

Entrevista a Enric Satué. Diseñador Talento, curiosidad y pasión

Enric Satué, diseñador gráfico, historiador del diseño y profesor asociado de la Universidad Pompeu Fabra, es autor de libros ya clásicos como *El libro de los anuncios*, *El disseny gràfic a Catalunya*, *El diselo gráfico*; desde sus orígenes

hasta nuestros días, Los dimiurgos del diseño gráfico o la representación a los Quasigrafismos de Brossa (con quien aparece en la foto). En 1988, se convierte en el primer diseñador gráfico que obtiene el Premio Nacional de Diseño

Gráfico.

Por cortesía de la revista *Experimenta* y del Sr. Satué reproducimos esta entrevista aparecida en el número 6 de 1994. La fotografía es de Ferrán Freixas. Por su interés general lo reproducimos en nuestra revista.

Experimenta Informa: Usted pasa por ser uno de los diseñadores que más ha reflexionado sobre el estado de la profesión. ¿Cómo prevé el futuro de los diseñadores?

Enric Satué: Como una incógnita. No se sabe, ciertamente, porque hay una parte del futuro que es imprevisible a casi todos los seres humanos, exceptuando quizás a místicos, adivinos y gentes con poderes extrasensoriales. Aunque que hay otra parte del futuro que sí es previsible; la que resulta del análisis correcto

del presente y del pasado. Y en la actualidad, una vez estudiado el presente y el pasado inmediatos, uno llega a la terrible conclusión de que el futuro que nos aguarda es de color más bien oscuro.

Ei: ¿Así, ciertamente?

ES: Hablo del futuro económico y social, no del de la moda o el diseño. Pero como sea que el futuro político afecta a todos los sectores de la sociedad, incluido natural-

mente el diseño, hay que parte de esa perturbadora hipótesis.

Ei: ¿Por dónde pasan las soluciones? **ES:** Hay que prepararse para el futuro, aunque tal vez la mejor manera no sea el rearme tecnológico. Muchos diseñadores creen que la fórmula ideal para dominar el futuro del diseño es convertir sus estudios en un espacio repleto de máquinas en el que se disimule el fracaso de su mediocridad imaginativa con la eficacia automática de soluciones ergonómicas, aerodinámicas, formales, servicios de composición de textos, compaginación o escaneado de fotolitos. Pero esto no es diseño, sino su pirotecnia, y ni siquiera es negocio si atendemos a algunas noticias según las cuales han cerrado, arruinados, estudios equipados con alta tecnología detrás de la cual no había ningún talento brillante. Ante un futuro pintado de negro, hay que oponer la gran esperanza blanca; el coraje de las ideas. Y las buenas ideas las proporciona el talento; el talento y la convicción de estar trabajando en una profesión que uno ama y en la que uno cree. El diseñador del futuro tendrá que tener talento y sentir curiosidad y pasión para hacer con todo ello profesión de fe en el diseño. Y hay que advertir que el talento, la curiosidad y la pasión son sustancias que escasean, y que previsiblemente van a escasear aún más en el futuro.

Ei: ¿En qué se fundamenta para advertir estas carencias?

ES: En los arquetipos publicitarios que se asoman a nuestros televisores todos los días; hombres y mujeres hermosos, sin grasa, llenos de salud y energía. Del talento, esa sustancia compuesta por una parte de criterio, otra de ingenio y astucia, y otras más de sabiduría y originalidad, no se habla para nada. Ni en la televisión ni en los periódicos, ni en la universidad ni en las escuelas de diseño. ¿No será que ese ser estética, zoológica y técnicamente perfecto se va pareciendo cada vez más a un robot? Y la dependencia a que le sometan las máquinas (ordenadores) no hace más que insistir en esta semejanza. Tanto es así que el estudio de muchos diseñadores del futuro puede imaginarse como el de las salas de control de las estaciones espaciales de los telefilmes actuales. Desde luego, es más fácil que tenga éxito este modelo que el otro; el que se preocupa de que tengamos el talento necesario para sobrevivir a partir del año 2000, el que ha hecho que la historia del diseño se impregne de la actitud de los diseñadores de talento. Si analizamos el pasado, veremos cómo el talento (es decir, la

suma de criterio, ingenio, astucia, sabiduría y originalidad) ha sido el principal protagonista de los cambios y transformaciones en la historia del diseño.

El otro protagonista son los instrumentos y los materiales de trabajo. Según Rudolf Wittkower, «la interacción entre el procedimiento de trabajo y los principios formales determinan tanto el carácter final de obra cuanto la formación de estilos individuales y colectivos». Si el paso del punzón al cincel plano determinó estilos tan dispares como el arcaico y el clásico en la escultura griega, hay que creer efectivamente que el lápiz, el pincel y el *rotring* han determinado unos estilos que van a dejar de tener vigencia tras el uso de procedimientos de trabajo tan diversos como los que genera el ordenador. Es lógico que el insigne veterano Ricard Giralt Miracle declare que se siente más cerca de Gutemberg que de la época actual.

Ei: Quizás se trate de que los modelos culturales a nuestro alcance evolucionan mucho más lentamente que los tecnológicos.

ES: Hay quien dice que esto no es una crisis, sino una revolución. Y en el diseño esto es particularmente cierto. Los procedimientos de trabajo actuales son tan revolucionariamente distintos de los anteriores que hay que esperar un cambio espectacular en el carácter final de las obras y, en consecuencia, en los estilos futuros individuales y colectivos, si seguimos la lógica de Wittkower.

Ei: ¿Es el signo de los tiempos, o hay otros caminos posibles?

ES: No está en absoluto demostrado que debamos seguir esta lógica, pero si lo hacemos deberemos tener en cuenta el talento, y muy especialmente la lucha entre el talento y el tiempo. Stephen Hawking dice que nuestro poder aumenta a mayor velocidad que nuestra sabiduría, y esto es algo sumamente peligroso, porque crea la falsa idea de que el talento no es impredecible mientras las máquinas mejoren sus prestaciones con la rapidez tan extraordinaria con lo que lo están haciendo hoy.

Ei: Y es más bien al contrario...

ES: La propia evolución de la industria depende del papel decisivo que va a tener el talento de ahora en adelante. Como dice José Luis

Oller, «la amenaza desindustrializadora no proviene de una inflación de la economía de servicios, sino de la errónea conceptualización de la naturaleza y de las exigencias de la producción industrial. Hoy, más que en ningún otro momento histórico y con seguridad menos que en el futuro, el éxito de la industria depende menos que en el futuro, el éxito de la industria depende menos del capital, el trabajo, el músculo o el coraje que de los servicios de unos órganos que llamamos cerebro».

Ei: Junto al talento, citaba también la necesidad de la curiosidad.

ES: Uno de los sentimientos activadores del talento y la pasión es la curiosidad. También de eso hay una escasez escandalosa. La curiosidad de conocer es una actitud revolucionaria y pacífica, antigua y moderna, que ya ha reclamado con insistencia Bruno Munari para los diseñadores y que ha caído también en desuso. Si



la curiosidad es imprescindible para

conocer, debemos conseguir

un sentimiento o una actitud tan necesaria para el diseñador como un Macintosh. Sobre todo, si tenemos en cuenta la sentencia de Láscló Moholy-Nagy: «El diseño es no es una profesión, sino una actitud». Quería decir con ello que debe considerarse como una manera de ser, casi como una religión o una mística, y no es algo que uno no pueda abandonar al salir de la oficina hasta la mañana siguiente.

Ei: Pero si la curiosidad no surge de uno mismo...

ES: Para poner a prueba esa curiosidad que tiene hoy menos practicantes (están el tiempo libre y la cultura del ocio como elementos disuasorios principales) recomiendo a los futuros diseñadores dos lecturas principales: El Quijote y la Biblia. Dos libros que ayudan más que cualesquiera otros a tener talento y curiosidad y a cumplir en su día con las tres virtudes del diseño (brillantez, eficacia y competitividad). Distinguirse por su originalidad formal o no es, por supuesto, nada fácil. Una cosa es solucionar un problema con corrección y otra muy distinta es resolverlo con originalidad. Una cosa es aplicar una forma novedosa y otra bien distinta es que esa forma sea genuinamente nueva. Cuando decimos que un objeto o una imagen gráfica se mantienen por su funcionalidad intrínseca, es porque el fondo y la forma están en equilibrio, y la prueba más fehaciente de su eficacia es precisamente ésta.

Ei: Sin embargo, todo diseño hoy en día parece destinado a una vida efímera.

ES: Perpetuarse más allá de su uso es una aspiración tan legítima como difícil. Aquellos diseños que persisten más allá de la función objetiva -necesariamente efímera- de prestar un servicio o comunicar algo concreto, es porque añaden a sus valores de uso otros que prolongan su capacidad comunicativa. Es evidente que un cartel de Cassandro o el Citroën DS19/Tiburón no transmiten hoy su mensaje original y, sin embargo, nos siguen conmoviendo porque su novedad formal continúa brillando a pesar de que su funcionalidad intrínseca haya perdido todo su sentido. El cartel anuncia un tren que ya no existe y el automóvil ofrece unas prestaciones insuficientes para el usuario de hoy; no obstante, la perfecta armonía entre forma y función siguen perpetuando su vigencia. Reco-

mendar El Quijote y la Biblia a diseñadores potenciales puede resultar descorcentante. Pero el diseñador debería ser un poco quijotesco: un ser esencialista, voluntarioso, utópico, soñador, justiciero e imaginativo. Eso, tratado en la clase satírica y genial de Cervantes, da al Quijote. Pero tratado en clave trascendente da la Biblia, y su mensaje social es una idea que transmiten los profesionales con el ejemplo de su obra, generación tras generación, de manera profética o mesiánica.

Ei: Bueno, puede que eso parezca trascender las atribuciones de un diseñador.

ES: Hoy, los diseñadores son llamados solucionadores de problemas, planificadores de productos, ingenieros visuales, pequeños demiurgos... ¿No son estos nombres dignos de figurar en algunas de las historias de la Biblia? Si un profeta anunció que el diseño no es una profesión, sino una actitud, y a esa actitud la hemos llamado «religión» entonces leer la Biblia puede resultar altamente informativo, al margen de sus valores intrínsecamente morales y religiosos, y de los no menos sugestivos literarios.

Ei: ¿Tiene eso una vigencia especial en la actualidad?

ES: Desde luego. Más oportuno que hoy, nunca. Porque últimamente diseñar se está transformando en una responsabilidad social; esto es, en una ética. Hasta el punto que todo aquel que proyecta una solución brillante, eficaz y competitiva (las tres virtudes del diseño) a un problema general cualquiera -económico, religioso, social o deportivo- se dice que está aplicando «soluciones de diseño».

Ei: Hemos hablado del talento y la curiosidad.... Sólo nos resta la pasión.

ES: La pasión es el tercer y último elemento para afrontar con posibilidades de éxito el futuro inminente. Susan Sontag lo dijo hace veinticinco años: «Lo que ahora importa es recuperar nuestros sentidos. Debemos aprender a *ver* más, a *oir* más, a *sentir* más... En lugar de una hermenéutica, necesitamos un erotismo del arte». A fin de cuentas, eso es la erótica; apelar a los sentidos de forma placentera, incluso exacerbada. Si los sentidos responden a la llamada, entonces el fenómeno de la comunicación se manifiesta en toda su plenitud.



Como con-

tra-punto a esta forma de comunicación

indiscriminada que se perfila en el horizonte pedagógico del diseño, las escuelas convencionales podrán al fin dedicarse a una causa noble, descargadas de la responsabilidad de una enseñanza práctica inevitablemente elemental y de una formación teórica igualmente liviana: la de despertar en los estudiantes sus potenciales eróticos y prepararles para *ver* más, *oir* más y *sentir* más.

Ei: Puede que sean malos tiempos para la pasión.

ES: No va a ser nada fácil, porque la fruición visual y táctil de mensajes y objetos vamos a salir indudablemente perdiendo. Porque el compromiso con la pasión, necesaria para profundizar en los misterios del diseño, se aviene mejor con nuestros cálidos ancestros renacentistas que con la frialdad de la luz azulada que nos revela la síntesis informática.

Ei: Si la sociedad apela a la responsabilidad de los diseñadores hay que dedicarse a ello en cuerpo y alma. Con legítima pasión, como hacen algunos arquitectos, juristas, músicos, deportistas, escritores, empresarios, periodistas, médicos..., todos aquellos que no desean ser acusados un día de participar en la muerte de la cultura, como lo serán sin duda los productores de televi-

sión, los editores de prensa amarilla y, en general, los siniestros programadores de nuestro ocio encabezados por los narcotraficantes de guante blanco. Es decir, los mercachifles de la cultura, aquellos que han convertido el ágora clásica en un escenario de music-hall portátil, al transformar la cultura en entretenimiento. Algo que, si ser intrínsecamente malo, forma parte de la alegre conjura del Estado del Bienestar que está empujando a la cultura intelectual por la pendiente del mal gusto y la superficialidad. Y a pesar de estar en manos de sociedades dirigentes sin imaginación ni ideales, cansadas y enfermas de corrupción,

las palabras comunicación social y su significado seguirán siendo referencias nobles para aquellos que aspiran a vivir en una sociedad civil más culta, más sensible y más solidaria. Estos sentimientos apasionados, dignos de un espíritu romántico no lejano del que confiesan personajes de la cultura de la forma tan dispares como Alessandro Mendini o Gabriel García Márquez, proporcionan al diseñador del futuro la sagrada ira de los rebeldes y los revolucionarios y un lema apropiado escrito hace doscientos años por Friederich Schiller «Vive con tu siglo, pero no seas el juguete de tu siglo: da a tus contemporáneos no lo que ellos aplauden, sino lo que necesitan». Un diseñador del futuro -como los del presente- que se exprese con brillantez, eficacia y competitividad. Es decir, que use el exponente preciso de su talento, curiosidad y pasión.

Ei: Ese es el futuro que desea.

ES: Y para él, éste es el diseñador que imaginó. Otros futuros «diseñados» por la supertecnología, la esperanza interactiva, la moneda única, etc, apreciando lo que valen, me interesan menos. Quizás porque al ser demasiado grandes me perturban. A mí siempre me ha parecido más sorprendente la imagen de una mosca ampliada cien veces que la de un elefante reducido otras cien.