

**Alberto Corazón**  
Diseñador

Alberto Corazón se dio a conocer como diseñador con espectaculares trabajos en el ámbito cultural (Centro Dramático Nacional, Anaya) para, posteriormente centrar su labor en el sector industrial (ONCE, Cercanías, Consorcio Madrileño de Transportes). Aunque es uno de los principales responsables de que el diseño empiece a formar parte de nuestra vida cotidiana, considera que España tiene aún como asignaturas pendientes tanto la revolución industrial como la revolución del diseño. Desde octubre expone su obra artística en el madrileño Círculo de Bellas Artes.

## “En España tenemos carencia de diseño”

E. I.

—¿Qué puede decirnos de la exposición que en octubre inaugura en el Círculo de Bellas Artes de Madrid?

—Es una antológica de pinturas y esculturas hechas por mi en los diez últimos años. Su comisario es el crítico y académico Francisco Calvo Serraller que a su vez es el autor de un extenso libro sobre mi obra que se presenta también en

octubre. Es una exposición bastante completa y compleja, que a partir del Círculo viajará a diez ciudades españolas así como a Milán, Berlín y Stuttgart.

—¿Por qué precisamente sobre la obra de estos últimos diez años?

—En 1992 es cuando se produce un giro sustancial en mi obra. Sigo un nuevo camino ligado a una cierta figuración y a la reivindicación del

“ El diseño ha desempeñado un papel muy importante en la modernización de España

...

“ Nada ha podido sustituir al libro o al concierto, a pesar de que tengamos Internet y CD-ROM

...

“ A los diseñadores empiezan a pagarnos no por saber dibujar, sino por las neuronas, por las ideas que aplicamos a cada proyecto. Ahora es cuando empieza el diseño inteligente



carácter "espiritual" de la creación plástica frente al carácter material, al "homo faber" en que me convierto como diseñador. Diseño y creación plástica son para mí los modos complementarios de expresión personal. Siempre he desarrollado ambos con absoluta naturalidad.

### Ciencia y arte

“En estos momentos estoy inmerso en un proyecto que permita identificar a niños y madres en el paritorio. Es muy sofisticado. Es un aparato que lee las huellas digitales. Pero ha de ser de aspecto amable, tranquilizador, no puede ser algo que genere tensión en la mujer. Llevamos dos años trabajando en esta idea”.

—¿Se puede decir que en España es más conocido como diseñador, pero que su obra artística adquiere su verdadero valor fuera de nuestras fronteras?

—Mi obra plástica está considerada y es expuesta con frecuencia, y en excelentes condiciones, tanto en Alemania como en Estados Unidos sin ningún esfuerzo por mi parte. Quizá eso explique un cierto descuido por potenciar su presencia en España. En estos momentos he alcanzado un acuerdo con la galería Marlborough con la que voy a exponer ya, en el próximo mes de diciembre, pinturas y esculturas recientes. También en el mes de diciembre saldrá al mercado un libro del catedrático y crítico Francisco Jarauta sobre algunos aspectos particulares de mi obra plástica.

—¿Qué lenguaje se impone en el arte y en el diseño moderno?

—Un lenguaje binario, en el que la utilidad y la belleza van juntas.

—¿Existe vida inteligente en el mundo del diseño?

—El diseño sirve para comunicar, para crear atmósferas. En el teatro, que me interesa mucho, hemos conseguido una gran evolución gráfica. En mi trabajo en el Centro Dramático Nacional realizamos un importante cambio en el diseño de los carteles, de los programas de mano, de forma que fueran más llamativos, más táctiles, nos ayudaron a crear la atmósfera que permitiera entender mejor la obra.

—¿No está lo táctil en trance de desaparición? ¿No vamos hacia un mundo inmaterial?

—Con los nuevos medios nada ha desaparecido, sino que se han incorporado nuevos elementos. Nada ha podido sustituir al libro o al concierto, a pesar de que tengamos Internet y cd-rom.

### LA ERA DIGITAL

—¿El diseño comienza a entrar en la era digital?

—El entorno digital es, exclusivamente, una herramienta. Lo digital aún no tiene el carácter que algún día llegará a adquirir. Lo más importante de las herramientas digitales es que son muy útiles para dejarte pensar, porque antes había que desarrollar unas destrezas que el actual entorno hace innecesarias. Ahora, a los diseñadores empiezan a pagarnos no por saber dibujar, sino por las neuronas, por las ideas que aplicamos a cada proyecto. Ahora es cuando empieza el diseño inteligente.

—Usted se dio a conocer como diseñador relacionado con el mundo de la cul-

tura, pero actualmente se centra en gran medida en el diseño industrial. ¿Cómo se transforma una pequeña compañía alimenticia gracias al diseño?

—Podría hablar de una pequeña empresa familiar que se dedicaba a la elaboración de mazapán. Hacían un mazapán muy bueno, pero le fallaba la presentación del producto. Les planteé un proyecto de empaquetado radicalmente distinto y, como resultado, en tres años están vendiendo mazapán en Alemania y en todos los aeropuertos. El diseño ayuda a vender.

—¿Un diseño puede hacer cambiar absolutamente la imagen de una empresa?

—Sí. He trabajado con una cooperativa de La Alcarria de recolectores de miel. Me decían "tenemos una de las dos o tres mejores mieles del mundo, reconocido por expertos internacionales, pero no sabemos comercializarla". Estaban vendiendo la miel al por mayor para que otros la comercializaran. Tuvimos que buscar el modo de generar su identidad en un mercado competitivo. Desarrollamos embalajes artesanales... ahora tienen vendida la producción de los próximos tres años. Ha sido un trabajo muy interesante, porque hemos descubierto que la apicultura tiene su origen en España, en Tartessos, de ahí pasó a Egipto y de ahí a Grecia.

—Ha diseñado los cajeros de Caja Madrid, la imagen y señalización de los trenes de cercanías madrileños es suya, también la del Consorcio de Transportes... aunque está volcado en el diseño industrial,



Para Alberto Corazón, "el entorno digital es, exclusivamente, una herramienta".

tendrá pensado volver a la cultura, que es su origen.

—En la actualidad estoy preparando la renovación y grafía exterior del Círculo de Bellas Artes, uno de los edificios más representativos de la cultura española.

—¿El diseño ha llegado tarde a nuestro país?

—Al igual que tenemos pendiente la revolución industrial, tenemos una carencia de diseño. Sin embargo, hay que reconocer que el diseño ha hecho mucho por modernizar a España en las últimas décadas.

—¿En el diseño industrial cuánto hay de creación personal y cuánto de trabajo en equipo?

—Por poner un ejemplo, en el proyecto para reconocer a los hijos en los paritorios, al principio hubo un 90% de creación personal y un 10% del equipo. Ahora es al revés.

—¿Se comprende el trabajo del diseñador en las empresas españolas?

—Hay una carencia de comprensión en cierto sector empresarial. Más de la mitad de mi trabajo es para el extranjero, donde el diseño se ha convertido en un aspecto más de la identidad de una ciudad.

—Acabamos. Dígame a los diseñadores españoles que más admira.

—A Enric Satué y a Mariscal en la parte gráfica. ■

## Juan Cruz El sueño del diseñador



El sueño del diseñador sería el de copiar a la naturaleza, servirse de ella para imaginar los signos superpuestos de la vida. O bien adelantarse a los nuevos signos de la vida, aquellos que todavía están en la intuición del futuro.

Hace unos años circularon por los medios españoles, y también por las vallas publicitarias, algunos diseños de objetos imposibles. Debo confesar que en mi entendimiento entraron como si fueran verdaderos objetos existentes. Algunas veces he visto, en exposiciones internacionales, sobre todo de artistas del surrealismo, elementos de la vida cotidiana transformados también en obras de arte que representaban, asimismo, imposibles objetos inencontrables. Y siempre he pensado que esos son los diseños verdaderos, aquellos que son de real utilidad pública, los que se quedarían en la memoria y en el uso como instrumentos cotidianos de la vida.

He imaginado así que vivimos en un mundo de objetos equivocados, comemos en los platos inadecuados, en el cine nos sentamos en butacas que debieran mirar a otro lado, escuchamos la radio a través de trastos que debieran ser rediseñados para integrarse mejor en nuestra vida. Nos bañamos en bañeras que no tienen que ver con nuestro cuerpo y nos miramos en espejos que no nos dicen nada. Asimismo, habitamos casas en las que sobramos o nos cuidamos la piel o la salud con pócimas que viajan en envases que debieran tener otro aspecto para comunicar mejor sus leyendas de salud.

Una vez vi un diseño de Alberto Corazón que me cautivó especialmente; aún no conocía al diseñador, desconocía por tanto que era un

ser nervioso y activísimo, que vestía con la elegancia interior de los anarquistas, y además no sabía que su pasión eran la arquitectura, las piscinas y las señales de tráfico. Pero lo que vi de él la primera vez fue la mancheta de un periódico, *El País*, en el que ya yo estaba trabajando. Para mí, *El País* era —y es— un periódico apaisado, con mayúsculas, un diario en blanco y negro que nos ayudaba a desayunar y a vivir como si España ya fuera un país moderno, bien informado y serio, un país normal como cualquier país civilizado (y aburrido) del mundo. Esa sensación de *El País* era la sensación que yo tenía porque desde el propio título del periódico se me indicó que así era: vivía la información de la primera página debajo de una hermosa columna definitiva, cuyas letras inamovibles ya imprimían su carácter.

Pero ese día, buscando en la historia del diario, me tropecé con el diseño que había hecho Alberto Corazón, y que se quedó arrinconado en los concursos que el periódico realizó hasta que dio con la dimensión que quería tener desde su portada. En su diseño, Alberto Corazón explicaba un país distinto; en lugar de tener las letras de la mancheta arriba, presidiéndolo todo, *El País* se leía en vertical, de

arriba abajo, en el lateral izquierdo de la primera página. Me quedé mirando, como miré siempre los objetos inencontrables que me parecieron verdaderos, y me pregunté qué hubiera sido de *El País* si en lugar de aparecer así como lo tuvimos siempre hubiera aceptado la revolucionaria propuesta de

[..]

A lo mejor el diseño se parece más al sueño del surrealismo que a la insistencia dogmática de la realidad.

[..]

Alberto Corazón.

Han pasado los años y siempre he pensado en esa virtud del diseño y del diseñador: si un día a diseñadores así se les abriera en el mundo la posibilidad de subvertir lo que ha sido para explicar de nuevo lo que será, la vida sería muy distinta, porque se comunicaría de otro modo. A lo mejor el diseño se parece más al sueño del surrealismo que a la insistencia dogmática de la realidad. Parodiemos el 68: diseñemos lo imposible.

Juan Cruz es periodista.