, de lo que es tradicional, para que pueda generar un impacto y nos pueda servir como un medio de expresión, no solo como artistas, sino también como seres humanos». ■

“ Siento desde hace mucho tiempo que el diseñador venezolano tiene que empezar a ver hacia delante, porque estamos viendo mucho hacia atrás”



novo
amare

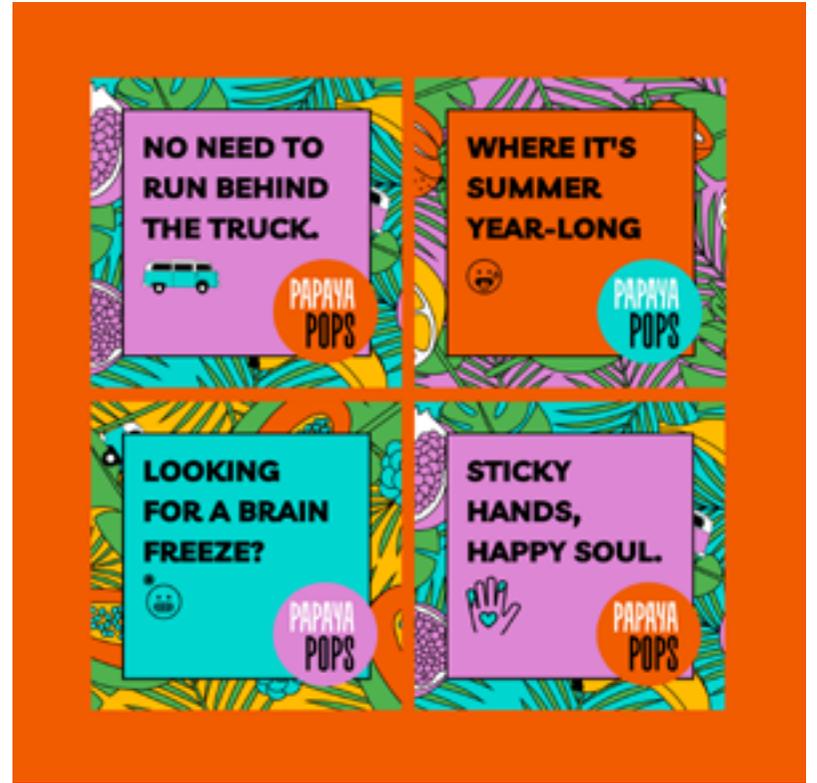


novo
amare
na
@novoamare
novoamare.com

PORTAFOLIO











— 1989 —

FARIDE

Mereb

«Los libros me han dado todo»

Nació en Valencia en 1989 y vive en Nueva York. Fundó Ediciones «Letra Muerta», que dirige con asesoría de Javier Aizpurua. Diseñadora de libros y profesora, investiga el diseño, la impresión y la historia del libro a la luz de procesos políticos y sociales americanos. Licenciada en Diseño por el Instituto de Diseño de Valencia y en Artes por la Universidad Arturo Michelena, actualmente es *visiting scholar* de Columbia University. Ha exhibido en Caracas, NYC, Madrid, São Paulo y Barcelona. Ha recibido el 10x10 Photobooks Research Grant y reconocimientos del Center for Book Arts, AIGA: 50 Books | 50 Covers, Bienal Iberoamericana de Diseño, Latin American Design Awards y Premios CLAP. Se describe como obsesiva, trabajadora y rara: los libros siempre han sido su refugio

 @fmereb

 Keila Vall de la Ville

 Zuleika Acosta (retratos)
Ricardo Blasco, Samoel González y
Freisy González (portafolio)

«BUENO, ELÍAS, AQUÍ ESTE SEÑOR ESTÁ UN POQUITO LOCO»

Yo nací en Valencia, en 1989. Somos una familia de cuatro. Mi papá, mi mamá, mi hermano Elías, que es cuatro años mayor, y yo. Cuando mi papá y mi mamá se divorciaron y se volvieron a casar, él tuvo una hija. Tiene quince años y dice que quiere ser artista como su hermana. Mi hermano es *cloud security consultant* en Microsoft. Vive en Miami. En mi casa no había libros. Cuando nos mandaban a leer en el colegio, Elías me pagaba para que leyera y le contara la historia. Claro, a él le tocaban libros más avanzados. Así fue que en quinto grado me leí *El perfume*. «Bueno, Elías, aquí este señor está un poquito loco». Siempre vi en los libros una oportunidad para el disfrute, para ayudarme y ayudar a otros. Soy neurodiversa. Sufro de ansiedad y trastorno de depresión crónica. De niña no tenía muchos amigos, era la rarita en el colegio. No estaba diagnosticada pues eso no es común en Latinoamérica y menos en los noventa, cuando apenas se descubrían los fármacos de ese tipo. Creces y entiendes que algo no está bien, vas al médico, hay medicinas, y todo comienza a funcionar. Pero entonces fue como asistente de la bibliotecaria de la escuela que logré socializar. Ella se llamaba Blanca, una señora chilena estricta. Con ella catalogaba, hacía inventarios. Si alguien buscaba un libro yo sabía dónde ubicarlo.



“

SI LA GENTE
SUPIERA QUE
EL LIBRO QUE
TIENE EN LAS
MANOS ES
PRODUCIDO
POR PERSONAS”

TODO EMPEZÓ POR LA PORTADA DEL LIBRO

Yo estaría en tercer grado. En la biblioteca vi un libro que me impactó. *Doce cuentos peregrinos* de García Márquez. Por las letras y las rosas en la portada fue que empecé a leer. «Wow. Quiero saber qué dice ese libro». Yo no era asistente de la bibliotecaria aún, estaba chiquita. Pedí permiso para leerlo y ella me hizo un carnet. Claro, era muy avanzado. Pero yo estaba fascinada. Cuando le conté esto a Samoel, después de que nos casamos, él me compró el libro por eBay. La misma edición. Acá lo tengo. Las bibliotecas y los libros me han acompañado toda la vida. En la biblioteca mi esposo aprendió inglés y yo me formé. Los libros me dieron mi *pocket money* cuando hacía las tareas de mi hermano. Los libros me han dado todo lo que tengo.

PERO ME PODÍA IR CAMINANDO, QUE ERA LO QUE QUERÍA

Con el divorcio de mis papás, en octavo grado me fui del colegio internacional a uno «normal», de ciencias, cerca de mi casa, que nos habían recomendado. Podía ir y regresarme caminando. A mí nunca me han gustado los carros y es irónico: mi papá trabajaba en una compañía automovilística. Yo quería libertad, ir a la panadería con mis amigos a comprar café, chucherías. Mis profesores preguntaban: «¿Por qué te metiste en un colegio tan avanzado en ciencias?». Otra vez fui la rara. Mis compañeros se convirtieron en ingenieros, yo era la artista. Pero me podía ir caminando, que era lo que quería.



“ Antes en nuestro país teníamos mala fama. ‘Los diseñadores se la pasan fumando, montando patineta’. ¡Nos veían como unos vándalos!”

« LOS LIBROS VIENEN SIENDO EL ÚNICO LUGAR EN EL QUE SE PUEDE ESTAR TRANQUILO EN LA CASA »

Llegué a la biblioteca en parte por el club de periodismo. Me quedé porque era obsesivita. Me identifico con lo que requiere orden, sistematización, atención al detalle. Me generaba calma controlar las piezas, las partes. Mi papá es controlador, viene de una familia árabe, libanesa. Los hombres en esa cultura son dominantes. En mi casa estaba prohibido pegar afiches. Hacer ruido, maquillarse, prender velas. Los animales. Yo amo los perros. Los libros me permitieron abstraerme. Hay una cita de Cortázar que dice: «Los libros vienen siendo el único lugar en el que se puede estar tranquilo en la casa». Los libros eran mi refugio. Incluso los de colorear. A veces no me encontraban: «¿Dónde está Faride?, ¡Faride!, ¡Faride se perdió!». Yo con el cuerpo bajo la cama, la cabeza y los brazos afuera, pintando.

« YO REÚNO Y ME LO PAGO »

Cuando decidí estudiar Diseño mi mamá me apoyó y mi papá no. Es una carrera costosa. Fue difícil convencerlo de que nos ayudara. En estos días se ve como: «Wow, qué tecnológico, que lucrativo», pero antes en nuestro país teníamos mala fama. «Los diseñadores se la pasan fumando, montando patineta». ¡Nos veían como unos vándalos! Mi papá decía que tenía que estudiar Derecho. «Pero si tú lees tanto, ¿por qué no estudias Derecho?». Al final yo dije: «No importa. Yo reúno y me lo pago». Mi papá reaccionó y empezó a apoyarme. Pagamos la carrera entre los tres. Yo pintaba murales, hacía lo que fuera. Los carros tenían unas gavetitas: un cenicero y una para monedas. De ahí yo sacaba para comprar pan sobado con mortadela y trabajar después de clases con las computadoras del instituto. Mis compañeros tenían Mac, y yo nada. A partir del segundo semestre podía aplicar a una beca servicio. Mi promedio era de diecinueve con catorce sobre veinte. Así que pregunté. Justo ese año no daban becas. Empecé a hacer la tarea de mis compañeros a cambio de materiales de trabajo. Vivía ocupada y estresada, pero tenía menos gastos. Era divertido y me forjó el carácter. Descubrí que a pesar de no tener las mismas condiciones socioeconómicas, era privilegiada, no todas las personas tienen las mismas fortalezas. Y... me dio más práctica. Me gradué haciendo más tareas.

¡HORROR! «¿TÚ TIENES DIECISIETE AÑOS Y NUNCA HAS IDO AL BELLAS ARTES?»

Yo estudié en el Instituto de Diseño de Valencia. De lunes a miércoles veía clases con sus profesores, y los jueves y viernes venían los del Instituto de Diseño de Caracas: mis favoritos. Decían cosas que yo no entendía. Natalia Ángel, que era la más exigente y me hacía preguntas difíciles, por ejemplo: «¿Qué tipografía es esa?, ¿de dónde sacaste esa referencia?, ¿cuál es tu concepto?». Decía cosas fuertes: «Ese trabajo es una porquería». A la vez era maternal y cariñosa. Una vez escribe en la pizarra: Nedo, Leufert. Con unas crucecitas. «Toda esta gente ya no está viva pero es muy importante». Me sentí ignorante. Y me extrañó que en la lista no hubiese mujeres. Al final de la clase le pregunté: «¿Y cómo supiste quién es Nedo, y quién es Leufert, y John Lange, y quién es Larry June?». Me respondió con una pregunta: «¿Tienes diecisiete años y nunca has ido al Bellas Artes?». Y yo: «No». ¡Horror! Me sentí avergonzada: la campurusa, de Valencia, andando a pie, toda sudada en el autobús, comiendo pan sobado con mortadela. Llegué a mi casa: «Quiero ir a Caracas pero en autobús y sola. Quiero ver». Tenía una amiga en Caracas, Deisa Tremarias, que estudiaba Letras y me dijo: «Quédate en mi casa, yo tengo una colchoneta. Vienes, te busco en la parada de autobús, y vamos a los museos». Empecé a ir una o dos veces al mes. Íbamos a exposiciones, compraba catálogos viejísimos del MBA. Entonces empecé a ver un patrón. Mis preferidos decían: diseñados por Álvaro Sotillo o Impreso en Ex Libris o en Editorial Arte. Empecé a hacerme un mapa mental. «Yo quiero diseñar cosas así». Ahora entiendo la influencia de Sotillo, de Belisario, de esa segunda ola, porque Sotillo fue discípulo de Leufert.



RB

“ No solo me interesa lo estético, sino cómo la sociedad y la historia, incluso la vida del diseñador, se reflejan en el resultado material”

«YO VOY A HACER LIBROS»

Sabía que me gustaban los libros. Como el diseño era una rareza, pensé que sería escritora. Un día en una charla vocacional en el colegio un muchacho habló sobre Publicidad. Dijo: «Estudiamos el significado de los colores». Yo: «¡Los colores tienen significado!». Dijo: «En Publicidad estudiamos el sentido de los mensajes. Cómo se escriben». Y yo: «¡Wow!». Pero también dijo cosas que encontré tramposas. Pienso que convencer es una falta de respeto, lo peor. «¿Será que yo tengo que estudiar Publicidad?», me pregunté. Yo tendría dieciséis años, era punk, roquera. Tocaba batería. No era buena, pero me gustaba. Hice un amigo baterista que estudiaba en el Instituto de Diseño de Valencia y me mostraba sus tareas, fue como un guía. Entre él, la charla, el colegio de ciencias donde era extraña («tú eres artista, no científica»), en el que me ponían a hacer carteleras, portadas de los trabajos, y donde la profesora de literatura decía que debía ser diseñadora: todo me fue empujando. Fui al Instituto de Diseño y nos dieron un tour: «Y estos son los empaques». «Y los dibujos». «Y los afiches». Y de repente: «Y acá están las entregas editoriales: las revistas y los libros». Y yo: «¿Qué? No vale. Acá está la respuesta. Colores, mensajes, letras, yo no escribo pero amo la literatura: ¿dónde firmo?». Llegué al colegio a decirle a la profesora de literatura: «Yo voy a hacer libros».



ESCRIBÍA EN LETRAS ÁRABES MI NOMBRE

Me especializo en diseño de libros y tipografía. Creo que este camino y mi interés por los idiomas vino de mi familia. Crecí con mi familia criolla pero la de mi papá habla tres idiomas, mi abuela hablaba entre español raro, francés y árabe, y en su casa había libros en árabe. Se abrían al revés. La portada era lo que consideramos la parte de atrás. Mi abuelo me leía. Tenía un negocio de telas en San Carlos (eso también es importante), y yo trabajaba allí durante el verano. Sacaba el rollo de la caja registradora y escribía en letras árabes mi nombre. Me enseñaba a pronunciarlas. Mi relación con esos abuelos fue distante después del divorcio de mis padres, pero lo recuerdo sacando el rollo de la caja, enseñándome a escribir en árabe.

LA MIGRACIÓN ES LA LÍNEA INVISIBLE

Mi papá nació el 22 de agosto y al llegar a Venezuela le cambiaron el apellido y la fecha de nacimiento al 15 de diciembre. Eso me impacta. Me pasó algo así cuando emigré a EE. UU. Aunque soy Mereb, acá declaro impuestos como Mered. Pronto entendí eso que le pasó a mi papá, que es algo frecuente. Los sonidos de cada idioma son distintos, la posición de la boca al pronunciarlos es diferente, la gente trabaja cansada, y como resultado escribe las cosas como las escucha. Eso me interesa; más desde que llegué aquí, debido a mis propias dificultades, a lo que veo a diario, y porque entendí que los diseñadores que investigaba en Venezuela eran también inmigrantes. Las políticas migratorias venezolanas beneficiaban a quien llegara a asentarse con su profesión. Por ende, hubo hibridación e influencias extranjeras. Eso investigo ahora. Con una beca llamada 10x10 Photobooks Research Grant trabajo sobre Karmele Leizaola desde un enfoque de género –fue la única mujer de esa época– y en políticas migratorias durante la época de Medina Angarita. He levantado líneas de tiempo a través de los créditos de las publicaciones impresas. Por eso me interesan las letras pequeñas, los colofones, sobre todo en el caso de las mujeres, que no tenían créditos. También mi investigación sobre Víctor Viano involucra escritores, políticas de estado, diseñadores gráficos y migración. La migración es la línea invisible. Cuando coleccionaba libros de Monte Ávila, editorial muy relevante en la historia literaria y del diseño en Venezuela, lo hacía interesada en ver quiénes diseñaban las portadas. Siempre eran Juan Fresán o Víctor Viano. Mandé una propuesta sobre estos temas a una galería en Boston donde voy a exhibir con un catálogo y un texto mío. Antes de la pandemia envié un proyecto a Columbia University. Tenía buena relación institucional con esta universidad después de mi conferencia de 2016 sobre diseño editorial venezolano. Ahora soy *visiting scholar* y en marzo presento el trabajo que para entonces nacía de mis visitas al Archivo General de la Nación investigando a Francisco de Miranda (quien llevó la imprenta a Venezuela) en relación con migración e hibridación en América a través de la imprenta.

TODO SE REFLEJA EN EL RESULTADO MATERIAL

Estudié diseño porque me gustan los contenidos, me gusta leer. Las tendencias gráficas me interesan, pero la estética deriva del contexto político y social. No es fortuito que unas publicaciones se impriman a blanco y negro o a color, que en Venezuela no haya periódico o papel, que solo se imprima de cierta manera en ciertos lugares. Todo es indisociable de los recursos, las importaciones, el contexto político, el momento histórico. No solo me interesa lo estético, sino cómo la sociedad y la historia, incluso la vida del diseñador, se reflejan en el resultado material.

“ No es fortuito que unas publicaciones se impriman a blanco y negro o a color, que en Venezuela no haya periódico o papel, que solo se imprima de cierta manera en ciertos lugares. Todo es indisociable de los recursos, las importaciones, el contexto político, el momento histórico”



Bound - Notions of Exile

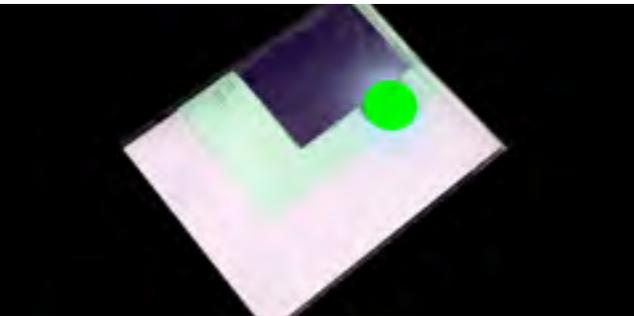
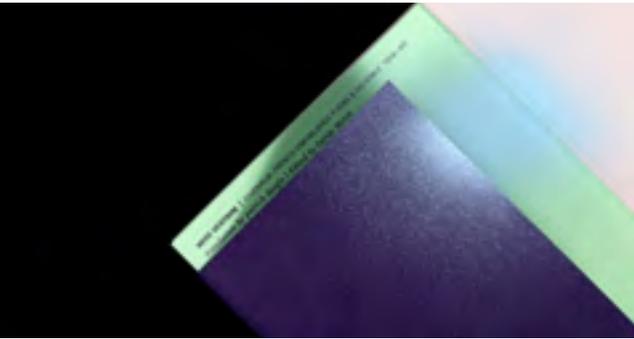
«¿DÓNDE ESTÁN LOS LIBROS QUE YO VOY A HACER?»

Me licencié en Artes en la Arturo Michelena. Yo me gradué de diseñadora a los veinte y soy obsesiva, trabajadora. Quería una especialización en diseño editorial, pero solo la había en el Instituto Europeo di Design que costaba catorce mil euros, y una maestría en México en la que pagabas el primer año (residencia, comida, parte legal) y era probable que te becaran para el segundo. Mi papá: «Tienes más de dieciocho años y a mí tu abuelo a los dieciocho me dijo: encárgate de tus cosas. Ahora te toca a ti: encárgate de tus cosas». Lloré: «Yo no quiero trabajar. Quiero estudiar». La gente que se graduaba joven terminaba como técnico de *plotter* o impresión. «Tiene que haber más en el mundo que esto. ¿Dónde están los libros que yo voy a hacer?».

SI ME BECAN PUEDO EMPEZAR A TRABAJAR YA

Mis amigos y mi novio estudiaban en la Arturo Michelena y yo entraba coleccionada a sus clases de semiología, de lenguaje cinematográfico. Íbamos a exposiciones, los ayudé con la tesis. Tenía veinte años, qué iba a hacer. No tenía pasaporte, no podía viajar. Estudiar allí no era costoso así que entré. En el primer semestre recibí un premio a la excelencia académica. Tenía el promedio más alto de la Facultad de Artes. Becaban a partir del tercer semestre. Les dije: «Soy diseñadora gráfica. Me gradué *cum laude*. Podría empezar a trabajar ya». Me becaron trabajando en diseño gráfico en el estudio de televisión. Así pagué mi carrera. Cursé hasta el quinto semestre, por problemas de salud me retiré un año, luego cursé sexto y séptimo, y me fui a un diplomado y a trabajar con Javier Aizpurua. Fue en Estados Unidos, durante la pandemia, que terminé la carrera *online*. Hice mi tesis sobre Javier Aizpurua, Monte Ávila y el petróleo.

NUEVE LIBROS DESPUÉS ACÁ ESTAMOS



Miyó Vestrini *French Unpublished Poems & Facsimile 1958-60*



Javier Aizpurua es mi segundo papá. Yo lo veía como una celebridad. Cuando en el 2014 celebraron el centenario Leufert en la librería Lugar Común, él estaba allí. Yo estaba de última: había llegado en autobús, como siempre, tarde. Le tomé una foto de lejos. Todavía la tengo. Recuerdo que ante el micrófono dijo que la gente no debía usar teléfono ni reloj. Que eso distraía. Al terminar el evento desapareció. Por esos días coincidí con Álvaro Sotillo y Gabriela Fontanillas y les dije que quería hacer el libro de Miyó Vestrini en plegado francés. Me dijeron: «Eso es con Javier porque eso es producción». Eso quedó así. Entonces en una feria del libro en Altamira estaba paseando y de lejos lo vi, con un sombrero Panamá. Qué angustia. Cuando empezó a irse me dije: «Es ahora o nunca. ¡Javieeeeeer!». Volteó. Me acerqué. «Hola. Yo soy Faride». Y él: «Yo sé». Casi me desmayo. «Álvaro y Gabriela me hablaron de ti. Tú eres la del libro de Miyó Vestrini, ¿no? Anota este número de mi asistente. Llama el lunes a las 10:30». Me quedé en Caracas todo el fin de semana sin ropa y sin dinero. A las 10:29 del lunes estaba llamando. «No ha llegado». No estaba, estaba ocupado, se había ido, no podía atender. En eso contestó: «¿Qué quieres? Acá no hay nadie, qué vas a hacer acá». Yo: «Me quedé el fin de semana y no me pueden decir que no». Y él: «Acá no hay nada que hacer, pero vente». Cuando llegué estaban él y un par de prensistas. Le muestro una maquetita. Y él me empieza a explicar. «¿Puedo grabarlo?». La técnica era avanzada. «No». A media explicación empecé a llorar. «¿Por qué lloras?». «No me voy a acordar, y si me acordara, la persona a la que se lo voy a explicar en Valencia no va a entender». Y él: «¿Por qué vas a llorar por eso?». En eso dice: «Tú sabes que yo conocí a Miyó». «¿Qué?». «Siempre estaba fumando y se la pasaba con tal y tal persona». Y yo: «¿Y por qué no hacemos el libro aquí?». Respiró profundo: «Está bien. Pocas copias, como yo diga. Te paso la factura». Me puse a llorar de la emoción. ¡Y de la preocupación! Tenía años viendo a ese señor en los libros. Yo estudié lo que estudié por él. Y que mi libro se fuera a imprimir allí era algo del otro mundo. Pero ¿cómo iba a pagar? Me dice: «Tú vendes los libros y después me pagas». Dicho y hecho. Guardaba cada centavo. En dos meses le había pagado y se agotó la edición a los seis. Yo tenía el resto del dinero ahorrado: «¿Y ahora qué hago? Te voy a dar el dinero a ti». «Guárdalo. Para tu próximo libro». Nueve libros después acá estamos.

EL DISEÑO REQUIERE UNA SIMBIOSIS

Lo que más me gusta de mi trabajo es la gente. Crear libros es un proceso colectivo, involucra muchos elementos y participantes. El autor, el impresor, el que encuaderna, el corrector. Ese proceso comunitario es bello y terapéutico, me obliga a salir de mí. Como dar clases. Yo aprendo de mis estudiantes. No son procesos unilaterales. El diseño requiere una simbiosis compleja. Hay quien ve al diseñador como un subordinado y diseñadores que ven al cliente como ignorante. En la colaboración está la clave.

ES GENTE LA QUE ESTÁ DETRÁS DEL PROCESO EDITORIAL

Recientemente leí dos desafortunados textos de Paolo Gasparini respecto a su relación con los diseñadores gráficos. Opino que una persona cuya carrera se ha beneficiado tanto de los libros publicados debería reconocer el trabajo colectivo que resulta en esos libros con los que expone, viaja, se hace conocido. El fotógrafo o el autor no están en una posición superior, es una gran falta de humildad y humanidad verse así. Me ocurrió esto con una cliente estadounidense: el libro quedó increíble. Me pide que la acompañe a la imprenta para ver el proceso. Vamos y allí pregunta por unos inserts. Le responden que están siendo encolados. Ella pide ver la máquina y le dicen: «**Son personas**». Pasamos a la sala y efectivamente: tres personas. Una encolando las cosas pequeñas, la otra los lomos. Si la gente supiera que el libro que tiene en las manos es producido por personas. Es gente la que está detrás del proceso editorial. Por eso cuesta y lleva el tiempo que lleva. Me ofende el comentario de Gasparini, nacido de una posición de extremo privilegio.



Equipo de Ediciones «Letra Muerta»



ENTRÉ A UN LUGAR EQUILIBRADO Y LOGRÉ TRABAJAR EL MANUSCRITO

Yo colaboraba en una revista literaria de gente de letras. Editamos dos números nada más, pero en uno había poemas de Miyó Vestrini. Me impactaron. No entendía por qué sus libros no estaban en las librerías. Me dijeron que no se reeditaban. Me dieron todos los poemas de Monte Ávila fotocopiados. Los llevaba a todos lados. «¿Y por qué no la editan si es tan buena?». Investigué si tenía familia. Me presentaron a la hermana de La Negra, la esposa de Salvador Garmendia, y por ahí empezó todo. En esa época un amigo murió a causa de suicidio, yo no quería hablar con nadie o salir. Me dediqué a ordenar mis archivos de computadora, y vi los trabajos que tenían de Miyó. Así metabolicé el momento, entré a un lugar equilibrado y logré trabajar el manuscrito. Hoy soy la agente literaria de Miyó Vestrini y Hanni Ossott.

«¿POIESIS?» «NO. MUY INTENSO»

Yo no era nadie, Faride de Valencia. Deisa Tremarias me ayudó. Es una de las personas más inteligentes que conozco. Hizo la corrección del libro, yo el diseño y la producción. Lo hicimos todo entre las dos. «Hay que ponerle nombre a la editorial para que crean que somos mucha gente, y que somos gente seria». Yo quería un nombre que tuviese que ver con tipografía, con archivo. «¿Poiesis?». «No. Muy intenso. Algo con letras, tipo, poema». En eso ella dice: «¡Letra Muerta!». Deisa y yo tuvimos perspectivas contrarias en muchas cosas. Pero mucho de lo que logré se lo debo a ella. Es muy brillante y me ayudó mucho.

¿QUÉ ESTÁN ESPERANDO?, ¡SÁQUENLA!

Yo pensé que sabía mucho de lo que hacía, y la gente pensaba que yo sabía mucho de lo que hacía, hasta que conocí a Javier Aizpurua y entendí que no sabía nada. Todo lo que sé, hago y lo que soy se lo debo a él. Según Javier el talento es mío, he sido trabajadora, pero le debo todo. Con él trabajaba gente de Prodiseño, asistentes de Álvaro. Y llegué yo: mujer, de Valencia, sin computadora, en autobús, y él creyó en mí. Le debo todo. Incluso mi mudanza a Nueva York. Por mucho tiempo restauré libros para ganar dinero y ahorrar, y eso me lo enseñó él. Los materiales con los que restauraba me los dio él. El mundo editorial de Venezuela le debe todo a Javier Aizpurua. Yo no sé por qué el diario El Nacional no le ha sacado una biografía. ¿Qué están esperando?, ¡sáquenla!



“

Yo pensé que sabía mucho de lo que hacía, y la gente pensaba que yo sabía mucho de lo que hacía, hasta que conocí a Javier Aizpurua y entendí que no sabía nada”

TRAUMÁTICO

Desde que me vine a Estados Unidos mi desarrollo ha sido traumático y acelerado. He aprendido y mejorado en muchos aspectos: personales, profesionales, me he vuelto más humilde. Pero ha sido traumático porque nacer, crecer, es doloroso. No es que acá estemos más avanzados que en Venezuela. Allá en materia académica y de diseño con poquísimos recursos hacemos lo imposible. Acá con muchos recursos la gente hace una cosa chiquita. Dicen que en este país ser mujer, ser inmigrante, y no ser blanca, es una desventaja. Para mí es un privilegio. No creo que las cosas estén cambiando, pero están en miras a un futuro distinto. Toca aguantar, poner la mano en el fuego, tener conversaciones incómodas. Abrir espacios.

ACÁ DEBEN ESTAR EN INGLÉS O SER BILINGÜES, DE LO CONTRARIO, NO NOS CITAN

«*Letra Muerta*» va a cumplir ocho años en noviembre. En Venezuela, publicamos *Es una buena máquina*, poemario inédito de Miyó Vestrini, y *Al filo*, sus entrevistas literarias. Siguió *Poemas* de Ida Gramcko, *Espacios para decir lo mismo* de Hanni Ossott, en edición bilingüe traducida por Luis Miguel Isava, y luego *Otoño (sic)* de Luis Moreno Villamediana. Todo eso en cuatro años. Ya en Estados Unidos hice *Pavesa*, de Gabriela Kizer, [*A Love Supreme*] de Adalber Salas Hernández y *The Private Life of Rag Dolls* de Aquiles Nazoa; unos poemas de Vestrini en francés,



Ida Gramcko *Poemas*

en coedición con Kenning Editions, para quienes edité una selección de sus poemas en inglés, *Grenade in Mouth*. Ahora diseño libros para niños para una empresa gigante, portadas para Kenning Editions con quienes hago coedición de «*Letra Muerta*», y portadas para autores y fotógrafos independientes. Recientemente diseñé un libro de Diana López. Ahora va a salir *Se me ocurrió de repente*, de fotografía documental del venezolano Carlos Beltrán, con textos de Yadira Silva, quien se volvió poeta en la cárcel de Tocuyito y de Tocarón. Recién salieron dos libros para niños y pronto viene otro. Y ahora produce el catálogo de la exposición de Cruz-Diez en el Museo Reina Sofía, que se va a montar también en Caracas, en la Sala Mendoza. Trabajo en un *chapbook* de Hanni Ossott, de textos inéditos en Grecia, traducidos al inglés. Es la continuación del de Vestriani en francés. Me he enfocado en traducción porque acá deben estar en inglés o ser bilingües, de lo contrario, no nos citan. Hice también un periódico con facsímiles y textos sobre Karmele Leizaola en «*Letra Muerta*», parcialmente financiado por 10x10 y Newspaper Club.

ESO QUE DICEN, QUE EN VENEZUELA HACEMOS LO MEJOR CON LO QUE TENEMOS: ES ASÍ

Tengo dos categorías de libros preferidos. Los de toda la primera época de Monte Ávila, influenciada por la migración y la llegada del *marketing* al mundo editorial, cuando cada contenido se reflejaba en la portada y se hacía todo a mano. El silueteado, los cortes, esos planos de color demuestran gran destreza técnica. Y las enciclopedias diseñadas por Álvaro Sotillo, que trascendieron lo educativo, redimensionaron temas científicos llevándolos a un plano artístico. La apuesta de Empresas Polar con proyectos increíbles como el *Diccionario de Historia de Venezuela*. Proyectos con tantas capas de información, de tantas páginas, con tantos estilos tipográficos evidencian nuestra destreza editorial. Eso que dicen, que en Venezuela hacemos lo mejor con lo que tenemos: es así.

COMO EN *EL FESTÍN DE BABETTE*

Me gustaría decir que no importan, pero sí. No muestran la calidad de un trabajo, pero validan la licencia que puedes tomarte. Los premios son un ticket de confianza. Ahora: tienen tarifas de inscripción y no todos tienen la oportunidad de participar. Hay que mejorar el acceso para personas de diferentes formaciones, procedencias, posibilidades. Por otra parte: los premios van de la mano con la tradición. Sueño con ganarme uno en Leipzig. No necesito la aprobación de ciertas autoridades para creer en mi trabajo. Pero siendo una diseñadora preocupada por la tradición, y considerando que en Venezuela la tradición ha ido de la mano del reconocimiento internacional, me importan los premios y ese en especial. Como mujer joven sería muy significativo poner ese granito de arena. Por eso participo. He quedado preseleccionada dos veces, y siento la responsabilidad de rendir homenaje a Javier, dar algo a cambio: «*Me diste todo esto y yo te quiero dar esto a ti. Acá este premio para ti*». Como en *El festín de Babette*, que es una de mis películas favoritas.

VIENEN COSAS RUDAS, PERO LO VAS A LOGRAR

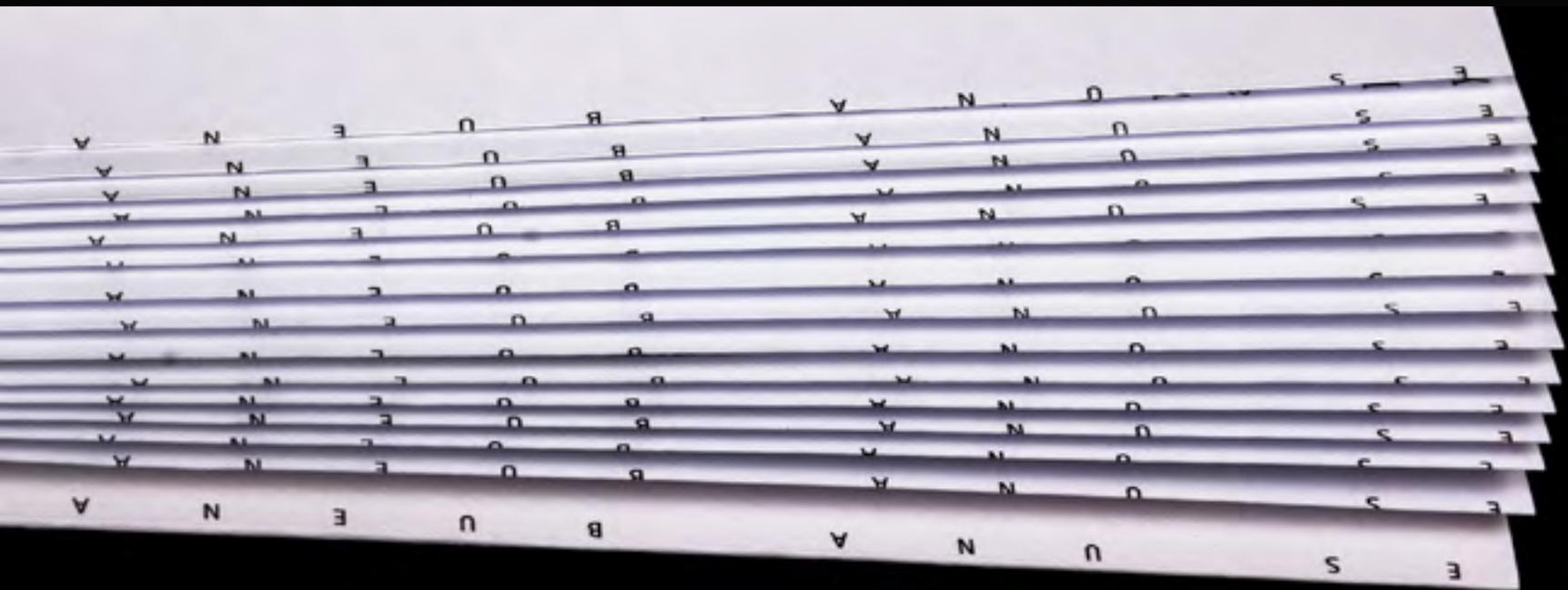
Hay una foto de cuando era niña, me la tomaron en carnaval. Yo me disfracé de artista: con una boina, un delantal. Mi papá me hizo una paleta de colores con una caja que encontramos en la basura. Yo metía el dedo pulgar para sostenerla. A esa niñita me gustaría decirle: «¡Mira! Lo vas a lograr. Vienen cosas rudas, pero lo vas a lograr». ■



Aquiles Nazoa *The Private Life of Rag Dolls*

PORTAFOLIO





RB







— 1990 —

ÁLVARO
Torrens

«Soy diseñador de experiencias»

Nació en Boconó, Trujillo, en 1990. Creció en Mérida, paisaje que hoy extraña. Formado en Diseño Gráfico en la Universidad de Los Andes, con certificado del Instituto Europeo de Posgrado en Design Thinking y programas de formación en HCI en la Interaction Design Foundation, se especializa en el desarrollo de productos UX/UI. Recibe el premio por su afiche en Lollapalooza 2017 y en 2018 es seleccionado para la campaña de Nike React como ilustrador. En Chile, para la empresa Globant, diseña la aplicación de Aerolíneas LATAM que llegó a tener más de quinientas mil descargas en Latinoamérica. Actualmente, la empresa Settly lo ha llevado a trabajar en Ámsterdam: nueva experiencia migratoria que disfruta, quizás, en parte, por su personalidad inquieta y cambiante

 @alt_ego

 Lucía Jiménez

 Álvaro Torrens (autorretratos)

Álvaro Torrens es una persona hiperactiva. Se define a sí mismo con esta expresión cuando cuenta sobre su nueva relación con [Ámsterdam](#), a donde llegó en enero de 2022. Con treinta y un años, su voz tiene las huellas del recorrido trazado: un ya muy marcado acento chileno que deja cada cierto tiempo escapar pequeños recuerdos del hablar venezolano. Habla enérgicamente, moviendo su cuerpo, emotivo.

Aunque confiesa realmente sentirse merideño, es oriundo de la pequeña Boconó, en el estado Trujillo. Allí nació el 27 de noviembre de 1990. Su familia asentó raíces luego en la ciudad de Mérida por lo que no tiene especiales recuerdos de su primera casa: «[Mi mamá es de Boconó y mi papá es chileno. Toda su familia se mudó a Venezuela en el momento de la dictadura en Chile. Yo nací en Boconó porque mi mamá quería que yo naciera en su mismo pueblo de origen, pero viví toda mi vida en Mérida. Fue ahí donde crecí](#)». Sus padres luego vivieron separados, pero recibe de ambos una identidad nacional mezclada entre las historias de sus familiares chilenos y las experiencias de su infancia en Venezuela.

Álvaro no parece recordar sus primeros años de formación con mucha alegría. Pasó su infancia en un estricto colegio religioso, el Nuestra Señora de Fátima, del que resalta más bien una adolescencia rebelde, atrapado entre muros y rodeado de monjas. «[No fue la época más feliz de mi vida. Yo era un poquito fastidioso. A los quince años uno es muy necio y le quiere llevar la contraria a todo el mundo. Entonces me pasaba, al menos tres días a la semana, tres horas en la oficina de la directora, porque siempre quería tener el uniforme como no era, responderle a la monja superiora en clases de religión... Fue una adolescencia complicada que hoy creo que no me pesó tanto a mí como pudo haberle pesado a mi mamá, que tuvo que estar mucho tiempo también en la dirección por mi culpa. Eso hoy se lo agradezco mucho porque sé que la hice pasar por bastantes problemas](#)».

Su llamado al diseño gráfico no le viene de familia, que él recuerde. Su padre, Álvaro Cristian Torrens, es médico fisiatra, y su madre, María Auxiliadora Briceño, profesora de la Universidad de Los Andes (ULA) y licenciada en Administración de Empresas ahora retirada. Nunca lo presionaron para seguir sus pasos profesionales, pero los recuerdos de su infancia junto a ellos influyeron finalmente sobre su decisión. «[Mi papá era médico](#)



“

EL DISEÑO
NECESITA SER
FUNCIONAL,
SER CLARO
Y HACERTE
ENTENDER
ALGO”

y yo toda la vida lo vi, cuando no existían los teléfonos sino los beepers, y a él le sonaba a las tres de la mañana y tenía que salir corriendo con una urgencia. Como todo papá médico yo creo que él quería que yo también fuera médico, pero por suerte ninguno nos presionó para nada. Yo vi toda la vida eso y dije “no quiero estudiar Medicina; no me atrevo. Es mucho”. Por otro lado, veía a mi mamá que manejaba muchos números y cuentas, como profesora y como administradora, y eso era otra parte que nunca me gustó mucho. Tampoco en el colegio: no sentía que me conectara con nada de lo que tuviese que ver con matemática, física y química. Entonces, mi primera decisión de carrera siento que fue un descarte. Siempre toqué varios instrumentos, entonces sabía que estaba entre Música, Diseño Gráfico, Arte y Filosofía. Porque eran las cosas que no tenían muchos números, las cosas que no eran médicas».

FUE UN GOLPE DE SUERTE

Torrens no supo qué quería estudiar hasta luego de presentar el examen de la OPSU. «Yo me gradué muy joven del colegio, a los dieciséis años. Presenté los exámenes de ingreso y recuerdo que mis opciones eran Música, Diseño Gráfico y Filosofía. Quedé en Diseño por, yo digo, algo entre suerte y no suerte».

Aunque la había considerado entre sus opciones, la carrera de Diseño Gráfico en la Universidad de Los Andes –ULA– se le hacía un enigma. «Empecé a dibujar cuando era pequeño, y siempre me gustó. Era el típico niño designado para las carteleras y todo ese tipo de tareas, pero no sabía que eso era una carrera, no entendía bien el alcance que podía tener el diseño gráfico ni lo que se podía hacer con él. Entonces llegué ahí un poco descubriendo qué era. Comencé seis meses después de haberme graduado del colegio y creo que durante todo el primer semestre nunca entendí muy bien qué estaba haciendo ahí, asumo también porque era muy joven y bastante inmaduro. A partir del segundo semestre, cuando empezamos a ver materias de diseño *per se*, y a ver un poco más de la historia del diseño, fue que empecé a enamorarme del diseño. Fue un poco un golpe de suerte, además, porque tenía unos compañeros muy buenos y motivados. Cuando uno está en un ambiente así piensa “yo quiero ser así como él” y se esfuerza un poquito más. Creo que mi amor por la carrera se dio así, cuando empecé a entender qué era lo que podía abarcar como diseñador».

Graduado en 2012, según recuerda, Álvaro también ve como un golpe de suerte sus inicios profesionales. «Ya en los últimos años de la carrera, un profesor, Rafael Marquina, me invitó a una empresa de cortometrajes de animación como pasante ahí en Mérida y ahí me quedé luego, trabajando. Fue una experiencia muy bonita al final de la universidad y mi primera como profesional». Su cargo incluía la animación de cortos y series para niños. Especialmente participó en la producción de una serie sobre la vida de Luisa Cáceres de Arismendi que luego se transmitió por un canal nacional.

Además de la admiración por sus compañeros, un mismo grupo que se fue consolidando al pasar los semestres, vio en sus maestros la inspiración que buscaba. «Creo que los buenos profesores siempre te quedan marcados, no importa cuántos años pasen». Y los suyos no han sido una excepción: «Tuvimos a Juan Fernando Burgos, que además fue mi tutor de tesis y un profesor de diseño muy querido. Básicamente uno de mis grandes mentores en la facultad. Estuvo también Henry Picón, con quien alcanzamos a ver materias en los últimos semestres: él ya era un diseñador muy maduro y un personaje muy importante». Estos dos referentes son reconocidos diseñadores venezolanos con larga experiencia tanto en el sector como en la docencia, cabe destacar. «Como dato curioso, en los primeros dos semestres de la facultad compartíamos el mismo espacio y algunas materias con los de la Escuela de Arte, antes de especializarnos en Arte o en Diseño. En ese tiempo me dio clases una profesora que también me marcó mucho, Susana Suniaga –artista plástica e ilustradora venezolana que impartía las materias de Dibujo y Color– con la que aprendí sobre mi forma de trabajar y sobre cómo abordar cualquier proyecto desde ese momento en adelante».

Más allá de sus cuatro años de estudios, Álvaro se considera muy autodidacta. Las puertas que se le han ido abriendo a lo largo del camino le han ofrecido una oportunidad única de aprender a través de la práctica y por los caminos menos oficiales. La curiosidad, y sobre todo los nuevos retos laborales, han caracterizado su búsqueda por conocimientos. Su sed –una intangible energía, el «deseo por más» que parece describirle– le mueve hacia el futuro

“

Mi amor por la carrera se dio cuando empecé a entender qué era lo que podía abarcar como diseño”

que se traza en el diseño a través de lo digital, las animaciones, las tecnologías más recientes y las últimas tendencias en interfaces de usuario.

Además de su grado en ULA, Torrens adquiere un certificado del Instituto Europeo de Posgrado en Design Thinking (2020), y participa en programas de formación en HCI –Human Computer Interaction– en la Interaction Design Foundation (IxDF) (2021). Sin embargo, las referencias académicas en sus campos de interés se le van quedando cortas. Su mirada está puesta en reunir más y más experiencia práctica: para él, esa ha sido y seguirá siendo su manera de alcanzar conocimiento y aportar a su profesión.

NO ERA ARTE, ES DISEÑO

La particularidad de cómo estaba diseñado el *pensum* de la ULA le brindó a Álvaro una oportunidad ventajosa sobre otras escuelas. Según él, compartir los primeros cursos con la Escuela de Arte ofrecía una mirada mucho menos técnica que lo que se puede pensar del Diseño Gráfico. Esto tiene por supuesto sus pros y sus contras, dice: «En la ULA, el núcleo de Diseño Industrial estaba en otro lugar mucho más apartado; entonces, las dos carreras de Diseño –Gráfico e Industrial– estaban separadas geográficamente, lo que quizá era un contra, pero estábamos conectados con la Facultad de Arte. Si bien yo no creo que el diseño sea arte, esa cercanía nos daba como el espacio a pensar sobre la relación entre ambas carreras y te permitía convivir con gente con habilidades similares o pensamientos similares, pero que se manifestaban de forma distinta. Esto, a mí particularmente, me hizo en primer lugar tener el arte más presente en mi vida en general y, en segundo lugar, hizo del arte el lugar en donde busco frecuentemente las referencias ya sea por paletas de colores o en las composiciones. Yo no solo miro los referentes dentro del diseño sino que miro también dentro del arte. Eso creo que me lo enseñó la facultad: me dio en general esa cercanía al mundo del arte que quizá no hubiese tenido si hubiésemos estado en un núcleo más técnico. Igualmente, creo que siempre es un balance, porque por otro lado había personajes que querían acercar mucho el diseño al arte, pero yo creo que cumplen dos funciones completamente distintas en los espacios en los que están, y en la vida en general. Pero así era la configuración de la facultad».

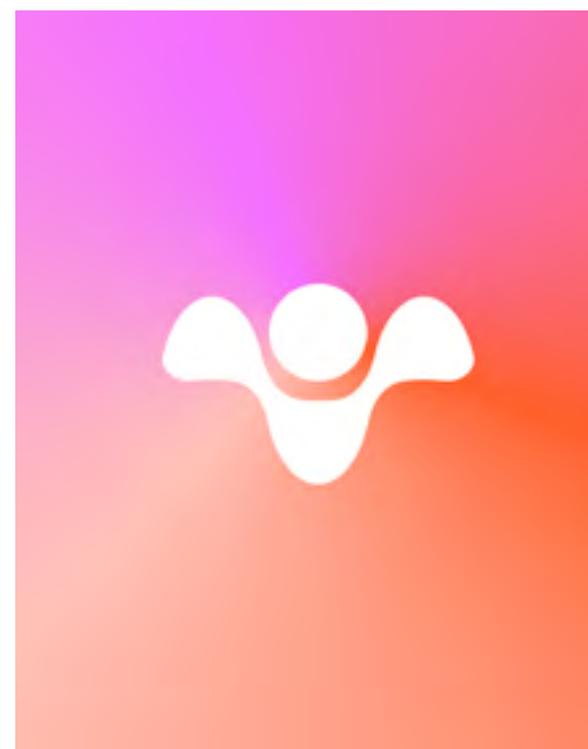
A pesar de su conexión con el arte desde su formación, Álvaro Torrens es muy enfático a la hora de separar el diseño de la representación artística, basándose en la función que ambos cumplen en el mundo. Sin negar que hay una importante vinculación entre ambos, la principal diferencia radica, a su manera de ver, en el objetivo a cumplir.

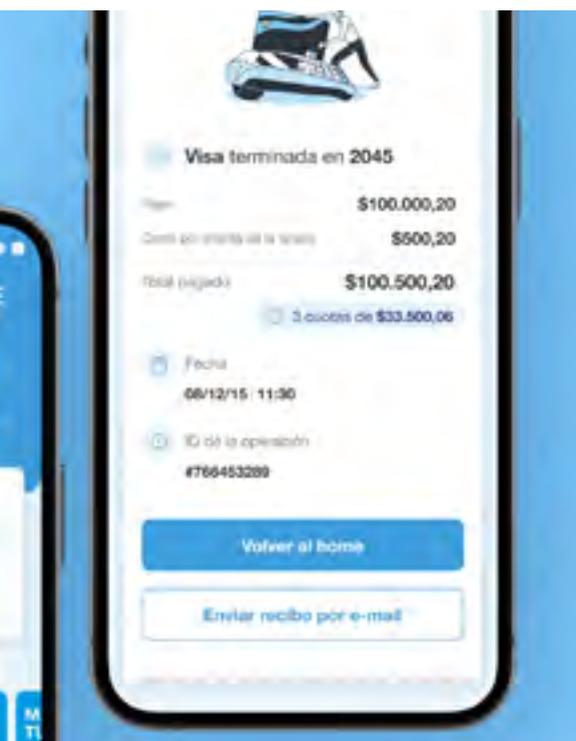
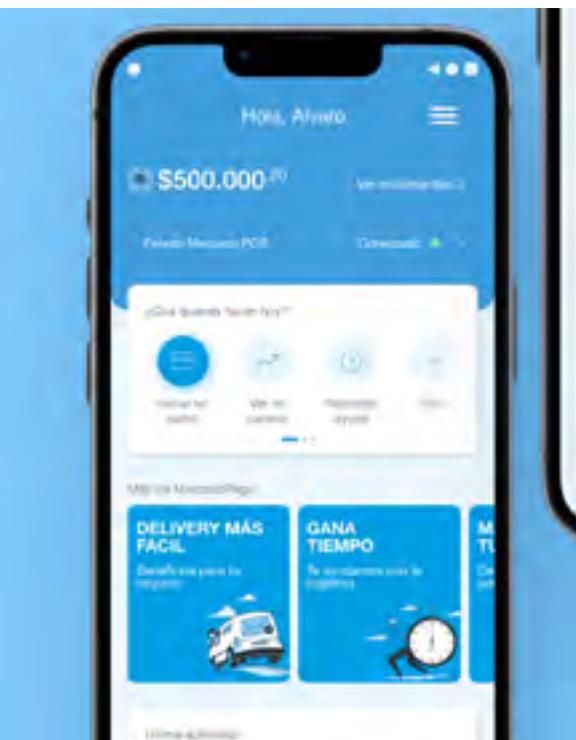
«Creo que, como fin o como meta, el diseño y el arte cumplen funciones distintas, pero no se pueden separar del todo porque hay en ambos bases que conviven y se comparten entre sí. Para mí es una simbiosis rara, pero finalmente el diseño necesita ser funcional, ser claro y hacerte entender algo. Tiene una función. El arte también, pero es una función estética que es emocional. Es una función subjetiva. Claro que hay muchos elementos que se tocan y están entrelazados, pero si, por ejemplo, vamos a una obra de Cruz-Diez, vemos que está ahí para intervenir el espacio, para darte una experiencia estética, para hacer ese espacio más humano, más habitable. Pero no puedes hacer la señalética que te guíe a esa obra con los mismos colores y formas de Cruz-Diez, porque entonces no se entendería bien y no cumpliría el objetivo para el que está hecho. Sí puede haber una conexión en el diseño, una vinculación con la obra, pero, finalmente, el diseñador debe conseguir que se cumpla una función. La diferencia está en eso: en que el diseñador debe pensar en qué es lo que se va a lograr. Tiene que haber una coherencia con su fin último».

EL SALTO SIN MIRAR ATRÁS

Luego de una corta experiencia profesional de tres años en Mérida, dividida entre las empresas Primeras Voces y Lulomotion, ambas con prácticas similares en el diseño de animaciones, diseño en 3D y *motion graphics*, llega la decisión de migrar. «En 2015 me mudé a Chile. Me fui por la razón obvia para todos». La risa nerviosa le invade por segundos cuando le llega el momento de referirse a su partida. Está claro que con los años Álvaro, como muchos otros, consigue estar en paz con la decisión de abandonar su país, y esa pequeña sonrisa le delata. Luego se explica.

«Entre otras muchas cosas, a mí me marcó mucho el momento que vivíamos en Mérida, cuando se pusieron más fuertes las guarimbas y las protestas por la situación política en las que moría tanta gente todos los días y eso me hizo sentir muy mal. En esa época, el





sector donde yo vivía estaba muy golpeado por una barricada por la que la guardia pasaba constantemente. Viví de cerca muchas situaciones de violencia y hasta me apuntaron más de una vez con un rifle, así que finalmente alcancé mi punto de quiebre».

Álvaro admite haber tenido suerte en su proceso migratorio porque ya tenía una red de soporte en Chile a través de su familia paterna, pero que no dejó de ser difícil. «Me fui con todo el miedo del mundo, por lo que implica emigrar, como todos sabemos, y porque aunque la mitad de mi familia era chilena, yo no conocía tanto de Chile. Conocía algo de su comida por mi abuela, las cosas básicas que me contaban mis abuelos y los cuentos terribles de la dictadura en mi cabeza. Fuera de ese mundo que me había pintado por ellos en mi cabeza, no conocía mucho más». Aún así, él y su novia Andrea Moreno –ahora esposa, casados poco después, en 2016, en Santiago– emprenden el viaje hacia una «vida mejor».

En Chile, Álvaro comienza a trabajar en publicidad y *marketing*, un mundo en el que había mucha demanda en las habilidades que él había adquirido de animación y *motion graphics*. Así que el *boom* de la publicidad digital que empezaba a dar sus frutos, sumado al apoyo familiar, le dio la oportunidad de un proceso de adaptación mucho más orgánico, en el que pudo entender su nuevo lugar desde una posición «en muchos sentidos privilegiada».

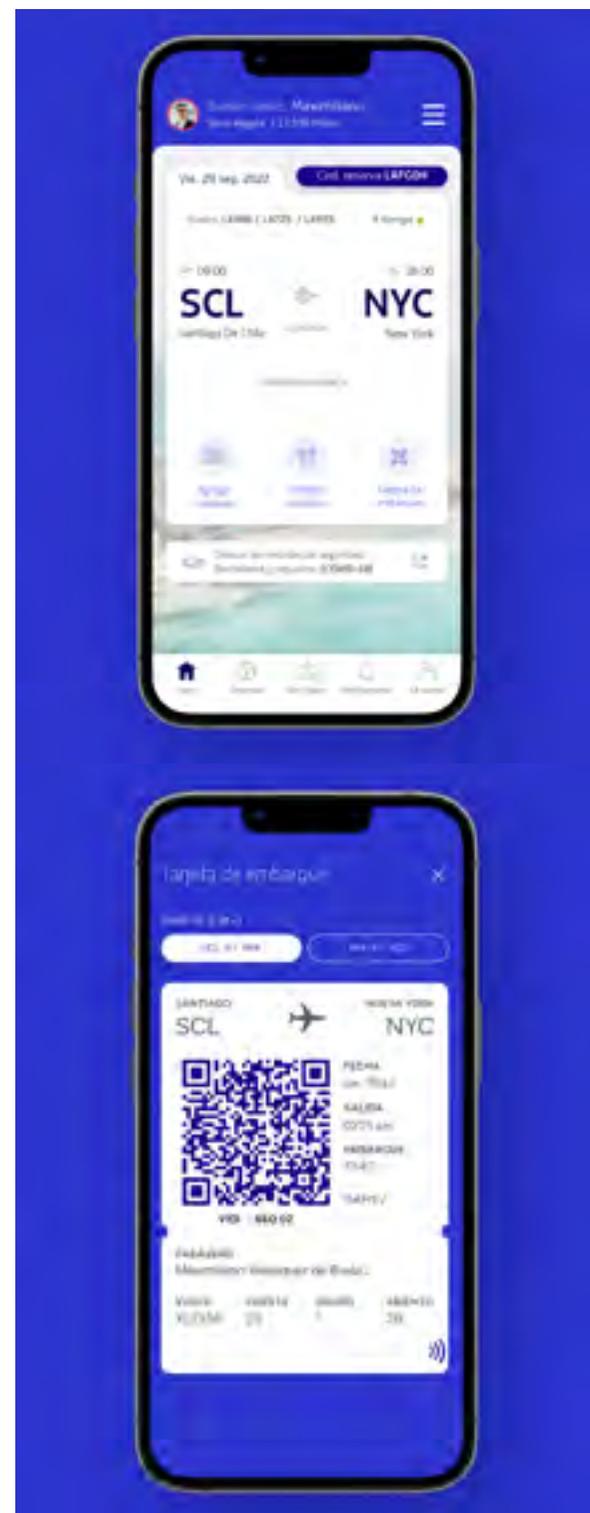
Con el paso del tiempo, y sin entender del todo por qué pasó así, Álvaro se convirtió en «la persona asignada para desarrollar sitios web. Siempre era yo el flaco para hacer esos proyectos». Después de cuatro años en el mundo de la publicidad digital y redes sociales, en la última agencia donde trabajaba como director de arte, consigue involucrarse en el desarrollo de marca de una nueva empresa. El cliente, que buscaba democratizar los procesos bancarios, buscaba crear una aplicación móvil –*app*– y en la agencia pensaron en Álvaro para trabajar con ellos.

«¿Qué tan difícil puede ser crear una *app*?», pensó Torrens luego de su experiencia con la creación de sitios web. «Pero resulta que sí era muy diferente, y bastante complicado. Cuando en ese momento, en 2017 o 2018, se escuchaban los términos UX/UI, pensabas que era algo que solo se podía dar en Apple o en estas grandes empresas de Silicon Valley. Era un término muy nuevo que leía en blogs y que apenas había podido practicar en mi trabajo. No sabía que ya había empresas en Chile dedicadas a eso».

Ese nuevo cliente trajo consigo un nuevo reto: «Tuvimos que aprender de cero y hacer mucho *research* con los usuarios del banco, lo que nos permitió reunir sus opiniones y con eso empezamos a construir la *app*. Fue un proceso muy bonito porque yo tenía esa noción muy conceptual de qué significaba trabajar en un producto digital y ser un diseñador de experiencias y de interfaces, pero nunca lo había puesto en práctica. No sabía ni siquiera que lo podía ejercer desde Chile porque para mí era algo que estaba muy lejos. Estuve un año en ese proyecto, en el que me equivoqué un montón pero también tuve muchos mentores de los que aprendí muchísimo».

Después de esa experiencia, de «aprender en la práctica», Álvaro comienza a redefinir su perfil hacia el diseño digital lejos de las agencias. En 2019, decide invertir en estudios al respecto y se cambia a un nuevo cargo en el que se desempeña como diseñador de productos digitales UX/UI. «En estas empresas, aunque el nombre puede variar, tus funciones principales son básicamente las mismas: entender cómo la gente usa un producto digital, investigar y guiar al equipo –avanzar– con el producto; porque hacer cualquier tipo de desarrollo en código es supercostoso, entonces los diseñadores estamos un poco antes en la línea de producción para poder recoger los input –datos– de la gente, diseñar con base en eso y probar si la solución funciona, o no, antes de que llegue al desarrollador. Así ahorramos un poco de tiempo y recursos, al mismo tiempo que estamos algo más seguros de que el producto vaya a funcionar».

Este nuevo rol plantea una participación más activa en el producto final y es lo que llama más la atención de Álvaro como «diseñador de experiencias». Es un trabajo en el que se encuentra como un mediador entre las necesidades de los usuarios y los clientes, con el que ayuda a convertir sus requerimientos en interfaces funcionales. «Me encanta porque hago cosas distintas absolutamente todos los días. Algunos días me toca agendar entrevistas con los usuarios, recoger data; al día siguiente puedo estar diseñando pantallas para la aplicación. Es un trabajo muy dinámico y que finalmente usa como base muchos conceptos de los que aprendí en la Facultad de Diseño, con muchas otras herramientas que tuve que aprender por otro lado, un poco desde lo autodidacta y mucho por estar con la gente correcta en el momento correcto». Un poco más de suerte.





«Aunque suene cliché –escribe Álvaro en su perfil de la red social LinkedIn–, para mí hay todavía una inexplicable sensación de asombro y emoción cada vez que llegan los resultados de una prueba. Y es precisamente la misma sensación que tenía cuando empecé». Es un «superpoder» –dice–, que le permite crear, a través de sus diseños, ilustraciones y animaciones, soluciones que luego puede ver tomar vida a través de los productos digitales que desarrolla. Ahí ha encontrado su pasión.

Los cambios en la carrera de Álvaro parecen responder a circunstancias muy sujetas al azar, sí, pero él ha sabido hacer de esta suerte un abanico de oportunidades para crecer, para continuar formándose, y para perseguir sus metas. Le entusiasma todo lo que ha tenido que aprender para poder llevar a cabo sus tareas y vincularse con los demás miembros de su equipo. «Finalmente, el rol particular de un diseñador de experiencias está muy ligado al desarrollo de tecnologías, entonces es muy importante que, aunque no sepa codear –escribir códigos–, tengo que poder entender cómo un desarrollador arma una página web, una aplicación o una base de datos». Para Álvaro es fundamental, para ejercer este rol, ser capaz, por ejemplo, de entender lo básico sobre cómo se construyen los códigos web, o saber de periodismo, de cómo se hace una buena entrevista, incluso llegar a entender cómo funcionan los patrones de conocimiento y algunas otras herramientas psicológicas. Todo estos «extras», como ha querido resumirlo, complementan su visión y le ayudan a cumplir a cabalidad su función.

“ Algunos días me toca agendar entrevistas con los usuarios, recoger data; al día siguiente puedo estar diseñando pantallas para la aplicación ”

OCHO MIL KILÓMETROS AL ESTE

Álvaro confiesa tener pocas razones para mirar atrás, a Venezuela, de la que en principio se desconecta por «[sanidad mental](#)», por intentar mirar su presente, y también por la propia emigración de sus familiares y amigos que lo dejan con pocas raíces en el país. Hace, sin embargo, un reconocimiento superficial a lo que ocurre actualmente en el diseño nacional: «[Sé que hay mucha innovación tecnológica en Venezuela y estoy muy impresionado de lo que están haciendo en el desarrollo de *apps* para sistemas de pago, para desarrollar alternativas de delivery y otros focos de negocio. No sé exactamente quiénes están, pero sé que hay muy buenos diseñadores en este campo y, además, mucha mano de obra que trabaja para otros lugares en remoto. Sé que estamos por ahí, haciendo](#)».

En 2020, Álvaro sigue en Chile como parte de Globant, una empresa de consultoría con más de diez mil empleados, «[mi primera experiencia en una empresa masiva](#)», como la llama. Ahí participa junto a un segundo diseñador dentro del equipo de desarrollo para un proyecto de LATAM Airlines. «[En ese momento en que cae la pandemia y las aerolíneas dejan de operar, la empresa decide invertir en mejorar sus plataformas digitales, así que en eso trabajamos los siguientes dos años](#)». Junto a su equipo desarrolla la aplicación de servicio al usuario que, luego de lanzarse, llegó a tener más de quinientas mil descargas y unos veinte mil usuarios activos al mes, en toda Latinoamérica. Uno de los momentos que marcaría la carrera de Álvaro hasta ahora.

La «[reapertura del mundo](#)», después de casi tres años de confinamiento por el COVID-19, dibujan en Álvaro un nuevo reto que toca en el nervio: «[Siempre tuve la curiosidad de trabajar fuera, de estar en un lugar que no tuviese mi idioma nativo y en el que pudiese mezclarme con gente de otros lugares del mundo](#)». Una vez más, el azar juega un papel muy importante en su vida. «[En este momento de la historia todos los roles que se puedan desempeñar en tecnología están en alta demanda, y por alguna razón esta persona de una empresa en Holanda me contactó por LinkedIn y me ofrece este puesto](#)».

La empresa, Settly, es una *startup* que está en un proceso de crecimiento –de volverse *scaleup*, explica Álvaro– y se mostraron interesados en su perfil. «[No tenían un diseñador](#)

“

Sé que hay muy buenos diseñadores en este campo y, además, mucha mano de obra que trabaja para otros lugares en remoto. Sé que estamos por ahí, haciendo”

en su equipo, y yo venía de este proyecto enorme. Luego de un proceso como muy natural de entrevista, me ofreció el trabajo. Fue un momento por supuesto muy emocionante, muy surreal, en el que pensamos –él y su esposa– “¡estas cosas no pasan!”». Finalmente, la pareja se toma un tiempo para plantearse volver a empezar en un país lejano y extraño luego de ya haber pasado un proceso migratorio y haber conseguido en Chile un segundo hogar con amigos y conexiones. Al final, deciden emprender viaje: «En ese sentido siempre hemos sido bastante cómplices y pensamos “cualquier cosa podemos volver”».

“

Comprendí que para decir ‘Venezuela es un país increíble’ no me hace falta estar allá. Hay muchas pequeñas cosas que podemos hacer y que pueden resaltar la Venezuela bonita que a todos nos marcó”

«Llegamos en enero. Profesionalmente ha sido muy enriquecedor». Este nuevo paso significa también enfrentarse al reto de ser un «jefe de equipo», un puesto de liderazgo para el que Álvaro ha decidido prepararse más allá de sus habilidades como diseñador y poner mucha cabeza en pro de construir estructuras de equipos muy humanas. La empresa le ofrece una oportunidad como ninguna, de escuchar nuevas ideas desde el diseño, la experiencia y la interacción con el usuario, que alimenta la creatividad de Álvaro.

Holanda se le hace un mundo excitante al que cada día disfruta descubrir. «De Ámsterdam me enamoré muy rápido. Los holandeses tienen una visión más tranquila de la vida. Es una sociedad que piensa mucho en “disfrutar del ocio”, algo que suma mucho a tu calidad de vida. Sí me habían advertido que eran muy directos y frontales, pero es algo que más bien he aprendido a agradecer, porque nosotros los latinoamericanos a veces damos mucha vuelta; en cambio, el holandés es muy claro. Por supuesto, es otra cultura y otro clima al que adaptarnos, pero en general ha sido una experiencia enormemente satisfactoria. Era todo lo que yo quería experimentar: un intercambio de culturas».

Ante una empresa multicultural, Álvaro parece hallar contento su doble identidad, una mezcla de las arepas venezolanas que su esposa prepara y que llevó para compartir con sus colegas y las recetas chilenas de su abuela, pintadas de sazón criolla. Su propia casa es un ejemplo de diversidad que le hizo apreciar más las particularidades de cada país.

Ha llegado a un punto profesional «muy feliz» en el que diseña no para sí sino «con la voz de los usuarios», algo que le satisface enormemente. Un rol que en el futuro se le dibuja como formador de nuevos talentos y en el que tomará con más fuerza las riendas de liderazgo. Más allá de eso, también experimenta con su propio deseo de crear: «Siempre he tenido la espinita de poder hacer arte, e intento manifestarlo en otros campos: hago música con mi esposa, ella canta y yo toco instrumentos. Hago ilustraciones en mi tiempo libre. También me gusta escribir, aunque soy muy mal escritor, he intentado escribir artículos para contar a otros de qué va este campo y enseñarles sobre la profesión y el diseño de interfaces. Siempre me gusta estar haciendo otras cosas, no dejo de moverme».

A más de ocho mil kilómetros de la Mérida de su infancia, Venezuela es una herida abierta. Recién llegados a Chile, con todavía el escozor, sentía la necesidad de «hacer más». Sin embargo, con el tiempo, empezó a entender que la lucha no se trata de enfrentarse siempre al militar, sino que también pelean los que trabajan por destacar el nombre del país desde cualquier lugar. «Comprendí que para decir “Venezuela es un país increíble” no me hace falta estar allá. Hay muchas pequeñas cosas que podemos hacer y que pueden resaltar la Venezuela bonita que a todos nos marcó de cierta forma. Cosas tan sencillas como hacer tu trabajo bien y que la gente sepa que vienes de Venezuela, o esos detalles que finalmente ponen la cerecita al pastel: decir “buenos días”, llevarle una arepa a alguien en el trabajo... cosas tan pequeñas que lo hacen resaltar más allá de todo lo malo que se pueda escuchar. Creo que es nuestra responsabilidad, de los que estamos fuera, de contar esa otra parte. De decir “sí, estoy afuera, por cualquier razón, pero quiero representar esa parte bonita que fue por la que peleamos y por la que seguimos peleando desde donde estemos”».

Aún así, la Venezuela en la que Álvaro creció se le hace ya un lugar desconocido. «Quizá en algún momento, cuando ya no sienta inseguridad, podría volver, de vacaciones, para reconectar sobre todo con Mérida, porque tengo idealizados mis recuerdos de la ciudad y de sus paisajes. Pero lamentablemente hay cosas que todavía no estoy dispuesto a revivir». Los violentos pasajes en su memoria y la desconexión con quienes también han salido ya del país le alejan finalmente de una idea de regreso. ■

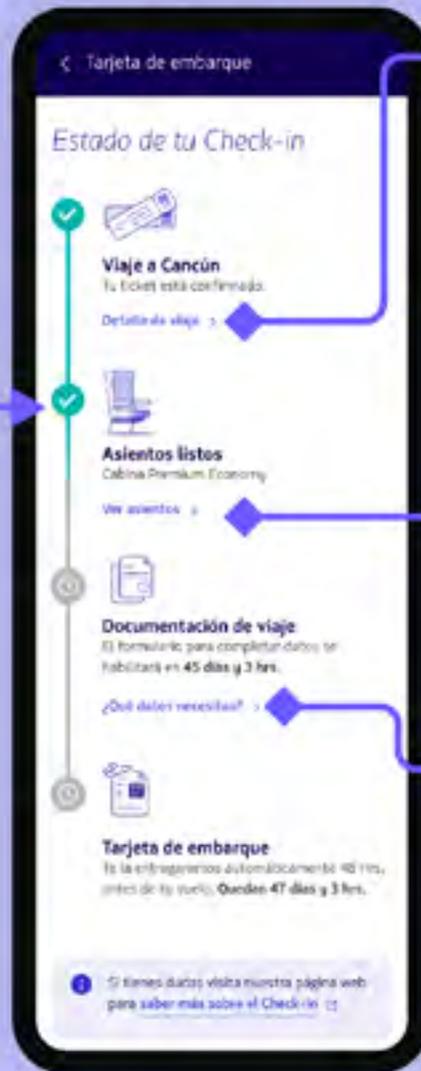
PORTAFOLIO



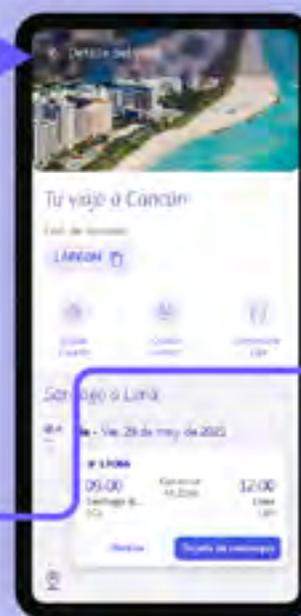
Homepage



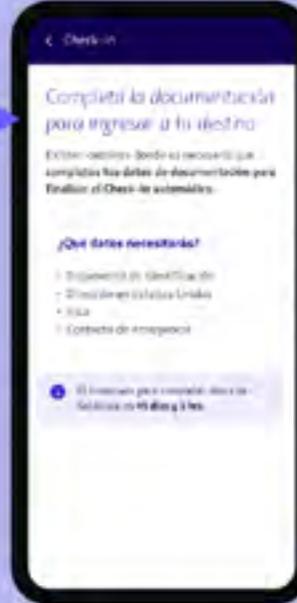
Check-in status



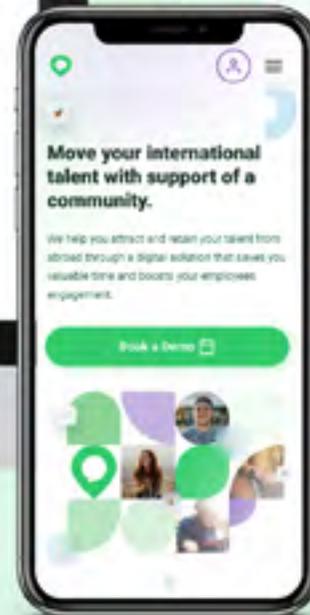
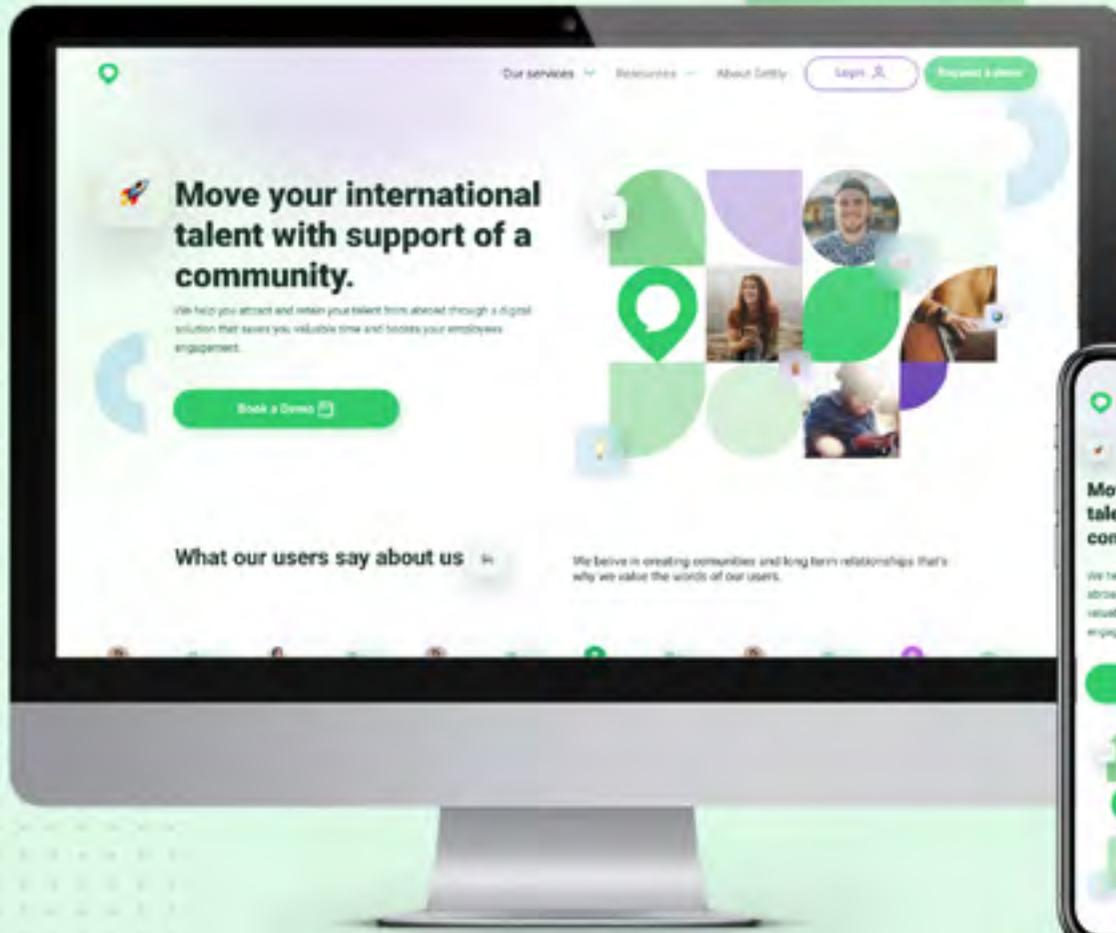
Trip detail

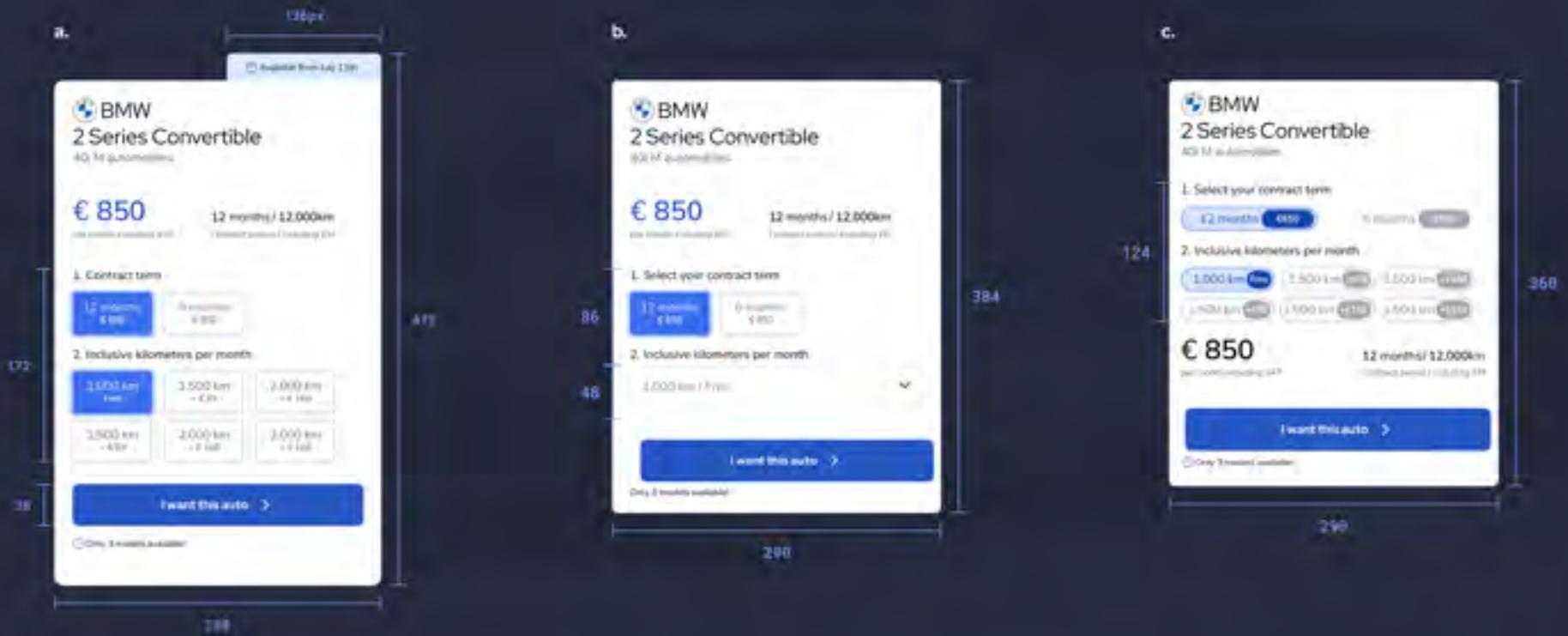


Seat detail



Documentation







— 1990 —

MAURICIO

Vivas

«Después de la música, el diseño»

Persistencia y templanza dirigen el espíritu arriesgado de este egresado de ProDiseño nacido en Caracas, en 1990. Su pasión por la tipografía y el diseño editorial lo condujo hasta la famosa ciudad alemana que premia los libros más bellos del mundo, Leipzig. Allí aprendió alemán para estudiar en la Hochschule für Grafik und Buchkunst, y consolidó su *hobby* por el acordeón. Hoy es músico profesional y compositor, toca en seis bandas, está por sacar discos con dos de ellas y él mismo diseña los afiches de sus conciertos. Con *Sistema geométrico de visualización de relaciones musicales armónicas. Comprender la armonía de los juguetes de papel* obtuvo el diploma en Fine Arts y el grado de máster en System Design Course

 @mauricio_vivas_z



Manuel Gerardo Sánchez



Joaquín Salvatierra (retratos)

–*Vielen Dank* – agradece dos minutos después y su sonrisa resuena al recibir la taza humeante. Mauricio Vivas aprendió alemán en un plis plas, apenas en tres meses, justo antes de recibir clases en un diplomado de Fine Arts en la Hochschule für Grafik und Buchkunst (HGB) de Leipzig, considerada como una de las academias de artes más antiguas de Sajonia, cuyo director, Adam Friedrich Oeser, al momento de su creación en 1764, presumía de contar entre sus pupilos de dibujo a un joven que poco tiempo después regiría el parnaso literario de Alemania, nada más y nada menos que Johann Wolfgang von –*Hallo. Bring mir einen cappuccino, bitte?* –le pide al mesonero un café sin que las palabras bullan como gárgaras de piedras. La suavidad y cadencia de su voz develan no solo su afición por las notas, sino también la simpatía caribeña que hace alarde de su genética. Nació en Caracas el veintitrés de febrero de 1990 pero, desde que emigró hace ocho años, el español ocupa lugares secundarios en su cotidianidad.

Goethe. En esos mismos salones, donde alguna vez el poeta del *Fausto* garabateó en carboncillo la belleza como objeto de su contemplación estética –*Schopenhauer dixit*–, Vivas dio con fundamentos humanistas mucho más antiguos que las paredes que lo acogían: observación, exploración y armonía. Arropado por un espíritu bienhechor y suficiente, este diseñador soltó las riendas de su imaginación para perfilarse como un artista integral que conjuga dos disciplinas aparentemente opuestas. Y es que los ritmos afrolatinos y los artefactos gráficos de su trabajo se interpelan, cruzan e imbuyen para mostrar la relación entre el sonido y la visión. Por sus antagonismos sensoriales –una disciplina se aprecia con los ojos y la otra con los oídos– se complementan hasta formar una unidad. ¿Cómo se manifiesta una sinfonía ante la retina? ¿Cómo se mira un acorde o una disonancia? Sí, la música atraviesa casi todo el campo intelectual y plástico de Mauricio: «*Es mi motor y primer pensamiento, en este momento de mi vida no me veo en otra cosa, pero sé que es un período pasajero, cuando se acabe la ensoñación me queda el diseño*», abre una elipsis temporal que sabe dónde empieza pero no dónde va a terminar...



“

MI TRABAJO
AYUDA A HACER
INTELIGIBLE LO
COMPLICADO”

LA AFINACIÓN

Los inicios son ProDiseño. En la reputada escuela que contaba entre sus profesores a Gego, Nedo y John Lange, entre otros artistas de postín cuando aún se llamaba Instituto de Diseño (IDD), mejor conocido como Neumann, Vivas pulió dotes que poseía: «En las pruebas de aptitud para ingresar en la universidad los resultados señalaban matemáticas, física y arquitectura. La verdad, me atraían los pñsums pero no el ejercicio profesional, porque detesto las rutinas y la responsabilidad que supone que un edificio no se desplome», comenta con la misma ironía que plasmaba en sus cuadernos de los primeros cursos de carrera: «Mi maestra de dibujo analítico, Ina Bainova, aprobaba mi minuciosidad, mi preocupación por el detalle, me podía pasar meses repasando un boceto, no había nada de expresión ni libertad en ellos, pero me ayudaron a aguzar el ojo. Al principio trabajaba cubos y perspectivas que en el segundo año se transformaron en estructuras geométricas complejas. A partir de ellas construía, por ejemplo, una cabeza, un brazo, una caja torácica de un esqueleto», remarca.

“

Soy muy persistente, cuando una cosa me apasiona, investigo y practico sin ver el reloj. Me meto de lleno y todo a mi alrededor desaparece”

Gracias al rigor y la racionalidad, de los que no hace muestra de envanecimiento, acaso porque no necesita restregar sus talentos, no solo terminó sus estudios en 2011 con buenas calificaciones, sino que también le sirvieron para escarchar de brillo las fortalezas de su diseño: «Trato de poner énfasis en la belleza intrínseca de las cosas, cuya forma y función se corresponden directamente. Por ejemplo, el violín no solo es un objeto hermoso, sino que su estructura tiene una función específica para la emisión del sonido. Es tan perfecto que no ha sufrido modificaciones en muchos años», define Mauricio. Detrás de sus soluciones gráficas hay horas de investigación, cada vector, color o línea responde a un porqué, nada es azaroso ni se justifica en el capricho: «Mi trabajo ayuda a hacer inteligible lo complicado, permite que un conocimiento de comprensión cognitiva difícil sea potable. Pienso en las infografías, que me gustan mucho y he hecho varias para algunas publicaciones, a través de un lenguaje procesado decodifican contenidos ajenos para el receptor». Con el propósito de tender puentes entre unos y otros, su tesis de grado, *Cognosotros*, propone un sistema de signos para solucionar problemas de comunicación entre profesores y alumnos con diversidad funcional: «Es bien lindo. Mi interés

era producir una herramienta acorde a la manera de percibir y comprender la realidad de las personas con síndrome de Down o autismo, cuyas capacidades de abstracción y conceptualización son diferentes. Me metí de lleno, estuve meses dentro de la escuela, probando con los muchachos las piezas que iba ejecutando. Descubrí que procesaban mejor los mensajes desde una perspectiva más figurativa», asegura con un tono reflexivo que se distancia de la venalidad como propósito capitalista: «Ese aspecto del *marketing* neoliberal es algo de mi profesión que siempre me ha espantado: cuando se entiende el diseño como un mecanismo para convencer a otro de comprar algo que realmente no necesita», le da repelús la psicología de ventas.

Sin embargo, las repugnancias no lo enferman cuando delinea un cartel para promocionar uno de sus conciertos: «Porque todos consumimos. ¿Cómo atraer a un público potencialmente interesado? Siempre debemos preguntarnos al momento de diseñar», esquivo la contradicción. Este y otro interrogante orbitaban alrededor de su cabeza cuando preparaba su candidatura para la HGB: ¿cómo seducir al comité seleccionador? Su maestra Ina Bainova tenía las respuestas. La también acuarelista búlgara, egresada de la Escuela de Artes Plásticas de Hannover, había detectado en él un don natural que supo explotar en el portafolio que viajaría a Alemania: «Lo tenía más claro que yo, desde el momento que le manifesté mi intención de hacer un posgrado en Hochschule für Grafik und Buchkunst, ella me recomendó sacarle provecho a mi punto fuerte, que era y sigue siendo el dibujo. Como diseñador gráfico nunca me he sentido una lumbrera, un ser especial, en cambio como dibujante y músico sí», desliza en tanto la evocación de sus tanteos como guitarrista rechinan en su memoria. En los hoy lejanos años 2000, armonizaba las lecciones de logo, fuentes y emblemática con las serenatas callejeras que daba como juglar junto a sus compinches de notas. Entonces los amigos rasgaban sus instrumentos en alguna acera de Caracas para recibir unas monedas que pagaban a la sazón las cervezas y la rumba. «Empecé en la música sin saber de teoría y solfeo, no tocaba nada, pero seguía tutoriales por YouTube y así aprendí guitarra y acordeón. Soy muy persistente, cuando una cosa me apasiona, investigo y practico sin ver el reloj. Me meto de lleno y todo a mi alrededor desaparece. Como decimos en Venezuela, “soy muy fiebrúo”», se describe Mauricio con ingenua sinceridad.

Esa perseverancia y autoexigencia fueron las virtudes que Bainova también recalcó en el rimero de composiciones de su *book*: «La profe eligió mi material más sobresaliente,



al que añadí algunos trabajos tipográficos, como un ejercicio que titulé *Construcción y deconstrucción del signo*. Ella sabía que el jurado evaluaría mi entendimiento espacial y tridimensional, que valoraría más la posesión de un lenguaje propio», reflexiona y una gota gorda le cae por la frente, similar a las que se enjugó mientras preparaba su cambio de residencia; trabajaba a destajo como *freelancer* para sufragar los gastos que exigía la mudanza: trámites migratorios, pagos de documentos, alquiler de un espacio propio, entre otros. De esta época es *Happier*, una propuesta de emblemática para una empresa venezolana dedicada a la educación de niños y adolescentes: «La directora era una especialista en psicopedagogía que elevaba la convivencia y la buena comunicación como premisas fundamentales para la formación de los estudiantes. Ella quería resaltar no solo el trabajo en equipo, sino también las relaciones interpersonales entre alumnos, profesores y familia. Con los lazos afectivos en la mente, yo fantaseaba con un sistema que permitiera destacar las subjetividades de cada individuo y que al juntarlas armara constelaciones o grupos heterogéneos ¿Cómo lo podía representar gráficamente? En la búsqueda di con una estructura geométrica llamada “La flor de la vida”, ahora se asocia lamentablemente con brujería o con el movimiento New Age», suscribe. Pese al nimbo esotérico, Vivas renovó el antiquísimo símbolo, cuyas raíces se remontan a la civilización fenicia, para crear un patrón compuesto por un círculo y dos líneas, similar a una personita: «Y con él se puede jugar de mil maneras distintas». Uno se entrevera con otro para tejer una urdimbre expansible, que crece y crece como metáfora de comunidad.



Mauricio mató otros tigres de identidad corporativa en tanto se acercaba la fecha de la despedida. Dejar a los suyos no fue menos doloroso a pesar del gran entusiasmo que lo avivaba: poblaría con sus aspiraciones un lugar al que juzgaba de utopía, donde la realización y el bienestar eran posibles, destino que había fijado por su amor a los libros. «En Prodisño recibí clases con el profesor de tipografía Luis Giraldo, que es un enamorado de las letras y me transmitió ese sentimiento. Me gustaron tanto sus clases que vi la materia dos veces, al tercer año él me planteó ser su asistente. Yo no podía dejarlo, quería escucharlo, me influyó hasta tal punto que me interesé en el diseño editorial, que es uno de los fuertes de la escuela gráfica venezolana, porque tiene una tradición que ha generado un lenguaje distintivo. Prueba de ello son los libros de Álvaro Sotillo, Waleska Belisario y Gerd Leufert, por nombrar unos», relata dentro del encantamiento que lo empujó a ver en 2007 *Venezuela en Leipzig*, una exposición cuya curaduría estuvo a cargo de Carmen Alicia Di Pasquale y que reunía libros impresos en el país que se habían ungido de gloria en el certamen Schönste Bücher aus aller Welt («Los libros más bellos del mundo», aunque también llegó a llamarse «Los libros más bellos de Alemania»), de la Stiftung Buchkunst. En cada edición de este concurso, que se celebra en Leipzig desde 1963 y actualmente recibe más de mil títulos al año, se entrega el codiciado galardón Letra de Oro, una medalla de oro, dos medallas de plata y cinco medallas de bronce, así como cinco diplomas de honor. En la muestra que Mauricio contemplaba con recogimiento y fascinación descollaba *La emblemática de Gerd Leufert*, mamotreto publicado en 1984 por la Galería de Arte Nacional, escrito por Victoria de Stefano y diseñado por Álvaro Sotillo, que se ganó el ditirambo del jurado de 1985 y Letra de Oro: «Ese y otros muchos como *Imposibilia de Leufert* [con autoría de Gerd Leufert y Nedo M.F., textos de Alfredo Armas Alfonzo y Alfredo Silva Estrada, diseño de Gerd Leufert, publicado por la Editorial Universitaria de Oriente; recibió medalla de bronce en 1971] o *Hierra de Carlos Cruz-Diez* [con autoría de Alfredo Armas Alfonzo, diseño de Carlos Cruz-Diez, fotografías de Carlos Cruz-Diez y Roberto Fontana, publicado por Ernesto Armitano Editor; recibió diploma de honor en 1982]. Todos eran maravillosos, la mayoría se caracterizaba por la elegancia de su presentación, por el estilo moderno, actual y sencillo que burlaba el paso del tiempo. ¿Qué estaba pasando en Leipzig que todos mis libros favoritos han sido premiados allí?» se repetía con obsesiva curiosidad.

“

¿Qué estaba pasando en Leipzig que todos mis libros favoritos han sido premiados allí?”

Después de que un compañero de ProDiseño lo animara a arriesgarse, porque él también había sido aceptado en una universidad germana, Vivas resolvería el enigma: «**Me quité los complejos, porque yo creía que no tenía chance, me comparaba con otros, pensaba que lo extranjero era mejor que lo local**», masculla. Lleno de esperanza y con el portafolio debajo del brazo, tomó un avión para consignarlo él mismo en Hochschule für Grafik und Buchkunst. Era un cuatro de febrero de 2014, los vientos invernales aterían sus expectativas, tiritaba con la sola posibilidad de una respuesta negativa. Las nubes negras cargadas de malos agüeros y el desasosiego se disiparían rápido... fue admitido sin cortapisas. Silenciado el gozo de la noticia, el semestre comenzaba en abril y apenas tenía tiempo para aprender la lengua de Schiller y Beethoven. Antes de sentarse en los pupitres, la academia le exigía un buen dominio del idioma, de lo contrario perdería el cupo, y con él las ganas de cultivar su vocación artística: «**Debía presentar una prueba de deutsch que era un equivalente B2 o C1, o sea, superalto el nivel. No hice otra cosa sino estudiar; les mentí a mis *roommates*, les dije que no hablaba inglés para obligarme a practicar**», rememora los desvelos en los que memorizaba conjugaciones de verbos ajenos y declinaciones de sustantivos, adjetivos y artículos que en su lengua materna desconocía: *der mann, des mannes, dem mann, den mann*. Entonces, su ser y estar cambió a *sein*. ¿Quién era? ¿Mudaba pieles? ¿Se reinventaba? «**El hombre es el ser al cual le preocupa el ser...**», preconizó Martin Heidegger. Al igual que el *Dasein* del filósofo de la fenomenología contemporánea, Mauricio cuestionaba su existencia en alemán.

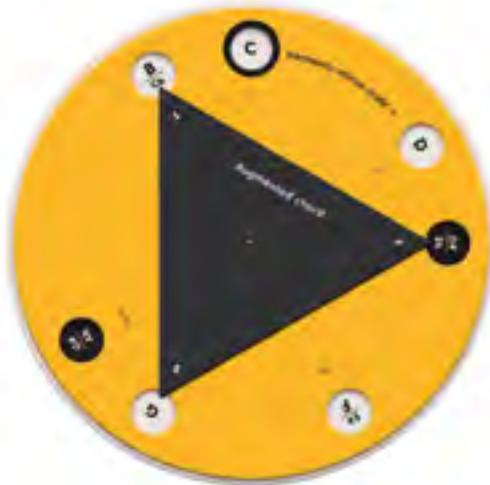


“ **Trato de poner énfasis en la belleza intrínseca de las cosas, cuya forma y función se corresponden directamente. Por ejemplo, el violín no solo es un objeto hermoso, sino que su estructura tiene una función específica para la emisión del sonido**”

EL CONCIERTO

Desde el primer momento que pisó tierras sajonas, la música iluminó su tránsito. Como un candil, ahuyentaba la penumbra de su camino. Con similar misticismo, Mauricio estudiaba y le sacaba el alma a su acordeón. Fue tal el raptó melódico, que al poco tiempo de llegar a Leipzig organizó, junto a los miembros de su primera banda, Gypsy Ska Orquesta, con la que pateaba calles de Caracas en busca de propinas, un *tour* por Europa. «Nuestros inicios fueron atropellados. Éramos un grupo de amigos, todos estudiantes de Prodiseno, que se juntó para tocar sus canciones favoritas... con el tiempo nos dimos cuenta de que a la gente le gustaba, llegamos a hacer más de seis giras internacionales. En la primera visitamos treinta ciudades. Fue en 2014, no teníamos ni siquiera garantizado el pago por toque, dependía de las ventas registradas en la puerta, si la gente iba nos pagaban y si no...». Montados en una camioneta destartalada, Mauricio Vivas, acordeón; Sebastián León, saxofón; Luis Leston, guitarra; Manuel Rodríguez, trombón; Luis Ducharne, trompeta; Joe García, batería y Víctor Quero, bajo, fabulaban encuentros de *pop star*: autógrafos, discos de platino, tiernas muchachas que en su delirio *Almost Famous* sucumbían a sus instrumentos. Y así fue. Las estrecheces del bajo presupuesto y los kilómetros recorridos habían valido la pena: en Berlín llenaron salas, en Bélgica se crisparon con los aplausos de un público que los reconocía y en España se emborracharon de ovaciones y piropos anónimos. Según Vivas fue un éxito debido a una concomitancia de acuerdos y fortunas: «Sí, el nombre de la banda, que por tonto es muy claro y directo, la alegría que todos los integrantes compartíamos y, por supuesto, los afiches de la promoción que juntos elaboramos», explica. Bellísimas serigrafías, que ahora engrosan su *curriculum*, unas a color y otras en blanco y negro, en las que deslumbraban los verdaderos protagonistas de esta historia: el punk y el ska.





Akorde in C Harmonisch Mall



En los años siguientes, Vivas supo que debía casar sus intereses para identificar un tema de tesis. Así surgió el que considera su gran proyecto de vida, una investigación que apenas está en fase inicial pero con ella obtuvo en 2018 el diploma en Fine Arts y el Meisterschüler, el grado de máster en System Design Course, en 2022. Se titula: *Sistema geométrico de visualización de relaciones musicales armónicas. Comprender la armonía de los juguetes de papel* (*Geometrisches System der Visualisierung von harmonischen musikalischen Beziehungen. Die Harmonie durch Papierspielzeuge verstehen*). Al igual que Christian Marclay, compositor y artista suizo reconocido por sus piezas visuales que señalan ordenaciones de sonidos en el tiempo y en el espacio, Mauricio desarrolló una serie de artefactos gráficos que facilita el estudio de la música. Piezas lúdicas que introducen al interesado en la geometría de los ritmos y compases. «Nacieron de una carencia mía. Como no tenía suficiente dinero para mantenerme, daba clases de acordeón, pero no sabía expresarme bien, amén de mis problemas con el idioma. Mis alumnos me preguntaban ¿por qué esta escala pasa por este acorde y no por otro? No encontraba las palabras apropiadas, entonces terminaba dibujando unos esquemas». Él los llama juguetes. Hechos en papel, son analógicos, se pueden asir, tocar y acariciar como a una flauta. En ellos, el aprendiz de guitarra identifica una nota para luego tañerla. Detrás de la apariencia sencilla se esconden abstracciones de la teoría musical. Estos esbozos no solo sirven para aclarar las dudas de sus alumnos sino las suyas propias, porque Mauricio, pese a su entrega y disciplina, no sabe leer partituras: «Antes me daba vergüenza, cuando un compañero de banda me pide tal o cual nota, le digo, tócala tú primero, después me sale a la primera», lo auxilia su prodigioso oído.

Para la entrega, Vivas escribió un ensayo y pergeñó un trabajo práctico. Profundizó en tres puntos esenciales: notaciones, algoritmos e interfaz. Las primeras son códigos que expresan en una hoja o en cualquier otro soporte la coloratura de un sonido o la intensidad de un ruido, es la forma de dar un lenguaje a fenómenos auditivos. La partitura es la notación por antonomasia. «Con la irrupción del siglo XX y el auge del jazz, los músicos de las vanguardias experimentaron con sonidos poco ortodoxos, también fomentaron la libertad a la hora de la interpretación. Se necesitaban pues de otras notaciones para comunicar lo que no se podía», dicta cátedra. Una de sus referencias fue John Cage, compositor estadounidense que creaba obras a partir de palabras, estridencias y chirridos, la más célebre es «4'33"»,

tiene tres movimientos y se ejecuta sin tocar una sola nota. Do, re, mi, fa, sol eran insuficientes, el tradicional pentagrama no podía expresar el miedo de un aullido o la tristeza de un sollozo. «Creo que la lógica no es cómo el compositor tiene un eco en la cabeza y lo hace comprensible en una notación, sino más bien cómo la idea de un sentimiento se traduce en unas reglas de juego para que los músicos la reproduzcan. Por supuesto, estas partituras terminaban siendo verdaderas obras de arte», reflexiona y hace una pausa. Como si quisiera reventar una trompeta imaginaria, infla el pecho de aire para rematar: «En cuanto al algoritmo y la interfaz fue necesaria su indagación para revelar de qué manera la ejecución o la creación interactúan con las notaciones gráficas. El resultado me ayudó a concluir que mis juguetes no eran sino utensilios que facilitaban la enseñanza musical».

En marzo de 2022, las piezas de *Sistema geométrico de visualización de relaciones musicales armónicas* dejaron su fisonomía plana de papel para adquirir volúmenes de madera que sí emitían sonidos. Las estructuras fueron expuestas como prueba final del Meisterschüler en una galería de la HGB. No sería su primera exhibición, ya en 2017 Vivas había cristalizado una de sus metas más añoradas: diseñar un catálogo para el Institut für Buchkunst. «El profesor de tipografía de la escuela abrió una convocatoria. El propósito era diseñar un catálogo para una exposición de libros raros. Entre los ejemplares había títulos como *Tomarle fotos a una mujer desnuda* o *Cómo recordar nombres y caras, por nombrar solo dos*. Mi propuesta ganó», alza el mentón por el triunfo. Se llamó *Weird Book* y despuntó por el manejo de las fuentes, por los colores, por las técnicas de impresión y por los pliegues del formato que hacían del catálogo un objeto tan extraño como los libros que describía. El resultado fue publicado por el sello editorial de la universidad con un tiraje de doscientos ejemplares. En los últimos meses de 2022, después del Meisterschüler. Mauricio ha consagrado sus pensamientos y arrojos en la producción de dos discos que están por ver la luz. Alterna las grabaciones en los estudios con los festivales en los que participa por ser integrante de seis bandas distintas: Oluma (*Afrobeat jazz*), Cosmic Progress Arkestra (*jazz improv*), Mayakan (*ancient African beat*), Jalikebba Kuyateh Trio (*West African music*), Herje Mine (*Balkan music*) y Sesiones del Sur (ritmos afrovenezolanos con *Latin jazz, funk, Afrobeat* y música electrónica).

«*Sesiones del Sur* la hice desde cero, la saqué con las uñas. Hoy somos más de quince músicos entre hombres y mujeres de distintas nacionalidades. Tocamos ritmos afrolatinos.



Nos interesa rescatar los vínculos de América Latina con África Occidental, repasar una historia que está manchada por la tragedia, la colonización, la expoliación. Su música es una fusión de dolor y alegría, de nostalgia por la tierra de origen. Sesiones del Sur lanzará su primer álbum que hurga en la tradición de Brasil, Perú, Colombia y Venezuela. Es un compilatorio de diez canciones inéditas, cuatro de ellas son mías», narra las peripecias que han sido subvenidas gracias a los fondos de instituciones alemanas como Initiative Musik. Lo que lucía como una distracción de muchacho se convirtió en profesión. Logro que replica con la agrupación Herje Mine, cuyo disco está en la fase final. Mauricio no tiene cabeza sino para las mezclas, la masterización y los arreglos de sus temas. Y aunque mantiene un puesto como diseñador en una empresa dedicada al ecoturismo en bicicleta, los logos y vectores se difuminan como una notación que, al ejecutarla en su acordeón, se vuelve un quejido incorpóreo, una emanación fugaz. ¿Es doloroso el desasimiento del pasado? ¿Traiciona lo que tanto ha luchado? No lo cree. Es una etapa que por fuerza debe aprovechar. Apagados los micrófonos y la luz del escenario, sabe que tras bambalinas lo espera un oficio que siempre lo socorre, con el que levanta mundos posibles: «Lo lindo del diseño es la proyección de un sueño o una idea... algunas veces queda bien y otras muy mal. Lo bueno es que, acabadas la felicidad o la frustración, siempre se puede mejorar...». ■

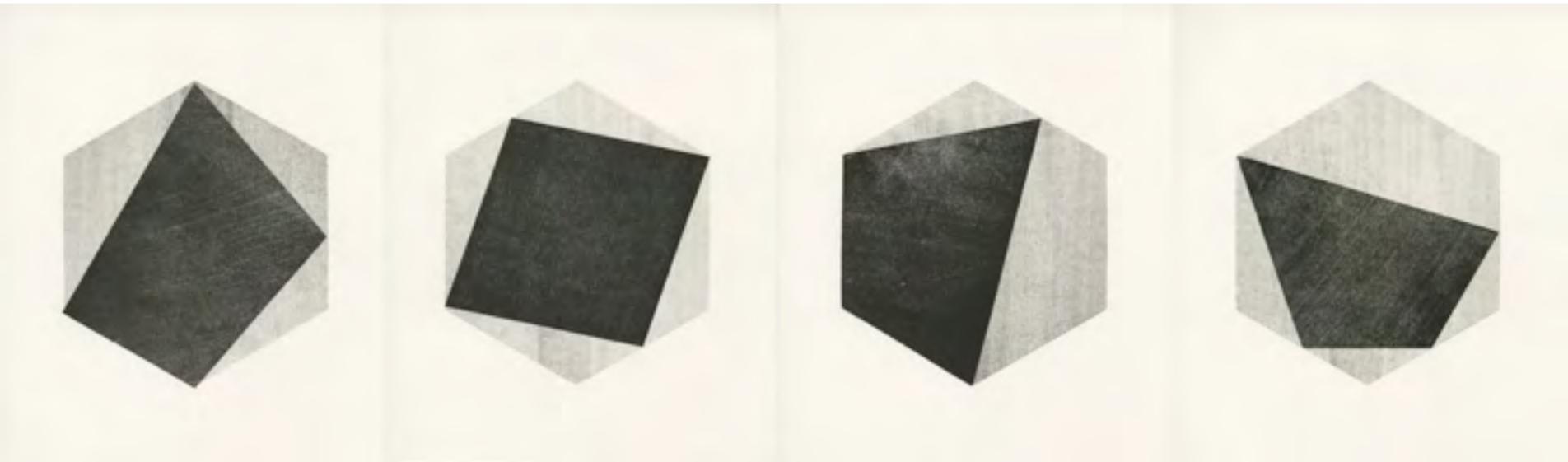
“ Como diseñador gráfico nunca me he sentido una lumbrera, un ser especial, en cambio como dibujante y músico sí”

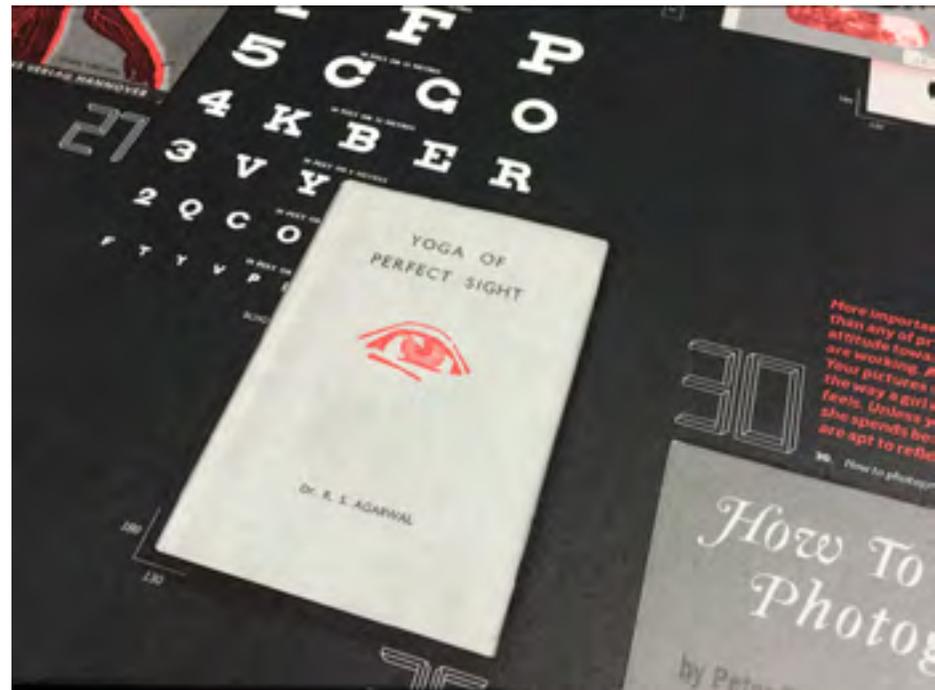
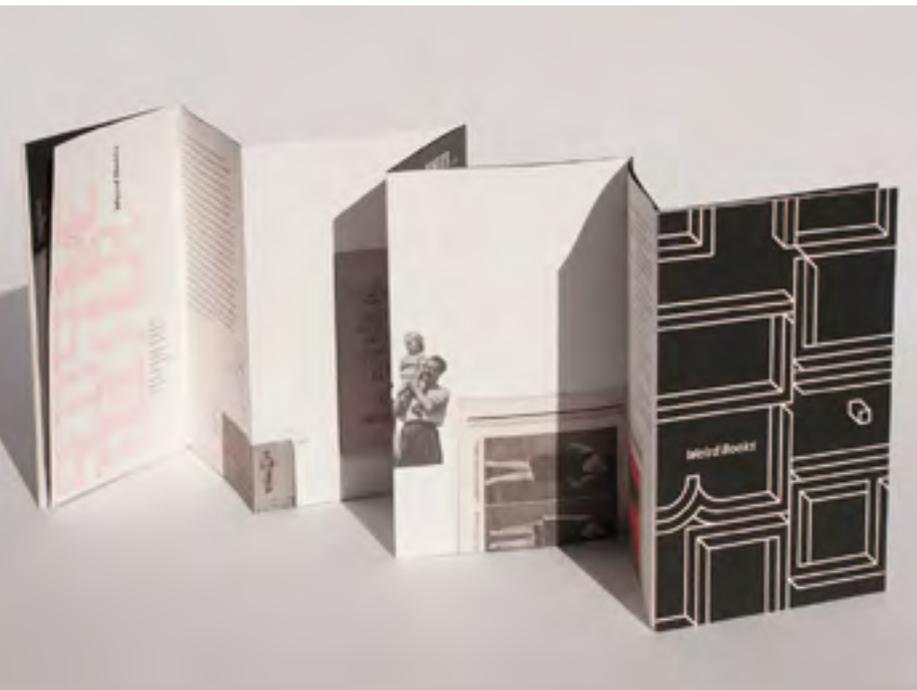


PORTAFOLIO









—1990—

ROBERTO *Pascucci*

«En mi trabajo se percibe serenidad»

Nació en 1990, en Mérida, a la que siente que pertenece. Licenciado en Diseño Gráfico por la Universidad de Los Andes, es especialista en diseños de marcas y fotografía de productos. Como fotógrafo –otra de sus pasiones, que ha integrado a su trabajo– se ha formado en talleres con el Premio Nacional de Fotografía Pablo Krisch. Su trabajo, minimalista, sobrio y técnico, es referencia de la identidad visual en Venezuela. Otra pasión: la música. Toca el bajo y con el grupo Surconciente grabó el disco *Venezolanía* en Cuba. En las noches, cuando no está diseñando, actualmente toca con el grupo Kaleidos, que versiona canciones en varios idiomas. Sus conocimientos de música le han servido para diseñar una «[marca sonora](#)»

 @robertopascucci

 Rafael Simón Hurtado

 Roberto Pascucci (autorretratos)

Roberto Pascucci nació en Mérida el 3 de septiembre de 1990 –día tres, del mes nueve, del año 1990, múltiplos de tres– y, como un mantra, integra las piezas que conforman su existencia. «Los números en múltiplos de tres están muy presentes en mi vida. Soy el tercer nieto varón por línea paterna, el tercer hijo que se crio en la calle 24 (dos + cuatro = seis) de la Av. 3, de Mérida. Mi primer nombre, Roberto, y mi primer apellido, Pascucci, se descomponen en seis sílabas. Mi crianza integra las culturas y tradiciones venezolanas e italianas (Venezuela, Italia: VI)». Para completar su creencia añade que el múltiplo de tres también está en sus herramientas de trabajo: diseño, música y fotografía. «Tres líneas convergen, se integran en una sola unidad, flexibles y adaptables, van y vienen en una misma dirección, transitan en un mismo eje y con un mismo propósito».

Es hijo de Dante Pino Pascucci Stelluto, profesor en la Facultad de Odontología de la ULA, nacido en Barquisimeto, licenciado en Historia, especialista en Historia de Venezuela, abogado, magíster en Ciencias, doctor en Gerencia Avanzada; y de Yajaira Peña Pacheco, de Valera, licenciada en Historia y en Comunicación Social. «Vengo de una familia de académicos. Mi mamá se vino de Valera a Mérida a estudiar. Mi mamá conoció a mi papá en la Facultad de Humanidades, en la carrera de Historia. Se conocieron, se casaron, y como ocurre con casi todos los jóvenes que llegan a Mérida, se quedaron a vivir en la ciudad. Esta ciudad tiene algo que atrapa a las personas».

Mérida, ya se sabe, es una ciudad turística, y es también recinto de la Universidad de Los Andes. Es clásica la expresión «Mérida es una universidad con una ciudad por dentro», de Mariano Picón Salas. Desde hace más de doscientos años la ciudad está unida a la vida educativa. El diálogo entre universidad y ciudad floreció por sus valores naturales, en donde habita gente sencilla, hospitalaria, apegada a sus tradiciones y costumbres. «En esas calles conocí gente muy buena y trabajadora, gente educada y culta, personajes como Amalia, Amador y el señor del loro que adivinaba el futuro, el que gritaba “¡caaaaanoless!” y el que anunciaba los “helaítos”. Las personas y los lugares

“

**EL DISEÑO
GRÁFICO NO ES
UNA CUESTIÓN
MERAMENTE
TÉCNICA, SINO
TAMBIÉN
ESTÉTICA, UNA
PARTE DE LA
SENSIBILIDAD
HACIA EL ARTE
QUE TERMINA
TRADUCIÉNDOSE
EN UN TODO”**

impregnaron mi identidad, me llenaron de sentido de pertenencia y me hicieron amar profundamente mi ciudad, mis orígenes, mis paisajes».

«El casco histórico de Mérida fue mi privilegiado patio de juegos, todo cuánto conocí y aprendí. Mis vivencias de infancia han transcurrido en esas calles limpias y estrechas, trepando árboles en la plaza Bolívar con mis hermanos y comiendo guayabas. En ese lugar aprendí lo que es la libertad, a socializar con las personas y a saber que la vida tiene un ritmo constante, a veces tranquilo y a veces caótico».

Roberto tiene dos hermanos, Rosa Pascucci Peña y Miguel Pascucci Peña. Su hermana mayor, Rosa, es abogado y magíster en Filosofía, y su hermano Miguel hizo estudios de Medios Audiovisuales, y es sonidista. En la actualidad viven en Argentina, adonde emigraron, como lo han hecho muchos venezolanos en los últimos años. Con ellos vive su mamá, de quien Roberto dice que heredó su personalidad, «pues mi mamá se centró más en la inteligencia emocional de sus hijos». A su papá le atribuye el legado de la formación, la vinculación con la academia. La relación con sus padres es plena. Los tiene tatuados en la piel.

LA HISTORIA FAMILIAR ES CÍCLICA

Roberto está convencido de que la historia familiar es cíclica, por lo menos en su caso, en el sentido de que las cosas van y vuelven. Hay rastros que van quedando en el pasado que, luego, al cabo de los años, encuentran similitud con las vivencias del presente. Las fotografías de sus abuelos se lo confirman. «El legado de mis abuelos me remite a una idea de superación de las adversidades, a pensar que, si hay problemas, uno debe sobreponerse a ellos, y lograr hacer cosas trascendentes para la gente o para la propia familia».

«Augusto Peña y María Pacheco, mis abuelos maternos, llegaron del estado Trujillo. Mi abuelo materno era asistente contable, egresado del INCE. En aquellos años ser un asistente contable era tener una formación profesional importante. Mi abuela era enfermera».

La superación y el amor hacia los hijos marcó el rumbo de la crianza de todo el grupo familiar. «Los padres de mi mamá fallecieron cuando ella era muy joven. Dejaron huérfanos

a mi mamá y a mis seis tíos. Sé de mis abuelos por las historias que aún sigo escuchando, pues mi familia se ha encargado de mantener vivo su legado».

Sus abuelos paternos, Michele Pascucci y Rosaria Stelluto, llegaron de Italia. Se vinieron a Venezuela por la situación en Europa durante el período de la postguerra, y por las oportunidades que el país les ofrecía. Supieron de él gracias a unas filmaciones que proyectaban de Argentina, Brasil, Uruguay y Venezuela, como los cuatro países que, para la época, recibían inmigrantes. «Venezuela fue el país que llamó su atención. Fue el que más se les pareció a su casa».

«Mi abuela era modista, y mi abuelo –el Nonno– participó en la Segunda Guerra Mundial en la artillería del Ejército Italiano. Una vez que llegaron a Venezuela, luego de trabajar en muchas cosas, montaron la heladería Italia, en Barquisimeto».

Hay una foto que retrata al Nonno vestido solo con un pantalón corto en un campo de concentración en Alemania en donde estuvo como prisionero de guerra durante dos años y medio. «Mis abuelos paternos fueron unos luchadores y trabajadores incansables. Hicieron vida en Venezuela a partir del año 1948, siempre con el amor, la honestidad y la dedicación como valores fundamentales».

Con la mayor parte de la familia fuera del país, en Argentina, Roberto piensa en cómo la historia puede repetirse. «En la actualidad, con mi única sobrina, que vive en Argentina, pasa lo mismo que pasó en aquel entonces con mi papá. Mi papá nació y se crio en Venezuela, aunque rodeado del influjo de la familia italiana. Mi sobrina es argentina, pero envuelta en el calor familiar de buena parte de la familia venezolana y su cultura».

Una expresión más de esas lealtades invisibles es que Roberto tiene una relación de pareja con Romina Scarpeccio, odontólogo, de origen argentino. «Mi papá fue profesor en la Facultad de Odontología, y desde pequeño siempre pensé que debía tener una novia odontólogo».

ESTABA EN EL LUGAR CORRECTO

Roberto cuenta que desde niño tuvo la aspiración de estudiar Diseño Gráfico. El primer recuerdo que tiene es el de pasar frente a un establecimiento en donde había un estudio de diseño. «No se veían computadoras, porque en aquella época –1998– el diseño se hacía de otra manera. A veces pasaba caminando y veía muchos colores. En realidad, nunca tuve inclinación hacia otras carreras».

“

Siempre trato de dirigir la orientación gráfica sobre la base de la funcionalidad, la efectividad y la estética”

Licenciado en Diseño Gráfico, egresado de la Escuela de Arte y Diseño Gráfico de la Facultad de Arte de la Universidad de Los Andes, cursó estudios de primaria en la Escuela Básica Gabriel Picón González, y el bachillerato en el Liceo Libertador. Cuando entró a la Universidad de Los Andes tenía dieciocho años. En ese período estuvo muy vinculado con algunos proyectos musicales. La experiencia en la ULA fue enriquecedora, por la relación con los compañeros de clase y el vínculo académico con los profesores. «*El pensum de estudios de la licenciatura en Diseño Gráfico en la ULA está muy vinculado al arte. En el ciclo básico, que es casi la mitad de la carrera, se ven materias sobre artes visuales y diseño gráfico. El componente artístico que uno debe desarrollar en ese período es muy importante. El diseño gráfico no es una cuestión meramente técnica, sino también estética, una parte de la sensibilidad hacia el arte que termina traduciéndose en un todo*».

El vínculo académico con los profesores despertó en Roberto su deseo de adquirir conocimientos y su interés por formarse en una disciplina, construyendo un puente intelectual. Recuerda a Rubén Bressan, profesor en el área de Diseño Gráfico I y Diseño Editorial. «*Sus clases me hacían sentir que estaba en el lugar correcto. Fomentó en mí el instinto de la curiosidad. Uno no debe conformarse con la primera cosa que le viene a la cabeza. Debe indagar, hacerse preguntas para encontrar respuestas. El diseñador gráfico investiga sobre temas que no son necesariamente afines a su profesión*».

Atribuye a Nellyana Salas Escalante, profesora de Fotografía y Ensayo Fotográfico, el deseo de hacer las cosas mejor. El ojo crítico. «*Es una profesora con un nivel de exigencia que se traduce en el desarrollo de esa capacidad*».

Dani Molina, profesor de Tipografía y Empaque, materias fundamentales en el diseño gráfico, repetía una frase que siempre recuerda. «El empaque es la guinda del pastel en el diseño gráfico; pues, según afirma, además de contener el producto, lo revaloriza. El empaque conjuga el diseño editorial, el diseño de marca, la fotografía del producto, la ilustración, la tipografía. El empaque debe responder a unas medidas, a unas proporciones, al color, a la forma, a la economía de materiales. Sin estos conocimientos no se puede lograr un buen producto».

EL DISEÑO GRÁFICO ES UNA FORMA DE SER

La tesis de grado de Roberto Pascucci versó sobre *El ensayo fotográfico como herramienta introspectiva para generar una marca personal. Caso Roberto Pascucci*. El singular trabajo, sin antecedentes en el área de las tesis de grado de la ULA, tuvo como fin ir en la búsqueda de su propia identidad como diseñador gráfico, para crear su marca personal. Además de profundizar en diversos autores y miradas, la investigación conllevó la exploración de sus recuerdos de infancia, su vida familiar, sus abuelos, sus padres, sus hermanos, mediante una mirada fotográfica, con la que descendió a las profundidades del autoconocimiento de aquello que lo hace ser quien es. Un mapa, para descubrir la conexión histórica no solo con el pasado familiar, sino también con el presente. «En mi casa siempre estuve ligado al tema del conocimiento. Uno hacía una pregunta y la respuesta era “busque el diccionario, busque el libro”. Era la manera que tenían mis padres de cultivar nuestra curiosidad».

«Con la tesis quería hacer un trabajo que me fuese útil. Descubrí, por ejemplo, que mi parte creativa se debe a mi formación cultural. Si bien el diseño gráfico, en el área en la que yo me desenvuelvo, debe ser metódico, también tiene un componente artístico. Y en mí hay una vena artística que estoy explorando, que se ha vuelto un tema de vida. Uno piensa y razona desde el diseño gráfico, pero también es una forma de ser».

El trabajo de grado le indicó el porqué de su gusto por ciertas cosas. «Uno está inclinado hacia ciertas figuras, hacia ciertos parámetros estéticos, colores, formas. El trabajo de grado, enfocado en el diseño de marcas, me llevó a descubrir cómo las asociaciones de formas pueden introducirse en el diseño. Encontré que esas cosas con las que tengo afinidad sobre colores y formas están en mis diseños».

«Por ejemplo, yo soy metódico con las cosas, y no entendía por qué. La tesis me mostró que esa inclinación proviene de una formación metódica. Yo analizo el porqué de las cosas, de las formas, de las personas. Observo en detalle cómo se relacionan y complementan. Esto es parte fundamental de mi trabajo, en ello reside cómo desarrollo el diseño. Todo tiene su espacio, ocupa un lugar, se complementa, construye su propio orden. Miro mi propia naturaleza, mi mundo interior y la conexión con la naturaleza exterior. Líneas y formas fluidas, orgánicas, que me inspiran y se incorporan en mis diseños».

«Por ejemplo, yo tengo una afición hacia la comida, a cocinar. Siento que abordo esta inclinación con parámetros aprendidos del diseño gráfico. Cómo se interrelacionan los ingredientes, cómo se seleccionan; las proporciones, las medidas, cómo se comportan los colores. Ciertos colores tienen determinados sabores, hasta formar una unidad, es decir, un plato».

“

El paisaje forma parte de mi personalidad. Yo no podría tener una cultura industrial en el diseño”

El entorno geográfico es otro elemento que influye en su trabajo. Su fluidez, sus modos infinitos y sorprendentes. «Soy un admirador del paisaje de Mérida. El paisaje forma parte de mi personalidad. Yo no podría tener una cultura industrial en el diseño. Por el contrario, en mi trabajo se percibe serenidad. En Mérida, adonde quiera que mires tienes una montaña. Aunque estés en la ciudad, estás rodeado de naturaleza. Es una ciudad con una imponente naturaleza por sus cuatro costados, con una majestuosa sierra que se ubica justo por donde sale el sol; de montañas de un tono azul sereno que casi logran fundirse con el cielo».

«Yo no me veo haciendo un trabajo lleno de colores, folclórico, estrambótico, porque yo no soy así. No sería genuino. Uno tiene que ser coherente».

No hay duda de que sus diseños tienen un componente subjetivo. «Cuando las personas acuden a mí es porque hay algo de mi trabajo que les gusta. Es en este espacio en donde la subjetividad tiene cabida, entra mi estilo. Una proyección de mi personalidad, y en donde, por tanto, trabajo con más libertad».

LA NOCHE TIENE ALGO ESPECIAL

En su espacio de trabajo la creatividad y la organización se integran, interactúan, fluyen. Tiene la oficina en su casa. Un escritorio ordenado y limpio ocupa casi todo el espacio. Al fondo, un bajo se muestra como un símbolo que enlaza dos de las pasiones de Roberto. En ese lugar, honra las agujas del reloj que guían sus actividades diarias. «Mi trabajo se inicia en la tarde, hasta la madrugada. Yo no soy de hacer en las mañanas. Aunque me levanto temprano para llevar a Romina a sus labores. Después de bañarme y tomar café, organizo las cosas de la casa o salgo a hacer algunas diligencias personales. Cumplidas estas rutinas, me pongo a trabajar. Prefiero trabajar de noche porque tiene algo especial. Es más tranquila, hay más silencio. Se puede lograr mayor concentración, lo que permite tener una mayor sintonía con el trabajo. Son las horas más creativas. No me considero una persona altamente productiva, porque no me gusta trabajar en muchas cosas a la vez. Me comprometo con los trabajos que acepto, y me tomo el tiempo para ofrecerles toda mi atención. No se puede producir con calidad cuando se hace de forma apresurada. Puedo invertir un mes en desarrollar una marca con la que me pueda sentir satisfecho. Hay un proceso previo de investigación, de conocer a las personas. El contacto personal es el ideal. Descubrir la personalidad del cliente. Aquí interviene la intuición».

«Creo que puedo definir mi trabajo como metódico, limpio, organizado. Siempre trato de dirigir la orientación gráfica sobre la base de la funcionalidad, la efectividad y la estética. Estilísticamente, hago uso de figuras geométricas primarias, la línea, la proporción, el orden y la interrelación de formas. La fotografía también es parte de mi quehacer y, de alguna manera, creo que ambas disciplinas las desarrollo con el mismo criterio estético». Una característica frecuente en su trabajo es el monograma. Una firma real. Un símbolo de elegancia.



FOTOGRAFÍA DE PRODUCTO, DISEÑO DE MARCAS Y EMPAQUES

Junto al diseño gráfico, la fotografía es otra de las líneas de trabajo de Roberto. Además de ser parte de la formación académica, también es una pieza de la búsqueda de su identidad personal desde una visión artística. Durante un tiempo estuvo indagando con qué especialidad de la fotografía se sentía más cómodo. Exploró la fotografía del retrato, del paisaje, del detalle. Aprendió de esa exploración el manejo de la luz, el encuadre, las proporciones, todos los parámetros técnicos. Una vez que experimentó con estos recursos, sintió que no estaba donde quería estar. Comenzó a estudiar la fotografía de productos y encontró que esta área de la fotografía era la que más le gustaba. «Primero porque puedo implementar los esquemas de iluminación a mi gusto, puedo tomarme el tiempo necesario para hacer la fotografía. Puedo pasar hasta cinco horas para hacer la fotografía de un producto. En las fotografías de productos se toman secciones, se realzan detalles, sombras, es composición fotográfica. Me gusta el poder de comunicación, visual y semiótico, que se puede lograr con la fotografía de producto. Sin contener una sola palabra se pueden decir muchas cosas. Además, me causa fascinación la posibilidad de registrar un instante de un momento determinado. Un instante nítido del pasado».

Aunque la fotografía es subjetiva, una verdad personal, la fotografía de producto tiene que exponer las cualidades reales de lo que ofrece. «Yo hago fotografía a productos que contienen lo que dicen tener. El potencial cliente no se va a encontrar con algo que no es. Uno como diseñador tiene la obligación de potenciar las cualidades físicas que tiene el producto. Legalmente está prohibido hacer ofertas engañosas. La oferta engañosa como estrategia de comunicación es lo peor que uno puede hacer. Se puede fotografiar un producto y causar un poder de atracción, pero en cuanto el usuario se da cuenta del artificio, eso provoca un rechazo inmediato del producto o servicio. Es responsabilidad del diseñador gráfico buscar, desde el sentido estético y técnico, cuáles son las cualidades del producto que se pueden utilizar».

Su especialidad es el diseño de marca. Es en lo que más le gusta trabajar, porque el diseño de marca exige la creación de una personalidad. Para ello se deben aplicar varios

conocimientos, se tiene que ser minucioso, curioso, se deben hacer preguntas. «Es un área que me pone en contacto con el conocimiento de rubros sobre el que debo obtener información que yo no manejo. En Mérida trabajo con una heladería. Para desarrollar su imagen debí conocer el proceso para hacer helados. El proceso de investigación para desarrollar la comunicación visual me llevó a aprender de refrigeración, de porcentaje de leche, de esencias».

De la misma manera ocurre con el diseño de empaques. «En el área de empaque uno tiene que ser muy meticuloso. Uno debe tener conocimientos técnicos de impresión, maquetación, es decir, del espacio y la forma, de cómo se puede ver».

Para alcanzar el nivel de excelencia Roberto se ha mirado en el espejo de fotógrafos como Pablo Krisch, Premio Nacional de Fotografía, con el que hizo varios talleres. «Con él aprendí sobre iluminación. Él logra un magnífico manejo de las sombras y de la luz. De hecho, le dicen “el fotógrafo de la luz”. En sus fotografías se puede ver cómo la luz narra. La luz revela el mensaje. Es la protagonista de la composición».

También admira el trabajo de Antonio Briceño y su proyecto de vida *Dioses de América. Panteón natural*. De Sebastião Salgado, otro de sus referentes, le interesa el tema del ensayo fotográfico, con el que el fotógrafo brasileño muestra situaciones humanas dramáticas. Su afán de conocimiento lo ha introducido en el trabajo de los diseñadores gráficos John Moore, en el diseño de marcas y editorial; Nedo Mion Ferrario, por su estudio tipográfico; Santiago Pol, por el uso del color y el diseño como arte. «Estos tres diseñadores, al ser pioneros de la comunicación visual en Venezuela, son una referencia obligatoria para entender que el diseño gráfico como oficio debe contener un pensamiento crítico, reflexivo y sensible para poder trascender».

«En lo autoral me parece de gran importancia la obra de Joan Costa y Norberto Chaves por su pensamiento crítico y aporte teórico al diseño gráfico». Y en la fotografía de productos, Karl Taylor, Urs Recher, Martin Botvidsson.

“ Me gusta el poder de comunicación, visual y semiótico, que se puede lograr con la fotografía de producto. Sin contener una sola palabra se pueden decir muchas cosas”



EL COLOR DE LA MÚSICA

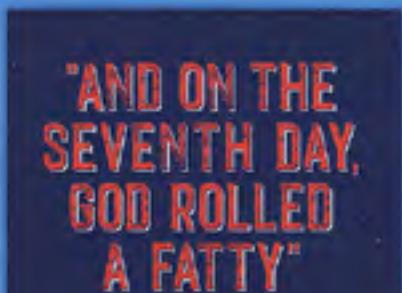
Para Roberto Pascucci, la música también es una pasión. Junto al diseño y la fotografía, forma parte de un mismo conjunto, de una misma vena que integran un mismo cuerpo. «De hecho, yo empecé primero como músico que como diseñador. Toco el bajo. A los dieciséis años integré un grupo de teatro de calle. Comediantes de Mérida, agrupación dedicada a actuar en espacios abiertos y no convencionales. A esa edad viajábamos por todos los pueblos de Mérida, e hicimos una gira por el occidente de Venezuela».

Trataba con personas mayores que él, aprendiendo a trabajar en equipo. «Fue una experiencia muy bonita que viví durante varios años». A los veinte años se unió a un grupo de música con el que estuvo casi cuatro años, *Surconciente*. «Grabamos un disco en Cuba, *Venezolanía*». La estadía en la isla duró dos meses. Confiesa que culturalmente la experiencia fue impresionante. «Cuba tiene una actividad musical que se experimenta en muy pocos lugares. Forma parte de la cotidianidad de la gente. Allí me conecté con otros ritmos. También pude ver cómo esa gente, a pesar de su circunstancia, sigue haciendo música con una calidad excepcional».

Actúa en centros nocturnos, como un trabajo más. Kaleidos es el grupo musical con el que versiona canciones en italiano, portugués, inglés –baladas, pop, ritmos afrocaribe– y comparte la escena.

La música, ese material invisible que toca el alma y sacude sentimientos, se integra en sus tres líneas de acción, mediante el estudio de la marca sonora. El análisis del uso estratégico de la música –o de un sonido– que sirve de identidad acústica a un producto fue un agregado a su tesis de grado. «La música evoca sensaciones, momentos, estados anímicos, y comunica. Uno puede identificar una imagen mediante el sonido. Por eso me pareció pertinente hacer uso del análisis de la marca sonora como una herramienta de comunicación. No es un recurso que esté presente en mi trabajo diario. No es un servicio con el que me haya especializado. Pero el hecho de saber de música me ayuda a evaluar los parámetros para diseñar una marca sonora».

«Todos son procesos creativos que tienen un mismo fin. La búsqueda de mi identidad y el desarrollo de mis gustos».



"AND ON THE SEVENTH DAY, GOD ROLLED A FATTY"

PROVERBS 14:21
WRITTEN BY MIE O'CONNOR

SMOKIN'

PROVERBS 14:21
WRITTEN BY MIE O'CONNOR



SPARK THE CONVERSATION

UNPUBLISHED BIBLE STORIES

SERIES 1

SMOKIN' SCROLLS

PREOCUPACIONES VITALES

Roberto Pascucci cree en el valor académico de la profesión del diseñador gráfico. Y aunque está convencido de la necesidad de la profesionalización, reconoce que diseñadores sin la acreditación académica ejercen un trabajo de calidad. «En Mérida, con una de las pocas universidades que tiene una carrera de diseño gráfico, hay profesores que no son profesionales en el sentido académico, como Rubén Bressan, quien es un precursor del diseño gráfico en Venezuela». Compañeros de la carrera, como Edgardo Díaz Cazaux y Daniel Cárdenas, son sus referentes en la práctica profesional y en el impacto visual de su trabajo.

En todo caso, piensa que no se puede hacer despojando el trabajo de una trascendencia. «Yo, por mi parte, trato de mostrarme de la manera más auténtica, sin necesidad de vender conocimientos que no tengo. No publicito cualidades que no poseo, ni me vendo como un experto con conocimientos absolutos; al contrario, trato de ser honesto y coherente con el discurso y las habilidades que tengo para ofrecer un servicio de valor».

Aunque cree que las redes sociales e Internet representan hoy en día una plataforma de gran importancia en el acceso casi ilimitado a la información, tendencias y saberes, también piensa que «ha contribuido en la banalización del conocimiento».

A veces le preocupa no saber cómo resolver un proyecto de diseño, o sentir que lo que está haciendo ya no es de interés, que su trabajo pierda vigencia. «Hoy en día, cuando hay mayor competitividad y los saberes cambian tan rápido, mantenerse al día es esencial. La duda puede ser una preocupación sana, si es útil para mantenerse en una constante búsqueda».

En el campo no laboral, las inquietudes de Pascucci son las mismas que tiene la inmensa mayoría de los venezolanos. «Tengo las mismas preocupaciones económicas o emocionales que puede tener cualquiera. He visto cómo buena parte de mi familia y amigos se han ido del país. Hemos aprendido a vivir con eso. Yo no me he planteado irme. Cada día trato de darle valor a las cosas verdaderamente importantes. Eso no significa que me conforme con lo que tengo. No conformarse es un motor que nos mueve. Pero irme a otro país,

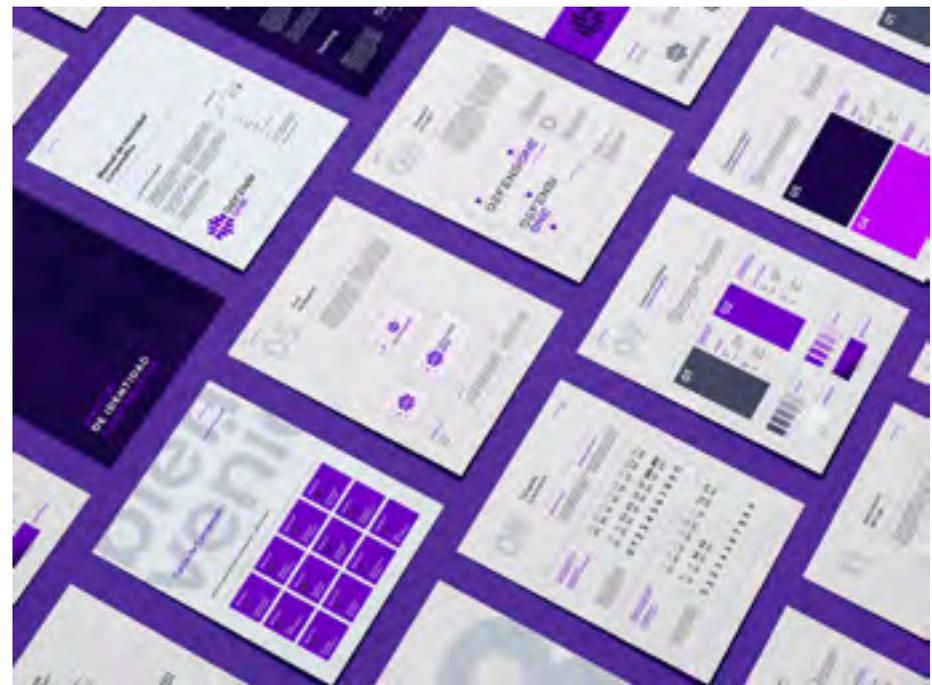
“

Yo no me he planteado irme. Cada día trato de darle valor a las cosas verdaderamente importantes. Eso no significa que me conforme con lo que tengo. No conformarse es un motor que nos mueve”

y correr el riesgo de dejar de hacer lo que hago, a trabajar para lo que no me formé, o a trabajar en una actividad con la que no me sienta cómodo, no es una opción».

«Irse del país es pensar que uno puede llegar a un lugar con el que no pueda establecer ningún tipo de conexión, con el que no se siente identificado, porque no hay una historia común, o se carece del afecto hacia los lugares. Vivir entre las montañas me hace sentir un vínculo genuino con mi lugar de origen. Si no siento que pertenezco a un sitio, es como salir de mi zona de confort. Yo tengo una afectividad por el sitio donde he crecido. Además, cuando veo mi portafolio, me siento orgulloso de lo logrado, de mi evolución. Haberme quedado me ha permitido crecer como diseñador».

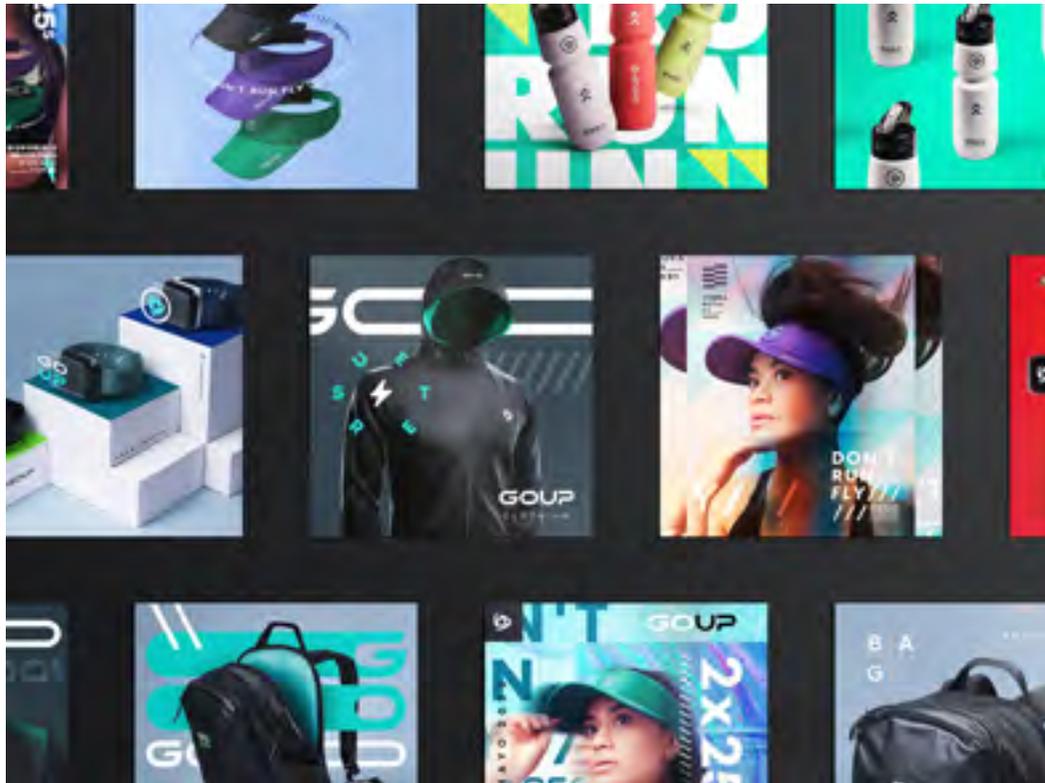
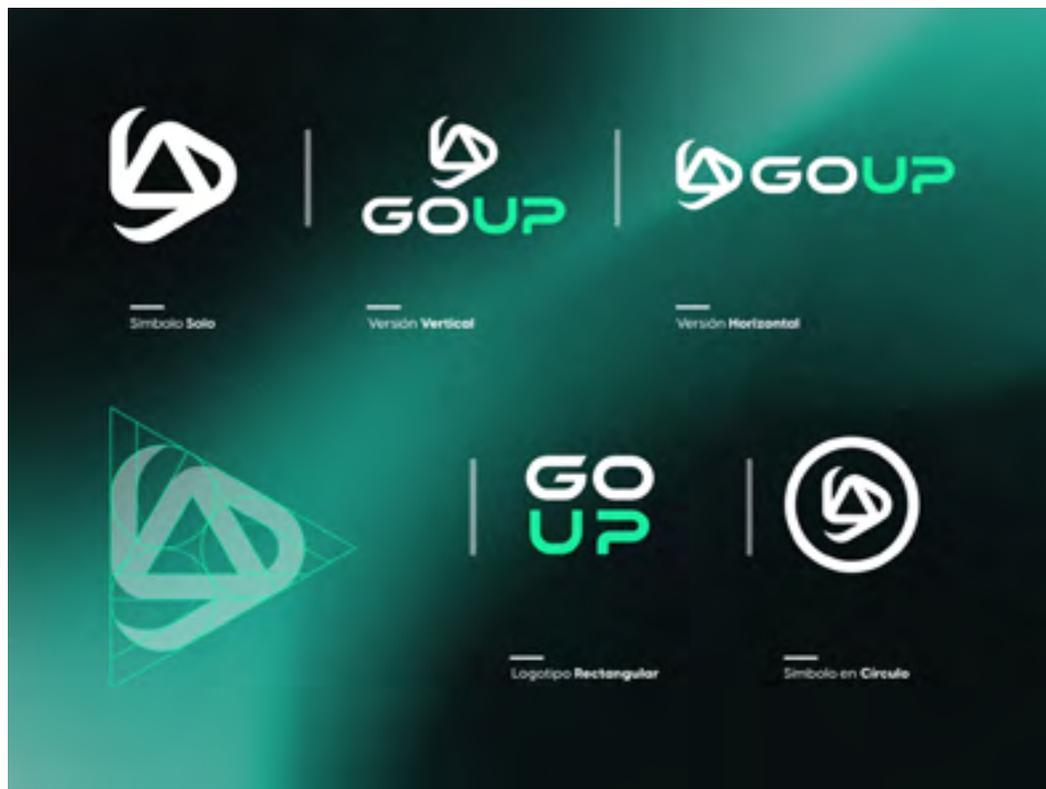
«Dentro de diez años me gustaría verme más consolidado en mi área de conocimiento, ofreciendo un servicio con un criterio más amplio del que tengo ahora, en el diseño y en la vida. Un criterio más diverso, y con más humildad, pues el conocimiento no es absoluto, no somos dueños de ese conocimiento. Compartiéndolo». ■



PORTAFOLIO









**LUNES
A DOMINGO**
12 PM  10 PM

PROMOCION ★
FIESTAS
Patrias



MATTRE
PIZZA





—1992—

ALEJANDRO Freitez

«Las letras son la base del diseño»

Nacido en Maracay, estado Aragua, en 1992, se ha destacado como diseñador gráfico en las áreas de *branding*, el diseño UX/UI, el diseño tipográfico, el *lettering* y los proyectos editoriales. Egresado del Centro Gráfico de Tecnología, ubicado en su ciudad natal, también se formó en los talleres de John Moore. En Buenos Aires, donde reside actualmente, trabajó en el estudio Sudtipos, donde se dedicó a la tipografía que, para él, es primordial para generar identidad, fin último de todo diseño. También ha creado exitosos trabajos como la plataforma de *crowdfunding* Cafecito y su proyecto basado en las tipografías góticas del siglo XIX, Ansage

 @afreitezz

 Isaac González Mendoza

 Liliana Ibáñez (retratos)

La diversidad de técnicas y estilos es lo que destaca en los proyectos de Alejandro Freitez, diseñador gráfico venezolano afincado en Buenos Aires desde hace más de cinco años. Alejandro habla pausado, con precisión, pensando bien sus respuestas, tal y como hace en su trabajo, en el que, reconoce, procura ser pragmático y busca adaptarse al entorno en que se desenvuelve.

Nacido en Maracay, estado Aragua, el 7 de febrero de 1992, a Alejandro le gusta ser lo más disciplinado posible con sus proyectos. Despierta temprano, saca a la calle a su perra, come y luego se sienta a trabajar. Es una forma de vida que ha ido afinando con el tiempo. Antes, cuenta, era el «típico» diseñador que hace mejor las cosas en plena madrugada, un momento que, para muchos creadores, es el ideal para la inspiración.

«Es algo que con el tiempo he mejorado. Siempre trato de cumplir mi horario, no pasarme de hora. Creo que eso es así sobre todo ahora en la pandemia. Es una disciplina que me ha ayudado a organizarme. Por ejemplo, yo trabajo desde casa, entonces trato de diferenciar entre lo que es trabajo y la vida personal, que no se mezclen las dos cosas. Al final eso te ayuda a ser mucho más productivo», explica.

“

CUANDO TE
METES EN
ESTE MUNDO
TODA TU VIDA
EMPIEZA A
TENER UN
ORDEN O UNA
FORMA DE
VERLO DESDE EL
PUNTO DE VISTA
DEL DISEÑO”

LOS PRIMEROS PASOS

No es romántica la forma en que Alejandro llegó al diseño gráfico. Acababa de salir del bachillerato y, como pasa muchas veces, dice, estaba un poco perdido. Sí recuerda que desde niño tenía inclinaciones hacia el dibujo. Su papá, por cierto, es profesor de dibujo técnico. Por recomendación de su mamá, optó por estudiar Diseño en un instituto de Maracay. Ahí apenas estuvo tres meses porque el instituto estaba prácticamente en quiebra. Sin embargo, ya claro de que su pasión era el diseño, les dijo a sus padres que iba a continuar, pero en otro sitio, por lo que se inscribió en el Centro Gráfico de Tecnología, en Maracay.

“

Es necesaria la curiosidad, la motivación, ese interés de ir más allá, no quedarse solo con lo que dice el libro o el profesor en clase. (...) Es necesaria esa chispita extra para mí”

Ahí cursó la carrera durante tres años y medio, aunque a partir del segundo año ya estaba comenzando a trabajar en el oficio. «Entré en algunos estudios de diseño, hacía algunas colaboraciones y empecé a conocer gente, como por ejemplo a John Moore, que fue como una influencia bastante presente durante mi formación, dado que el instituto tenía buena relación con él y lo llevaban mucho para que impartiera talleres. Hacían muchas cosas con él».

Moore, diseñador gráfico, ilustrador, cineasta y tipógrafo, egresado en los setenta del Instituto Neumann, fue crucial en la formación de Alejandro, quien pudo afinar sus conocimientos gracias a los talleres de tipografía, *lettering* o diseño de marca que ofrecía quien fuera director creativo de agencias publicitarias como J. Walter Thompson, Leo Burnett y Foote, Cone & Belding.

«Para mí todo fue muy revelador. Empecé a conocer más sobre cosas que obviamente te las enseñan en la carrera, pero bueno estas eran como unas clases aparte con las que comencé a interesarme más. John me motivó a investigar por mi cuenta y terminé haciendo una buena relación con él, con quien podía compartir muchas cosas de diseño», cuenta el joven.

Fue la mejor decisión la que tomó Alejandro de irse al Centro Gráfico de Tecnología, no solo porque pudo mejorar sus conocimientos y conocer a John Moore, sino porque el instituto anterior terminó de quebrar justo cuando se fue. «A mí el Centro Gráfico de Tecnología me ofreció hacer la homologación de las materias que ya había visto, pero al final opté por empezar desde cero. Me fui del otro instituto antes de que me echaran, porque al final a todos los iban a dejar en la calle».

En una entrevista para la revista *Portada Plus*, el propio John Moore consideraba que «todas las especialidades del diseño tienen su encanto, sus propias leyes, sus propias formas de echar el cuento. Yo no creo que exista una mejor que la otra. Siempre he sido un curioso y en todo me divierto».

Es una opinión en la que encaja Alejandro, quien es defensor tanto del aprendizaje del diseño a través de la academia como de manera autodidacta. Una cosa complementa a la otra: «Creo que la academia es necesaria porque te da conceptos básicos. Te enseña las bases para que después uno se desarrolle. Pero sí es necesaria la curiosidad, la motivación, ese interés de ir más allá, no quedarse solo con lo que dice el libro o el profesor en clase».

Hay que, por tanto, entrenar el ojo, que «es básicamente la primera herramienta que uno tiene en la calle, y sí, en internet, los libros, etc. Es necesaria esa chispita extra para mí».

Quizás es por eso que se ha interesado por diferentes formas de hacer diseño, particularmente el *branding*, el diseño UX/UI, el diseño tipográfico, el *lettering* y proyectos editoriales. Empezó muy orientado hacia el *branding*, el diseño de marca, algo que le fascina, y luego se juntó la tipografía, sobre la que cursó muchos talleres. «Creo que esa diversidad de intereses se debe a la gente con la que me he juntado y la gente que me ha inspirado en todo ese camino, siempre la tipografía ha sido como el eje de mi trabajo, lo principal, y está relacionada con otras áreas».



UN CAMBIO DE AIRES

Hacia Argentina, de hecho, se fue con la idea de hacer una maestría en Tipografía en la Universidad de Buenos Aires (UBA), pero al final no pudo cursarla por problemas para homologar su título allá. Cree que todavía tiene oportunidad de estudiarla. Sin embargo, aunque en ese momento no se dio el posgrado, tuvo la oportunidad de trabajar en el estudio Sudtipos, donde se dedicó de lleno a la tipografía.

«No se me dio aquello pero sí esto, que era como parte de lo que estaba persiguiendo. Aprendí un montón en ese proceso. Siempre tuve proyectos paralelos relacionados al *branding*, y con todo esto de la pandemia tenía más tiempo libre, así que empecé a interesarme en el diseño digital, el diseño UX/UI, y empecé a tomar cursos. Me salieron algunos trabajos relacionados con eso y, pues, aquí estoy ahora, haciendo de todo un poco».

En Sudtipos duró tres años y medio, hasta 2021. Ahora está un poco alejado del mundo tipográfico porque se enfocó en el diseño digital y el UX/UI. Alejandro, sin importar cuál sea la disciplina del diseño que esté utilizando, lo que busca es que el producto final tenga coherencia visual en relación con la marca para la que está trabajando. Y si de repente la marca no tiene una identidad bien afinada, trata de empujar para que la tenga.

Un buen ejemplo es su proyecto Cafecito, una plataforma de *crowdfunding* que pretende unir a creadores de contenido, ONG o proyectos con personas que quieran hacer aportes a lo que hacen, según la descripción disponible en la web de Alejandro. «El encargo fue básicamente rediseñar la plataforma en términos de visibilidad, hacerla mejor y que tuviera una mejor experiencia de usuario. Tanto dimos que terminamos empujando para que el *branding* fuese efectivo también. Nos pidieron una cosa más chiquita y logramos que el *branding* se viera mejor incluso en redes sociales».

Cafecito, cuenta, se hizo muy exitoso en Argentina en la pandemia, pues, en un contexto en que mucha gente se quedó sin empleo, les sirvió a creadores como artistas, músicos, ilustradores, entre otros, para mostrar su trabajo y que la gente les ayudara económicamente. «Lo último que supe es que el chico con el que trabajamos vendió el proyecto y obtuvo inversiones para impulsarlo más adelante con otro nombre. No sé cómo quedó, pero tuvo bastante éxito».

Como en este caso no hubo un acuerdo sobre derechos de por medio, sino un trabajo freelance que realizó Alejandro, el cliente pudo hacer la venta sin que este tema saliera a colación. «Nosotros –Alejandro y su novia, también diseñadora– hicimos lo que nos pidieron, obviamente aportamos un poco más. Tenemos una relación con el chico, sobre todo mi novia, que fue la que siguió teniendo pedidos de él».

LA INFLUENCIA DEL DISEÑO VENEZOLANO

Algunas de las creaciones de Alejandro parecen tener cierta influencia de los logos que realizó Jesús Emilio Franco, pionero del diseño en el país, para empresas como la Electricidad de Caracas, Pdvsa, la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora (Unellez), el INCE o el Banco de Caroní, entre muchas otras. Tal es el caso de su serie de alfabetos para el desafío anual @36daysoftype, donde, explica el aragüeño en su website, explora con formas geométricas, degradados e ilusiones ópticas.

Es una serie en la que se puede ver el juego de líneas y curvas como el que solía hacer Jesús Emilio Franco. Alejandro reconoce esta y otras influencias de diseñadores venezolanos en su trabajo, como por ejemplo Gerd Leufert. «Cuando hago marcas, cuando hago cosas, tengo presente esa iconografía o herencia del diseño de esa época, de todos esos precursores del diseño en Venezuela. Es algo que me encanta: explorar con formas y figuras».

Añade al respecto: «Creo que marcaron una época en el diseño venezolano de esos años. Considero que se caracteriza y se diferencia del diseño de otros lados. Tiene una influencia fuerte de gente de Europa, Estados Unidos, que se juntaron con profesionales de Venezuela, y también tomaron muchas cosas de patrones indígenas, y entonces hicieron toda esta mezcla que resultó en esta cosa que, para mí, es única. Sí hay creaciones parecidas en el mundo, porque sí las hay, pero uno siempre encuentra algo. Es una influencia que tengo que me encanta».

Otros trabajos de Alejandro son más alegres, sobrios y coloridos, como el que hizo para Guayaba, una pequeña tienda venezolana que busca valorar el trabajo de los artesanos del país. La imagen de Guayaba destaca por colores como el verde y el amarillo que juegan con la forma de la fruta para brindar una identidad amena y tropical.



«La marca estaba compuesta por el símbolo como identificador principal y el nombre, compuesto por una tipografía redondeada ajustada para trabajar independiente o en conjunto con el signo, que se complementa con tres colores muy vibrantes que componen el universo gráfico», dice la descripción en la página de Alejandro.

A él no le gustaría casarse con ningún estilo en particular, aunque sí considera que prefiere las cosas sobrias, directas, incluso minimalistas. «Hay casos en que me gusta explorar con colores, siempre y cuando refuercen el significado de lo que uno hace con paletas, con formas, etc. Creo que si el cliente nos permite explorar, yo estoy contento de hacer cosas».

CONFIANZA EN EL PROPIO TRABAJO

La relación con los clientes puede ser complicada o fluida, depende de cada caso. Para Alejandro, lo importante es la colaboración para lograr que el producto sea lo mejor posible. «Si bien hay clientes que son más difíciles que otros, que se quieren imponer, creo que he tenido clientes más flexibles, ahí es cuando puedes aportar y ser más creativo. También con el tiempo, en el caso de los que trabajamos *freelance*, uno va creando su marca y el cliente que llega ya sabe por qué te está buscando, entonces confía un poco y se deja llevar».

El tiempo es lo que va formando esa confianza. Al principio, apenas recién graduado, a Alejandro le llegaban clientes pidiéndole cualquier cosa y, si no obtenían lo que buscaban, se iban sin pagar. Ahora tiene la libertad de decir si no está interesado en un proyecto si siente que no puede ayudar realmente al cliente. «El tiempo te va guiando hacia el tipo de proyecto que quieres hacer».

Por el momento ha disfrutado crear proyectos digitales como el de Cafecito, donde tuvo libertad creativa y pudo hacer aportes a una marca. Siempre está buscando mejorar la imagen de sus clientes, llevarla un poco más allá de lo que se tiene planteado por medio de una aplicación web o construyendo todo el sistema visual. «Creo que es un trabajo muy interesante. Me he dado cuenta últimamente de que este tipo de trabajos me gustan, me siento identificado dentro del diseño».

Por ejemplo, algo que no le interesa mucho es la ilustración. No por sentir aversión hacia ella, sino porque no se siente identificado. «Es algo que de plano rechazaría o tendríamos que buscar un ilustrador si quisiéramos hacer un trabajo ilustrado, pero yo le huyo».

Alejandro cree que en el diseño es importante, primero, saber escuchar el requerimiento del cliente, ir más allá, investigar, descubrir qué se puede hacer con lo que se pide. Luego, hacer un rebote de ideas con lo que el cliente dice. «Yo soy de hacer bocetos rápidos. Nada detallados, la verdad. Los hago en el papel. Hago cosas que me ayuden a pensar en alguna estructura o forma, depende de lo que esté haciendo».

Si, por ejemplo, es una página web, trata de diseñar el *wireframe* (la estructura de un sitio web) rápidamente para comprender el proceso. Lo mismo aplica para tipografías o logos. Trazar dibujos rápidos, aunque sean un poco feos, le sirve durante la creación. «Primero es la investigación, luego el boceto y después lo digital. Ese es más o menos mi proceso».

Lo analógico lo complementa con lo digital. Suelta ideas con material físico antes de pasarlas a digital y depurarlas. «Es prácticamente bocetar. Pensé en esto y trato de hacerlo en papel para imaginarme cómo funciona, y una vez que tengo algo que medio se acerca a lo que busco, ahí sí digitalizo. A veces el mismo proceso o los tiempos te llevan a hacerlo directamente en digital. Pero el proceso ideal para mí es hacer un buen *brief* con el cliente, tener una buena investigación previa y, posteriormente, bocetar y, nada, hacer el trabajo final».

Las herramientas que suele preferir son las de Adobe, principalmente Illustrator, un poco de Photoshop cuando es necesario hacer algo con fotografía, e InDesign para proyectos más editoriales. Últimamente está usando mucho Figma, para diseño de interfaces, y Glyphs, aplicación para tipografías.

«Uno elige las aplicaciones según sus gustos. He conocido a mucha gente que ilustra bien con Photoshop y otras personas que prefieren Illustrator. Depende de cómo le guste trabajar a ese diseñador. Creo que el *software* es solo una herramienta. Pero hay muchos caminos que te llevan a una ejecución».

“

Hay casos en que me gusta explorar con colores, siempre y cuando refuercen el significado de lo que uno hace con paletas, con formas, etc.”

En cuanto a sus otras influencias, además de John Moore, Alejandro menciona a diseñadores como Álvaro Sotillo, Luis Giraldo, Milton Glaser, Paul Rand, entre otros. Cada uno de ellos son ídolos para él. Otra cosa que también lo inspira mucho son los letreros viejos en la calle. «Buenos Aires es una ciudad llena de eso. Siempre que estoy caminando les tomo fotos a esos anuncios. Es algo que me gusta. Cada vez que voy a una ciudad nueva siempre estoy pendiente de esa estética callejera. Es algo que me gusta muchísimo».

LA TIPOGRAFÍA COMO UN MODO DE VIDA

El proyecto tipográfico Ansage tiene esa influencia de la calle. Con formas que se sobreponen unas con otras, letras de distintas fuentes y fondos de colores blanco, verde o rosado, Ansage se vende como un proyecto «versátil» que «se comunica de manera efectiva en una amplia gama de medios y formatos, como marcas, carteles, sitios web, aplicaciones y titulares, así como composiciones con poco espacio».

Según explica Alejandro, Ansage está basado en las tipografías grotescas del siglo XIX. Luego, con la gráfica, él le dio un concepto y una personalidad para que se vendiera. «Yo elegí esta forma de presentarla porque, en este caso, tuve la libertad de hacerlo como quería. Porque fue algo personal. Acá no tienes a un cliente que te hace correcciones o pide algo específico. Creo que esa es la diferencia entre lo que es el trabajo de diseño de tipografía con el diseño de *branding*, aplicaciones o lo que sea».

Sin embargo, sí resalta que también existe el diseño de tipografía por petición, pero no es el caso para Alejandro. «En mi caso, son tipografías que uno diseña, las pone a la venta y el que quiera comprar compra».

Alejandro cree que es importante que los diseñadores gráficos tengan proyectos paralelos propios, sin una petición específica de un cliente. Es la mejor forma de tener una identidad propia. «Uno con el tiempo va forjando su camino, su estilo, o el tipo de trabajo que le interesa. A veces, cuando empiezas, tienes que hacer lo que te piden, pero si no estás identificado con ese tipo de trabajo, entonces, cuando produces tus propias cosas, te vas identificando y vas creando tu portafolio».

Ansage is a gothic sans serif with a strong personality in **10 weights + 3 widths**, including **italics** and multiple **OT Features** like; **OldStyle figures** (0123456789) / **Tabular forms** (|0|1|2|3|4|5|6|7|8|9|) / **Smart Fractions** (01234/56789) / **Superior & Inferior numbers** (H₂C⁷) / **Ligatures** (fi ffi fl fk tt) / **Case sensitive forms** (¿H?{O}) / **Stylistic Alternates** (a→ɑ) and more...



Ese portafolio será lo que la gente verá. Sería el trabajo de Alejandro Freitez y no un producto diseñado para una agencia específica. Además, al final esa pieza que es solicitada le queda a la compañía, no al creador.

Alejandro insiste en que habitualmente se identifica más con la tipografía, y si la que está creando tiene un fin comercial, pues mucho mejor. «Eso de ver cosas en la calle, como la estética de las letras y los anuncios, trato de llevarlo a la tipografía, a proyectos personales. Tengo un montón de cosas que no he finalizado. Ese es el problema de los proyectos personales, que siempre los clientes o las cosas comerciales tienen prioridad, así que ese tipo de proyectos se van demorando».

La esencia del diseño gráfico, opina, está en la tipografía. Una letra es una forma y esa forma puede decir muchas cosas sin dejar de ser lo que es. Hay mil maneras de representar una letra, una palabra, una frase o un texto muy largo. Esa magia que tiene la tipografía, afirma, es lo que la hace única. «Cada quien, dependiendo de lo que haga, le pondrá más o menos cosas a un área. Para mí en el diseño gráfico las letras en sí son todo. Es la base del diseño. Algo en blanco y negro es una forma que empieza a decir muchas cosas sin tener que agregarle figuras abstractas, colores, etc.».

El diseño gráfico, dice Alejandro, es básicamente representar algo, una idea, sea cual sea, de manera visual. «Yo sí lo veo como que todo está pensado, diseñado, o, bueno, suele pasar, y tengo amigos a los que les ocurre, que cuando te metes en este mundo toda tu vida empieza a tener un orden o una forma de verlo desde el punto de vista del diseño».

“

Eso de ver cosas en la calle, como la estética de las letras y los anuncios, trato de llevarlo a la tipografía, a proyectos personales”

Su profesión es, asimismo, la necesidad de identidad que tiene todo cliente, si se lleva este planteamiento a lo más práctico. Toda empresa o emprendedor que busca un diseño lo que quiere es identificarse y diferenciarse frente a su competencia. Por eso actualmente hay tanta demanda, afirma Alejandro. «Si alguien quiere una tipografía, por ejemplo una empresa grande como Movistar, busca algo que sea propio porque no se quiere ver como alguien que buscó una tipografía en Google Fonts y eligió una fuente de otras cien mil compañías que hay. Las empresas hacen inversiones grandes si tienen la posibilidad de recibir algo propio, “customizado”, único. Es básicamente eso, la necesidad de identificarse y distinguirse del resto. Es lo mismo con tipografía, marcas, y es lo mismo con un producto digital, creo que esa es mi reflexión sobre el diseño».

VENEZUELA, UN PAÍS CON MUCHO POTENCIAL

Acerca de la situación actual del diseño en Venezuela, prefiere no opinar, pues siente que está fuera de contexto y que desconoce claramente la situación. «Lamentablemente para el diseño necesitas un buen cliente, y ahí no sé cómo está la movida en Venezuela, sé que se hacen muchas cosas, pero no me atrevería a profundizar».

Además de seguir teniendo buenos clientes, a Alejandro le gustaría en algún momento ser director artístico de algún proyecto, como lo fue John Moore de varias agencias. No se cierra, por tanto, a un área específica, más bien le gustaría abrirse a diferentes disciplinas, como el diseño de interiores, y aprender de ellas. Por ejemplo, si trabajase para una cadena de hamburguesas le gustaría generar su identidad tanto en la parte digital como en la física. «Es decir, pensar en cómo será ese restaurante, sus colores, cómo serán las paredes, si tiene página web hacer la página. Más que el diseñador encasillado, quisiera ser el diseñador que tiene esa dirección artística. Obviamente no pretendo hacerlo todo yo, pero sí siempre creo que la colaboración es clave, así que me gustaría tener gente especializada en muchas áreas».

Reconoce que al irse de Venezuela, en 2016, no la estaba pasando mal, pues tenía un trabajo que le brindaba estabilidad. «Tenía bastante trabajo, pero me vine persiguiendo ese sueño

de la maestría en Tipografía en la Universidad de Buenos Aires. Estaba obsesionado con la tipografía. Me había recién graduado y quería explorar muchas cosas. En Venezuela el diseño tipográfico existe, pero no es el fuerte. Y sí quería buscar algo más académico. Ese fue el primer motivo por el que me vine. Al poco tiempo empecé a trabajar en estudios de diseño».

En Buenos Aires ha forjado prácticamente toda su carrera y ha conocido y aprendido de mucha gente. De algún modo el ritmo de esa enorme ciudad es lo que lo ha moldeado para ser lo que es ahora. «Es algo que agradezco de mi experiencia en Buenos Aires. Acá he conocido gente que me ha enseñado un montón, he tenido buenos jefes y creo que lo vivido ha sido positivo, sin dejar de lado mi experiencia previa en Venezuela, que fue buenísima. Conozco gente, tengo muchos contactos allá, los sigo de cerca».

No niega que extraña el país. Cree que, a pesar de todas las crisis, Venezuela es un país con mucho potencial. «Tiene mucho talento y la gente sigue con ganas de emprender, que es lo principal. Creo que tenemos eso de sacarle provecho a los peores momentos, ¿no? Eso de resolver con poco, ese tipo de cosas que tenemos todos los venezolanos. Eso es algo que destaco, que creo que nos forma y que, por ejemplo, en mi caso, me ha servido para adaptarme y para no perder la esencia».

Hasta el año pasado Alejandro trabajó mitad *freelance* y mitad con consultoras que hacían pedidos específicos. Actualmente trabaja en una empresa fija en la que solo hace diseños de producto UX/UI. «Era algo que estaba buscando también porque, aunque *ser freelance* está bien y me gusta, puede llegar a ser un poco agotador, porque siempre tienes que estar como el ratón corriendo en la rueda, porque se acaba un proyecto y, al terminarse, pues, ya sabemos».

«Estaba buscando esa estabilidad de estar en un solo lugar, con un sueldo, y tener un proyecto más seguro. Hasta ahora esa ha sido mi experiencia, pero bueno, siempre estoy abierto a hacer cosas por mi cuenta. Creo que eso un diseñador nunca lo pierde, eso de hacer cosas *freelance*, que también te lleva a explorar más, a tener proyectos que terminen en tu portafolio y ese tipo de cosas», concluye. ■

“

Más que el diseñador encasillado, quisiera ser el diseñador que tiene dirección artística”

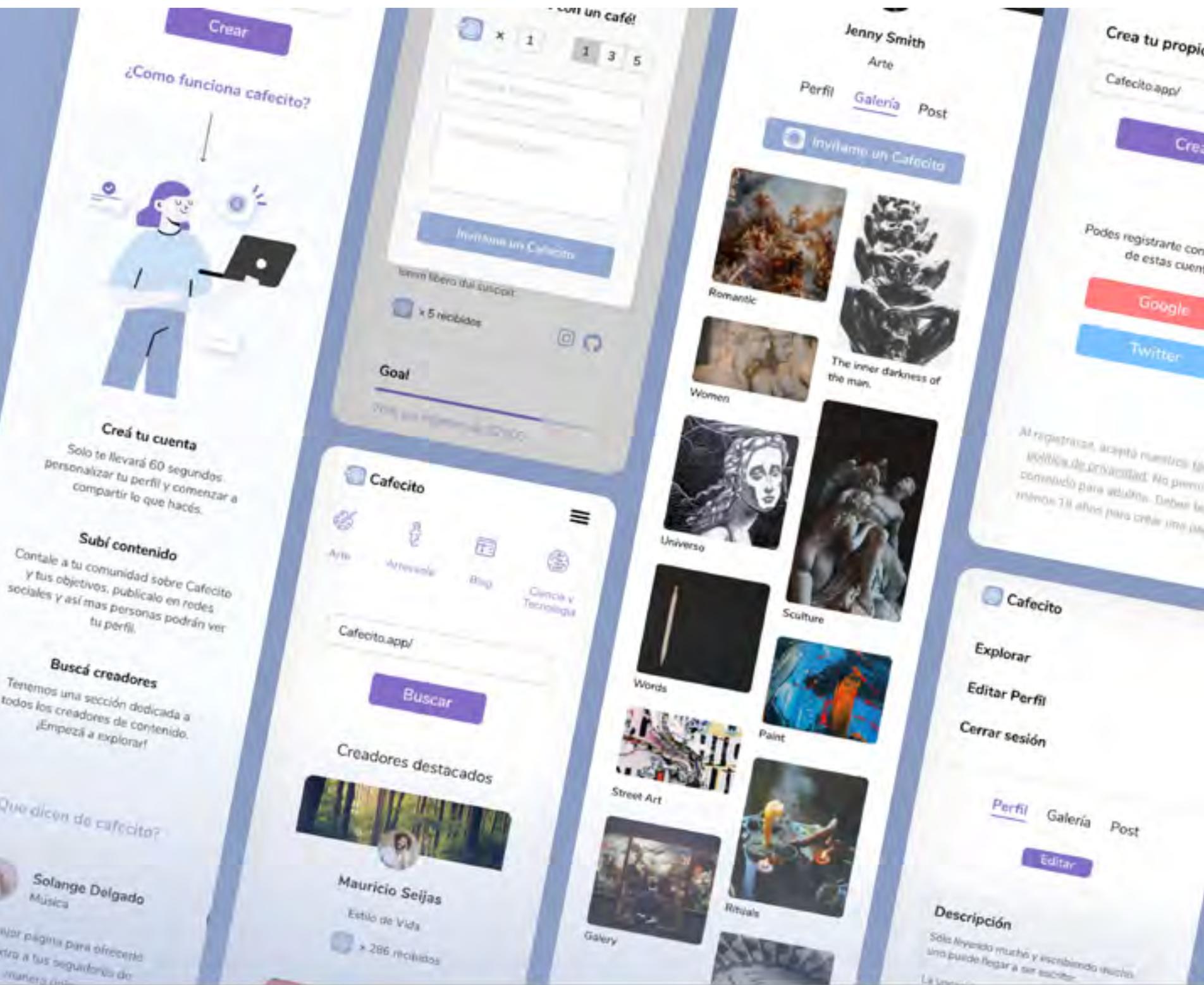
PORTAFOLIO







Calicanto is a serif typeface
 in 6 weights, including true »*Italics*«
 and multiple **OT Features** like;
OldStyle figures (0123456789) / Tabular forms
(|0|1|2|3|4|5|6|7|8|9|) / Fractions (⁰¹²³⁴/₅₆₇₈₉) /
Superior & Inferior numbers (H₂C⁷) / Ligatures
(Th TT fi ffi fl fk tt) / Case sensitive forms (¿H?{O}) /
 beautiful »SMALL CAPS« and more...



— 1992 —

NUBIA
Cavanna

«El diseño me escogió a mí»

Nacida en Cabimas, estado Zulia, en 1992, se ha destacado en las áreas de tipografía y *lettering*. Graduada en la Universidad Rafael Bellosó Chacín, en sus diseños resaltan la experimentación con la palabra y los colores alegres y cálidos. Actualmente vive en Bogotá, donde trabaja en la agencia Edelman. Ha dictado talleres en Domestika, en los que asegura haber aprendido más que sus alumnos, y tiene su propia marca, Nubikini Studio. Se considera tanto diseñadora como artista, y aprendió que hay una diferencia entre diseño y publicidad. Le gusta la soledad. Cansada de lo digital, desea volver a lo analógico y combinar ambas modalidades. Cree que el diseño puede estar en función de una causa que se desee apoyar, como el aborto

 @nubikini

 Isaac González Mendoza

 Domestika (retratos)



En Nubia Navarro se reúnen la sensibilidad, la empatía y la observación. Quizás por eso en su trabajo se hallan colores cálidos y alegres que se conjugan con letras de distintos tamaños y formas. Graduada en Diseño Gráfico en la Universidad Rafael Belloso Chacín (URBE) y residente en Bogotá desde hace al menos siete años, Nubia es una incansable aprendiz, enfocada especialmente en la tipografía y el *lettering*, aunque no le gusta encasillarse.

Nacida en Cabimas, estado Zulia, el 31 de octubre de 1992, Nubia llegó al diseño en principio por influencia de su papá, a quien le gustaba mucho el arte y solía comprar pinturas de artistas como Oswaldo Guayasamín. Desde pequeña se vio rodeada de arte, un gusto que se volvió más claro cuando hizo su prueba ocupacional para el colegio, en la que aparecieron muchas cosas relacionadas al arte, aunque también se sorprendió al ver Psicología entre las opciones.

Pero, en general, le gustan mucho los medios de expresión, la publicidad, el diseño. Claro, en ese momento, todavía pequeña, no tenía idea de tales disciplinas. Le gustaba, recuerda, hacer manualidades para sus amigos u objetos como calendarios o cuadernos. Intentaba en esos procesos manejar acuarelas y hacer recortes.

«En ese momento, ya en la universidad, yo tenía una percepción muy errada de lo que era el diseño. Creo que yo no escogí el diseño, sino que el diseño me escogió a mí de alguna manera. Me fui dando cuenta a mitad de carrera de lo que realmente era el diseño, y era algo que me parecía chévere. Incluso mi mamá me ayudaba con las tareas. Yo no era la mejor estudiante, pero, eso sí, me rodeaba de gente que me ayudaba a aprender», cuenta Nubia.



“

SIENTO QUE LOS
DISEÑADORES
Y ARTISTAS
TENEMOS
UN PAPEL
IMPORTANTE EN
LA SOCIEDAD,
QUE ES EL DE
TRADUCIR
A IMÁGENES
PALABRAS Y
PENSAMIENTOS
QUE LA GENTE
TIENE”

SUS INICIOS EN CABIMAS

Para ella no es cierto, como mucha gente cree, que en la universidad no se aprende nada. En su caso fue todo lo contrario. En la URBE recibió enseñanzas que no necesariamente tenían que ver con el diseño. Por ejemplo, aprendió a lidiar con distintas personalidades y a obtener técnicas de aquellos que ejecutaban correctamente sus trabajos. «Intentaba analizar eso de alguna manera y me rodeaba de gente que me parecía chévere, que admiraba en ese momento».

Aunque le costó distinguir entre diseño y publicidad, sí estaba clara desde el principio de que le gustaba la tipografía, por lo que quedó fascinada con una materia llamada Tipografía Experimental, donde tuvo a una profesora que la animaba todo el tiempo a hacer cosas diferentes con materiales como la comida o la madera.

Luego, mientras trabajaba para una imprenta en Cabimas, se dedicó a hacer composiciones tipográficas en sus tiempos libres. De ese período surgió su primer proyecto tipográfico personal, que consistía en un póster diario donde la música era la protagonista. «Siempre estaba escuchando música, aún lo hago. Siento que es algo importante en mi proceso. A veces no tenía nada que decir. Quería practicar, y si no sabía qué hacer, ponía la música y se me ocurrían ideas. Entonces seleccionaba mis canciones favoritas y con eso hacía pósters. Así practicaba todos los días».

En aquella imprenta, Nubia trabajó haciendo gigantografías, pendones y tazas. Lo cuenta con picardía, pues obviamente se preguntaba si era eso lo que iba a hacer toda su vida. No lo tenía claro todavía, pero sí era seguro su gusto por la tipografía, por lo que en ese sentido encontró referentes que la ayudaron a encaminarse, como el diseñador Luis Palencia, hoy día un gran amigo de ella. «Yo veía el trabajo de Luis y pensaba en cómo lo hacía, intentaba imitarlo de alguna manera en mi intimidad, buscaba deconstruir un poco su proceso. Ahí empecé a entender cómo podía yo, de forma rápida, replicar ciertos estilos, ciertos efectos que me gustaban de esas composiciones».

Simultáneamente, se mantenía en la imprenta haciendo desde tazas de café para velorios hasta obituarios. En algún momento el equipo pensó en ofrecer servicios de marca, como, por ejemplo, creación de identidad corporativa, pero había mucha gente que no entendía

muy bien esto, entonces llegaban pidiendo logos para algo específico. «De esa manera intentamos aprender y educar a los clientes que llegaban. Cabimas es una ciudad muy pequeña, y digamos que el petróleo en algún momento hizo que se industrializara, que hubiese mucho comercio y, en consecuencia, una necesidad de publicidad».

Para Nubia, también era curioso encontrar en su ciudad empresas que tenían una identidad visual. Se preguntaba de dónde habían salido esas ideas, quién las había creado. «Hubo también una migración que hizo que visualmente la ciudad se transformara de alguna manera, eso me parecía interesante y me gustaba ser parte de eso. Porque en ese lugar hacíamos gigantografías, hacíamos los avisos exteriores de locales y espacios, me parecía chévere porque mi trabajo era visto. Era un aprendizaje, porque estaba haciendo publicidad, no diseño como tal».

SU PASO A BOGOTÁ

Fue en Bogotá que comenzó a diferenciar entre diseño y publicidad. Nubia nunca había vivido en una capital (a Caracas viajaba muy poco, la mayoría de las veces por trámites), y al entrar a trabajar en empresas grandes de la ciudad colombiana empezó a entender cómo se creaban los conceptos, de dónde partía la esencia de las campañas, y entonces de alguna forma encontró el diseño.

«Esa diferencia empezó a surgir con el ensayo y el error. En proyectos. Empecé a encontrarle un sentido a todos los elementos que se usaban en las composiciones, y empecé a entender los ingredientes que uno necesita para hacer un aviso o un póster. También comencé a experimentar de manera personal mucho más con la letra, específicamente con la tipografía, la caligrafía y el *lettering*».

Nubia es una experimentadora, le gusta crear proyectos personales con estilos diversos en cuanto a tipografía. Sabe que mucho del acabado final depende del mensaje, pero a veces se deja llevar por sus intereses. «Me gusta intervenir la tipografía, hacer pósters, composiciones, probar con diferentes tamaños, espacios, jerarquías».

Algo que caracteriza su trabajo es el colorido. Ha intentado hacer creaciones en blanco y negro, pero se siente rara. Suele buscar que lo que hace transmita algo, que tenga forma,



“

Uno dice que una imagen vale más que mil palabras, pero, pues, mil palabras dicen mucho también”



mensaje, profundidad y composición. «El color para mí es algo esencial, siempre siento que debe estar en lo que hago. Puede que en algún momento no esté, pero entonces estarían las letras. Para mí es una combinación de elementos e ingredientes, como los llamo. Hay una receta diferente en cada proyecto. Pero hay cosas que en mis preparaciones visuales siempre tienen que estar, y eso para mí son el color o la tipografía».

No tiene una respuesta concreta sobre su amor por las letras. No obstante, dice que la letra siempre le ha parecido el medio de expresión más importante en el universo de los mensajes. «Uno dice que una imagen vale más que mil palabras, pero, pues, mil palabras dicen mucho también. Por eso me gusta más el tema de la letra y cómo de cualquier forma puede ser expresiva».

La tipografía, explica Nubia, está en todo lo que se ve, desde el transporte público, pasando por las monedas, a los documentos de identidad. Hoy día, reconoce, hay un auge con la tipografía por la digitalización. Sin embargo, subraya que este arte ha existido siempre y que sin ella habría muchas dificultades para poder comunicarse. Con la masificación digital, continúa, las marcas la usan para llamar la atención de las personas y vender un producto o transmitir una filosofía. «El *lettering* como tal le está dando expresión a esas palabras y filosofías que las marcas y la gente quieren transmitir. Creo que en ese sentido está ¿de moda?, llamémosle así, pero siempre ha existido y siempre ha tenido sus momentos, también, de moda. La tipografía muta siempre para adaptarse a la comunicación y a lo que el mensaje quiere transmitir».

Nubia considera que un diseñador debería no solo saber de tipografía, sino entender de dónde vienen las letras y cómo ha sido su proceso de formación en la historia. «Creo que cualquier persona que trabaje en comunicación debería conocer al menos un poco del origen del lenguaje».

DISEÑADORA Y ARTISTA

Durante sus procesos creativos, Nubia, quien se considera tanto diseñadora como artista, se permite enamorarse de muchas técnicas, incluyan o no tipografía. Le gusta la soledad, que no el aislamiento, pues le ayuda a pensar lo que está haciendo. «Si esperas que tenga una especie de rutina, pues sí, tengo una rutina. O algunos rituales. Por ejemplo, no puedo empezar a trabajar si no tengo mi escritorio ordenado como quiero. Allí suelo tener mi libreta, computador, audífonos, agua y un lápiz o bolígrafo para anotar».

Le gusta escribir en la mañana lo que hará durante el día, sin importar si las tareas están o no en horarios específicos. «Yo trabajo todo el día en una agencia de relaciones públicas que tiene internamente un estudio de diseño. Entonces, por la mañana intento hacer ejercicio al menos tres veces por semana. Eso me ayuda a no pensar, que a veces es necesario».

Parte del proceso implica ver cosas en Pinterest, Bēhance, Tumblr y sitios web de tipografía. «Intento sacar uno que otro proyecto, adelantar si hay que adelantar, o hacer algún proyecto mío que tenga andando por ahí. Ya al mediodía intento salir. Yo toda la pandemia, incluso después, la he pasado encerrada siempre, así que intento salir los fines de semana».

En cuanto a las aplicaciones que prefiere para trabajar, dice que ochenta por ciento de sus piezas las realiza con Adobe Illustrator y, en menor medida, Photoshop. La segunda herramienta es Procreate, creada solo para iOS. Usa una tableta gráfica en la computadora para Illustrator y un iPod para Procreate. Intenta rotarlas de acuerdo al proyecto.

«A veces se me hace difícil decidir cuál usar. Si un proyecto lleva, por ejemplo, ilustración, me pregunto qué puede ser más óptimo: ¿hacer la ilustración primero en Procreate y después vectorizarla y cambiar los colores? Así me bandeó. Voy decidiendo cuál es el trabajo. Eso depende de la tarea que tenga que hacer. Pero generalmente resuelvo mucho con esas dos herramientas».

Eso es en la parte digital, en la física utiliza un montón de marcadores, pinceles y pigmentos acrílicos.

Actualmente se encuentra en un punto donde está cansada de lo digital y quiere volver a lo analógico. «Incluso sintetizar lo más que pueda lo que estoy haciendo. Porque siento que



hay que explorar más lo analógico y ver cómo se vuelve un híbrido interesante con lo digital. Pero sí, siento que ya he estado muy digital, me toca ahora voltearme al otro lado de nuevo».

Actualmente trabaja en una agencia llamada Edelman en la que hay un estudio de diseño que presta servicio a Estados Unidos.

“ Hay cosas que en mis preparaciones visuales siempre tienen que estar, y eso para mí son el color o la tipografía”



NUBIKINI STUDIO

No tiene ahora una agencia propia, pero sí su marca Nubikini Studio, en la que cuenta con colaboradores que la ayudan en disciplinas en las que quizás no posee suficiente conocimiento, como la animación.

El nombre Nubikini proviene de su sentido del humor. «No es nada profundo», dice. Surgió por la combinación que hizo en Twitter de su nombre y la palabra bikini. Empezó a llamarse de ese modo en la red social como una forma de bromear y, después, con el tiempo, se quedó con él en todos sus perfiles. Es perfecto para ella porque, además, le encanta la playa.

Nubia, reconoce, es una persona observadora y extrovertida, aunque a veces le da miedo socializar. Siempre busca ser elocuente y hacer sentir cómodos a los demás. Puede que sea algo que transmite en sus composiciones de colores cálidos y juegos de formas que surgen de manera orgánica. «Siento que los diseñadores y artistas tenemos un papel importante en la sociedad, que es el de traducir a imágenes palabras y pensamientos que la gente tiene. Entonces, cuando hay proyectos que involucran una causa, uno puede lograr que se transmita una voz. Uno es un traductor de imágenes, por lo que también deberíamos ser una biblioteca andante en cuanto a cultura visual».

Un buen ejemplo sobre lo que es apoyar una causa fue un trabajo tipográfico a favor del aborto que hizo en colaboración con Refinery29. «El diseño es parte de un propósito», dice un fragmento del mensaje que dejó Nubia en el post de Instagram, donde se lee, en letras de diferentes formas y colores, la frase «Aborto libre, seguro y accesible para todes».

«A veces hay oportunidades que surgen que no son necesariamente proyectos personales, sino que alguien se acerca y te pide un proyecto que va de acuerdo con tus creencias o con lo que piensas. Algo que te mueve y que también apoya a una comunidad o a personas en específico. Eso es muy chévere», afirma Nubia.

Haber escogido ser artista y diseñadora le ha permitido a Nubia sentirse más libre y ser ella misma. Con el diseño ha podido expresarse como quiere y conectarse con otras personas con las que tiene algo en común. Es una conexión que considera vital. «Hasta hace un tiempo no me consideraba artista porque veía ese término de forma muy purista y encasillada. A medida que he experimentado cosas relacionadas a la salud mental o los temas emocionales, el arte ha sido un espacio que me entiende más allá de conectar con alguien en específico».

También, como es parte de la comunidad Lgbtiq+, el ser artista la ha ayudado a romper barreras, «a sentir que puedo ser muchas cosas más allá de una persona que pertenece a una comunidad».

«Uno como creador siempre deja sus emociones en lo que hace, es algo rarísimo. Siento que como artista es bonito darse cuenta de que uno refleja todas sus emociones. En esa parte, ser artista es siempre dar después de haber recibido algo».

“

Uno es un traductor de imágenes, por lo que también deberíamos ser una biblioteca andante en cuanto a cultura visual”

COMUNICACIÓN E INTERPRETACIÓN



Sobre si el diseño puede ser arte o no, Nubia considera que, aunque este es un debate que tiene mucho tiempo, la relación que hay entre uno y otro es que ambos comunican. «Para los puristas el diseño siempre tendrá una finalidad específica, que va acompañada de estética, composición, mensaje, emociones, etc. Al tener una finalidad muy puntual, se diferencia del arte, que parte desde la interpretación».

Sin embargo, explica Nubia, en un diseño con una finalidad específica se pueden estar dejando muchas cosas para la interpretación del observador. Es una línea delgada que procura no romper. «A veces jugar un poco, que es la parte artística, me parece divertido, de esa manera siento que puedo estar haciendo ambas cosas».

«Me gusta mucho jugar con el diseño. A veces incluso hago proyectos personales que no tienen una finalidad específica más allá de divertirme. Entonces hay gente que lo interpreta de una manera, pero puede que yo esté intentando transmitir otra cosa. A fin de cuentas, creo que es una conversación de años que nunca va a parar».

En general, en este momento, el diseño según Nubia Navarro es el reflejo de la cultura y un medio poderosísimo para cambiarla. Es una herramienta, reflexiona, que ayuda a la gente a comunicarse entre sí. «Y no necesariamente hablo del diseño estético y conceptual, sino de eso que está ahí y no lo sabemos, pero igual lo usamos todo el tiempo».

De alguna manera el diseño educa a las personas, afirma Nubia. Desde una papelera de basura que muestra cómo se debe reciclar hasta las líneas y puntos en un transporte subterráneo para señalarles a los usuarios qué deben hacer, el diseño no solo dice «mírame», sino que te dice «haz esto».

Entre sus diversas influencias, además de la observación, Nubia menciona la cultura latinoamericana, en la que percibe una textura y una complejidad. «Tiene muchas maneras de expresarse, colores, espacios, incluso situaciones históricas, que hacen que el oficio de uno cambie a cada tanto. Porque, como te digo, es una cultura que recibe y que luego interpreta».

También sigue el trabajo de muchas personas involucradas con el diseño, como por ejemplo Paula Scher, Alexander Wright, Jessica Walsh, entre otros. «Algo que me mueve e inspira es

la pasión por lo que uno hace. Ver a alguien apasionado, que intenta todo el tiempo mejorar, probar una técnica o mirar las cosas desde otro punto de vista, siempre me ha parecido interesante».

De cada persona que nombró Nubia ha extraído algo, «bien sea el uso del color y de la tipografía, la síntesis, la composición, los proyectos personales o la iniciativa con los proyectos personales. Siento que de cada persona que admiro y de cada persona que investigo siempre extraigo algo de su trabajo para aplicarlo a mi proceso».

LOS TALLERES DE DOMESTIKA

También le gusta enseñar, sin embargo, confiesa que la pone tensa, a pesar de que hay personas que le han dicho que se le da bien explicarse. En su experiencia con los talleres de Domestika, se ha estresado y sentido nerviosa por momentos, pero después se relaja y se divierte. «Los inicios a veces son difíciles para mí», dice.

Pero añade: «Los talleres con Domestika han sido chéveres, una ventana de exposición muy grande donde incluso he aprendido más que los estudiantes. Pienso que la mejor manera de enseñar es equivocándose con los alumnos y encontrando la forma de resolver algo. Todo el tiempo aprendo mucho. En principio tenía nervios sobre cómo iba a hacer, pero encontré la forma de que no se sepa lo poquito que uno conoce».

De ese modo suele empezar las clases, pues, «uno a veces no sabe lo que no sabe, y abrir espacios, como ese momento donde le muestras a un alumno algo que tiene que ver con *lettering*, es algo que me parece muy chévere: cuando la gente se sale de lo que está haciendo. Pienso que es importante para la inspiración».

Se siente afortunada porque en la ciudad donde decidió vivir, Bogotá, ha podido rodearse de personas que la han apoyado, que no la han juzgado y con quienes incluso ha podido construir proyectos. Lo que aprendió en la universidad todavía lo conserva, y las personas que tiene cerca también la inspiran para definir metas y para ser mejor todo el tiempo.

Le gustaría, en algún momento, poder ser parte de una firma de diseño en Nueva York. «Es uno de mis sueños. No sé si se vaya a cumplir pronto, espero que sí, porque ya he intentado varias veces, pero sé que uno poco a poco va haciéndose notar más. Y, como siempre digo, uno nunca sabe en qué PowerPoint está su trabajo. Por eso es importante mostrarlo. Vivir y trabajar en Nueva York sería una experiencia a tachar de la lista de cosas que quiero hacer. Por ahora me siento feliz, pero siento que hay que hacer más».

«Hay muchas empresas que siempre he admirado y que me han parecido chéveres, con las que incluso he intentado hacer contacto para realizar proyectos. A veces por cuestiones de presupuesto, tiempo, disponibilidad, no pasa.

“

Me gusta mucho jugar con el diseño. A veces incluso hago proyectos personales que no tienen una finalidad específica más allá de divertirme”

Pero siento que muchas cosas las he logrado estando sola, proyectos personales, este tipo de cosas, y a veces siento que uno necesita mucha gente para lograr cosas».

Sin embargo, siento que ha hecho cosas que nunca imaginó que podía hacer, como trabajar con personas que ha admirado incluso antes de saber qué significaba el diseño. «Al trabajar con grandes marcas, compartir espacio con grandes personas influyentes, que son influyentes en el diseño y la comunicación, cada vez que algo bueno pasa, además de sentir que tengo suerte, creo que el ser persistente y apasionado trae muchas cosas buenas».

«Y, como te digo, siento que hasta ahora he logrado muchas cosas que me parecen brutales y me encantan, las disfruto y me siento afortunada. Pero creo que puedo hacer mucho más. Lo pienso todo el tiempo, todo el tiempo».

SU AMADA CABIMAS

Las circunstancias de su migración fueron muchas. Como punto crucial está su papá, que ya vivía en Colombia, donde trabajaba como asesor petrolero. Cuando Nubia estaba a poco de graduarse, su papá la invitó a que viviera con él allá, pero prefirió trabajar en Cabimas para ganar experiencia. «Después de un tiempo me regaló una entrada al Estéreo Picnic, que fue como el acercamiento más chévere que tuve en cuanto a cultura y arte en Bogotá, me pareció brutal, así que empecé a considerarlo más. Hasta que me decidí y llegué estudiando fotografía, con unos años graduada en Diseño».

Su papá murió hace unos cinco años en Colombia. Actualmente Nubia reside allá con su mamá, que es abogada. «Creo que a mi papá le debo mucho el ser autodidacta, porque de alguna manera como diseñadora gráfica he ido aprendiendo y nutriéndome de cualquier cosa que esté relacionada o no con el diseño, y que de alguna manera me ayude a conceptualizar y generar ideas diferentes en mi trabajo».

Lo dice porque él, aunque nunca se graduó, supo escalar en el sector petrolero: como traductor entre empresas de Venezuela y Estados Unidos y como asesor.

Cuando habla de Cabimas, se conmueve. Es un lugar que siempre tiene presente, en cada paso que da. Ama su ciudad no solo porque es el lugar donde creció, sino porque hay recuerdos, familiares y amigos que siguen ahí, y porque quien emigra, dice, carga con la añoranza por lo que ya no está. «Soy una persona muy emocional. El tema de mi familia, mis abuelos, no poder verlos tan seguido, es importante para mí».

Incluso tiene en un brazo tatuadas dos escenas situadas en Cabimas. Una es el patio de su abuela con un cuadro, un ventilador, una matera, una silla Rimax de plástico y unas cholas. Y la segunda son unas palmeras en medio de un atardecer. «Es difícil porque todos los días extraño Cabimas, a mis amigos específicamente, aunque ya la mayoría no está allá. Pero la pasé muy bien en esa ciudad, fue increíble, muchas de mis primeras veces en muchas cosas fueron allá, como mi primer trabajo. Todas esas cosas las guardo con mucho cariño y añoranza».

La última vez que estuvo en Cabimas fue hace aproximadamente un año, cuando tuvo que renovar su pasaporte. Siempre que puede intenta visitar a sus abuelos. En Cabimas está todavía la casa en la que vivió con su papá y su mamá. Es difícil, confiesa, mantener un espacio que no se habita. «Mi mamá nunca ha querido desprenderse de nuestra casa, la casa sigue allá. Pero ha sido difícil porque uno a veces quiere también intentar abrir espacio a cosas nuevas, sin dejar de lado lo que uno es, lo que uno tiene, lo que uno trae como esencia».

Sí le gustaría en algún momento devolverle a su ciudad natal todo lo que le dio. No sabe cómo ni cuándo, pero piensa que le encantaría ser parte de la cultura visual de Cabimas. «Incluso estando desde afuera. No sé. Quizás mejorar espacios. Abrir oportunidades a personas para que aprendan también cosas como caligrafía, que cuando estaba estudiando no estaban disponibles. Creo que es un buen momento para hacerlo». ■

PORTAFOLIO



| MUCH MORE THAN A FLAG

ESPERANZA EN LA DIVERSIDAD Y EL AMOR
UNA VIDA MÚLTIPLE QUE SEGUIR EN LA MARCHA DEL PROGRESO



PURE
QUEER
NESS



LGBTQIA

QUEER
& HERE



ALWAYS BE PROUD



PURE
QUEER
NESS



LGBTQIA

QUEER
& HERE



Plus de 100 artistes ont participé à la création de
cette œuvre. Les artistes ont travaillé en étroite
collaboration avec les équipes de la campagne
pour garantir la représentation de la diversité
au sein de la communauté LGBTQIA.

ALWAYS BE PROUD



PURE
QUEER
NESS



LGBTQIA

QUEER
& HERE



ALWAYS BE PROUD



PURE
QUEER
NESS



LGBTQIA

QUEER
& HERE



ALWAYS BE PROUD



— 1994 —

EDDY RAFAEL

Reinoso

«Verme como un aprendiz es clave»

Nacido en Valencia y egresado de la Escuela de Arte de la Universidad Arturo Michelena –donde primero cursó media carrera de Contaduría–, ha sabido encontrar su lugar en Caracas, que considera auspiciosa y estimulante. Trabaja desde 2019 en el equipo Visión Alternativa (VACA), dirigido por Álvaro Sotillo. Ahí continúa entonando una pasión que descubrió poco a poco: el diseño de libros. Y, en ese campo de la creación visual, lo que más lo atrae y ocupa es la tipografía. Es un investigador de la forma, del signo, de la imagen, y un acucioso indagador de la historia del diseño en Venezuela: su tesis de grado, que hizo con María Castellet, fue un documental con testimonios sobre el Instituto Neumann de Caracas, hoy Prodisegno

 @eddyrafaelreinoso

 Armando Coll

 José Reinaldo Guédez (retratos)



Es el primero y también el único, hasta ahora. Hijo único, también es el único de la familia dedicado a la visualidad. Sí que dibujaba mucho, como cualquier niño. Pero la vocación demoró lo suyo como toda auténtica revelación de una vida. «Viéndolo en retrospectiva, desde hoy, me doy cuenta de que había muchas cosas que influyeron en mi vocación. Pero en mi familia no hay nadie que sea pintor, diseñador o que tuviera algo que ver con la visualidad», cuenta Eddy Rafael Reinoso si se le emplaza a recordar la imagen que marca un destino.

Nació en Valencia, estado Carabobo, el 6 de octubre de 1994. Estudió primaria y bachillerato en el Colegio Corpus Christi de esa ciudad –«toda la vida con los mismos compañeros hasta graduarme»– y en esas aulas mostró cierta rapidez con las matemáticas. La madre, economista, tomó muy en cuenta el atributo de su hijo y empezó a considerar si acaso podría devenir un colega para su maternal orgullo, o si al menos lo orientaba a alguna carrera afín a los números: «Mi mamá me anima a estudiar una carrera afín con el propósito de que cuando me graduara conformáramos un equipo de trabajo. Empiezo a estudiar Contaduría en la Universidad Arturo Michelena de Valencia. Hice cinco semestres de carrera. Pero tenía cercanía con los que estudiaban Diseño y ahí empiezo a descubrir mi inclinación por lo visual. También despertó mi interés por el diseño una materia de Contaduría llamada Problemática Socioeconómica, que era la que tenía más que ver con la gente. Se trataba de resolver problemas sociales convencionales. Empecé a darme cuenta de que mi interés tiene que ver con la gente. La materia trataba de planificar para impactar a la gente y el diseño es una forma de hacerlo; se trata de planificar también para impactar a mucha gente a través de lo visual. Hoy, puedo atar cabos. Empecé a buscar una forma que relacionara las matemáticas con el diseño. Actualmente, en la oficina, percibo que en mi forma de trabajar las matemáticas están presentes. Siempre estoy calculando cosas: cuál es el intervalo, cuál es la división de un plano... Eso viene de esa vocación por las matemáticas».

Pasó que en la familia sí había artistas, pero no visuales, sino auditivos: «En mi familia son muchos y están muy disgregados. Mi familia propiamente son mamá, papá y algunos primos que fueron muy cercanos a mí. Luego más grande es que empiezo a compartir con mis tíos por parte de mi padre y descubro que casi todos eran músicos. Y una de las cosas

“

EL TEXTO

TAMBIÉN ES

IMAGEN”

que hice primero, de chamo, fue inscribirme en una academia de música. Empecé con la guitarra y luego hice teclados. Con la guitarra integré un grupo que hacía música experimental con samba, merengue, folklore; hacíamos fusión. Se llamaba Esencia, je, je, je. Me da un poquito de vergüenza». El rítmico candor no duró mucho y el guitarrista –confiesa que aún hoy pulsa las cuerdas– no lo ve como indicio temprano del oficio que hoy abraza.

Actualmente, Eddy forma parte de Visión Alternativa de Caracas, un equipo de diseñadores conocido como VACA, bajo la dirección del reconocido maestro del diseño y la tipografía venezolano Álvaro Sotillo: «Yo entré en VACA en 2019. Al principio éramos cinco y ahora somos cuatro, más uno a distancia. Entré como asistente de producción de todo el equipo. Es un poco lo que sigo haciendo, pero la dinámica ha cambiado bastante. Mi dinámica diaria es que yo trabajo con Álvaro al lado. Las decisiones más importantes las toma él, pero me da siempre su voto de confianza. Sabe delegar. Y me pregunta: “¿Cómo crees tú que debe ser esta mancha tipográfica?”, y me deja la decisión a mí. Son decisiones mínimas, pero así hemos ido ganando confianza el uno en el otro».



Maren Krings *H is for Hemp* | Diseño editorial: Ricardo Báez | Asistencia al diseño para infografías y mapas: Eddy Rafael Reinoso

EL NÚMERO, LA LETRA, EL SIGNO

Eddy empieza a relacionarse con gente de la creación visual, un tránsito que inicia sin afán ni resistencia, naturalmente. Decide finalmente dejar Contaduría y cambiar a la Escuela de Arte de la misma Universidad Arturo Michelena: «Empiezo en la Escuela de Arte en el 2015, 2016. En plena crisis humanitaria. Muchos profesores se habían ido y yo estaba muy insatisfecho. Habían ocurrido muchos cambios en la escuela que la habían deteriorado mucho. No sentía que me estaban formando y empecé a buscar cosas por fuera. No obstante, dentro de la escuela hice un trabajo que sí me dio satisfacción, un cartel tipográfico. Eso me obligó a aproximarme a la imagen de otra manera: no desde la imagen figurativa, sino desde la abstracción».

El problema de la figuración y la abstracción, que desde siempre ronda el devenir de las artes visuales, es donde Eddy empieza a dar pasos más decididos hacia la especialización. Primero fueron los números y buscó algo que los vinculara con la gente; y tal vez el diseño no sea la primera puerta que se presente en ese tránsito, pero Eddy la tocó y entró. Y en el mundo que convencionalmente se llama «diseño» empezó a hacer cálculos, pero no numéricos ni algebraicos, sino tipográficos, vale decir, la letra como signo lingüístico. Inicia una exploración en la que ese signo no solo significa un sonido –«imagen acústica»– sino una visualidad que va más allá de la lengua y el habla: «La tipografía no era la inclinación de la escuela en la Arturo Michelena. En términos académicos tal vez ese juicio pesó sobre la evaluación de mis trabajos, porque mi inclinación era claramente la tipografía».

«Me interesaba la poesía concreta como la de Guillaume Apollinaire. Y de Venezuela, me impactó mucho el libro del poeta Alfredo Silva Estrada, *Trans-verbales 1*, diseñado por Carlos Cruz-Diez. Pero tardé en llegar a la tipografía. No es algo que uno comprenda *a priori*. Es un signo cultural y cuando trabajas en ese signo te toca transmitir una época, al mismo tiempo que una emoción, un tema. La tipografía Jenson me hace pensar en el Renacimiento, la Bodoni me lleva al siglo XVIII, la Futura al siglo XX. No sé si haga falta conocer la historia de la fuente tipográfica para sentir la emoción o la idea de una época. Creo mucho en la forma

“

La tipografía es tan importante como el símbolo de una marca. Cada vez más se está volviendo a eso, ante la prevalencia de lo iconográfico”

y su capacidad de transmitir una emoción. Si me llega un manuscrito en Times New Roman tengo la sensación de que el autor es clásico dentro de lo moderno, me transmite elegancia. La fuente Typewriter me hace pensar en *Dibujos a máquina* de Rafael Cadenas; me remite a una escritura creativa, a algo muy íntimo».

Dibujos a máquina es una muestra de poesía concreta que el gran poeta venezolano publicó en 1966 en la revista CAL, dirigida por Guillermo Meneses y diseñada por Nedo Mion Ferrario. En 2012, la Editorial Camelia publicó esos «versos-imágenes» en un libro con prólogo de Luis Miguel Isava y diseño de Álvaro Sotillo y Juan Mercerón.

«La hegemonía de la figuración siempre estuvo presente», concluye Eddy sobre la abstracción tipográfica, «pero hoy me doy cuenta de que cada vez más se usan tipografías como identidad de una marca. Y la tipografía es tan importante como el símbolo de una marca. Cada vez más se está volviendo a eso, ante la prevalencia de lo iconográfico».

«En esa abstracción se formaron mis maestros como Álvaro Sotillo, y sus maestros como Gerd Leufert. Y de ese diseño que se apartaba de la figuración deviene lo tipográfico en la marca».

¿QUÉ ES EL DISEÑO GRÁFICO?

El diseño gráfico tradicionalmente se conceptualiza dentro de «las artes aplicadas» destinadas por su «utilidad» a una minoridad ante lo que convencionalmente se llaman «bellas artes». Pero esa aparente desventaja no excluye al «arte utilitario» de la historia del arte. El siglo XX estuvo signado por una rebelión de las artes menores, primero con los movimientos art nouveau y art déco; luego, con las vanguardias del albor del siglo pasado, la renovación estética llega de la mano con la funcionalidad. Estética y función plantean una crisis; las llamadas artes menores buscan autonomía mediante el olvido de su destino como suele pasar con todo rupturismo.

Esa rebelión de lo funcional devino inevitablemente en confusión hasta manifestar un paroxismo antifuncional, a finales del siglo pasado. Al respecto, Eddy ofrece un dato: «Y las formas –si hablamos de estética– siempre han estado en crisis. En los noventa, el diseño

californiano acabó con las tipografías tradicionales, hacían tipografías talladas, cortadas, grafiti, lo que fuera. De esa tendencia, entre los más influyentes, te puedo nombrar a David Carson. Su trabajo es un caos visual muy atractivo, pero poco informativo, a mi entender. Es muy colorido, las tipografías tradicionales casi no las usa, o si acaso, manipuladas».

A lo que informa el joven diseñador, cabe añadir el recuento del acervo que lleva atrás. En Venezuela, el diseño siguió fiel a la función y creó una identidad. Los grandes renovadores de las disciplinas del diseño gráfico en el país tuvieron el tino de entender que antes que romper había que hacer; maestros venezolanos y venidos de afuera orientaron la labor diseñadora hacia la necesidad de dar imagen a un país en un acelerado proceso de progreso material. De modo que no se perdió el sentido del diseño, sino que, antes bien, se consolidó la creación de una identidad a través, sobre todo, de la abstracción, pero con el propósito de comunicar efectivamente.

«El diseño gráfico depende de su función», opina Eddy. «En mi caso, que trabajo con libros, el diseñador es un editor gráfico, tanto de imagen como de texto, porque el texto también es imagen. El contenido viene con una forma prefigurada. Si se trata de texto, pues, como decía antes, la tipografía agrega emoción. Esa emoción debe responder ajustadamente al texto. Un diseñador formado para esa función sabe cuál es la mejor respuesta gráfica. Definitivamente el contenido dicta la forma. No creo en los diseñadores que se imponen sobre el contenido. Uno toma decisiones a partir del fondo del contenido, de qué se trata, cuál es su propósito. Creo en el diseño que tiene presentes los contenidos, y su naturaleza, para elevarlos a través de las herramientas que cada diseñador posee».

Comprender, interpretar gráficamente un contenido, es para Eddy una experiencia paciente y laboriosa y que requiere, idealmente, del concierto de varias miradas; trabajo en equipo en el que uno aprende del otro.

«Cuando me dijeron que había sido seleccionado para este libro sobre los jóvenes diseñadores venezolanos, quedé asombrado, porque tengo mi vocación muy clara y siento que todavía soy un aprendiz. Me puse a buscar mis trabajos en mi carpeta, pero yo no seguí haciendo

“

Las formas –si hablamos de estética– siempre han estado en crisis”

un trabajo personal. Seguí ejercitando inquietudes personales. Pero no hice más trabajos para clientes. Todo mi trabajo se lo he dedicado a la oficina en los últimos tres años y medio. Así que entré en esa crisis y lo hablé con Gabriela Fontanillas, esposa de Álvaro Sotillo y su compañera de trabajo. ¿Y qué es el diseño? ¿Acaso lo que estoy haciendo es o no es diseño? Es diseño, aunque esté asistiendo a Álvaro».

EL LIBRO QUE VENDRÁ

De cómo Eddy Rafael Reinoso fue a trabajar con libros es un capítulo que no tiene nada de quijotesco. Tiene que ver con sus intuiciones y aciertos en el trance de iniciación profesional. Y a propósito menciona a artistas, mentores y profesores que le señalaron el rumbo: «Tuve dos profesores en la universidad que me orientaron mucho. Uno es Luis Felipe Aldana, que es un gestor cultural, y un joven artista, Carlos González, que ahora está en Buenos Aires. A través de ellos empecé a conocer gente vinculada con las cosas que me interesaban como Esmelyn Miranda, un artista que hace libros con materiales reciclables». Enlista a otros diseñadores notables del país que se cruzaron en su camino como Carlos Rodríguez, Santiago Pol, John Moore, Luis Giraldo.

“

El libro electrónico debe buscar sus propias fortalezas en vez de crear efectos como el de pasar páginas”

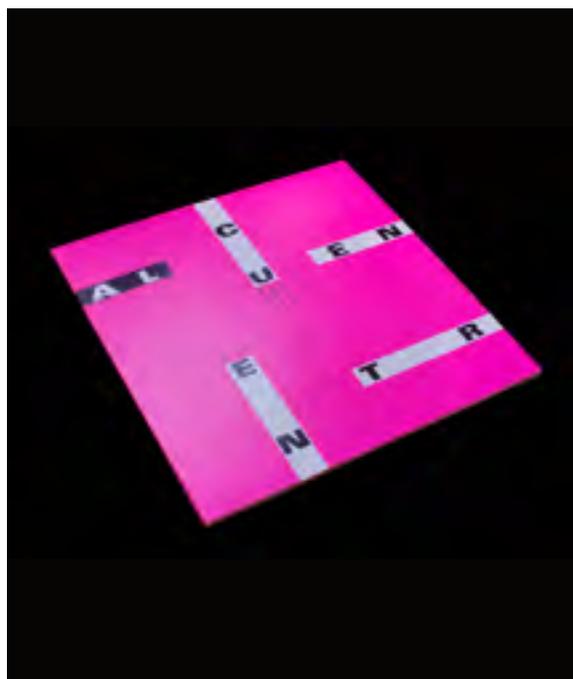
También menciona a otro diseñador, pero no mucho mayor que él y con quien ha tenido experiencias muy enriquecedoras por la proximidad generacional, Ricardo Báez, otro hacedor de libros: «A Ricardo Báez siempre estuve apoyándolo en redibujar gráficos para un libro, por ejemplo, sobre el cáñamo, de una autora alemana, Maren Krings. También lo apoyé con una revista sobre diseño y libros sobre fotografía. La revista sobre diseño en realidad son varias revistas que vienen en una cajita, y para la portada Ricardo usó una tipografía mía. Ricardo ha sido para mí como un mentor, un guía paralelo. Son experiencias diferentes, porque Sotillo es un hombre con una gran trayectoria, muy experimentado, en cambio Ricardo es mucho más joven y se está formando también».

«Mi elección por dedicarme al libro físico puede que sea una consecuencia o no», sopesa el novel tipógrafo. «Creo en lo que me dijo Carlos Rodríguez una vez: “Los maestros buscan a los alumnos, como los alumnos a los maestros”. Mi convicción termina de definirse al

trabajar con Álvaro. El libro no es que apareció ayer y no ha sido sustituido. Puedes pasarte todo el día ante una pantalla y, en la noche, a lo mejor te pones a leer un libro. Son experiencias simultáneas. Sin lugar a dudas vendrán modificaciones, cambios, como los ha tenido el libro a lo largo de siglos. En cuanto al libro electrónico, pienso que mientras menos se parezca al físico, mejor. El libro es un artefacto cultural que está instalado como una forma en nuestra mente. Pero del mismo libro físico se han hecho muchas modificaciones. El libro electrónico debe buscar sus propias fortalezas en vez de crear efectos como el de pasar páginas».

«Algo que he conversado siempre con quienes me han formado es que el libro es un concierto que tiene diferentes instrumentistas. Tienes el que te hace la tipografía o los que hacen la corrección de color. Eso es lo ideal. A veces uno hace todo, pero es algo kamikaze».

«Desde que entré a la oficina, he participado en cuatro libros. Uno de ellos era una reedición de una obra gruesa y es sobre un arquitecto chileno llamado Smiljan Radic. Se hizo otro sobre Sheila Hicks que es una tejedora norteamericana. Otro sobre la artista chilena Voluspa Jarpa y otro sobre la venezolana Magdalena Fernández. Los de Radic y Hicks llegaron a la lista corta de “Los libros más bellos del mundo” en Alemania. Recientemente hice un desplegable para el Espacio Anna Frank que me dejó la satisfacción de ver lo aprendido».



Al encuentro | Diseño: Carlos E. Rodríguez | Asistencia al diseño: Eddy Rafael Reinoso

EL DESAFÍO DIGITAL

No por su vocación casi monacal por el sucesor de los pergaminos y los códices, Eddy deja de estar atento al mundo que le tocó. Cree firmemente en lo que llama «*experiencias simultáneas*» con respecto a los soportes electrónicos y el medio digital de cara al libro físico. No se excluyen. Pero no pasa por alto que el medio digital plantea desafíos que cuestionan y ponen en crisis cualquier experticia de diseñador: «El medio digital me plantea muchos desafíos. Mi formación está orientada hacia el diseño de libros. Y en el libro las cosas son fijas. Tú imprimes y eso tiene una escala que no se puede modificar. Cuando diseñas para los medios digitales tienes una infinidad de dispositivos que tienes que anticipar: si se va a ver en una *tablet*, si se va a ver en un teléfono, una computadora, si va para Instagram. Es una infinidad de dispositivos que tienes como destino. No puedes anticiparlo todo. Puede cambiar el color de una pantalla a otra y eso no lo puedes anticipar. Y por las modificaciones que surgen todos los días en el medio digital, tienes que desaprender unas cosas para aprender otras».

EL DISEÑO NO ES PROTAGONISMO

La tesis de egreso de la Escuela de Arte de la Universidad Arturo Michelena de Eddy es un documental sobre el Instituto Neumann de Caracas, la cual concibió junto a su compañera María Castellet: «Ella me dijo: “Oye, si no estamos satisfechos con lo que estamos haciendo, vamos a buscar qué había antes”. Descubrimos que el Instituto Neumann existió. Es una película, pero concebida desde el pensamiento del diseño. Edito un contenido para luego darle forma».

Mayor asombro causó a la pareja que ellos, por graduarse de diseñadores, no tuvieran noticia del primer instituto de enseñanza del diseño en Venezuela y el tercero en América Latina. La institución padeció mudanzas y transformaciones y cambió el nombre por Prodiseno. Los maestros fundadores fueron retirándose y reemplazados por sus discípulos, a la vez que se integraban docentes provenientes de otras escuelas, de disciplinas diversas. Hubo cambios en la perspectiva desde la que se debía enseñar, el *pensum*, los métodos. Cabía esperar eso, desde luego, es lo natural. Pero como todas las instituciones

de tradición del país se las vio cara a cara con una economía nada feliz. En la adversidad la memoria pesa mucho y hoy son pocos los que saben que primero fue «la Neumann» y después Prodisño.

Eddy y María aprobaron la tesis, pero para ellos la producción no está lista aún para una exhibición pública. No solo posee el valor de ser una pieza cinematográfica realizada por diseñadores sino por el testimonio que registra: hablan en cámara integrantes de las primeras hornadas de «la Neumann» y que, fieles discípulos de los mejores maestros de entonces –Miguel Arroyo, Nedo Mion, Gerd Leufert, John Lange, por nombrar algunos–, han dado continuidad a la identidad visual de un país en todas las áreas del diseño gráfico. Para ellos no fue un viaje al pasado, sino el descubrimiento de un acervo y la raíz del oficio que los ocupa en Venezuela.

Eddy, si bien tiene muy claro cuál es su función en el *scriptorium* de Álvaro Sotillo, y con tanta devoción que desatendió clientes aparte, mantiene su exploración personal: «En mi trabajo más personal estoy indagando en inquietudes que se me van revelando poco a poco en el estudio de VACA. Me interesan las formas mutables. Cómo una forma conserva su identidad cuando puede tener variaciones. Siempre he hecho tipografías propias como *displays* para pantallas, para títulos o para portadas». De ahí que este diseñador procure la mutación de una letra sin que pierda identidad, pues dejaría de ser tipografía; una «a», una «z», una «n» han de persistir como signo originario por mucho que se exploren sus posibilidades plásticas y comunicativas más allá del propósito verbal.

Se manifiesta algo escéptico o al menos no se motiva ante la tendencia de crear tipografías a partir de la letra manuscrita de un personaje histórico, de un artista notable: «Hace dos años se le hizo un homenaje al ya fallecido artista visual colombiano Antonio Caro desde un estudio de diseño llamado Tangrama. Ellos tomaron su escritura, parcialmente. Él también creaba piezas con letras recortadas en papel o pintaba rótulos. El estudio tomó todas esas letras y las convirtió en tipografía. Y propusieron hacer a modo de homenaje carteles con esas letras. Es la única vez que he trabajado con una tipografía así. Como diría Álvaro, que decía Leufert, “no es mi sopa”».

“

Me interesan las formas mutables. Cómo una forma conserva su identidad cuando puede tener variaciones”



EN VENEZUELA

Desde luego, si bien lleva muy *cool* su posición en el equipo de VACA, no deja de mirar hacia la posibilidad de otros rumbos: «Hay dos escuelas que me interesan, la de Leipzig, y una que está en Estados Unidos llamada Cranbrook, en Michigan, que ofrece residencias para diseñadores en formación y da espacio a la experimentación; no es “ah, llegué y soy un diseñador”».

Un artista, y el diseñador lo es, aunque no busque protagonismo como tal, no hace camino con certificados académicos y diplomas, sino que prefiere la experiencia, entre más laboriosa mejor; la integración de un equipo, la participación en una realización colectiva, la interacción con los más experimentados y los menos, y la posibilidad cierta de impactar a la gente, aquella primera motivación que hizo que Eddy dejara los números por el diseño. Él percibe y siente que esa vivencia la ha tenido hasta ahora en su país y se permite pensar bien hacia cuál lugar del mundo lo llevaría su búsqueda profesional y vital.

Más que su ciudad natal, siente fascinación por Caracas, por muy aporreada que esté. Aquí vive y trabaja. Aquí aprende y se hace a sí mismo.

«Estar aquí y trabajar aquí me ha puesto en contacto con la historia editorial venezolana, que es muy sólida. Claro, es complejo, las imprentas están cerrando, no hay papel. ¡No hay papel en el mundo, además! Pero estoy muy entusiasmado al descubrir alternativas. Por ejemplo, yo me impresiono con Ricardo Báez al ver los sitios donde imprime. Para Ricardo

lo imposible es lo normal. Puede imprimir en Finlandia como en Nueva Zelanda. Ahora hay esa ventaja, aunque estemos en Venezuela».

«Además, para mí trabajar hoy en día en Venezuela en el área en la que me desempeño es una gran responsabilidad cultural, porque implica insertarse en una tradición universal y al mismo tiempo en una tradición local muy compleja que sin lugar a dudas se ha enriquecido con el trabajo de Gerd Leufert, Nedo M.F., Carlos Rodríguez, Luis Giraldo y Álvaro Sotillo».

«Caracas es una ciudad que se niega a ser vencida. Es una ciudad que está muy viva y tiene algo que me fascina que es como salvaje, una cosa de cambio permanente».

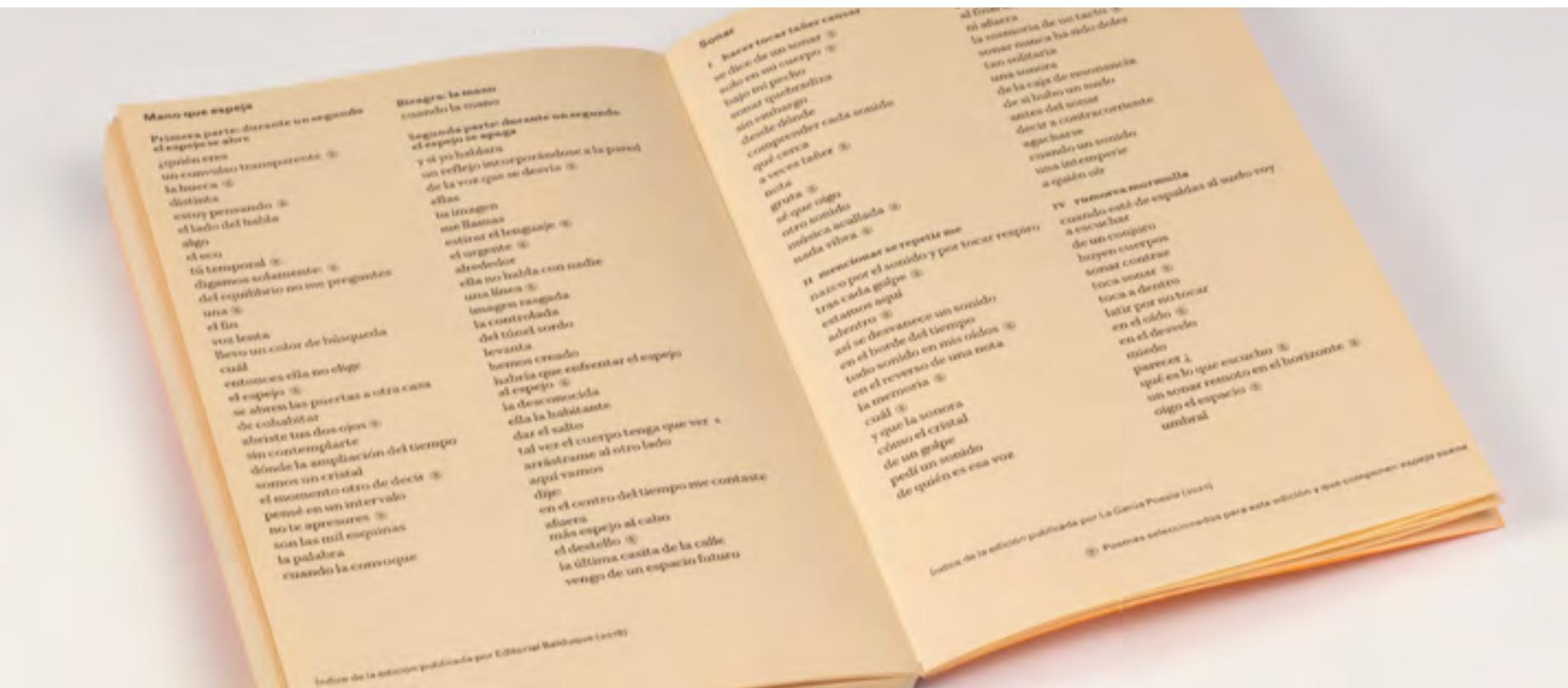
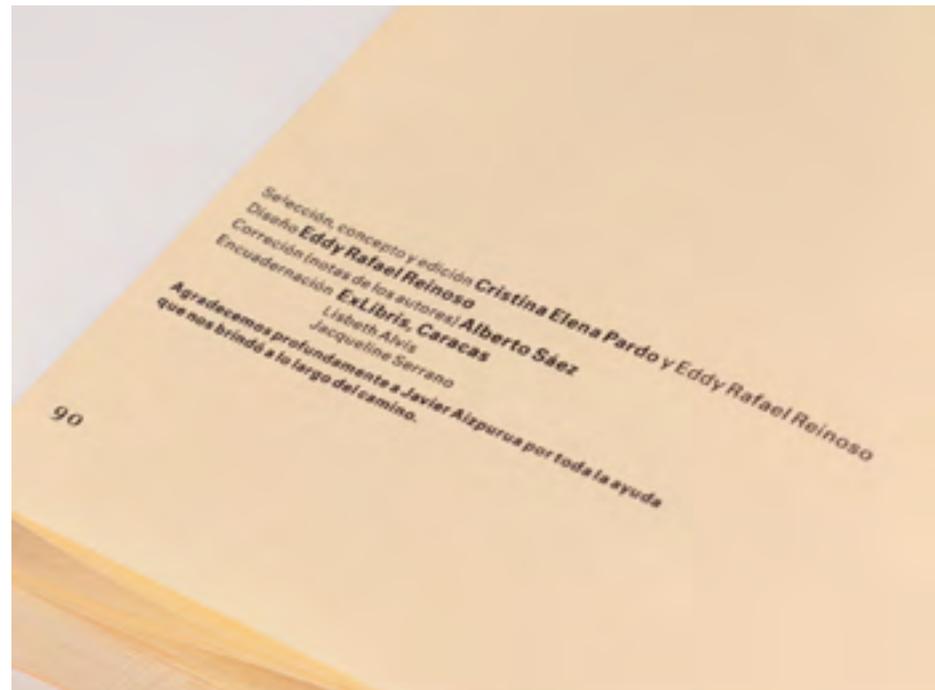
Pese a tanto intempestivo, impensado, innecesario cambio, sustitución, demolición, edificación invasora y abolición de patrimonio, el joven valenciano presiente el aura imperecedera de Caracas, los íconos de la arquitectura modernista que aún se conservan, sobre todo en el entorno de la oficina a la que acude cada día, ubicada en el emblemático edificio de Residencias Las Américas; el Parque del Este; el piso de Parque Cristal y el ámbito visual que emana; la plaza Altamira enseñoreada por el edificio diseñado por Arthur Kahn a finales de los cuarenta, y a su vez ahijado por el Ávila; símbolos de Caracas en medio de una agitación desvergonzada y una visualidad muy heteróclita, ruidosa, calurosa. Para Eddy, Caracas es el ámbito del aprendiz. El espacio de una metrópolis pequeña pero desbordada por el concreto del que brota la naturaleza tenaz, rebelde, selvática. Y ese cambio permanente que percibe lo obliga a aguzar la mirada aún más en busca de una forma profunda, una estructura... un diseño.

«Verme como aprendiz, que es lo que soy, es clave. El diseño tiene una cosa como de protagonismo, que no me parece que esté mal. Pero me parece una cosa de mitad del siglo pasado, de los diseñadores que estaban volviendo a hacer el mundo después de la Segunda Guerra Mundial. Pero ahora, el diseño tiene que ser una actividad multidisciplinaria. Para mí es muy importante la idea de equipo, una especie de creación colectiva». ■

PORTAFOLIO











Albinson Linares

CARACAS, 1981

Periodista, cronista y escritor. Ha trabajado en medios como *El Nacional*, *Exceso*, *Playboy*, *Últimas Noticias*, *El Mundo*, *Líder* y *The New York Times en Español*. Colaborador permanente de *Qué Pasa*, *Etiqueta Negra*, *Americas Quarterly*, *El Heraldo*, *Letras Libres*, *El Universal* y *Reforma*. Autor de *Hugo Chávez, nuestro enfermo en La Habana* (2013), *El último rostro de Chávez* (2014) y *Caracas bizarra* (2014), este último en conjunto con Juan José Espinoza.

Entrevistas **Pedro Fajardo** y **Jefferson Quintana**



Armando Coll

CARACAS, 1961

Comunicador social egresado de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). Escritor, periodista y docente. Ha trabajado en medios como *El Diario de Caracas*, *Economía Hoy*, *El Nacional*, *Exceso*, *Cocina y Vino*. Guionista de telenovelas y «unitarios» en Venezuela, Puerto Rico y México. Ha escrito documentales para Fundación Bigott y Cinesa. Fue coordinador del «Papel Literario» de *El Nacional*. Autor de la novela *Close Up* (2008). Junto a Diego Rísquez y Luigi Sciamanna, escribió el guion de la película *Reverón*.

Entrevistas **Ricardo Báez** y **Eddy Rafael Reinoso**



Humberto Sánchez Amaya

CARACAS, 1984

Periodista egresado de la Universidad Santa María. Fue redactor de las páginas culturales de *Primera Hora* y *El Nacional*, donde mantuvo la columna «*Líneas Tardías*» del «*Papel Literario*», y redactor de la revista musical *Ladosis*. Ha colaborado en *Infobae*, «*Clímax*», *Alternos*, *Crónica Uno* y *El Diario*. Fundador de la página *A pesar de la miopía* (elmiope.com), produce y conduce el podcast *El Miope en Radio* (Humano Derecho Radio Estación y plataformas streaming). Coautor del libro *¿Cómo lo hicimos? Una gestión cultural en 25 buenas prácticas* (Cultura Chacao).

Entrevistas **Yonel Hernández** y **Eddymir Briceño**



Isaac González Mendoza

CARACAS, 1993

Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Católica Santa Rosa. Estudia la maestría en Literatura Latinoamericana de la Universidad Simón Bolívar. Se desempeña como periodista cultural en el diario *El Nacional*, como jefe de apertura, y como editor web del suplemento «*Papel Literario*». También ha colaborado en medios como *4Dromedarios*, *Letralia*, *Efecto Cocuyo* y *El Tiempo* de Colombia.

Entrevistas **Alejandro Freitez** y **Nubia Navarro**



Juan Antonio González

CARACAS, 1962

Periodista egresado de la Universidad Central de Venezuela (UCV), mención Audiovisual. Crítico de cine y teatro. Ganador del Premio Municipal a la Difusión Cinematográfica (1998). Ha sido redactor de *El Diario de Caracas* y *El Nacional*. Actualmente coordina el área de Arte y Entretenimiento en *El Universal*, donde publica semanalmente la sección «*Mirada Expuesta*», dedicada a promover el trabajo de fotógrafos venezolanos.

Entrevistas **Rodrigo Fuenzalida**



Keila Vall de la Ville

CARACAS, 1974

Antropóloga (Universidad Central de Venezuela), magíster en Ciencias Políticas (Universidad Simón Bolívar), Escritura Creativa (NYU) y Estudios Hispánicos (Columbia University). Ha publicado *Ana no duerme*, *Los días animales* (segundo lugar en los International Latino Book Awards, traducida al inglés), *Viaje legado*, *Enero es el mes más largo*. Editora de *Entre el aliento y el precipicio*, *poéticas sobre la belleza* (bilingüe) y coeditora de *102 Poetas Jamming*. Ha llevado las columnas «*Nota al Margen*» («*Papel Literario*», *El Nacional*) y «*The Flash*» (*ViceVersa Magazine*).

Entrevistas **Isabel Urbina Peña** y **Faride Mereb**



Lucía Jiménez

Fotografía Alfredo Sainz

CARACAS, 1985

Comunicadora social egresada de la Universidad Monteávila de Caracas, con máster en Intervención Social de la Universidad Pablo de Olavide, Sevilla, y máster La Fábrica en Dirección de Proyectos Culturales, Madrid. Fue coordinadora editorial del «Papel Literario» de *El Nacional*, donde llevó las columnas «Encuentros entre Líneas» y «Colofón». Ha colaborado para *Hábitat Plus*, Ediciones «Letra Muerta» y *El Estímulo*. Forma parte del equipo del Archivo Fotografía Urbana y se especializa en la crítica e investigación de fotografía.

Entrevistas [Paul Naveda](#) y [Álvaro Torrens](#)



Manuel Gerardo Sánchez

CARACAS, 1982

Historiador egresado de la Universidad Central de Venezuela con máster en Literatura Comparada de la Universidad Autónoma de Barcelona. Autor de los libros *Sangre que lava*, *El último día de mi reinado* y *El revuelo de los insectos*. Obtuvo la residencia artística Centre d'Art La Rectoria en España, el Premio a la Excelencia Periodística de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) en Estados Unidos y la beca de residencia artística del Centro de Arte de Marnay (Camac) en Francia. Editor asociado del portal *El Estímulo* y colaborador de *The Objective* (Madrid).

Entrevistas [Luis Palencia](#) y [Mauricio Vivas](#)



María Laura Padrón

PUERTO CABELLO, 1992

Periodista con predilección por la literatura, vive haciendo malabares entre el oficio del periodismo y la gestión cultural. Cada experiencia en torno a estas áreas ha sido reflejada en publicaciones en prensa digital e impresa; organización de presentaciones de libros y eventos artísticos; y la cofundación de iniciativas culturales como *Transeúnte* y *Al Fresco*, en Venezuela y España, respectivamente.

Entrevistas [Alexander Wright](#) y [Daniela Peñaranda](#)



Maruja Dagnino

MARACAIBO, 1962

Periodista, escritora y editora. Ha desarrollado la crónica, el reportaje y el ensayo. Sus temas de interés han sido las artes, la arquitectura y la cultura urbana, con especial énfasis en la pobreza y la exclusión que se genera en las áreas urbanas informales. Tiene en su haber varios títulos gastronómicos.

Entrevistas [Aitor Muñoz Espinoza](#) y [Andrea Facenda](#)



Rafael Simón Hurtado

VALENCIA, 1958

Escritor, editor y periodista. Fue jefe de edición de *Tiempo Universitario* (Universidad de Carabobo); fundador de las revistas *Huella de Tinta*, *Laberinto de Papel* y *Saberes Compartidos*, y de los periódicos *La Iguana de Tinta* y *A Ciencia Cierta*. Premio Nacional de Periodismo Científico (2008) y Premio Nacional de Literatura Universidad Rafael María Baralt (2016), entre otros. Ha publicado los libros *Todo el tiempo en la memoria*, *Leyendas a pie de imagen*, *Croquis para una ciudad* y *La arrogancia fantasma del escritor invisible (y otros cuentos)*.

Entrevistas [Alexander Morey](#) y [Roberto Pascucci](#)



Víctor Amaya

CARACAS, 1982

Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Central de Venezuela (UCV). Tiene un máster en Radio por la Universidad Complutense de Madrid. Ha sido periodista y editor del semanario *Tal Cual* y de la revista «Climax» de *El Estímulo*. Colabora con medios como *Semana*, *El Confidencial* y *Vice News*. Ha trabajado en *El Nacional*, *Últimas Noticias* y *La Razón*, además de distintas emisoras de radio en Caracas, Madrid y París.

Entrevistas [Luis Alborno](#) y [Eduardo Guisandes](#)



José Reinaldo Guédez

MARACAY, 1969

Comunicador social, videoartista y fotógrafo egresado de la Universidad Católica Andrés Bello. Ha realizado estudios diversos en las áreas de pintura, teatro y danza. En el área de fotografía, ha cursado estudios en: Museo de Bellas Artes, Imagomundi, Organización Nelson Garrido y Avecofa. Fue Premio Espacio GAF, en MéridaFoto 2014, así como mención especial del Premio Municipal de Danza.

Curador fotográfico de *Nuevo país de la danza* y compilador de imágenes y coordinador general de retratos de *Nuevo país del diseño gráfico*.

Entrevistas [Yonel Hernández](#)
[Aitor Muñoz Espinoza](#)
[Eddymir Briceño](#)
[Eddy Rafael Reinoso](#)

Andrea Hernández Briceño

Entrevista [Ricardo Báez](#)

Claudia Giolitti

Entrevista [Alexander Wright](#)

David Peetermans

Entrevista [Daniela Peñaranda](#)

Diego Barranco

Entrevista [Andrea Facenda](#)

Domestika

Entrevista [Nubia Navarro](#)

Grey Dariela Albornoz Márquez

Entrevista [Rodrigo Fuenzalida](#)

Joaquín Salvatierra

Entrevista [Mauricio Vivas](#)

Leonardo van Schermbeek

Entrevista [Jefferson Quintana](#)

Liliana Ibáñez

Entrevista [Alejandro Freitez](#)

Miguel León

Entrevista [Pedro Fajardo](#)

Nora Mohamed Mesaud

Entrevista [Paul Naveda](#)

Zuleika Acosta

Entrevista [Faride Mereb](#)

Visítanos en la Biblioteca Digital Banesco



 @Banesco @Baneskin

 Banesco Banco Universal

 banescobancouniversal