

## ENTREVISTA CON HUGO ÁLVAREZ

### CASO: LIBRERÍA UNAM

**H** = Hugo Álvarez

**P** = Patricia, entrevistador.

**H-** Yo soy Hugo Álvarez, soy diseñador gráfico de formación y estudié en la escuela de Diseño del Instituto Nacional de Bellas Artes, soy generación 82-86, entonces ya tengo algunos añitos de haber egresado y me dedico al diseño gráfico desde que terminé la carrera, he trabajado siempre en mi área, tanto en diferentes despachos como por mi cuenta, otro tiempo fui servidor público y en otra época manejé un taller, tuve un taller de impresión y he dirigido tres revistas y he editado dos. Digamos a grandes rasgos esa es mi trayectoria en el diseño.

**P-** ok.

**H-** Este... rara vez participo en concursos y este... entonces no sé, pregúntame que quieres saber?

**P-** ok. Bueno tu tienes un despacho, que es en donde nos encontramos, pues pláticame como...

**H-** Te cuento un poco de eso. Bueno después de un tiempo de haber estado en diferentes despachos, empresas como te cuento, haber sido servidor público en fin, todo esto que he hecho, llegué a la conclusión de que teníamos que encontrar, tenía yo que encontrar una manera de trabajar en la cual pudiera yo soportar las altas y bajas en el mercado. El asunto para los diseñadores independientes es bastante complicado en la parte económica sobre todo, porque bueno pues los vaivenes del mercado, la propia temporalidad, de repente tienes ingresos que son importantes y luego pasa el tiempo y no hay no?. De repente los proyectos se van, en fin es una cuestión de las características de la profesión. Después de muchos altos y bajos, buscando la manera, la mejor manera de poderme sostener como diseñador independiente, decidí crear una imagen para el despacho y manejarme como empresa, una empresa muy pequeña, una empresa que encabezó yo y que crece y se reduce conforme a los proyectos que vamos enfrentando, ese es el concepto que manejamos. La empresa se llama Concepto más Diseño, y nos dedicamos al desarrollo de proyectos y producción para materiales para comunicación, proyectos gráficos casi siempre y bueno ofrecemos nuestros servicios a los clientes. Normalmente escucharás que hablo en plural porque somos varias personas y dependiendo como te digo, del proyecto o de cómo debemos abordar los diferentes proyectos es que cobijamos a distintos profesionales con el nombre de nuestra empresa; entonces por eso oírás que me expreso siempre en plural, es una costumbre que tengo. Bueno pues entonces con esta idea de funcionamiento es que trabajamos aquí en la oficina, hay una persona que está conmigo de tiempo completo que es mi asistente y cada vez que requerimos de un profesional para un proyecto en específico por ejemplo, un fotógrafo; si el trabajo o el proyecto que se va hacer requiere de un tipo de fotografía, bueno pues acudimos a ese especialista, no es lo mismo hacer fotografía de Arquitectura por ejemplo, que fotografía de alimentos, son dos especialidades totalmente distintas y entonces dependiendo de lo que se requiere vamos por ese especialista y lo convocamos al equipo por ese único proyecto. Digamos que esa es la manera y eso lo repetimos con cada una de las gentes que participan, no? Ese es el esquema y la parte de la administración de los proyectos la llevamos aquí, la llevamos nosotros.

**P-** mj, bien.

**H-** más o menos, ese es el esquema con el que trabajamos.

**P-** Bien, tu nos mostraste tres de tus proyectos, uno de ellos es la librería de la UNAM que bueno, fue un completo rediseño, todo un nuevo concepto. ¿Este proyecto cómo lo desarrollaste, cómo fue?

**H-** Bueno este proyecto es interesante porque se inscribe, se inscribe en un proyecto mayor, es un proyecto de imagen institucional. Hay la intención de dinamizar la comercialización de los libros en la universidad, el cliente tiene una idea muy clara de que quiere hacer un cambio en los procesos internos y en lo que está ocurriendo con sus librerías, con sus ediciones, en fin con todo lo que ocurre y nos invitan a participar en el proyecto. En el proyecto, la parte que a mi me tocó hacer es la parte gráfica y trabajamos la parte arquitectónica con un arquitecto... se me escapa, se me escapa su nombre, pero ahorita me he de acordar. Bueno la idea es que no es un proyecto que haya realizado solo, que es un proyecto que se realizó en equipo.

Entonces primero lo que hicimos fue discutir con el cliente sus necesidades, que era lo que quería hacer, también es importante aquí resaltar que es un cliente con el que vengo trabajando desde mucho tiempo, que nos conocemos bien, que nos tiene confianza, me tiene confianza como diseñador y yo conozco su forma de trabajar y bueno, he ido entendiendo cuales son sus necesidades, no? Entonces bueno, después de distintas reuniones y de ver cuales eran las necesidades, cuales eran las circunstancias que rodeaban la librería empezamos a trabajar y trabajamos una imagen que no solamente funcionara con el elemento de la librería, sino es una imagen que va a funcionar, o está funcionando con otras cosas, por ejemplo estamos preparando el stand con el que van a participar en la feria del libro de Guadalajara 2005, el stand de la universidad que es un stand bastante grande, mide 20... 22 metros de ancho por 18 de largo, en fin para un espacio de exposición es muy grande. Se va a rediseñar todo lo que son las bolsas, se van a hacer promocionales, se va a hacer la propia imagen de la dependencia, no de la universidad completa que eso sí sería (jajaja) como sacarnos la lotería, sería maravilloso el proyecto pero sí darle otra imagen a esta parte que es la encargada de editar los libros en la universidad y ay la intención es que tenga una imagen más comercial que pueda enfrentar en el mercado abierto a las otras editoriales. La universidad por ser una institución pública tiene sus propias características como en otras instituciones públicas, los criterios para la edición de los libros no siempre son los comerciales porque entonces sería... bueno, pues estarían buscando sólo editar los best sellers, no? Entonces tienen una serie de colecciones que obedecen al propio interés de la institución, de difundir, de ampliar la cultura, en fin, de estos intereses; pero allí el asunto estriba en cómo hacer atractivo esta parte de las ediciones que van o bien dirigidas a los especialistas ó un público más general pero por encontrarse en un espacio institucional quedan un poco relegadas y de eso bueno, hemos visto cantidad de ejemplos de proyectos que tienen muy buenas intenciones pero al momento de la realización comercial aquello se pierde. Bueno aquí la idea es, conservar las características institucionales, no olvidar que trabajamos para una institución de educación pública, en fin las características de la Universidad Nacional Autónoma de México con el peso que tiene el nombre, sin dejar a un lado eso pero sí darle y vestirla de un modo tal que resulte atractiva. La universidad tiene no solamente esta librería, tiene... creo que son seis o siete librerías en la ciudad, tiene presencia en el extranjero, en fin es muy amplia, como amplia es la universidad y lo que había venido ocurriendo pues es que tenía una... las librerías tenían un perfil muy bajo, más bien parecían oficinas donde tramitabas tu credencial, tenían características distintas y bueno este interés de renovación nos llevó a eso.

¿Qué hicimos? Escoger colores llamativos sobre todo, aquí en el asunto de los colores es difícil, resultó un poco complicado por una inercia de la propia institución. Los colores de la universidad son el azul y el oro y nada puede ser que no esté en azul y en oro. Tu entras a la universidad y cuando empiezas a ver este asunto del manejo del color vas a encontrar que verdaderamente hasta los baños son azul y oro, no? Todo, todo, todo, yo creo que... no sé cuantos litros de pintura, tanques, galones, no tengo idea! Pero todo se pinta azul y oro, no? Yo creo que allí los arquitectos han logrado en cierta medida safarse de eso y por ejemplo el edificio de Universum es medio anaranjado pero en una de esas le toca azul y oro, no?! Por fortuna la Biblioteca Nacional es gris (jajaja), pero bueno, tienes ese problema y si bien ha funcionado en cuanto a una identificación, a una presencia institucional y cumple esta función y es un reiterar a base de los colores la presencia; si bien se convierte en un problema en el momento en el que se pretende hacer algo distinto, no? Entonces bueno, allí nos hemos enfrentado con una cierta reticencia porque la primer pregunta es: ¿Cómo, anaranjado? No!, es azul y oro! No!... Esto por fortuna el cliente ha entendido el razonamiento que tenemos que salir de esos colores para plantear más atractivo, más juvenil, más llamativo y el otro problema era: ¿qué color utilizamos.... (como siempre es el problema del color), qué color utilizamos que no hayan utilizado los demás? Porque no existen más que seis colores! te vayas para donde vayas sólo hay seis colores. Entonces bueno, finalmente pruebas, propuestas, en fin, optamos por el naranja como elemento fundamental. El otro elemento era... son los círculos, los círculos lo que pretendemos con la utilización de los círculos era buscar elementos gráficos que fueran lo más sencillos por la diversidad de materiales, de objetos en los que se va a representar y que se va a utilizar y se que se va.. las diferentes técnicas para reproducir, en fin... entonces que fueran elementos muy, muy sencillos de fácil recordación (¿), en fin! Y en eso bueno, creo que el círculo es la figura.. más elemental, no? son digamos, puntos ampliados, no? Entonces bueno, se escogieron los círculos y la manera en la que manejamos los círculos es... se pretende que haya un cierto juego, que haya... que rompamos con esta rigidez que casi siempre los formatos nos va a... a la que nos van a llevar, no? por ejemplo, el caso de las bolsas... un cuadrado, no? Entonces la disposición de los círculos en todas las piezas es distinta, que ese es un elemento que estoy trabajando respecto a la imagen institucional; ese es un rollo que yo traigo, evitar que.... tu puedes manejar la imagen de una institución sin tener que poner siempre el logotipo de la misma manera, en el mismo color, en la misma forma, no? Sujetar, tener que sujetar todos los formatos al formato propio del logotipo, y eso lo mismo: es otra constante que nos encontramos en la... en el trabajo con la imagen institucional... "hay una manera de poner el logotipo, hay sólo esa, ninguna otra,

de esta manera" y entonces todo se tiene que... que acomodar al logotipo. Aquí la propuesta es inversa, veamos cuales son las necesidades y vamos jugando con eso, no? Yo tengo una frase que continuamente estoy manejando que es: *hagamos de la limitante virtud*, no? veamos cuales son nuestras limitantes y vamos viendo como las manejamos, no? en lugar de que se convierta en un problema bueno pues vamos a ver si podemos convertirla en una solución. A partir de esa idea es el asunto de los círculos, siempre verán que, los círculos van, vienen, regresan, a veces son tres, a veces son cuatro; manejamos siempre una mayoría de círculos en color blanco o en calado y como elemento de contraste y como un acento de color manejamos el círculo verde para acentuar algunos elementos o alguna idea, no? porque manejamos la frase de: "Libros UNAM" ... bueno ahorita les cuento eso... y "libros con espíritu" y entonces utilizamos el verde para hacer énfasis en la idea... esos son los elementos gráficos y por último el asunto de la pleca que es un elemento que nos permite componer, es lo mismo, la pleca se va a mover hacia arriba, hacia abajo, hacia un lado, hacia el otro, buscamos que no tenga demasiados quiebres, que tenga dos o tres quiebres cuando mucho, para que no se vuelva demasiado complicado, no? demasiados escaloncitos y que sí nos sirve para darle cierto movimiento al diseño, no? y jugando con estos elementos... entonces, jugamos con los elementos en una proporción, en una retícula dividida en siete, entonces siete para un lado, siete para el otro y eso... una retícula de siete por siete, entonces eso nos permite acomodarlos siempre quedando un balance de cierta manera dinámico, no? Esos son digamos, los elementos que componen la... la imagen institucional, la otra son las dos frases: "Libros UNAM, libros con espíritu".

Una de las determinaciones que se tomaron fue, al hacer un poco un lado o al romper un poco con la imagen institucional del azul y el oro, incluso pensamos en dejar un poco de lado el logotipo, bueno el escudo de la universidad que es muy abigarrado, es muy complejo en fin, nos detenía, nos seguía anclando en esta circunstancia del manejo antiguo de la imagen por las propias características del cliente y que nos enfrentemos a una comunidad muy conservadora, si bien la universidad uno esperaría que fuera... dinámica, joven, propositiva, pues no! Resulta que la universidad también es.. tiene una serie de anclajes, una serie de elementos que la hacen muy conservadora, tienen su porqué, porque pues eso le permite perdurar no en valde es una institución que ha perdurado por tantos años y que es cimiento de la cultura nacional, si esa institución todo el tiempo estuviera cambiado, estuviera renovando, o sea ya no existiría, esa condición nos hizo en una instancia posterior a la inauguración de la librería... eh, pensar en retomar y no dejar tan de lado el escudo, entonces en las siguientes etapas decidimos que el escudo debería de jugar un poco más y lo que hacemos es jugar con el escudo en calado que es uno de los manejos permitidos por el manual institucional que además no tiene el manual, no? pero bueno, los intentos, en fin, digamos lo que más o menos está institucionalizado como imagen... el blanco y lo incluimos, lo incluimos de manera medianamente discreta también para reformar la idea de que se pertenece a una institución tan importante. En una segunda instancia pensamos que no se debíamos desligarnos tanto como en un principio lo pensábamos, no? esta idea de poder hacer los planteamientos y a partir de la experiencia revisarlos y echar para atrás y bueno, replantear las circunstancias también es parte de esta... de las ventajas que plantea el no sujetarse a un manejo de imagen institucional tan rígido, no? si tu desde el principio dictas la norma y como dictador te aferras ahora que "pues yo ya dije y ahora hasta el final" te acarrea muchos problemas y finalmente las mismas circunstancias te terminan sobrepasando entonces es preferible cada paso revisarlo, analizarlo, como nos fue, en fin no? entonces de esa manera y la otra parte los otros elementos que juegan en la imagen son las frases, parte de los servicios que ofrecemos en la empresa son servicios creativos o sea, no solamente nos concretamos a la parte del diseño gráfico, hacemos auditoria de imagen por ejemplo, es un concepto que desarrollamos y es un servicio que ofrecemos, no? Bueno en otra oportunidad te cuento sobre auditoria de imagen pero eh... por ejemplo desarrollo de nombres o desarrollo de conceptos creativos que seguramente habrás visto en la página, no? es ese tipo de servicios, la forma en la que funcionamos.. bueno... en este proyecto también les ofrecimos eso, el cliente tenía la idea de que era: *Libros UNAM*. De todos los elementos que ellos habían estado manejando como imagen en anteriores administraciones, el más fuerte y el que perduraba y el que era rescatable y que estaba flotando en el ambiente; no, no estaba digamos, firme o aparecía de manera reiterada pero era una cosa que estaba allí y el cliente la retomó, no? dijo: "somos libros UNAM... o sea ¿qué somos?, ¿de que manera sintetizamos?" Y discutiendo, platicando, mucho, mucho el trabajo es de peloteo con cliente, no? "¿qué piensas, qué propones?"... en fin; en ese trabajo llegamos a la conclusión de: *Libros UNAM*, no? entonces es *Libros UNAM* y esa, esa era una seguridad que tenía el cliente, no? estaba seguro que tenía que ser *Libros UNAM*, y entonces a partir de eso, pues empezamos ver: tenemos que hacerle una frase, tenemos que hacerle una frase y ¿cómo, cómo vamos a redondear?. El escudo de la universidad dice: *por mi raza hablará el espíritu*, no? entonces: *Libros UNAM, libros con espíritu*.

O sea de qué manera, de qué manera habla el espíritu? A través de los libros, no? entonces ese fue un... un trabajo creativo aquí que nosotros, nosotros desarrollamos. Bueno, así como ese le presentamos un par de racionales más pero ponderamos esta idea y el cliente la, el cliente la aceptó; entonces ya teníamos la

frase, las imágenes, el color, y eh por último el manejo tipográfico, el manejo de la tipografía, la selección de la tipografía es una American Type Writer, entonces buscamos una fuente que nos recordara el... la producción editorial. La institución o el área de la universidad, es la Dirección General de Producción Editorial y Fomento... fomento literario, no me... si me... si ven, si ven, no...no espera, es fo... fomento literario pero si ven, si el cliente ve esto me va a matar porque no me acuerdo de cómo, como se llama la dirección! Lo que pasa es que también es una de las cosas que hemos estado tratando de manejar, como verás es un nombre, un nombre bastante complicado, en siglas es: PFI, fomento editorial... bueno el asunto es que el.. es un nombre bastante complicado y es parte del cambio que pretendemos hacer, que cambie este nombre y que se le reconozca como *Libros UNAM*, no? de manera externa va a ser *Libros UNAM*, no? sus tiendas, sus productos, todo esto es *Libros UNAM*. Que adentro y para Hacienda y para fines externos es la Dirección General de tatabin tatabin tata ta... eso comercialmente.. no tiene... o más bien se diluye, no? a los compradores potenciales pues no le viene interesando mayormente si el libro fue editado por Rectoría, por el fondo de no sé que... No, es una institución la que ampara, no? Entonces bueno, entonces sí se buscaba que la, la fuente tipográfica tuviera una cierta relación con el, el proceso editorial, que evocara, tuviera elementos evocativos del proceso editorial y en eso creo que es una... que la American Type Writer refiere mucho a eso; si bien en el trabajo editorial y ya en el comercio utilizan muchísimas fuentes y al contrario es muy raro ver una publicación con esa fuente, si la, la la gente lo recuerda, lo refiere, le dice que esta eso, no? el terminó... técnico se me escapa pero bueno esa es la idea... y la otra era buscar una fuente o seleccionar una fuente que nos, nos permitiera una serie de variantes en pesos, no? pudiéramos tener distintos juegos en pesos tipográficos y esto no? entonces bueno, por eso se seleccionó y aplicamos los mismo criterios que con el resto de la imagen de jugar con ella de manera bastante libre, no?

En una siguiente etapa se agregará una serie de frases alusivas a los libros, a los textos y lo que provocan en la gente pero esa... el secreto profesional me impide, (jejeje) me impide mostrárselas!

**H-** Bueno no sé si más o menos es completa la, la explicación del proyecto. ¿Qué más te podría decir, la forma... cómo, cómo llegamos a eso?. Un poco cuando yo estaba en, en la escuela siempre, siempre me decían... y después en las primeras chambas, siempre me decían: "Es que ve, pero ve... ve los libros, ve esto, ve el otro! ..." y yo realmente aunque veía... "pues sí ya lo vi pero ¿qué le veo?", no? Y entonces bueno, en ese tiempo veía yo libros de diseño... cuanta cosa! y finalmente nunca.. no pues a la mejor o a la mejor ya con el tiempo esas cosas que vi de alguna manera influyeron pero esto de que te dicen "ve" y no sabes que ver, un poco yo creo que contada la, la historia del proyecto de esta manera, ocurre lo mismo.

Finalmente, ¿qué es lo que hago para trabajar, para llegar a las tripas de todo esto, con este proyecto o de cualquiera otro? Hay dos cosas. Una, la primera que la aprendí hace mucho tiempo con mi maestro que es cuando yo creo que realmente me hice diseñador y para esto ya habían pasado creo cuatro años que había yo salido de la escuela! y hacía yo cosas y dos o tres años yo creo y pero bueno... hacía yo cosas y tenía yo trabajo y esto y todavía no le terminaba yo de entender bien a bien que era, no? y una de las cosas que le, le aprendí a Rafael López Castro, el fue mi maestro... fue divertirme.

El asunto es: que me pueda yo divertir con el trabajo, y si, y si, bueno yo lo... yo lo veo por ejemplo, proyectos como este de *Libros con espíritu*, son proyectos en los que me divierto y me atrevo a hacer cosas y es una manera de jugar, no? A la mejor una manera muy personal, no? y habrá quien me diga: ooi `uta pues que divertidita te diste, no?!! Pero se trata de esto de, de atreverse a hacer, de atreverse a proponer cosas que aparentemente pues no... están fuera de lugar, no? o no tienen nada que ver, eso por un lado y por otro lado pues si, la... la experiencia te permite que... te permiten jugar y luego aterrizar no?, entonces un poco te sueltas y un poco.... entonces propones cosas que de entrada quizá no, no van a aprobar o de antemano sabes que el cliente te va a decir: "estas loco!", no? Y luego las aterrizas pero el asunto es divertirse, no? o por lo menos para mi esto.. yo creo que he durado tantos años en eso porque me divierto, porque me divierto mucho. Y la otra, que esa es una cuestión mas de, más de técnica es: los mapas mentales, el trabajo con mapas mentales. En, la génesis de cada proyecto casi siempre, hay un mapa mental, eso me permite organizar, soltar, poner ideas y eso lo aprendí ahora ya, hace poco cuando cursé la maestría en creatividad, fue que descubrí los mapas mentales, antes mi trabajo era más desordenado yo creo que, sí bien sigo jugando y me sigo divirtiendo y esto, los mapas mentales me hay ayudado yo creo que sí hay un cambio allí en mi proceso de trabajo, por lo menos lo hace más racional con una cierta técnica y me permite explorar en poco tiempo muchas más posibilidades.

Digamos que para no decirles: "pero ve, ve, si allí está, ve!" Y el otro: "¿qué, pero qué veo?", no? digamos que un poco eso es lo que está en el fondo y es lo que no se ve de manera inmediata como se pudiera ver la estructura con la que está construida cada pieza, no?

¿Si viste el, el jueguito este, bueno la, el cd, no? el catálogo. Por ejemplo ese es un buen ejemplo de esto, El cliente sabe... uno de los requerimientos del cliente es que, para la feria del libro de Guadalajara a finales de este mes de noviembre, tienen que llevar el catálogo de todas sus publicaciones y ellos han hecho el catálogo. este es el primer año que lo van a hacer digital y los otros años lo habían hecho pues un folletito, un

catalogo impreso, en fin!, no? si es una instancia que se dedique a imprimir a hacer libros y a editar bueno pues lo más lógico sería como darle la salida impresa, no? pero por cuestiones de costos y de innovación decidieron que se iban por el asunto del catalogo. Pero el catalogo iba a estar acompañado de: "¿en qué lo entregamos? Bueno, sí ya esta el disco"... no? y la primera idea fue pues un sobrecito, pongámoslo en un sobre y ya, no? muy sencillo, muy económico para imprimir y tomando de las cosas de, la publicidad por ay me llegó un... no sé si era de pizzas, o de.. no sé que cosa... una pieza que venía circular y otra: también colecciono y voy juntando muchas cosas, no? Y entonces relacioné esta, este promocional, este objeto de publicidad con... que, podía ser así, que era circular, con el cd y entonces que de allí podía sacar un estuche y entonces les diseñé un suaje, es una pequeña carterita, dos círculos unidos con un par de candados muy económicos, se imprime en un tamaño carta, tres tintas frente, tres tintas vuelta, con un suaje. Eso, sale más económico que hacer el folletito o que hacer la otra, la otra versión que ellos estaban pensando, no? entonces en términos de diseño es más atractivo, a mí me resulta más divertido: estar jugando con los suajes y con el cartoncito doblado y eso, es más atractivo, al cliente le termina conviniendo más por lo económico y por lo atractivo y yo me divierto. Entonces bueno, ese es el proceso, no?

P- sí, que ventaja!!.. Ahorita que nos estabas platicando de cómo fue lo de la librería nos dijiste que, fuera un color que no se hubiera usado en otras, ¿entonces tu tuviste que checar otras librerías o cómo fue esto, sí, cómo descubriste lo del color, cómo llegaste a ese...?

H- ¿Cómo llegamos a ese color? Bueno, sí estuvimos, bueno de por sí yo soy librero y cafetero, no? (jejeje) siempre digo que aquí en la casa somos ignorantes y gordos porque queremos! Porque.. hay muchos libros y aparatos de ejercicio allá arriba pero no los usan porque no quieren!, no? pero bueno, el asunto de los libros siempre ha sido un gusto, un gusto personal, no? y bueno librerías digamos que las visito asiduamente en... tanto aquí como cuando estoy de viaje, en fin. Este asunto de los libros ha formado en buena parte, ha sido buena parte de mi vida, no? entonces... más o menos pues si conozco las librerías, pero no es lo mismo conocer los lugares a los que tu visitas de manera asidua a irlos a ver con ojos de diseñador, no? con ojos de profesional y sí hicimos un recorrido porque parte de la idea del cliente era que la librería tuviera cafetería; eventualmente o en el mediano plazo, las librerías tenderán a eso pero en este momento, bueno, en esta etapa no, la que vieron no, no hay cafetería, entonces hicimos un recorrido por cafeterías y por librerías para ver que era lo que había, no? sí es importante y sobre todo en proyectos de este tamaño, si lo es en proyectos pequeños, en los proyectos grandes lo es más, saber como es el mercado, cuales son las condiciones del mercado, cuales son las condiciones del entorno, qué esta pasando, no? y sobre todo bueno... si se trata del producto o si se trata de cierta competencia comercial es más voraz, no? El mercado es más complicado, es más competido cuando se trata de cuestiones institucionales. quizá no es tan notorio o no es tan determinante el entorno aunque desde luego lo es, no? pero... no estas sujeto tanto por cuestiones como los perfiles, el usuario, no?

Bueno mi trabajo ha sido, la mayor parte de mi trabajo la habrán visto en la página, es en le medio cultural... entonces bueno, ay sí.. el manejo de los códigos de este ambiente cultural bueno, digamos que lo conozco y lo manejo, el del comercial menos y en este caso el proyecto implicaba un elemento comercial importante, sí dentro de lo cultural pero con un peso comercial importante entonces nos dimos a la tarea de visitar librerías, de visitar cafeterías, de ir, ver, entonces bueno, ya no iba yo a ver libros si no a ver como estaba (jajaja), no? sí, si es importante.

P- Y en este... en todo este trabajo también influyeron pues los diseñadores industriales porque yo veo que mucho de la señalética y todos los elementos que empleaste están acorde a los muebles o acorde a donde están ubicados entonces, es como un diálogo muy entre todos los elementos, entre el diseño gráfico, entre el industrial y entre la ubicación, la luz, todos estos elementos. ¿Tu también participaste en eso?

H- Eh... si, de hecho soy el responsable de imagen del concepto básico, entonces a partir del concepto de la imagen gráfica se diseñó todo lo que fue, lo que fueron muebles, todo lo todo lo que correspondía a industrial, o a arquitectónico, ambiente... en fin, no? por ejemplo, ¿notaron el elemento de los sillones morados?

P- mj....

H- ...no? entonces bueno, los sillones se mandaron a tapizar, los sillones se hicieron de una forma en específico que estuviera acorde a esto y bueno pues si son reuniones de trabajo como vez. Ahí fue una experiencia interesante porque hay que encontrar o tuve que encontrar la manera de pedir que las cosas se hicieran de tal o cual forma sin que fuera una imposición tratando de entender cuales eran las características por

ejemplo, los muebles, son muebles que ya estaban... el chiste de esos muebles es que fueron remodelados, porque no había... ese es un elemento importante: los recursos, se contaba con muy pocos recursos para el rediseño de la... de todo, entonces no podíamos agarrar y echar a la basura! Porque además estaban en buenas condiciones, los libreros... hubiera sido un crimen tirar eso a la basura. Los libreros tenían muy poco tiempo que se habían fabricado a ex profeso, tenían algunos problemas de diseño y de ajuste que en esta ocasión se solucionaron pero el asunto era como aprovechamos estos materiales para dar una nueva imagen para que esto se vea nuevo, diferente y además integrado con esta imagen institucional, no? como lo que habíamos diseñado. Entonces bueno, fue cuestión de estar trabajando con el responsable de la librería con, las autoridades responsables, con los jefes, no? con la gente que opera la librería, con el contratista que iba a ser.. a estar supervisando la obra, no? Eso es un trabajo de equipo, no? y hacer caso y estar muy atento de cuales son las observaciones de los otros especialistas.

De repente uno plantea que aquí en este lugar tiene que ir tal cosa y tiene que ser de tal forma... pues llega el maestro electricista y dice: "pues usted dirá lo quiera, yo se lo pongo pero esto se va a quemar aquí!", no? por ejemplo o resulta que tu habías previsto que por aquí iba a pasar tal cosa y hay una instalación hidráulica o sanitaria que... no sé puede quitar, no? Esa es una y luego la otra, la condición de que esta zona de la universidad, todo el campus universitario, esa zona, es... por su valor arquitectónico, no la puedes modificar. O sea tu no puedes ir y poner por ejemplo, frente a la librería un pendón de 15 metros y decir: "aquí está la librería". No, porque está en todo este entrono y está protegido y hay un.. está reglamentado. ¿Qué haces, qué le puedes hacer a esto sin que modificarlo arquitectónicamente, pueda verse y puede ser llamativo?, no?

Entonces bueno, inventamos todo esto, todo esto que ya vimos no? esa es la propuesta, no? Y por otro lado hacer caso y estar pendiente de las necesidades y las sugerencias de la gente que trabaja en el lugar. Los libreros. Los libreros, los señores que trabajan ahí, no? tienen mucha experiencia, tienen muchos años de estar en eso y por un lado eso les lleva a conocer muy bien de sus necesidades pero también les lleva a tener ciertos vicios, a tener cierta dinámica d trabajo que difícilmente se rompe, no? Entonces por ejemplo, una de las cosas que hicimos fue quitar mesas, algo tan sencillo como quitar mesas. Dices: "bueno pues sí" quitando mesas te permite una composición te permite tener un acomodo distinto, tienes un diseño diferente del flujo de los visitantes, no? Estaban acomodadas de una manera tal... en fin, una cantidad de anécdotas sobre el personal que bueno, no tiene caso que quede grabado.!

Pero bueno, romper con estas inercias ellos decían: "No, sí necesitamos todas esas mesas" pero bueno, para que las necesitas, no? si tú en lugar de poner 25 o 30 libros del mismo y utilizar los exhibidores como área de almacenaje utilízala como lo que es, necesitas más bodega... bueno pues, corremos y hacemos más bodega o procuramos que... una gestión administrativa mucho más ágil y eso que lo resuelva quien lo tenga que resolver de tal manera en que te lleguen los libros en el tiempo en que te tengan que llegar, no? para que los libros que están en exhibición.. bueno pues, tienes tres, cinco; hay libros que se desplazan mucho que son caballito de batalla, bueno pues de esos tienes diez en exhibición porque a la mejor se pudieran acabar en una semana ... pero y tienes más en bodega, entonces al despejar los anaqueles con menos mercancía, solamente la mercancía de exhibición, ahí ganamos mucho en el asunto del acomodo... entonces escucharlos por un lado de sus necesidades y la otra, plantear a partir de un análisis de cuales son los requerimientos y las circunstancias, otro tipo de soluciones y eso lo puede hacer uno bueno, porque llega con una mirada fresca, no? y ellos están bueno, en este asunto cotidiano.

P-mj...

**H-** ... más o menos, así trabajamos.

P- Ok, y con... yo cuando fui por ejemplo, sí la sentí muy renovada, no había ido desde que estaba pues, que era azul... que era como todo muy serio...

**H-** Espejos, tenía espejos para cuidarle las manos a la gente!

P- ...sí!

**H-** Tenía una alfombra, le pusimos piso de pesero porque era lo mas económico, pero bueno, ahí por ejemplo, la selección del material: el piso no se le puede hacer nada porque es parte de la arquitectura y es el material original y tata ta... y además resultaba caro moverlo pero aunque hubiera habido recursos no se podía y seleccionamos de este piso de pesero pero... el piso tiene bolitas!, no? entonces este juego de estar buscando los materiales, no? de limitar zonas con color, es el mismo material, bueno pues haber: aquí me pones piso verde y aquí me pones piso gris, no? en lugar tener un solo piso gris... cosas como eso, no?

P- Sí, si la noté, si la sentí muy, muy renovada....

H- "hacer de la limitante virtud", no?..

P- aja, y sabes pero.. te iba a preguntar, porque también hay muchas personas como dices que son muy conservadoras, a la librería van estudiantes jóvenes y también van catedráticos muy viejitos, no?

H- mj....

P- ...o ya muy... que estaban acostumbrados a ese tipo de cosas. ¿Cómo, influyo ese... el usuario en tus decisiones de color, de materiales, cómo fue el...?

H- Esa... el asunto del usuario lo que hicimos fue que quedara de manera mucho más clara, el acomodo de los libros y su señalización, no? y en eso los libreros fueron bueno, fundamentales porque pues como en cualquier comercio van desarrollando una relación con sus clientes, no? y como dices bueno, hay catedráticos que tienen ahí años de ir y entonces resulta que lo que estaba en la colección, no sé que, que lo tenías aquí... un día llegan y está padrísima pero ya no está, ya no encuentran nada! , no? Entonces bueno, que los letreros fueran muy claros, que el orden, la organización dentro de los anaqueles, dentro de esto estuviera perfectamente delimitado. Buscamos con las cabezas de los libreros buscar.. tener una claridad que tu lo puedas leer desde la entrada tu puedes leer cualquiera de los letreros. Bueno... ¿si entiendes más o menos? La vista... bien, jejeje!

Vamos, son legibles. De eso se hicieron pruebas por ejemplo, aparte de la modulación que hicimos con la tipografía, de acuerdo a la proporción y de los espacios de los formatos que teníamos, bueno... cual era el más grande, cual era el más pequeño, se moduló, en fin, hubo trabajo tipográfico ahí, importante; casi no se nota pero si es interesante porque funciona y cual era el mejor tamaño, no? que pudiera armonizar con todo el entorno: demasiado grandes, sí los lees pero pues es un grito, no? Entonces igual pequeños no los iba a leer todos, no? entonces establecimos un par de pruebas hicimos pruebas con los fondos, qué color de fondo; esta posibilidad del manejo de la imagen, un fondo, un claro un calado, este tipo de cosas no? Se hicieron pruebas para ver que era lo que funcionaba mejor.

Luego en el taller o uno diseñando a base de estar viendo las cosas dices: "así esta bien", no? un poco la ceguera del taller y cuando te enfrentas con la opinión del otro... el otro no ve. Entonces quién lo va a usar el o yo? No pues yo ya no voy a ir o cuando vaya a comprar un libro pero no esta hecha para mi la librería, no? esta hecha para una cantidad usuarios, no?

P- Sí, como dices, hay cosas que no se notan, no? pero si la señalética si es bien importante, si hay que trabajarla, y allí si hay azules, no? ya vez que toda la señalética también es azul con amarillo. Bueno pues entonces si quieres pasamos a otro.

H- Pasamos a otro.

P- ... al libro

H- Al libro

P- O quieres agregar algo más del libro?

H- ¿Tienen alguna pregunta? ¿Ya quedaron completas? Dicen: "ya estuvo bueno... de imagen institucional"!! Jajajaja!

P- Ah bueno, pues nada más un como comentario, no?... de que yo noto que por lo que veo el todo el trabajo del diseñador en este caso, es completísimo, no es nada más te pasan la imagen y ya tu la haces, no? en tu compu y en tu casa, entonces tu sí podrías decir que si el diseño, el trabajo del diseñador gráfico es mucho más complejo y multidisciplinario?

H- Sí, pero ahí creo que si es una cuestión de enfoque, y bueno desde luego yo creo que puedo abarcar una gran cantidad de áreas por esta experiencia, no? Por la cantidad de cosa que he ido haciendo.

Sí creo que el diseñador es una formación la formación de diseñador te permite abordar una cantidad de problemas desde la visión del diseñador y el asunto está en cada quien que tanto más allá, que tanto más allá quieres ir. Quizá yo pude haberme quedado tan tranquilo haciéndoles un logotipo: "mira este es el logotipo, ay te va, tu archivo digital una copia de impresión y... págame, no?"

Pero bueno mi actitud siempre va mas allá, no? siempre es una actitud propositiva. Yo creo que a veces rayo en lo metiche: ¿Y qué tal si hacemos?, ¿Y qué tal si tornamos?, y ¿qué tal, y qué tal, qué tal, qué tal? Y desde luego en el camino recibo muchos "No's", no? y que eso para el ego del diseñador no es fácil, mi ego es bastante grande como creo que el de la mayor parte de los diseñadores pero bueno; también asumo que es parte del trabajo, no? y esta idea del diseñador integral, o del diseñador global yo creo que si es posible, es deseable, siempre y cuando como diseñador te preocupes... por tener un bagaje cultural lo más amplio posible, no? entre más amplio es tu bagaje, bueno pues puedes enfrentar una mayor cantidad de problemas, no?

La otra es el entendimiento del otro, no partir de la idea egocéntrica de la profesión, "el diseño es el centro de todo lo demás". No, pues es uno más en los, no?... en las profesiones que pueden intervenir en este caso, no? Por ejemplo, estuvieron diseñadores industriales arquitectos, administradores, diseñadores, carpinteros, no? y le hechas la cuenta y hay un montón de gente y por un ningún concepto creo que el diseño sea el centro de todo esto.

Me toca como diseñador dirigir en cierto momento el proyecto, marcar ciertas directrices, pero de eso a que el diseño sea el centro, no, no.. yo creo que dista mucho, no? Yo creo que ahí es donde está el punto.

P- Ok.

**H-** Cuánto hablo! Jajaja!

P- Jajaja! Es que este era como dices un proyecto amplio, no? de que pasaban un chorro de cosa y sí lo noté ya vez que si la UNAM si es muy de: mi logotipo, mis cosas y.. no?. Hoy vi por ejemplo a un catedrático después de que fui a visitar la librería que traía su bolsa y sí vi el cambio, no? que llevaba todas sus cosas en beish y ...

**H-** ... jajajaja!

P- ...pero vaya, era como también identificarse, no? no deja de ser UNAM...

**H-** ...pero mira fíjate, tan... bueno eso ya no lo dejamos registrado pero en la primera... en el primer mes del cambio de imagen, las ventas con respecto al año anterior, al mismo mes del año anterior que fue el mes de inicio a clases, de inicio de clases, se incrementaron un 40%.

P- Mj y lo notaron!