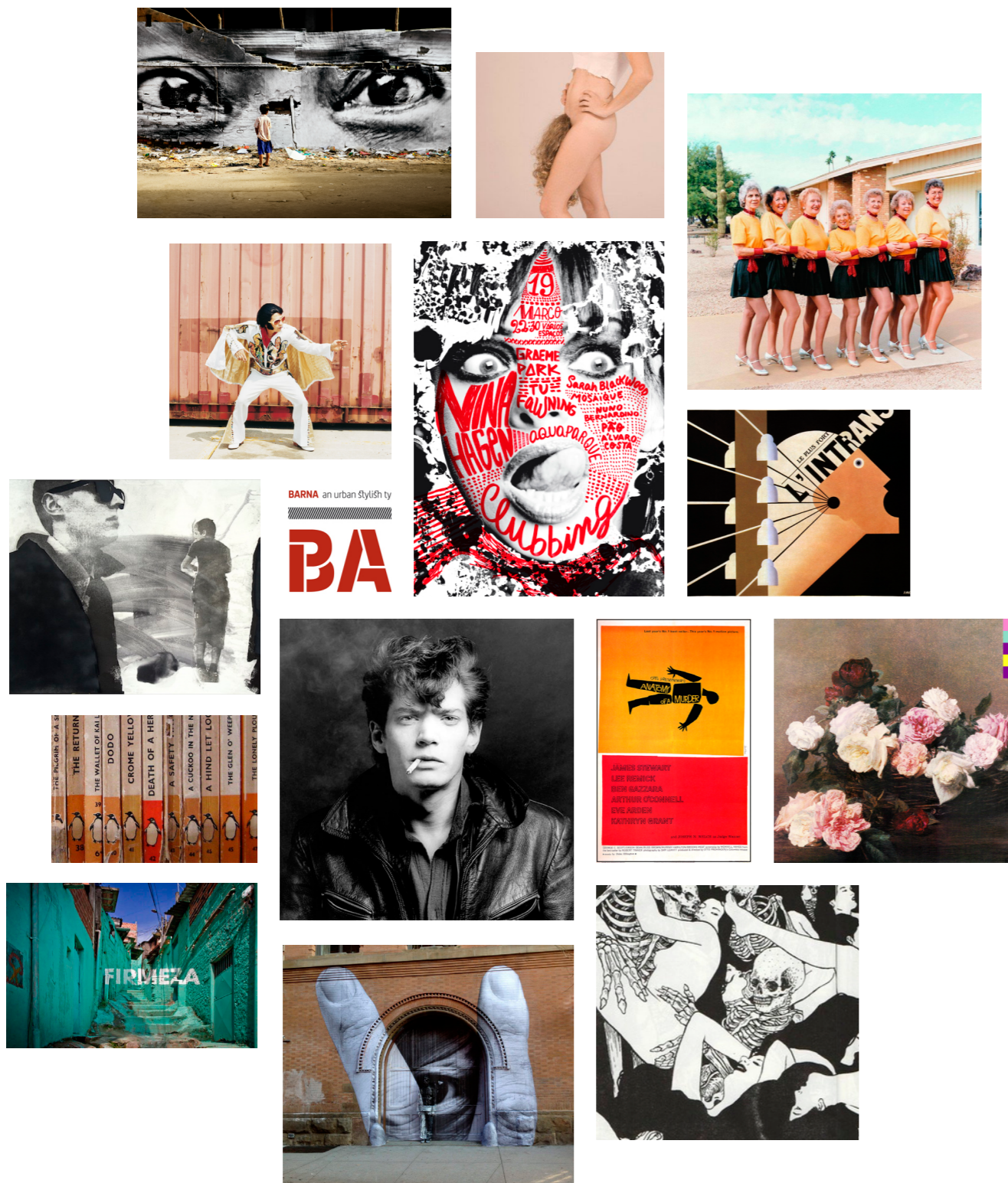


BR
OW
SIE

05
NÚMERO

2017 • 6€



BROWSING

04 ARTE
JOEL J. WITKIN
ARTE DEGENERADO

06 DISEÑO EDITORIAL
PENGUIN BOOKS
LA MÍTICA EDITORIAL BRITÁNICA
CREADA EN 1935 POR ALLEN JONES

08 ARTE URBANO
JR
PREMIO TED 2011

12 CINE
METRÓPOLIS
DISTOPISMO URBANO FUTURISTA
DESDE LA UFA EN 1927

20 FOTOGRAFÍA
ROBERT MAPPHLETORPE
MORFOLOGÍA E IDENTIDAD DE UNA
LENTE CURIOSA

24 DISEÑO GRÁFICO
CASSANDRE
CREADOR DEL CARTEL MODERNO

34 DISEÑO DE PRODUCTO
SILLA CANTILEVER
DISEÑO DE MART STAM EN 1926

CONTENIDOS

06 ARTE
FLUXUS MOVEMENT
ARTES VISUALES, MUSICA Y LITERATURA
CONTROVERTIDAS Y PROVOCATIVAS
EN 1962.

10 FOTOGRAFÍA
PETER GRANSER
SUN CITY, LA CIUDAD ARTIFICIAL
PARA JUBILADOS

18 ARTE
PAWEL KWIATKOWSKI
ENTRE LAS SOMBRAS

46 DISEÑO GRÁFICO
LA TIPOGRAFÍA COMO
EXCUSA
SARA WESTERMANN, ARIANNE SPAN-
NIER, SUPERCUT, LAVA, FEIXEN,
BOA MISTURA...

62 TIPOGRAFÍA
SAUL BASS
CARTELISMO Y CRÉDITOS CINEMATO-
GRÁFICOS DE AUTOR

50 DISEÑO DE GUERRILLA
GRAPUS COLECTIFF
CARTELISMO SOCIAL SURGIDO A
PARTIR DE MAYO DEL 1968

ENTREVISTAS

14 FOTOGRAFÍA
LADY MANES
OCHO MANERAS DE PEINARSE
EL COÑO

22 TIPOGRAFÍA
ANDREU BALIUS
PIONERO TIPÓGRAFO

36 DISEÑO Y ARTE CONTEMPORÁNEO
PETER SAVILLE
AGENT PROVOCATEUR

66 ILUSTRACIÓN
BROKEN FINGAZ
COLECTIVO ISRAELÍ SIN MENSAJE

EL BESO

EL ARTE DEGENERADO DE JOEL J. WITKIN

Según el propio Witkin, su particular visión y sensibilidad vienen de un episodio que presencié siendo muy pequeño, un accidente automovilístico en el que una niña quedó decapitada. Viendo sus fotos es difícil no pararse a pensar en que para conseguir muchas de ellas Witkin ha pasado mucho tiempo escogiendo, colocando cadáveres y creando escenas macabras como si de un moderno Frankenstein se tratara. ¿Qué persona puede dedicarse tantos años a hacer algo que a la mayoría de gente le resultaría tan desagradable?

Se ha escrito mucho sobre Witkin, como que convive con su esposa y la amante se ésta formando un excén-

trico triángulo, que fue fotógrafo en la guerra de Vietnam, que cuando se alistó al Ejército se dedicaba a hacer fotos de accidentes militares, o que tiene un trauma desde presencié el mencionado accidente y pasó

"Witkin busca la belleza en lo grotesco. la trata con compasión y respeto. nos obliga a enfrentarnos a la dura realidad. lo efímero de nuestro ser y lo fortuito de nuestra existencia."

rodando junto a él una cabeza cortada... Su artista favorito y gran influencia es el Giotto. Witkin es todo un clásico después de más de 20 años paseando sus imágenes por todo el mundo, unas imágenes

que no dejan indiferente, imágenes provocadoras que dejan atrás hasta las de otros controvertidos artistas como el mismísimo Mapplethorpe, al mostrar realidades que acostumbramos a ignorar, dándoles la espalda por no ajustarse a los cánones de belleza a los que nos tiene acostumbrada la televisión, o por suponer un revulsivo frente a la alienación a la que nos vemos sometidos por voluntad propia para evitar hacernos preguntas sobre la realidad que nos rodea y sobre nosotros mismos.

Witkin aborda desde el principio de su carrera el tema del otro centrándose en los otros que llevamos dentro: los que no somos pero que podíamos haber sido (enanos, gente deforme) y los otros que podemos ser, a través de metamorfosis de nuestro cuerpo deseadas o no (personas transexuales, tullidos...), O que vamos a ser tarde o temprano (cadáveres).•



Apartheid



Racisme



GRAPUS COLLECTIF

DISEÑO SOCIAL QUE SURGIÓ EN PARÍS EN MAYO DEL 1968

Fundado en 1970, al calor de la famosa revuelta parisina, por Pierre Bernard, Gérard Paris-Clavel y François Miehe, -todos ellos miembros del Partido Comunista Francés-, formados en el Institut d'Environnement de Paris, a los que unos cinco o seis años más tarde se unirían Jean-Paul Bachollet, Alex Jordan y Marc Dumas..

París se había convertido en un escenario idealista donde la gráfica se contemplaba -como ocurrió con las vanguardias artísticas de principios del siglo XX- como un herramienta de intervención social altamente eficaz. Los estudiantes de la Escuela de Bellas Artes se unieron a la huelga general y ocuparon los estudios de diseño y las imprentas; se organizaron bajo el nombre de Atelier Populaire, y funcionando de manera asamblearia, produjeron carteles y periódicos murales de una enorme vitalidad.

De aquel clima revolucionario surgió Grapus. Con una metodología procedente en buena parte de la semiología tamizada por la influencia de la gráfica polaca, -cuyas enseñanzas habían recibido Bernard y Paris-Clavel directamente de Henryk Tomaszewski- sus imágenes, a veces agresivas y en ocasiones hasta repulsivas, con sus colores brillantes, sus garabatos infantiles y sus impredecibles mezclas de formas fueron una llamada de atención no sólo para sus

compatriotas sino para un buen número de diseñadores inconformistas de todo el mundo que encontraron en ellos un camino a seguir. Grapus, cuyo nombre procedía de un juego de palabras entre "graphics" y "crapules stalinienne" (su manera crítica de aproximarse al comunismo en un momento en el que se ponía en duda la doctrina oficial) significaba una concepción del diseño plena de idealismo y compromiso.

Aunque el trabajo se hacía de manera individual, respetando el estilo de cada uno, cualquier propuesta se firmaba de manera conjunta tras ser examinada y discutida por todos los miembros del grupo; era la forma de poner en práctica unas ideas que suponían una nueva visión de la sociedad (enfocada desde la izquierda) y que se concretaban en un trabajo con vocación de servicio público, ligado al ámbito de la cultura -en sus líneas más progresistas- y al de la política -porque para ellos el desempleo o la educación eran, cuestiones políticas- y lo más alejado posible de la publicidad, para el colectivo una herramienta del poder que constreñía la libertad creativa.

Durante los siguientes veinte años -su disolución se produjo 1991, tras haber recibido el Gran Premio Nacional de Arte Gráfico de Francia- Grapus diseñó campañas sociopolíticas impactantes, agrupó a diseñadores reconocidos de todo el mundo para llevar a cabo proyectos en torno a una determinada causa, mostró su trabajo en más de cincuenta exposiciones y provocó una buena cantidad de literatura. No obstante, quizá por encima de todos estos logros esté que Grapus sirvió de modelo para quienes creen que el diseño tiene una función y una responsabilidad. •



Trabajos realizados en la frontera entre Palestina e Israel, en las favelas de Brasil y varias ciudades más.



JR.

GANADOR DEL TED 2011
UTILIZA EL ARTE PARA PONER
EL MUNDO AL REVÉS

Creció en los suburbios de París en la década de los 80, interesado desde muy joven en el graffiti y la vida nocturna de la ciudad, empezó haciendo "tags" en los lugares secretos que encontraba con su grupo de amigos (terrazas y túneles) para ver la ciudad desde otro ángulo y dejar marca de ello. No fue hasta que encontró una cámara análoga semiautomática en el metro que se interesó en la fotografía y empezó a retratar su entorno, la ciudad, los lugares secretos, los personajes que la pueblan, los graffiti, y sus amigos.

En 2001 empezó imprimiendo estos retratos en un formato A4 y pegándolos por toda la ciudad, en 2005 en el marco de las protestas en los suburbios de París, retrató a los "malos" del

barrio y pegó las ampliaciones por cada rincón, obteniendo una muy buena respuesta del gobierno y de los ciudadanos, dando inicio a lo que hoy en día es su proyecto y profesión, empapelar ciudades, barrios, muros, paredes con retratos de la vida cotidiana del lugar, personas que cuentan historias detrás de cada expresión.

Desde entonces ha hecho de las calles del mundo su galería y sitio de inspiración incluso exponiendo proyectos en la frontera de entre Israel y Palestina, en las favelas de Brasil, en Túnez, Shanghai y Kenya siempre tratando de hacer un cambio y crear conciencia sobre un tema. •



Fotografía que forma parte del reportaje gráfico 'Sun City'

PETER GRANSEER

FOTOPERIODISMO DE CALIDAD

Nace en Hanover en 1971. Con un estilo reconocible, utiliza el formato medio y cuadrado, una composición e iluminación impecable, y está influenciado por la fotografía alemana contemporánea .





SUN CITY

LA FASCINACIÓN POR LO INSÉRSICO

Sun City es una colonia de jubilados estadounidenses en el sur oeste del país, donde sólo se permite la residencia a mayores de 55 años. Con su modo objetivo y casi antropológico de retratar, aísla detalles e instantes en los que, al ser descontextualizados, aparece lo cínico.

Es un documento gráfico sobre cómo adaptamos el entorno para hacerlo amable a nuestras discapacidades. Una ciudad en la que hasta los policías son ancianos y en la que éstos se reinventan y van a la caza de segundas oportunidades.

Sun City apareció en forma de libro en el 2003.



EL PATIO DE ATRÁS DEL AMERICAN WAY OF LIFE

ES UN DOCUMENTO ÚNICO SOBRE EL MODO EN CÓMO ADAPTAMOS EL ENTORNO PARA HACERLO AMABLE CON NUESTRAS DISCAPACIDADES.

En Granser convien la pasión y la admiración por el modo de vida y las paradojas estéticas y antropológicas de ese cajón de sastre estadounidense.

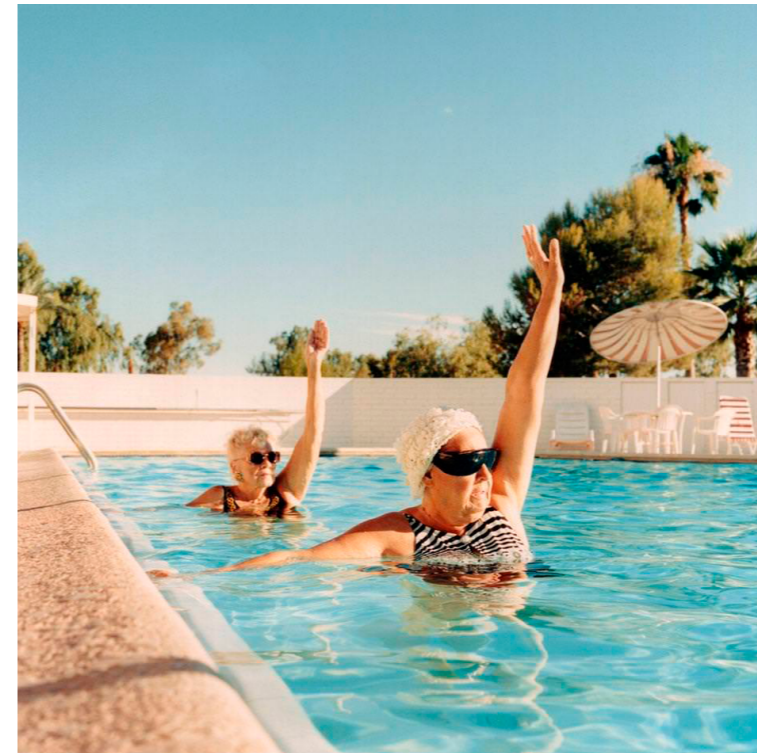
Nace en Hanover en 1971. Su formación fotográfica es autodidacta. Con un estilo fácil de reconocer, utilizando el formato medio y cuadrado y una composición e iluminación impecable, está muy influenciado por la fotografía alemana contemporánea. Ha recibido gran parte de los premios y reconocimientos que cualquier joven fotógrafo ansía en su currículum: Oskar Barnack, WPP Joop Masterclass, Les Rencontres Arles Discovery Award o el World Press Photo, entre otros. Su obra se ha visto por todo el mundo en exposiciones tanto en museos o galerías, colecciones privadas y libros.

Sun City retrata una colonia de jubilados en el sur oeste de estadosunidos donde sólo se permite la residencia a mayores de 55 años. Con un modo objetivo y de retratar, aísla detalles e instantes en los que, al ser descontextualizados, aparece lo cínico. Es un documento único sobre el modo en cómo adaptamos el entorno para hacerlo amable. Una ciudad en la que hasta los policías son ancianos

y en la que los ancianos se reinventan y van a la caza de segundas oportunidades.

Al fotógrafo austriaco Peter Granser (1971) le interesa ese patio de atrás del American Way of Live en que el sueño deviene una realidad mucho más tramposa, deficiente y auténtica. Es un mirón de lo social y de los pliegues particulares en que el cuerpo social se recoge.

Tras las series sobre Sun City, la ciudad de los jubilados briosos en Arizona, o sobre los enfermos del mal de Alzheimer, Granser desembarca en La Fábrica con dos conjuntos de imágenes sobre otras zonas de decadencia ya franqueada: Coney Island y el tributo a Elvis Presley. La primera documenta a los visitantes del primer parque de atracciones de EE.UU., protagonista en músicas e imágenes desde los años 20 del pasado siglo y emblema de la clase media americana. Ancianos culturistas o buscadores de metales, niños entusiastas, turistas japoneses, mujeres disfrazadas, aburrimiento, norias oxidadas, muchedumbres de sol y playa, se dan cita en esta peculiar serie. Junto a ella, puede

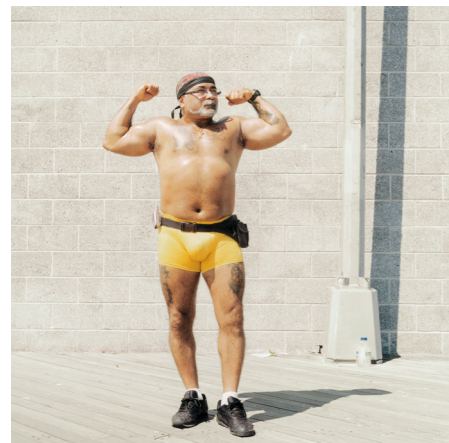


Imágenes pertenecientes al reportaje gráfico 'Sun City'

contemplarse la dedicada a los homenajes a Elvis que tanto proliferan por aquellas tierras. Tipos barrigudos enfundados en los característicos trajes con brillos y capa y tocados con tupés y anillos imposibles.

Adultos disfrazados que emulan al mito americano del siglo XX en su particular crepúsculo. Así pues, en la mirada de Granser vuelven a convivir la pasión y la admiración por el modo de vida y las paradojas estéticas y antropológicas de ese cajón de sastre estadounidense (de ahí el tono vintage de su uso del color),

la suave y dulce ironía y mucha ternura hacia unos paisajes humanos que, recién creados, ya han envejecido. Pero hay una indagación en la naturaleza humana y un espejo de la costumbre ante el tiempo. •



Imágenes pertenecientes al reportaje gráfico 'Sun City'

A Peter Graser le interesa ese patio de atrás del American Way of Live en que el sueño deviene una realidad mucho más tramposa, deficiente y auténtica. Es un mirón de lo social o, para decirlo más concretamente, de los pliegues particulares en que el cuerpo social se recoge.

Tras las series sobre Sun City, la ciudad de los jubilados briosos en Arizona, o sobre los enfermos del mal de Alzheimer, Graser desembarca en La Fábrica con dos conjuntos de imágenes sobre otras zonas de decadencia ya franqueada: Coney Island y el tributo a Elvis Presley. La primera documenta a los visitantes del que fuera el primer parque de atracciones de EE.UU., protagonista en músicas e imágenes desde los años 20 del pasado siglo y emblema de la clase media americana. Ancianos culturistas o buscadores de metales, niños entusiastas, turistas japoneses, mujeres disfrazadas, basura, aburrimiento, norias oxidadas, muchedumbres de sol y playa, se dan cita en esta serie. Junto a ella, de modo complementario, puede contemplarse la dedicada a los homenajes a Elvis que tanto proliferan por aquellas tierras.

Barrigudos con los característicos trajes con brillos y capa y con tupés y anillos imposibles, incluso algún heredero infantil de la costumbre, adultos disfrazados que emulan al mito americano del siglo XX en su particular crepúsculo. Así pues, en la mirada de Graser vuelven a convivir la pasión y la admiración por el modo de vida.

Pero si algo tienen esas imágenes es el poder de trasladarnos a la luz que puede sentirse en esos lares. Podríamos estar hablando de jubilados en Lanzarote, pero a su vez reconocemos la estética americana en esas fotografías y cambiamos con ello la manera de acercarnos a sus vidas por el ideal que tenemos. Uno de sus últimos trabajos "Heaven in clouds" le llevó a China y en él vemos una intención por explorar otros formatos

de representación como pueden ser la instalación y el vídeo, así como sucede en otros proyectos como "Was einem Heimat war" donde se acerca a unos márgenes de comunicación fotográfica más conceptuales.

Su trabajo tiene quizá más de fotoperiodismo de calidad que de ambición creadora, pero sus imágenes, certeras, auténticas, plásticas en toda su extensión de luz y figura, exceden los límites chatos de la realidad espectacular, de esa realidad falsa (pero existente) que los medios de comunicación y nosotros

generamos. Se fija Graser en lo secundario, sin un afán particular por el detalle. O, lo que es lo mismo, es uno de esos fotógrafos más fascinados por el objeto que por la estampa instantánea que genera su fotografía. En este caso se enfrenta hipnotizado (por un brillo y una extrañeza no exentos de ecos de lo más obvio del mundo actual) a un lugar peculiar y paradigmático, Sun City, en Arizona.

Fruto de la habilidad y visión capitalista del empresario Del Webb, Sun City es una ciudad artificial creada (en exclusiva) para los jubilados y ancianos que, vitalistas, emigran en retirada hacia el calor, las piscinas, el orden inmóvil, lo campestre domesticado, las barbacoas y todas las actividades insérsicas posibles. En sus cajas de luz, se limita a sacar en ese mundo deprimente aunque no deprimido, kitsch pero tocado por un cuidado coqueto de la apariencia (de rostros, de hogares, de cuerpos, de gestos). •



ROBERT MAPPLETHORPE

MORFOLOGÍA E INTIMIDAD DE UNALENTE CURIOSA



Fotografías realizadas por Robert Mapplethorpe.

Pablemente uno de los artistas más icónicos e influyentes del siglo XX, Robert Mapplethorpe es el fotógrafo del cuerpo por excelencia. Nació en Nueva York en el entorno de una familia católica, de niño estuvo un tiempo siendo monaguillo. Su padre, estricto, quería que fuera publicista. Fan Andy Warhol, sus primeras producciones utilizaban la fotografía como recurso para crear obras mixtas con un marcado carácter conceptual y pop.

Mención aparte, su relación con Patti Smith a la que conoció cuando ambos “eran unos niños” en el Nueva York de los años sesenta, concretamente durante el verano del amor. Se encontraron y estuvieron sobreviviendo durante años en una pequeña habitación del hotel Chelsea. Allí coincidirían con personajes de la talla de Janis Joplin, Allen Ginsberg y muchos de los miembros de la Factory. Descubrió la fotografía con una pequeña Polaroid –“la inmediatez del proceso se adecuaba a su carácter”, reconocería Smith– a comienzos de los años 70.

Su obra, presente en los principales museos y centros de arte de todo el mundo, es indisoluble de la carnalidad y el blanco y negro. Lo primero, manifiesto a través de las referencias sexuales explíci-

tas y las alusiones a la homosexualidad y al sadomaso, y lo segundo, consecuencia de su sentido de la composición, la luz, las gradaciones... “Trabajaba sin reparos, revistiendo lo homosexual de grandeza, masculinidad y una nobleza envidiable. No pretendía hacer ningún alegato político ni ninguna declaración de su ideología sexual en progreso. Pretendía dignificar aspectos de la experiencia masculina, conferir misticismo a la homosexualidad”, apuntaría Patti Smith al respecto.

El escándalo acompañó siempre a las exposiciones de Mapplethorpe. Sobre todo en aquellas en las que se podían ver de forma explícita prácticas sadomasoquistas homosexuales. Con él, el desnudo masculino adquirió cuotas de belleza ausentes desde la Antigua Grecia. “Busco la perfección en la forma. Lo hago con los retratos, con las pollas, con las flores”, declararía. •



WHIPLASH: BOMBAS HUMANAS

Por Diego Cuevas

El primer medio minuto de Whiplash es una genialidad con los elementos al mínimo. Una pantalla en negro donde de repente se escucha un golpe de tambor, seguido de otro, y otro, y otro más. Unas baquetas que castigan la piel del instrumento de un modo que cada vez resulta más violento.

El título de la película entra en pantalla, se presenta y desaparece devolviendo toda nuestra atención al compás que se desata. El aguacero de golpes de batería se convierte en tempestad, en una ametralladora que ha inundado ese agujero negro que es la pantalla. Damien Chazelle en el libreto original detallaba en un par de líneas esta introducción: «Los golpes crecen tan rápido que comienzan a difuminarse entre ellos. Como en un tiroteo».

En las entrevistas este joven director y guionista (y músico frustrado, la historia nace de su experiencia como batería) se atreve a expandir esta idea al afirmar que su intención era crear una película con el alma de las historias bélicas y de gánsteres, pero con la diferencia de que en su obra las armas serían sustituidas por instrumentos musicales y el campo de batalla por escuelas de música y audiciones. Casi más sorprende que su planteamiento resulta la eficiencia de este director que aún no llega a la treintena: ha rodado Whiplash en menos de veinte días y el resultado es fascinante. No es la única cinta reciente que se introduce con la cadencia de una batería pero sí es la que tendría más razones para hacerlo. Porque Chazelle en esos treinta segundos nos acaba de adelantar lo que vamos a ver a continuación: un ritmo desbocado hasta el extremo, una maratón en la que nadie tiene la más mínima intención de pararse a coger aire, pero tampoco de soltarlo hasta que todo acabe.

Andrew Neiman (Miles Teller) es un joven que aspira a convertirse en un gran músico de jazz. Idolatra al legendario Buddy Rich y vive ensayando sin descanso para alcanzar la

perfección de esa leyenda. Su mundo más allá de la banqueta de la batería es miserable, camina mirando al suelo y no tiene amigos. Neiman tampoco encuentra apoyo en su entorno cercano: durante una cena familiar nadie es capaz de reconocer lo extraordinario de su empresa como artista, pero todos deciden celebrar los logros alcanzados por otras personas en algo tan banal, como es el ámbito deportivo.

Terrence Fletcher (J.K. Simmons) es un profesor de rasgos reptilianos con unos métodos salvajes destinados a demoler el espíritu de sus alumnos a través de la humillación extrema. Un ser tan maquiavélico que utiliza la presunta amabilidad de una charla privada en un pasillo para sonsacar información personal, mientras acorrala a propósito a su víctima con un brazo apoyado estratégicamente en la pared, solo para utilizar las revelaciones íntimas como cuchillo con el que posteriormente apuñalar al discípulo. Alguien que durante toda la película solo tiene una verdadera sonrisa sincera, una que además ocurre fuera de plano.

Whiplash no es una película sobre jazz. Si se proyecta ante un verdadero batería este la dinamitará sin compasión: los ensayos del aspirante carecen de talento, la interpretación musical no es extraordinaria si la acercamos a las mejores piezas del género, Andrew tras horas de práctica sangra por la mano equivocada (la derecha, un batería de jazz diestro debería de coleccionar callos en la izquierda) y atraviesa furioso con su puño uno de los tambores, la banda de jazz es un conjunto de seres individuales sin compenetración y la película se obsesiona con un ritmo estúpidamente desquiciado de beats por minuto pero no tanto por la música en sí. •

ANDREU BALIUS

ES AUTOR DEL LIBRO TYPE AT WORK: USOS DE LA TIPOGRAFÍA EN EL DISEÑO EDITORIAL, Y DE ARTÍCULOS PUBLICADOS EN LIBROS Y REVISTAS ESPECIALIZADAS NACIONALES E INTERNACIONALES.



¿De que “fuente” beben tus recursos tipográficos? ¿Algún diseño o diseñador que hayan marcado tu trabajo, tu disposición a diseñar tipografías?

Cuando me empezó a interesar la tipografía no tenía referentes. Así que mi primer contacto con la tipografía fueron los trabajos experimentales de las vanguardias históricas, el trabajo de los futuristas (Marinetti, Depero), los constructivistas (Rodchenko, El Lissitzki, Mayakovski) y los dadaístas (Schwitters). Justo terminé mis estudios cuando empezaron a aparecer los primeros ordenadores y, con ellos, los primeros software de diseño de fuentes digitales. Utilicé Fontographer 1.0 para realizar mis primeras fuentes. En aquellos momentos, mis referentes en tipografía eran Zuzanna Licko (Emigre), pionera en el diseño de tipografías digitales, y Erik Spiekermann (FontFont). Más adelante, Matthew Carter y Gerard Unger se convirtieron en mis referentes principales. No he dejado de admirar su trabajo y continúan siendo para mí una referencia. Así, en un primer momento mis trabajos en diseño de tipografía buscan en la experimentación y la expresividad una manera de explorar las posibilidades del ordenador. Y por ello, los movimientos de la vanguardia y sus ideas fueron mis primeros referentes.

Hay que pasar por Reading o La Haya para crear buenas tipografías?

Yo no he pasado ni por uno ni por el otro. He aprendido por mi cuenta. En 1989, cuando empecé a dibujar mis primeras tipografías, no tenía conocimiento de ninguna escuela que estuviera ofertando programas en diseño de tipografía. Ni siquiera cursos o seminarios en diseño de tipografía. Tuve que empezar desde cero, aprendiendo solo y por mi cuenta. Algo bastante aburrido pero que también tuvo sus ventajas.

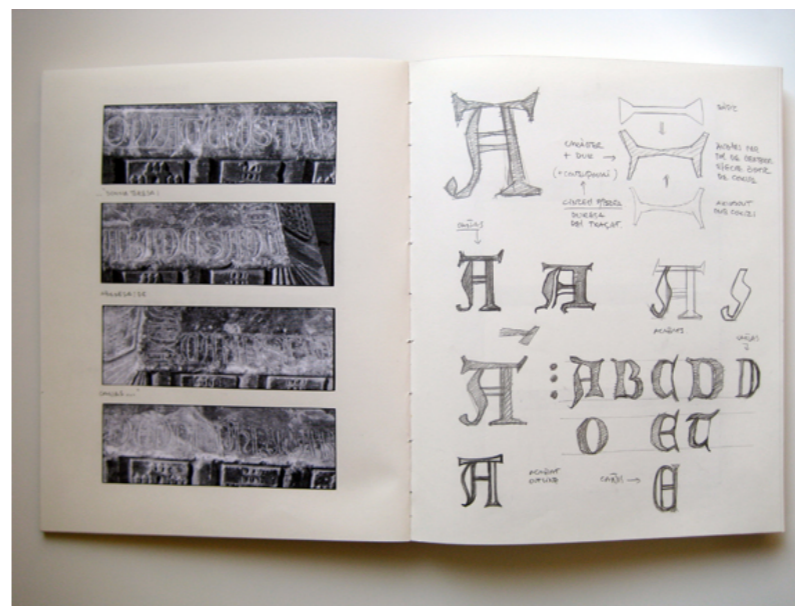
¿Existe una clara diferencia entre diseñar unos glifos y entre convertirlos en fuente digital? ¿Dónde crees que te encuentras tú, más cerca del diseño de formas o de la programación?

Dibujar letras —o diseñar glifos— no tiene nada que ver con diseñar alfabetos. Aunque para crear alfabetos antes hay que dibujar letras. Se trata de maneras diferentes de enfocar el diseño tipográfico. El alfabeto es un «código». Hay que diseñar estos signos supeditándolos a un sistema. Sólo de esta manera conseguiremos un resultado óptimo en la creación de una fuente digital. No podemos pensar en las letras como elementos aislados. Dibujar alfabetos y generar fuentes digitales son partes de un mismo proceso.

Se requiere iguales dosis de creatividad, paciencia y conocimientos técnicos. Programar una fuente para que funcione correctamente no es más que una parte del proceso. En verdad, hay mucho de «artesanía» en el diseño y producción de fuentes digitales.

La historia de la tipografía y el contexto cultural ¿son parte importante de tus diseño ¿Hasta donde llegan?

La historia de la tipografía forma parte de nuestra tradición. Es parte de la cultura tipográfica y necesaria para entender mejor nuestro trabajo. La tipografía forma parte del contexto cultural en el cual habitamos. La tradición no solo forma parte de mi trabajo sino que no podemos desprendernos de ello. Forma parte intrínseca de cualquier proceso. No partimos de la nada. La tradición es un recorrido que acumula conocimiento, experiencia y oficio tomar decisiones en base a mis objetivos. No me interesan las “reconstrucciones arqueológicas” o digitalizaciones de material antiguo. No tienen ningún sentido para mí. •



Proceso e imágenes de algunas de las tipografías diseñadas por Andreu Balius.

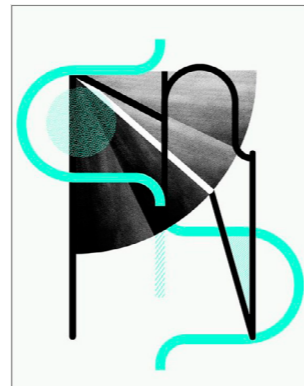


PRODUCTO, POSTER, GRÁFICA, ESPACIOS...

LA TIPOGRAFÍA COMO EXCUSA

UN RECOMPILATORIO DE LOS MEJORES DISEÑOS
INTERNACIONALES EN LOS QUE LA TIPOGRAFÍA
JUEGA UN PAPEL ESENCIAL.





Posters diseñados por sara wesermann, my name is wendy, feixen, arianne spanier, superscript, chris ballasiotes...



Posters diseñados por sara wesermann, my name is wendy, feixen, arianne spanier, superscript, chris ballasiotes...



POSTER

SARA WESERMANN, MY NAME IS WENDY, FEIXEN, ARIANNE SPANIER, SUPERSCRIP, CHRIS BALLASIOTES...

Conocí a Dean poco después de que mi mujer y yo nos separásemos. Acababa de pasar una grave enfermedad de la que no me molestaré en hablar, exceptuado que tenía algo que ver con la casi insoportable separación y con mi sensación de que todo había muerto. Con la aparición de Dean Moriarty empezó la parte de mi vida que podría llamarse mi vida en la carretera. Antes de eso había fantaseado con cierta frecuencia en ir al Oeste para ver el país, siempre planeándolo vagamente y sin llevarlo a cabo nunca. Dean es el tipo perfecto para la carretera porque

de hecho había nacido en la carretera, cuando sus padres pasaban por Salt Lake City, camino de Los Angeles.

Las primeras noticias tuyas me llegaron a través de Chad, que me enseñó unas cuantas cartas que Dean había escrito desde un reformatorio de Nuevo México. Las cartas me interesaron tremendamente porque en ellas, y de modo ingenuo y simpático, le pedía a Chad que le enseñara todo lo posible sobre Nietzsche y las demás cosas maravillosamente intelectuales que Chad sabía. En cierta ocasión Carlo y yo hablamos de las cartas y nos preguntamos si llegaríamos a cono-

cer alguna vez al extraño Dean Moriarty. Todo esto era hace muchísimo, cuando Dean no era del modo en que es hoy, cuando era un joven taleguero nimbado de misterio.

Luego, llegaron noticias de que Dean había salido del reformatorio y se dirigía a Nueva York por primera vez; también se decía que se acababa de casar con una chica llamada Marylou. Un día andaba por el campus y Chad y Tim Gray me dijeron que Dean estaba en una habitación al Este de Harlem español. Había llegado la noche antes, era la primera vez que venía a Nueva York, con su

guapa y menuda Marylou; se apearon del autobús Greyhound en la calle Cincuenta y doblaron la esquina buscando un sitio donde comer y se encontraron con la cafetería de Héctor.

Fui a su cuchitril y Dean salió a abrirnos en calzoncillos. Marylou estaba sentada en la cama; Dean había despedido al ocupante del apartamento a la cocina, probablemente a hacer café, mientras él se había dedicado a sus asuntos amorosos, pues el sexo era para él la única cosa sagrada e importante de la vida, aunque tenía que sudar y maldecir para ganarse la vida y todo lo demás.

Se notaba eso en el modo en que movía la cabeza, siempre con la mirada baja, como un joven boxeador recibiendo instrucciones, para que uno creyera que escuchaba cada una de las palabras, soltando miles de «Síes» y «De acuerdos.»

Mi primera impresión de Dean fue la de un Gene Autry joven -buen tipo, escurrido de caderas, ojos azules, acento de Oklahoma-, un héroe con grandes patillas del nevado Oeste. De hecho había estado trabajando en un rancho, el de Ed Wall en Colorado, justo antes de casarse con Marylou y venir al Este. Marylou era una rubia bastante guapa con muchos

rizos parecidos a un mar de oro; estaba sentada allí, en el borde de la cama con las manos colgando en el regazo y los grandes ojos campesinos azules abiertos de par en par, porque estaba en una maldita habitación gris de Nueva York de aquellas de las que había oído hablar en el Oeste y esperaba como una de las mujeres surrealistas delgadas y alargadas de Modigliani en un sitio muy serio.

Imágenes diseñadas por Ariane Spanier, Atelier tout va bien, Serial cut, Lava studio, This is pacifica, Javier Jaén...



Imágenes diseñadas por Ariane Spanier, Atelier tout va bien, Serial cut, Lava studio, This is pacifica, Javier Jaén...

GRÁFICA

ARIANE SPANIER, ATELIER TOUT VA BIEN, SERIAL CUT, LAVA STUDIO, THIS IS PACIFICA, JAVIER JAÉN...

Es absolutamente preciso que ahora pospongamos todas aquellas cosas referentes a nuestros asuntos amorosos personales y empecemos a hacer inmediatamente planes específicos de trabajo... —y así seguía del modo en que era aquellos primeros días. Fui a su cuchitril, y Dean salió a abrirnos en calzoncillos.

Marylou estaba sentada en la cama; Dean había despachado al ocupante del apartamento a la cocina, probablemente a hacer café, mientras él se había dedicado a sus asuntos amorosos, pues el sexo era para él la única cosa

sagrada e importante de la vida aunque tenía que sudar y maldecir para ganarse la vida y todo lo demás. Se notaba eso en el modo en que movía la cabeza, siempre con la mirada baja, asintiendo, como un joven boxeador recibiendo instrucciones, para que uno creyera que escuchaba cada una de las palabras, soltando miles de «Síes» y «De acuerdos.»

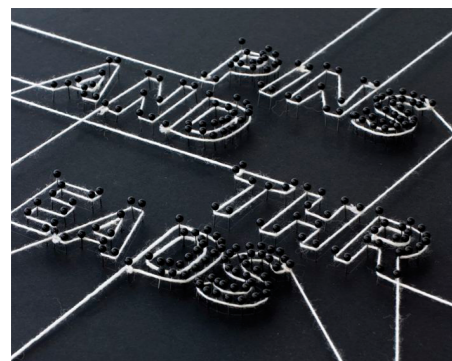
Mi primera impresión de Dean fue la de un Gene Autry joven -buen tipo, escurrido de caderas, ojos azules, auténtico acento de Oklahoma-, un héroe con grandes patillas del nevado Oeste, De hecho, había estado trabajando en

un rancho, el de Ed Wall, justo antes de casarse con Marylou y venir al Este.

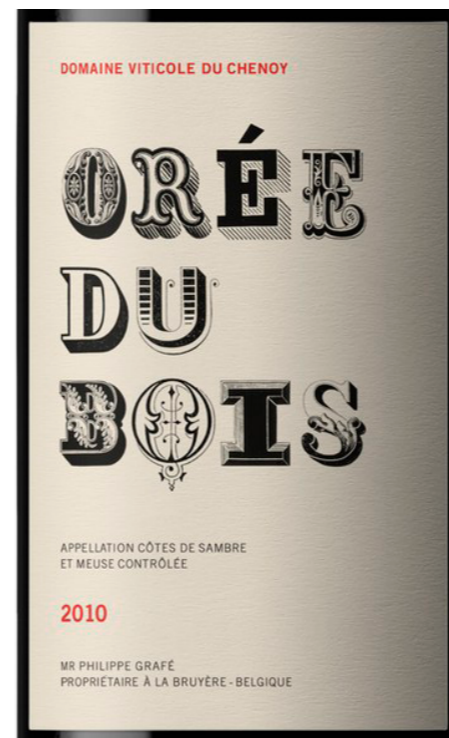
Marylou era una rubia bastante guapa con muchos rizos parecidos a un mar de oro; estaba sentada allí, en el borde de la cama con las manos colgando en el regazo y los grandes ojos campesinos azules abiertos de par en par, porque estaba en una maldita habitación gris de Nueva York de aquellas de las que había oído hablar en el Oeste y esperaba como una de las mujeres surrealistas delgadas y alargadas de Modigliani en un sitio muy serio. Pero, aparte de ser una chica físicamente agradable y menuda, era

completamente idiota y capaz de hacer cosas horribles.

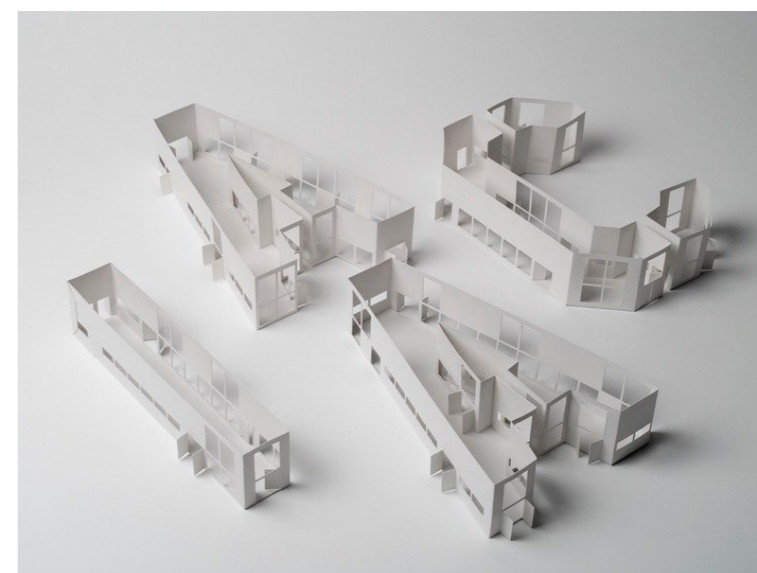
Esa misma noche todos bebimos cerveza, echamos pulsos y hablamos hasta el amanecer, y por la mañana, mientras seguíamos sentados tontamente fumándonos las colillas de los ceniceros a la luz grisácea de un día sombrío, Dean se levantó nervioso, se paseó pensando, y decidió que lo que había que hacer era que Marylou preparara el desayuno y barriera el suelo.



Imágenes diseñadas por Superb, Ariane Spanier, Serial cut, Feixen, This is Pacifica, Lava studio



Imágenes diseñadas por Superb, Ariane Spanier, Serial cut, Feixen, This is Pacifica, Lava studio



PRODUCTO

SUPERB, ARIANE SPANIER, SERIAL CUT, FEIXEN, THIS IS PACIFICA, LAVA STUDIO

Fuimos a Nueva York —olvidé lo que pasó, excepto que eran dos chicas de color— pero las chicas no estaban; se suponía que íbamos a encontrarnos con ellas para cenar y no aparecieron. Fuimos hasta el aparcamiento donde Dean tenía unas cuantas cosas que hacer —cambiarse de ropa en un cobertizo trasero y peinarse un poco ante un espejo roto, y cosas así— y a continuación nos las piramos. Y ésa fue la noche en que Dean conoció a Carlo Marx. Y cuando Dean conoció a Carlo Marx pasó algo tremendo. Eran dos mentes agudas y se adaptaron el uno al

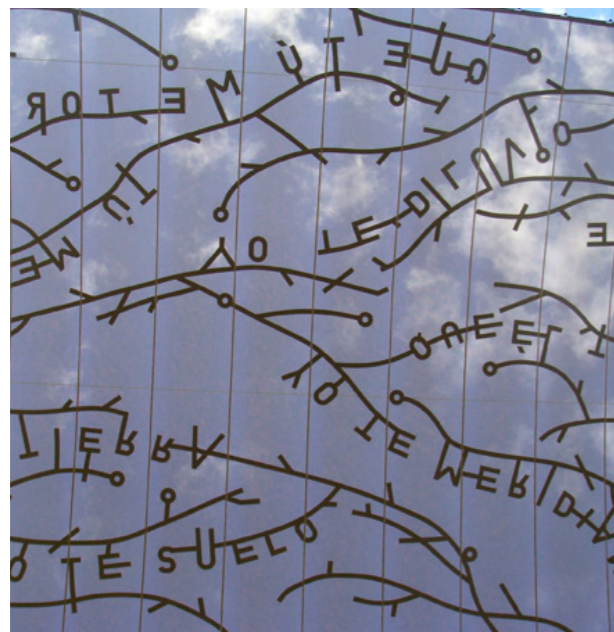
otro como el guante a la mano. Dos ojos penetrantes se miraron en dos ojos penetrantes: el tipo santo de mente resplandeciente, y el tipo melancólico y poético de mente sombría que es Carlo Marx.

Desde ese momento vi muy poco a Dean, y me molestó un poco, además. Sus energías se habían encontrado; comparado con ellos yo era un retrasado mental, no conseguía seguirles. Todo el loco torbellino de todo lo que iba a pasar empezó entonces; aquel torbellino que mezclaría a todos mis amigos y a todo lo que me quedaba de familia en una gran nube de polvo sobre la Noche Americana.

Carlo le habló del viejo Bull Lee, de Elmer Hassel de Jane: Lee estaba en Texas cultivando yerba, Hassel, en la cárcel de isla de Riker, Jane perdida por Times Square en una alucinación de benzedrina, con su hijita en los brazos y terminando en Bellevue. Y Dean le habló a Carlo de gente desconocida del Oeste como Tommy Snark, el tiburón de pata de palo de los billares, tahúr y maricón sagrado. Le habló de Roy Johnson, del gran Ed Dunkel, de sus troncos de la niñez, sus amigos de la calle, de sus innumerables chicas y de las orgías, de sus películas pornográficas, de sus héroes, heroínas y aventuras. Corrían calle abajo

juntos, entendiéndolo todo del modo en que lo hacían aquellos primeros días.

Pero entonces bailaban por las calles como peonzas enloquecidas, y yo vacilaba tras ellos como he estado haciendo toda mi vida mientras sigo a la gente que me interesa, porque la única gente que me interesa es la que está loca, la gente que está loca por vivir, loca por hablar, loca por salvarse, con ganas de todo al mismo tiempo, la gente que nunca bosteza ni habla de lugares comunes, sino que arde, arde como fabulosos cohetes amarillos explotando igual que arañas entre las estrellas.



Imágenes diseñadas por Boa Mistura, Serial cut, Atelier tout va bien, Feixen, This is Pacífica, Lava studio



Imágenes diseñadas por Boa Mistura, Serial cut, Atelier tout va bien, Feixen, This is Pacífica, Lava studio

ESPACIOS

BOA MISTURA, ATELIER TOUT VA BIEN, SERIAL CUT, LAVA STUDIO, THIS IS PACIFICA...

Dean ya se había marchado. Carlo y yo le despedimos en la estación de los Greyhound de la calle 34. En la parte de arriba había un sitio donde te hacían fotos por 25 centavos. Carlo se quitó las gafas y tenía un aspecto siniestro. Dean se hizo una foto de perfil y miró tímidamente a su alrededor. Yo me hice una foto de frente y salí con pinta de italiano de treinta años dispuesto a matar al que se atreviera a decir algo de mi madre. Carlo y Dean cortaron esta fotografía por la mitad y se guardaron una mitad cada uno en la cartera. Dean llevaba un

auténtico traje de hombre de negocios del Oeste para su viaje de regreso a Denver; había terminado su primer salto hasta Nueva York. Digo salto, pero había trabajado como una mula en los aparcamientos. El empleado de aparcamiento más fantástico del mundo; es capaz de ir marcha atrás en un coche a sesenta kilómetros por hora siguiendo un paso muy estrecho y pararse junto a la pared, saltar, correr entre los parachoques, saltar dentro de otro coche, girar a ochenta kilómetros por hora en un espacio muy pequeño, llevarlo marcha atrás hasta dejarlo en un lugar pequeñísimo, cerrar el coche que

vibra todo entero mientras él salta. Entonces vuela a la taquilla de los tickets, esprintando como un velocista por su calle, coger otro ticket, saltar dentro de otro coche que acaba de llegar antes de que su propietario se haya apeado del todo, seguir a toda velocidad con la puerta abierta, y lanzarse al sitio libre más cercano, girar, acelerar, entrar, frenar, salir; trabajando así sin pausa ocho horas cada noche, en las horas punta y a la salida de los teatros, con unos grasientos pantalones de borrachuzo y una chaqueta deshilachada y unos viejos zapatos. Ahora lleva un traje nuevo a causa de su regre-

so; azul con rayas, chaleco y todo —once dólares en la Tercera Avenida—, con reloj de bolsillo y cadena, y una máquina de escribir portátil con la que va a empezar a escribir en una pensión de Denver en cuanto encuentre trabajo. Hubo una comida de despedida con salchichas y judías en un Riker de la Séptima Avenida, y después Dean subió a un autobús que decía Chicago y se perdió en la noche. Allí se iba nuestro amigo pendenciero. Me prometí seguirle en cuanto la primavera floreciese de verdad y abriera el país. Y así fue como realmente se inició toda mi experiencia en

la carretera, y las cosas que pasaron son demasiado fantásticas para no contarlas. Sí, y no se trataba sólo de que yo fuera escritor y necesitara nuevas experiencias por lo que quería conocer a Dean más a fondo, ni de que mi vida alrededor del campus de la universidad hubiera llegado al final de su ciclo y estaba embotada, sino de que, me recordaba algo a un hermano perdido hace tiempo; la visión de su anguloso rostro sufriendo con las largas patillas y el estirado cuello musculoso me recordaba mi niñez en los descampados y charcas y orillas del río de Paterson y el Passaic.

La sucia ropa de trabajo le sentaba tan bien, que uno pensaba que algo así no se podía adquirir en el mejor sastre a medida, sino en el Sastre Natural de la Alegría Natural, como la que Dean tenía en pleno esfuerzo. Y en su animado modo de hablar yo volvía a oír las voces de viejos compañeros y hermanos debajo del puente, entre las motocicletas, junto a la ropa tendida del vecindario y los adormilados porches donde por la tarde los chicos tocaban la guitarra mientras sus hermanos mayores trabajaban en el aserradero. •

LA SILLA CANTILEVER

EL DISEÑO DE MART STAM INFLUENCIÓ A OTROS DISEÑADORES DE LA BAUHAUS, COMO MARCEL BREUER Y MIES VAN DER ROHE

La silla proyectada por Mart Stam se presentó por primera vez en 1926, empleando al principio un tubo tieso fundido en caliente muy similar a lo usado para la cañería del gas. Esta silla es la primera silla oscilante en la historia del mueble, se usó por primera vez en

1927 en la urbanización Weißenhof de Stuttgart. A partir de 1925 Mart Stam empezó a experimentar con tuberías de gas que unía con bridas, lo que le sirvió de base para desarrollar el principio de las sillas en voladizo que ya no reposaban sobre

cuatro patas. La autoría del proyecto es controvertida, de hecho este modelo es muy parecido a la idea en la cual se basa la silla Ceska de Breuer.

La corte alemana, después de una causa legal que duró siete años, dió la razón a Stam. La forma de la estructura

de la silla y su técnica de producción se convirtieron, en los años treinta, en un fundamental en el mobiliario común, su diseño influyó incluso a otros diseñadores de la Bauhaus como Van der Rohe, Eileen Gray y Marcel Breuer.

Después de la I Guerra Mundial, los diseñadores aprovecharon los nuevos materiales sintéticos y técnicas de producción. Experimentando con tubo de acero, consiguieron la primera silla "en voladizo", "Cantilever" en inglés. Esta configuración de silla en tubo de acero no tiene las dos patas traseras, aguanta en las anteriores y en su prolongación horizontal. En 1927 Mies van der Rohe patentó también un modelo de esta silla. Otro diseñador de este modelo de silla fue el húngaro Marcel Breuer, que experimentó con nuevos diseños con tubos de acero. Sigue siendo un ejemplo importante del diseño del siglo XX. •

Fue creada con la idea de "sentarse sobre el aire"
Diseñada sin las dos patas traseras, aguanta el peso en las anteriores y su extensión horizontal.





PETER SAVILLE

AGENT PROVOCATEUR

POR PATRICIO POZO

No necesita presentación, es uno de los diseñadores más influyentes de nuestro tiempo. Nacido en Manchester en 1955, estudió diseño gráfico en Manchester School of Art, y en 1979, un año después de graduarse, cofundó el legendario sello discográfico independiente Factory Records, junto al fallecido Tony Wilson, donde creó algunas de las portadas más icónicas de la segunda mitad del siglo XX, para bandas como Joy Division y New Order, entre otras. Posteriormente, obras seminales para artistas como Roxy Music, Peter Gabriel, Wham!, Suede y Pulp.

Patricio Pozo: Para comenzar, quisiera preguntarte acerca del trabajo y relación que has desarrollado el último tiempo en el campo de las artes plásticas. ¿Qué podrías contarnos acerca de este desplazamiento desde el diseño de comunicaciones hacia las artes plásticas?

Peter Saville: Bueno, puedo tratar de explicarlo. Me he encontrado a mí mismo en una profesión que no trata realmente sobre la autoexpresión. Creo que aquí se puede hacer una distinción interesante. Un buen ejemplo es esta semana, que estamos compartiendo, en esta bienal de diseño donde se reúnen muchas de las artes aplicadas, de tal manera que se presentan diseñadores de muebles, de productos y también de comunicaciones. Ahora bien, existe una notable diferencia entre el diseño de productos comunicaciones no tienen idea de lo que es esto realmente. Quiero decir que ahora veo el diseño gráfico como un punto de entrada para las artes visuales.

P. P. ¿Un nivel de entrada para las artes visuales?

P. S. Claro, a la mayoría de las personas a quienes les atraen las artes gráficas simplemente les gusta la apariencia de éstas. Ellos no están realmente interesados en construir estrategias de marca para una compañía de telecomunicaciones como

Orange. Para ellos es un punto de entrada a la cultura visual. De hecho, yo entré a la cultura visual desde ese nivel. Ahora, la mayoría de los diseñadores gráficos conocen el "mundo real" cuando abandonan la universidad y obtienen un empleo formal. Y resulta ser un gran shock para ellos el darse cuenta de que el trabajo no se trata de ellos, no se trata de autoexpresión. Se trata, verdaderamente, de encontrar maneras para articular inteligentemente el mensaje de alguien más. Y pasa muy seguido que son mensajes por los que no sientes nada en particular.

MANCHESTER A FINES DEL SIGLO XX: LOS AÑOS DE FACTORY

P. P. Pero ésta no fue tu entrada como diseñador al mundo real. Más bien fue lo contrario; crear el lenguaje visual de la incipiente Factory Records.

P. S. Yo fui muy afortunado por todo lo que pasó con la música en 1976 en Gran Bretaña. Malcolm y yo nos graduamos justo en el momento inmediato después de la explosión del movimiento punk y esto lo entendimos como un cul-de-sac (callejón sin salida) en el universo de la cultura popular.

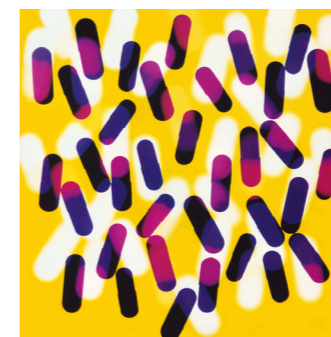
P. P. ¿De qué manera la cultura punk estableció un nuevo orden cultural?

P. S. El punk era, de algún modo, la primera rebelión en años dentro de la cultura popular. El rock'n'roll fue una rebelión en los años 50 contra las costumbres conservadoras y el comienzo de lo que hoy conocemos como "cultura juvenil". Y, de alguna manera, el punk en 1976 fue la rebelión popular contra el establishment político de Europa. Y por un tiempo —alrededor de un año— surgió una oportunidad de entrada para la gente joven con nuevas ideas. La puerta de entrada al avant-garde de la cultura pop se abrió y nosotros nos colamos por ella.

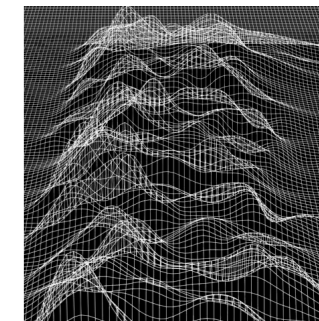
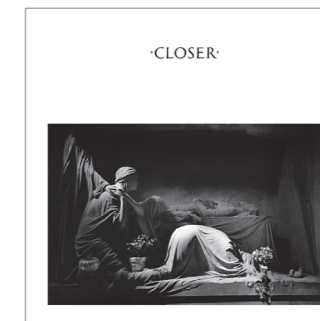
P. P. ¿Y por qué se abre esta oportunidad?

P. S. Porque por un año, el establishment cultural —ese gran acuerdo comercial entre la industria, las compañías discográficas, los artistas de grandes ventas— fue tomado completamente por asalto por el punk. Aquéllos no supieron leer el nuevo estilo, perdieron el oído y credibi-

"EL PUNK EN 1976 FUE LA REBELIÓN POPULAR CONTRA EL ESTABLISHMENT POLÍTICO DE EUROPA. SURGIÓ UNA OPORTUNIDAD DE ENTRADA PARA LA GENTE JOVEN CON NUEVAS IDEAS"



Portadas de álbums de Joy Division y New Order.



lidad de los jóvenes a quienes se supone estaba dirigido su producto. Si a los adolescentes de quince años les pones a Rick Wakeman o a Pink Floyd, verás que no les interesa. Durante doce meses, el establishment estaba como “No entiendo nada, ¿qué es lo que sucede?” En ese momento fue cuando nuevas bandas, nuevos productores, nuevos escritores, nuevos fotógrafos, nuevos diseñadores y nuevos artistas aparecieron. Y entonces, ellos gradualmente crearon un nuevo modelo y la puerta se cerró nuevamente. Malcolm y yo nos graduamos en 1978 en esa oportunidad que para nosotros era realmente única. Nosotros no éramos más genios que el resto, pero estábamos en el lugar correcto y en el momento adecuado.

P. P. ¿Qué características tenía tu trabajo en Factory Records?

P. S. Dado que me involucré en un sello discográfico independiente, mi trabajo no tenía nada que ver con el trabajo esperado para una industria tradicional. Consistió más bien en un espacio de libre expresión autónomo, que existió por alrededor de una década, completamente fuera de la disciplina tradicional del diseño de comunicaciones. Era como un taller de libre expresión.

P. P. Lo describes más como el trabajo de un artista que el de un diseñador...

P. S. Exactamente. Trabajar como artista. Mi práctica fue artística porque nadie me dijo lo que quería. Nadie me dio una tarea y ciertamente nadie tenía idea de lo que estaba haciendo: los grupos musicales no sabían lo que estaban haciendo, los socios de Factory tampoco. Nadie pensaba que sabía más que el resto. Fue una oportunidad para que todos hicieran lo que querían hacer. Tony Wilson, fundador de Factory, sintió esta necesidad de tener una especie de comunidad del pop, y así la creó, y yo tuve la posibilidad de hacer las tapas y empaques de discos que yo quería para esta comunidad. En este negocio, cuando trabajabas con bandas de música, alguien del grupo está a cargo. Uno diseña para Roxy Music y sabe que el cliente es Bryan Ferry; uno hace una

carátula para Pulp y es para Jarvis Cocker; uno hace una carátula para Peter Gabriel y es para el propio Peter. Pero la situación que tuve con Joy Division y New Order... las cosas simplemente ocurrían.

P. P. Estos son grandes ejemplos de la influencia de tu trabajo en la cultura contemporánea, los diseños para Joy Division y New Order.

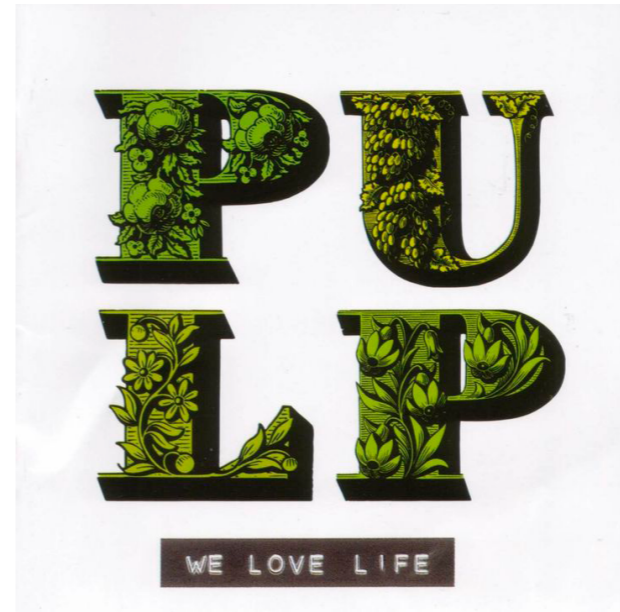
¿Puedes contarnos un poco más sobre el proceso detrás de todo esto?

P. S. Eventualmente, con New Order, nadie estaba a cargo. No había líder, no había acuerdo alguno entre ellos, de tal manera que las reuniones no tenían ningún sentido (Risas). En un grupo pop siempre hay una jerarquía. Siempre hay alguien que funciona como el control interno y uno no puede no saber quién está a cargo. Y si eres un director de arte, es tu obligación saber quién es tu contraparte. Con New Order pasaba que nadie estaba a cargo. Entre ellos estaban siempre en desacuerdo con respecto a todo, simplemente porque les divertía que fuese así. No tenía sentido acordar reuniones de trabajo. Finalmente quedamos en que ellos se encargarían de la música y yo de la imagen y ambos trabajos se unirían al final.

P. P. ¿Esto significa que no veían el producto hasta casi el momento de publicarse? Es curioso lo que cuentas, ya que diseños que hiciste para ellos tan reconocidos como “Power Corruption & Lies” o “Blue Monday” comunican todo lo contrario; una síntesis conceptual rigurosa entre forma y contenido.

P. S. ¡Y así y todo tampoco les gustaba! Generalmente no les gustaba la apariencia de las carátulas. Era como si dijeran: “¿A quién le interesa esto, si realmente no tiene ninguna importancia?”. Era básicamente eso. Entonces mi trabajo en Factory era más bien una práctica artística en donde yo tenía la posibilidad de hacer los diseños y utilizar los materiales visuales que a mí me interesaban.

“LA MAYORÍA DE LOS DISEÑADORES CONOCEN EL “MUNDO REAL” AL ABANDONAR LA UNIVERSIDAD. NO SE TRATA DE AUTOEXPRESIÓN, SI NO DE ENCONTRAR MANERAS PARA ARTICULAR UN MENSAJE. MENSAJES POR LOS QUE NO SIENTES NADA EN PARTICULAR”



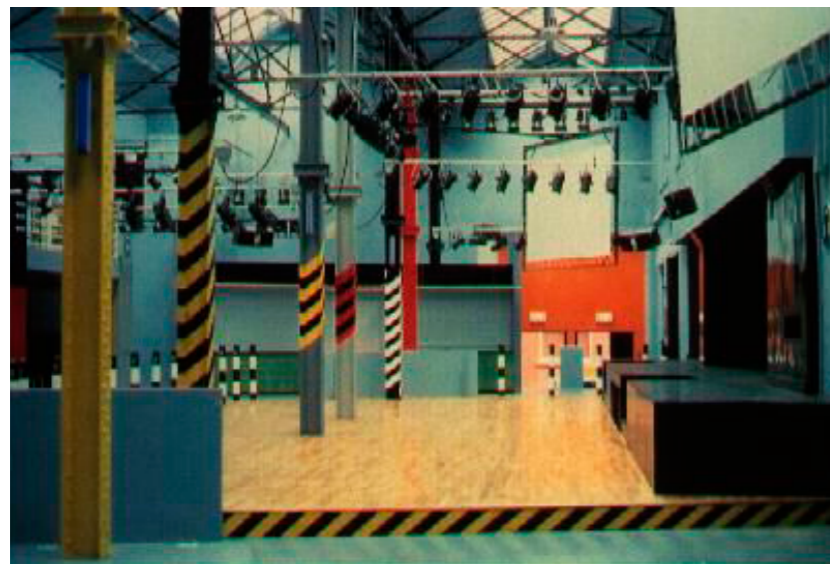
Portadas de Pulp, 'We love life' y recopilatorio del mismo grupo.



Portadas de Pulp, Santigold, New Order,



Carteles promocionales de 'La Hacienda', la famosa sala de Factory Records.



Fotografía original de la sala 'The Hacienda'

MI TRABAJO EN FACTORY ERA MÁS BIEN UNA PRÁCTICA ARTÍSTICA EN DONDE YO TENÍA LA POSIBILIDAD DE HACER LOS DISEÑOS Y UTILIZAR LOS MATERIALES VISUALES QUE A MÍ ME INTERESABAN.

P. P. Tus diseños para Factory se caracterizan por utilizar conceptos visuales complejos, tales como citas y apropiación de distintos géneros y movimientos históricos del arte y del diseño, uso de materiales gráficos como lenguaje narrativo, desplazamiento de la función tipográfica, etc... ¿Cómo fue aceptado tu trabajo?

P. S. Me parece que a través de la asociación directa con la música, el público aceptaba el trabajo. Si tomas mis diseños, los pones en una postal y se los envías por correo a la gente, tal vez al 1% le guste. Pero cuando este mismo diseño les llega en el formato de grabaciones de Joy Division o New Order, entonces a la gente comienza a gustarle. Por lo tanto, fue a través de esta asociación que se aceptaron estas ideas. Había un gran público al cual llegar. De cierta manera, la principal diferencia entre una producción para la gran masa y una producción para las bellas artes es que, en vez de dirigiendo a 100 personas, yo me estaba dirigiendo a 100.000. Era un público que tenía 18 o 19 años de edad, en etapa de formación, de aceptar nuevas formas e ideas. Y esta nueva asociación entre música e imagen les encantaba.

P. P. Lo que es bastante influyente, la hicieron propia.

P. S. Sí, fue muy influyente. La verdad es que en el momento mismo uno no piensa sobre ello, simplemente lo hace. Y aquí me ves ahora, a mis 50 años, mirando 20 o 25 años atrás hacia lo que hice, y ahora sí puedo verlo con claridad; pero si volviéramos a 1980, estoy seguro de que no podría. Y de esta manera tuve la oportunidad de hacer lo que yo quería hacer a través del diseño de comunicaciones. Ocasionalmente, tuve otras oportunidades similares —como con el diseñador

de moda japonés Yohji Yamamoto— de tener la libertad de hacer nuevamente lo que quería. Pero cualquiera que sepa algo acerca de la profesión de las comunicaciones tiene claro que los clientes no te dicen "Haz lo que quieras".

P. P. De ninguna manera.

P. S. Nunca te dicen eso. Y entonces, cuando creces, cuando ya cumplí 35 años y tuve que madurar, uno naturalmente comienza a desvincularse del tema de la música. Y mi destino fue unirme al estudio de diseño multinacional Pentagram. Me habían invitado a ser socio, así que durante dos años me uní al grupo de los diseñadores maduros.

P. P. ¿Eras el más joven del grupo de Pentagram?

P. S. Sí, me hicieron socio pero definitivamente era el más joven. Yo tenía 35 y ellos por lo menos tenían 55.

P. P. ¿Qué crees que esperaban de ti? ¿Por qué crees que te contrataron?

P. S. Creo que fue un gran malentendido. (Risas). Ellos deben haber pensado que yo era una especie de perdedor que debía enmendar mi rumbo y volver a la iglesia. Unirme a la verdadera iglesia de la gráfica de los 60. En cambio yo pensaba que ellos querían cambiar la iglesia. Yo pensé que ellos me habían invitado porque se dieron cuenta de que estaban pasados de moda, que tenían que darles cabida a las nuevas generaciones, pero ellos pensaban que yo me estaba apartando de mi modo de ver las cosas. Finalmente, como no les estaba haciendo ganar suficiente dinero, estuve con ellos por dos años.

P. P. ¿Qué aprendiste de esa experiencia?

P. S. Aprendí un montón porque nunca había trabajado para alguien y, entonces, por dos años tuve socios en Londres, Nueva York y San Francisco. Tuve 12 compañeros que eran de los diseñadores más experimentados en el mundo. Entonces aprendí mucho. Después de Pentagram, pude comenzar a hacer verdaderamente el trabajo que corresponde a un diseñador de comunicaciones,

de un asesor comunicacional. Finalmente aprendí cómo hacerlo para poder ganarme la vida. Pero al mismo tiempo que aprendí a hacerlo —y cuando ya era suficientemente maduro para hacerlo, ya que a los ejecutivos les gusta tratar con alguien que sea igual de maduro—, me di cuenta de que no era realmente el trabajo que quería hacer. No era lo que quería al principio. Yo quería tener la posibilidad de expresar lo que sentía. Yo quería tener libertad de expresión. Y todo aquel que es un profesional del área de diseño comunicacional sabe que esta profesión no se trata de la libertad de expresión.

DISEÑO Y ARTE CONTEMPORÁNEO

P. P. Volvemos al principio, el diseño como un punto de entrada para las artes visuales.

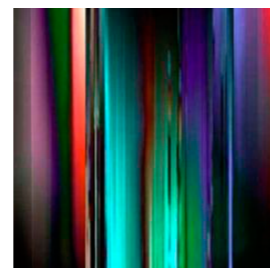
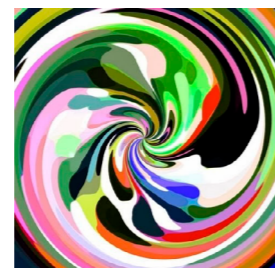
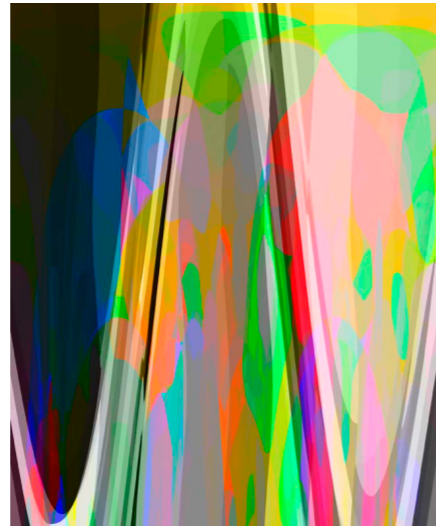
P. S. Debía lograr encontrar la manera de ingresar al mundo del arte. Pero el mundo del arte de los adultos, no el mundo del arte "de los niños". Pero esto es increíblemente difícil.

P. P. ¿Por qué es tan difícil?

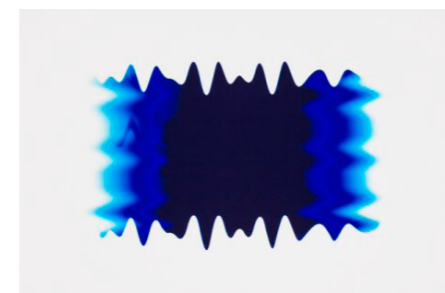
P. S. Porque en el mundo del arte uno conoce gente muy inteligente —mucho más inteligente que en las artes aplicadas— y es algo así como la diferencia entre la primaria y un doctorado. Hay un montón de cosas tontas en el mundo del arte, pero si quieres hacer algo respetable, debe ser de un nivel muy, muy alto y cada día te das cuenta de que realmente no sabes nada. La mayoría no sobrevive a ello. Yo no tuve una educación en las bellas artes, esos 3 o 4 años de formación, por lo que tuve que hacer mi propio curso de bellas artes. Anna Blessmann, mi novia, que es una artista de Berlín, fue quien finalmente me ayudó. Pero el mejor momento para comenzar es cuando te das cuenta de que no sabes nada.

P. P. Pero de algún modo, comenzaste a exhibir tu trabajo en el contexto del arte contemporáneo, mostrando tus obras en la galería de Paul Stolper.

P. S. Uno comete errores. Lo peor es... bueno, sí, Paul me pidió que hiciera



"Waste paintings", obras de la exposición mencionada en la entrevista



"Unknown Pleasure", escultura de la exposición citada en la entrevista

algo y yo pensé "¡Fantástico!", pero sólo cometí errores. Lo peor es tener oportunidades que uno no se merece.

P. P. Me parece que estás siendo severo, considerando las muchas veces que tu trabajo como diseñador ha servido de puente con el arte contemporáneo.

P. S. La mayoría de las cosas que hice en el contexto de diseño las vemos ahora en el contexto del arte contemporáneo. Hay una generación de artistas que creció con mis diseños de discos y cuya referencia soy yo mismo. Pero cuando quise interrumpir eso, ya era un poco tarde.

P. P. Ellos crecieron con tu obra.

P. S. Ellos crecieron dentro del marco de mi obra, por lo que hay algunas referencias a ello, por ejemplo, en el nuevo formalismo, el uso del lenguaje, la apropiación de imágenes. Un montón de cosas que yo comencé de un modo más principiante, los artistas las han realizado de una manera más seria. Hay un montón de cosas que pude haber hecho y que ahora son hechas por otros. Entonces, yo prefiero ser un director de arte famoso que un artista secundario. Pareciera ser mejor decir tan sólo quédate con lo que tienes. Es como cuando vemos a estrellas de pop en las películas y pensamos "No trates de ser actor, no te resulta". Hoy en día nos encontramos en una situación muy peculiar en que el éxito en cualquier disciplina crea la oportunidad para que la gente haga distintas cosas, lo que la mayoría de las veces no es bueno.

P. P. ¿Por qué crees que no es bueno?

P. S. Porque tienes que ganarte esa oportunidad, tienes que ganarte el derecho a construir un edificio, a hacer una obra de arte público, a escribir un libro. Por eso no es tan bueno, además de ser difícil, y tienes que estar dispuesto a cometer errores en público. Mi peor momento en mi carrera fue en la primera feria de arte contemporáneo Frieze en Londres.

P. P. ¿Qué presentaste entonces?

P. S. Bueno, tenía una serie de piezas llamadas "Waste paintings". Se parecía al

trabajo del pintor expresionista abstracto Morris Louis. Había una lógica detrás, pero probablemente no expresé bien esta lógica, sólo llegué a un nivel de superficie. Entonces, parecía más bien como un Morris Louis digital. Miré mi obra expuesta y pensé "¡Genial!", y como yo nunca antes había estado en una feria de arte contemporáneo, me fui a recorrerla. Caminé unos 50 metros y ¿qué es lo que me encuentro? Un verdadero Morris Louis.

P. P. Qué impresión...

P. S. Esto nunca me había pasado con mis trabajos en una tienda de discos. Me di cuenta de que en ese lugar estaba con los big boys, quienes ya tenían un Morris Louis y no necesitaban otro. No necesitaban un Morris Louis "de niños" hecho por Peter Saville. Y me tuve que quedar ahí por los siguientes cuatro días, sintiéndome absolutamente avergonzado y estúpido. No expresé de qué se trataba realmente la obra. O bien, estaba tan orgulloso con la superficie, tan orgulloso de que se pareciera a una pieza del expresionismo abstracto. El trabajo se relacionaba con los color fields paintings de Louis, pero no lograba expresar bien lo que quería con la obra. Sólo estaba conforme con la apariencia; por lo tanto, era un error. Fue como volver castigado al pizarrón, algo muy vergonzoso para mí. Hasta hoy no soporto encontrarme con gente que me dice "Vi tu obra en el show de Frieze...". Normalmente, la gente que quiere hacer arte puede aprender de sus errores y hasta que no haga algo bien nadie lo sabrá, porque a nadie le importa. Pero cuando eres famoso, cuando eres reconocido por alguna cosa...

P. P. Estás en la mira de todos...

P. S. Así es. Si David Bowie aparece en una película, y a no ser que sea tan bueno como Marlon Brando, le van a decir: "David, lo estás haciendo algo mal, por favor vuelve a lo tuyo". Así que luego de esto me retiré del arte contemporáneo por diez años, hasta que sentí que tenía algo nuevo que dar que nunca antes había dado. Tuve que retirarme y encontrarme conmigo mismo.

"HABÍA UNA LÓGICA DETRÁS, PERO NO LA EXPRESÉ BIEN. LLEGUÉ A LA SUPERFICIE. PARECÍA UN MORRIS LOUIS DIGITAL. (...) Y ¿QUÉ ES LO QUE ME ENCUENTRO? UN VERDADERO MORRIS LOUIS"

P. P. Te afectó realmente en serio.

P. S. Lo que es realmente horrible. Hasta que finalmente te das cuenta de que en la enorme libertad que otorgan las bellas artes, lo único que tienes para entregar es ser tú mismo. Todo lo demás ya está hecho, excepto que nunca nadie ha hecho lo tuyo, porque nadie jamás ha sido exactamente como tú mismo. Pero cuando te encuentras a ti mismo, resulta vergonzoso. Un ejemplo perfecto es la artista británica Tracey Emin. Tengo un gran respeto por Tracey porque ella nos da a Tracey Emin y resulta vergonzoso ser Tracey Emin. Si quieres hacer arte, si quieres hacer arte genuino, tienes que pararte sobre una mesa y sacarte la ropa. Tienes que ser tú mismo. Tienes que ser capaz de hacer el tonto de ti mismo. Tienes que ser tú y no tiene ningún sentido tratar de hacerte el inteligente porque siempre va a haber alguien más inteligente que tú. Básicamente, tienes que decir "Éste soy yo". Por esto, estoy tratando de encontrar muy cuidadosamente la manera de ser yo mismo y que esto no parezca tan estúpido.

MANCHESTER EN EL SIGLO XXI: ORIGINAL MODERN

P. P. Han pasado treinta años desde que dejaste tu ciudad. Ahora eres consultor creativo de Manchester. ¿Podrías contar-nos acerca de tu trabajo como impulsor de Manchester como una ciudad creativa?

P. S. Creo que, para una ciudad como Manchester, existe una segunda etapa de regeneración. Todas las ciudades originalmente industriales de Occidente —de Europa y América— han tenido el desafío de encontrar por ellas mismas un nuevo rol en el mundo. Manchester era uno de los grandes centros industriales y ahora es mucho más que eso. Por lo tanto, la primera etapa de regeneración de todas estas ciudades ha surgido para detener su declive. Y Manchester, sobre todo en las últimas décadas, ha hecho eso muy efectivamente; retener la población joven que crece en su ciudad, de manera de desarrollar nuevas economías que la han convertido en la ciudad más importante

del noroeste inglés. Inglaterra tiene 7 u 8 millones de habitantes en el noroeste, y Manchester es la capital regional para esta gente. Entonces, tenemos una regeneración de la economía que está basada en servicios profesionales, retail, educación, investigación, etc. Mi trabajo con la ciudad ha contribuido de alguna forma a esta segunda etapa de regeneración. Por lo tanto, si la primera etapa estabilizó la ciudad y aseguró su existencia contemporánea, ahora la pregunta que debemos formular es "¿Dónde podremos trabajar después?" Desde esta posición, "¿hacia dónde comenzamos ahora a construir?" Mi rol en esta circunstancia ha sido el de traer un poco de pensamiento de afuera para las posibilidades de la ciudad. Además, dado que es mi ciudad natal, me preocupó un poco más de ella. No me agrada del todo. Me fui hace treinta años, pero eso también me califica para hacer la pregunta "¿qué más es posible?". Sé por qué me fui hace treinta años y sé que ahora hay otros jóvenes que tienen la misma inquietud. Me siento bastante realista al respecto. Yo no vivo ahí; por ello no tengo ninguna opinión romántica o prejuiciosa al respecto. Tengo una opinión bastante clara e imparcial sobre Manchester. Creo que esta ciudad o define un nuevo carácter para sí misma y vuelve a crecer, o bien se queda donde está.

P. P. ¿Qué significa para Manchester asumir, como dice el concepto que creaste para ella, el rol de "Original Modern"?, ¿qué propones como actitud y discurso?

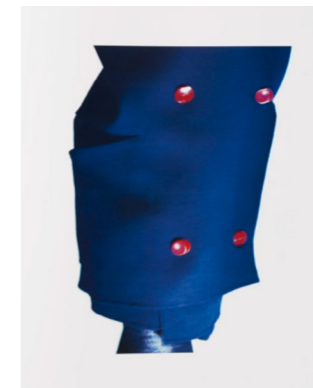
P. S. Mi rol se ha convertido en ser principalmente un agent provocateur. Nunca antes había trabajado desde dentro del poder público, pero tengo mis opiniones acerca de la vida pública. Todos tenemos opiniones. Todos las tenemos acerca de la política, del transporte, de las tiendas. Todos tenemos nuestra propia opinión acerca del costo de la vida y la calidad de ésta. Esta posición me ha dado la oportunidad de decir lo que pienso. Uno tiene que aprender cómo decir lo que piensa, además de aprender los mecanismos para ser influyente. No es fácil. Es

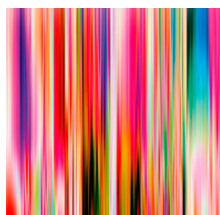
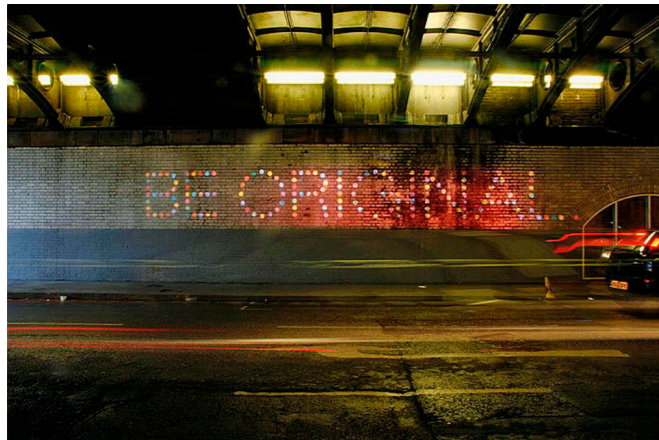
asombrosamente complejo. Pero la ciudad me ha dado la oportunidad, por alrededor de 4 o 5 años, de pensar sobre ella y de aprender maneras para tratar de hacer la diferencia. Al comienzo, sentía que mi contribución era inefectiva. Sentía que decía cosas, pero que éstas no llegaban a ninguna parte. Sin embargo, en los últimos dos años me di cuenta de lo contrario. Si insistes en la pregunta "¿Es esto tan bueno como podría ser?", finalmente llegas a algo. Cualquier tipo de perfil de marca con que se presenta la ciudad de Manchester —"Original Modern"— es entendido como el objetivo, no como el slogan. Es entendido como un mapa, como un criterio para que la ciudad se juzgue a sí misma. Entonces, ¿es esto desarrollo? ¿Es esto un programa cultural? ¿Es esto un sistema de transporte? ¿Es esto nuestro ideal educacional? ¿Representa innovación? ¿Representa un pensamiento fresco y novedoso? Ese es el rol de Manchester. Nunca será el lugar más bonito. Nunca tendrá el clima más agradable. Pero puede resultar ser un lugar interesante cuando pasan nuevas cosas. A los jóvenes les gusta estar en lugares donde pasan cosas. Al final del día, los lugares son definidos por las personas que los habitan y lo que ellas hacen.

TUVE OTRAS OPORTUNIDADES SIMILARES —COMO CON EL DISEÑADOR DE MODA JAPONÉS YOHJI YAMAMOTO— DE TENER LA LIBERTAD DE HACER OTRA VEZ LO QUE QUERÍA."

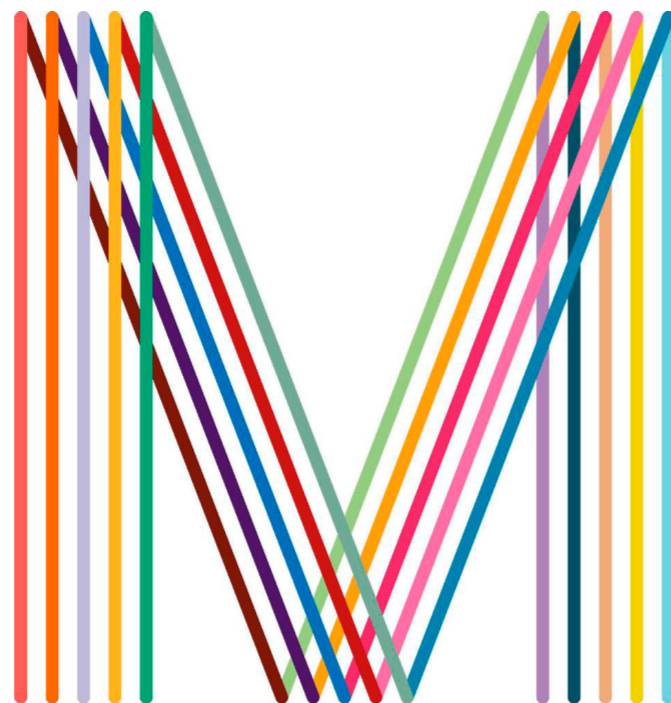


Dirección de arte para el diseñador de moda Yohji Yamamoto.





Programa de identidad para definir un nuevo Manchester.



P. P. ¿Algo así como una herramienta?

P. S. Sí. Una herramienta que te ayuda a ver lo que observaste. Recuerdo que estaba montando mi exposición en Zürich, en el Museo Migros, y tenía unas piezas que podríamos llamar kitsch. Las puse sobre la mesa, las observaba y, la verdad, no tenía idea qué hacer con ellas, pero estaba seguro de que eran algo interesante. Una de estas piezas era fabulosa. Era un pájaro de plástico. Tenía un timbre que, al presionarlo, el pájaro comenzaba a trinar. En una tienda vi que costaba £20. Era realmente asombroso. Pregunté en el museo si podía tener un plinto para esta pieza, porque el pájaro era realmente bueno. Me trajeron el plinto, puse el ave sobre éste, me volví hacia Anna y le dije: “Ya está; necesitan un plinto”. No necesitan el ave, no necesitan a Peter Saville para que le diga a la gente que el arte existe allá afuera. Todos ya lo sabemos. Lo interesante era darles un plinto, un pedestal, así que eso fue lo que hicimos. Por lo tanto, el plinto es una pieza del diseño que, de alguna manera, también es un gesto filosófico de mi propio discurso. Para mí es el contrapunto perfecto con, por ejemplo, “Power Corruption & Lies” de 1983. Esto es lo que he aprendido. El plinto fue lo que me llevó a decir: “Esto es lo que he aprendido hasta ahora”

P. P. Se nota que estás entusiasmado con esta tarea.

P. S. Mi trabajo en Manchester me salvó de dedicarme al diseño de comunicaciones. No tengo un estudio, no tengo un equipo de trabajo, no sé usar un programa o un computador, ya no hago diseño gráfico. No hago nada. No tengo que hacer ningún trabajo que no quiera hacer para ninguna empresa. A veces diseño algo porque, bueno, algún dinero extra nunca viene mal, pero no es que tenga que hacerlo. Además, dame el tiempo para encontrar mi propio trabajo sería imposible. No podría hacerlo. No gané mucho dinero en el diseño. Pago arriendo, no soy dueño del lugar donde vivo, y trabajo en una de las ciudades más caras del mundo. Además tengo gustos

caros, ¿sabes? (risas)... Tampoco podría simplemente convertirme en artista. Ni siquiera sé cómo hacer eso, cómo vivir así. Entonces, básicamente debo tener un trabajo de medio tiempo para mantenerme. Lo que hago para Manchester es política, lo cual me ha salvado de la práctica comercial del diseño.

P. P. Finalmente, Peter, ¿cómo ves el estado cultural actual?

P. S. Lo interesante es que ahora existe un territorio común. Podríamos tomar todas las disciplinas —inclusive las bellas artes— y vemos una conciencia compartida entre los que las ejercen. La gente que se dedica a la moda sabe acerca del diseño, sabe sobre arte. La gente que hace arte sabe sobre publicidad, sabe de marketing, sabe de diseño, de moda. Hoy en día, todo el mundo sabe un poco de todo. Hay una conciencia compartida. La conversión de las culturas es casi la conversión de la conciencia. Todo el mundo lo sabe. Los artistas no son tan bobos como para estar sólo consigo mismos. Ahora todos están muy conectados. La mayoría de las etiquetas antiguas ya no se pueden aplicar. Dentro de cada disciplina hay un negocio: un negocio en la moda, en el arte y en el diseño. Todos éstos son mundos separados, pero el look y la apariencia de todo es muy compartido. Cuando veo algún mueble moderno, ya no sé qué es lo que estoy mirando: “¿Es esto arte, un mueble o realmente no importa?” Hay demasiadas cosas. No me gusta la orientación cómoda del diseño. Nuevas cosas, nuevas cosas, nuevas cosas... Estoy aburrido de las nuevas cosas y, personalmente, ya no me interesa ver otra silla ingeniosa. No es importante. •

“MI ROL ES SER PRINCIPALMENTE UN AGENT PROVOCATEUR. (...) LA CIUDAD ME HA DADO LA OPORTUNIDAD. (...) DE PENSAR SOBRE ELLA Y APRENDER PARA TRATAR DE HACER LA DIFERENCIA.”

Patricio Pozo: Para comenzar, quisiera preguntarte acerca del trabajo y relación que has desarrollado el último tiempo en el campo de las artes plásticas. ¿Qué podrías contarnos acerca de este desplazamiento desde el diseño de comunicaciones hacia las artes plásticas?

Peter Saville: Bueno, puedo tratar de explicarlo. Me he encontrado a mí mismo en una profesión que no trata realmente sobre la autoexpresión. Creo que aquí se puede hacer una distinción interesante. Un buen ejemplo es esta semana, que estamos compartiendo, en esta bienal de diseño donde se reúnen muchas de las artes aplicadas, de tal manera que se presentan diseñadores de muebles, de productos y también de comunicaciones. Ahora bien, existe una notable diferencia entre el diseño de productos comunicaciones no tienen idea de lo que es esto realmente. Quiero decir que ahora veo el diseño gráfico como un punto de entrada para las artes visuales.

P. P. ¿Un nivel de entrada para las artes visuales?

P. S. Claro, a la mayoría de las personas a quienes les atraen las artes gráficas simplemente les gusta la apariencia —el look— de éstas. Ellos no están realmente

interesados en construir estrategias de marca para una compañía de telecomunicaciones como Orange. Para ellos es un punto de entrada a la cultura visual. De hecho, yo entré a la cultura visual desde ese nivel. Ahora, la mayoría de los diseñadores gráficos conocen el “mundo real” cuando abandonan la universidad y obtienen un empleo formal. Y resulta ser un gran shock para ellos el darse cuenta de que el trabajo no se trata de ellos, no se trata de autoexpresión. Se trata, verdaderamente, de encontrar maneras para articular inteligentemente el mensaje de alguien más. Y pasa muy seguido que son mensajes por los que no sientes nada en particular.

MANCHESTER A FINES DEL SIGLO XX: LOS AÑOS DE FACTORY

P. P. Pero ésta no fue tu entrada como diseñador al mundo real. Más bien fue lo contrario; crear el lenguaje visual de la incipiente Factory Records.

P. S. Yo fui muy afortunado por todo lo que pasó con la música en 1976 en Gran Bretaña. Malcolm y yo nos graduamos justo en el momento inmediato después de la explosión del movimiento punk y esto lo entendimos como un cul-de-sac (callejón sin salida) en el universo de la

cultura popular.

P. P. ¿De qué manera la cultura punk estableció un nuevo orden cultural?

P. S. El punk era, de algún modo, la primera rebelión en años dentro de la cultura popular. El rock´n´roll fue una rebelión en los años 50 contra las costumbres conservadoras y el comienzo de lo que hoy conocemos como “cultura juvenil”. Y, de alguna manera, el punk en 1976 fue la rebelión popular contra el establishment político de Europa. Y por un tiempo —alrededor de un año— surgió una oportunidad de entrada para la gente joven con nuevas ideas. La puerta de entrada al avant-garde de la cultura pop se abrió y nosotros nos colamos por ella.

"EL PUNK EN 1976 FUE LA REBELIÓN POPULAR CONTRA EL ESTABLISHMENT POLÍTICO DE EUROPA. SURGIÓ UNA OPORTUNIDAD DE ENTRADA PARA LA GENTE JOVEN CON NUEVAS IDEAS"

Patricio Pozo: Para comenzar, quisiera preguntarte acerca del trabajo y relación que has desarrollado el último tiempo en el campo de las artes plásticas. ¿Qué podrías contarnos acerca de este desplazamiento desde el diseño de comunicaciones hacia las artes plásticas?

Peter Saville: Bueno, puedo tratar de explicarlo. Me he encontrado a mí mismo en una profesión que no trata realmente sobre la autoexpresión. Creo que aquí se puede hacer una distinción interesante. Un buen ejemplo es esta semana, que estamos compartiendo, en esta bienal de diseño donde se reúnen muchas de las artes aplicadas, de tal manera que se presentan diseñadores de muebles, de productos y también de comunicaciones. Ahora bien, existe una notable diferencia entre el diseño de productos comunicaciones no tienen idea de lo que es esto realmente. Quiero decir que ahora veo el diseño gráfico como un punto de entrada para las artes visuales.

P. P. ¿Un nivel de entrada para las artes visuales?

P. S. Claro, a la mayoría de las personas a quienes les atraen las artes gráficas simplemente les gusta la apariencia —el look— de éstas. Ellos no están realmente

interesados en construir estrategias de marca para una compañía de telecomunicaciones como Orange. Para ellos es un punto de entrada a la cultura visual. De hecho, yo entré a la cultura visual desde ese nivel. Ahora, la mayoría de los diseñadores gráficos conocen el “mundo real” cuando abandonan la universidad y obtienen un empleo formal. Y resulta ser un gran shock para ellos el darse cuenta de que el trabajo no se trata de ellos, no se trata de autoexpresión. Se trata, verdaderamente, de encontrar maneras para articular inteligentemente el mensaje de alguien más. Y pasa muy seguido que son mensajes por los que no sientes nada en particular.

MANCHESTER A FINES DEL SIGLO XX: LOS AÑOS DE FACTORY

P. P. Pero ésta no fue tu entrada como diseñador al mundo real. Más bien fue lo contrario; crear el lenguaje visual de la incipiente Factory Records.

P. S. Yo fui muy afortunado por todo lo que pasó con la música en 1976 en Gran Bretaña. Malcolm y yo nos graduamos justo en el momento inmediato después de la explosión del movimiento punk y esto lo entendimos como un cul-de-sac (callejón sin salida) en el universo de la

cultura popular.

P. P. ¿De qué manera la cultura punk estableció un nuevo orden cultural?

P. S. El punk era, de algún modo, la primera rebelión en años dentro de la cultura popular. El rock´n´roll fue una rebelión en los años 50 contra las costumbres conservadoras y el comienzo de lo que hoy conocemos como “cultura juvenil”. Y, de alguna manera, el punk en 1976 fue la rebelión popular contra el establishment político de Europa. Y por un tiempo —alrededor de un año— surgió una oportunidad de entrada para la gente joven con nuevas ideas. La puerta de entrada al avant-garde de la cultura pop se abrió y nosotros nos colamos por ella.

"EL PUNK EN 1976 FUE LA REBELIÓN POPULAR CONTRA EL ESTABLISHMENT POLÍTICO DE EUROPA. SURGIÓ UNA OPORTUNIDAD DE ENTRADA PARA LA GENTE JOVEN CON NUEVAS IDEAS"