



ENTREVISTA | MANUEL ESTRADA

"El diseño es tan importante para la economía como la investigación"

El madrileño, galardonado con el Premio Nacional de Diseño 2017, piensa sus creaciones como un filósofo, las trabaja como un científico y las dibuja como un artista

SUSANA PÉREZ DE PABLOS

Madrid - 31 AGO 2017 - 23:26 CEST



El diseñador Manuel Estrada, entre sus obras.. ÁLVARO GARCÍA

MÁS INFORMACIÓN



Manuel Estrada expone su diseño útil en Nueva York

"Se puede levantar un país cambiando su imagen"

Conéctate Conéctate

Aroma Daniel

Piensa sus creaciones como un filósofo, las trabaja como un científico y las dibuja como un artista. En esta manera de afrontar las cosas (que en realidad podría servir a cualquiera que se tome su trabajo con rigor) está la clave del éxito de [Manuel Estrada](#). Este madrileño, serio, irónico y sagaz, que por una tímida coquetería prefiere no revelar su edad, acaba de recibir el Premio Nacional de Diseño 2017 por la magia de sus creaciones, realizadas en los últimos 30 años. Una magia que aporta mucho más que mera estética, aunque resulta innegable que sus diseños entran por los ojos. "He aprendido a base de hacerme preguntas sobre las cosas que no era capaz de resolver y buscando soluciones, leyendo, conociendo a profesionales muy buenos, viendo cómo trabajaban...". Leía y hablaba, sobre todo, de tipografías, del uso del color, de las formas.

¿Su referente? "El primero, la [Bauhaus](#), claro. En aquella época había que resolver las cosas uniendo la función con la forma. Aunque considero que la primera es inseparable de la segunda, después la forma también me ha apasionado".

La mayoría de las personas y empresas sigue viendo el diseño como algo prescindible. "Hay mucha gente que no entiende que, frente a la crisis, el diseño es un elemento estratégico. El diseño es tan importante para la economía

como la investigación, piensas un producto que es un todo, cuyo valor es estratégico, no cosmético. Como decía el profesor de estética italiano [Gillo Dorfles](#), el diseño es el arte de la sociedad industrial".

¿Por ejemplo? "Hacer un logo es complicado, primero hay que recopilar mucha información, luego procesarla y, finalmente, sintetizarla en un mensaje sencillo, pero que transmita todo ese contenido. Cuando el CEO de IBM presentó, en los años cincuenta el espléndido logo diseñado por Paul Rand, que no han tocado 60 años después, dijo entonces: "*Good design is good business*". Y que el póster diseñado por Rand para IBM forme parte de la colección permanente del MOMA es una expresión del valor cultural de ese éxito empresarial".

Estrada ha expuesto sus diseños por medio mundo. Y para muestra, varios botones. El logo de Museo del Ejército son tres simples palitos horizontales sobre los que se levantan dos finas torres; la divertida portada de [La histeria, de Sigmund Freud](#) (de Alianza Editorial), es media manzana verde con alambres clavados a modo de pelo electrizado, y la imagen del Premio Cervantes es la silueta del pintor configurada a base de letras.

Estrada dice que el trabajo en la imagen de una compañía es de largo recorrido. "Durante los últimos cinco años, tiempos de crisis y adversos para el mundo del libro, hemos estado diseñando las cubiertas de la [colección de bolsillo de Alianza Editorial](#) y los resultados para la empresa, razonablemente positivos para estos tiempos, me producen más satisfacción que las críticas positivas que suscitan las cubiertas".

Llegado a este punto, sacamos a relucir a [Carmencita](#). La marca española de especias es un buen ejemplo de lo que Estrada explica. La empresa ha disparado sus ventas desde que su estudio cambió el diseño de sus tarritos. "Tiene una significación cultural, es la marca que usaba tu abuela. Entonces mantuvimos el caracol en la frente que tenía la niña de la imagen, a lo Estrellita Castro, pero con un diseño limpio, que hace que el mensaje se entienda más rápido".

"Una sociedad se define por los objetos que consume y por los que produce, aparte de por otras cosas, obviamente. El diseño influye de forma troncal. No se trata solo de hacer cosas bonitas". Aunque lo son. Pero, para conseguirlo, Estrada se puede pasar semanas metido en librerías viendo todo lo que encuentra, cuando se trata, por ejemplo, de buscar una idea para el diseño de la portada de un libro. "Lo que me interesa es que tenga una conexión con el contenido. Que incluya puertas y ventanas a lo que cuenta en su interior".

El diseñador cuenta que cuando hablaba con [José Saramago](#) de las portadas de sus libros, al principio, el escritor se empeñaba en que metiera una parte sustantiva del contenido en la portada. "Pero al poco tiempo me dijo: 'Haz lo que consideres'", entendió muy bien la filosofía del trabajo del diseñador. Esa de la que hablaba al principio. El resto de sus méritos aparecen reconocidos en el veredicto del jurado del premio nacional que le han otorgado: "Por su capacidad para conectar eficazmente la cultura con el tejido empresarial, su reconocimiento internacional y su compromiso con la promoción de diseño y la formación de las nuevas generaciones".

ARCHIVADO EN:

Premio Nacional Diseño · Manuel Estrada · Premios arte · Diseño gráfico · Cultura · Artes gráficas · Arte

CONTENIDO PATROCINADO