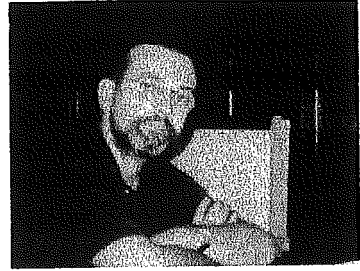


8... CASADEVALL&PEDREÑO RAMÓN LOMBERA 16/09/1997



Per començar, explicám d'on véns, com arribes a la direcció d'art...

Yo llego a la dirección de arte por un camino un tanto tortuoso. Yo empecé dibujando, de hecho todo el mundo llega a la dirección de arte pues con ciertas aficiones al dibujo, si estás en casa dicen "bueno, pues que vaya a la Masana, que estudie el niño, ¿no?, que parece que dibuja..." No, a mí hacia donde me tiraba el tema del dibujo era hacia el cómic, yo vengo del mundo del cómic, entonces yo empecé a trabajar con quince años en el mundo editorial, dibujando historietas y llegó un momento en que el tema de la historieta estaba bastante, bastante mal el mercado y era muy difícil encontrar trabajo como dibujante de historietas, entonces empecé a rotular, a rotular cómics, los llamaba los bocadillos. A través de rotular los cómics y en una editorial acabé haciendo diagramación de revistas, dentro de la misma casa acabé llevando la dirección de arte de algunas revistas y después de doce años de trabajar en la editorial, diseñando revistas y haciendo dirección de arte en diversas revistas, del mundo y de todo tipo, decidí dar el salto a la publicidad y la verdad es que fue complicado, porque siendo muy similar el tipo de trabajo, los códigos y hay tics diferentes, hay pequeños matices que hacen muy diferente lo que es la dirección de arte en el campo editorial de la dirección de arte en publicidad. Pequeños matices no, grandes matices. Y entonces, la verdad es que el resultado difícil, para alguien que venía de la editorial, entrar en el mundo de la publicidad; al final, después de dos años de hacer pruebas, entrevistas y de trabajar los fines de semana para publicidad, es decir, yo he compaginado el trabajo de la editorial, de lunes a viernes, con trabajos para publicidad para estudios, los viernes por las noches, los sábados y los domingos. Y después de dos años de compaginar esto, pues al final me hicieron la oferta en una agencia (*Esteve Debrurà*) y entonces allí conseguí entrar, pero no como director de arte, porque entonces era muy complicado ese paso pero entré como ayudante de un director de arte, como se llamaba un *assistant* o un director de arte junior. Entonces, si bien en principio para mí suponía una bajada en lo que era mi estatus como director de arte en editorial, profesionalmente me interesaba más, incluso económicamente, o sea yo podía ganar menos dinero pero me parecía una apuesta interesante y me apetecía mucho hacer publicidad y en fin... Y en ese momento aposté por ganar menos dinero, cuando ya tenía unos compromisos, es decir, ya estaba casado, ya tenía una serie de gastos y hostia, la verdad es que era una apuesta fuerte, es decir coño, voy a dejar de ganar tanta pasta y voy, de alguna manera, a empezar de nuevo en un medio, hostia, que me es casi desconocido. Era una apuesta fuerte, pero bueno, la verdad es que la hice y diez años después (habrán pasado diez años) pues, buah, no me arrepiento y me ha salido bastante bien. Y esa es mi llegada, o sea yo vengo del mundo del cómic a trabajar como director de arte en publicidad.

• La teva edat, si no és indiscreció?

No, no... tengo ahora ochenta y cinco años.

No, tengo treinta y siete.

• Em podries definir què és un director d'art per tu?

En publicidad un director de arte depende bastante en función de qué tipo de agencia estás. Yo digo, en según qué agencias a un director de arte únicamente se le pide que visualice los conceptos que un director creativo, que es alguien que se dedica a pensar conceptos ya pensar frases, lo único que se le pide es que visualice o que pase a bonito las imágenes que previamente le sugiere su director creativo, en según qué agencias es así y el director de arte no tiene más participación que pasar a limpio esas cosas. Es decir, el director creativo llega y dice "hostia, aquí veo una doble página donde hay un tío que se tira en paracaídas desde un avión" y tú lo único que tienes que hacer es pintarlo bonito, el avión y el tío que cae en paracaídas, buscar el punto de vista más interesante, que tenga más dinamismo o que vaya más con el concepto que quiere transmitir el director creativo. Entonces no pasa más que por, primero visualizas ese concepto y después "si haces" la prueba pues, producir la foto. Pero hay otras agencias donde al director

de arte no sólo se le pide, se le pasa el trabajo hecho sino que se trabaja mucho más en equipo con el director creativo y entonces hay una forma de trabajar muy, lo que decimos, de peloteo, de rebote, ¿no?, de decir, hostia, el director creativo, o lo que podríamos denominar el creativo procedente del copy, suelta algo que el creativo procedente del área visual recoge, hace crecer, el otro, lo que tú le mandas te lo devuelve mejorado... y entonces se trata un poco de que entre el creativo que viene del copy y el creativo que viene de la imagen, es decir entre los dos crean un concepto en el que al final se desarrollan un titular y una imagen que los dos han creado juntos. Entonces, ya te digo, en unas agencias al director de arte sólo se le pide que visualice algo que ya se le da hecho y en otras se le pide que contribuya absolutamente en la creación de un concepto no sólo visual sino ya verbal y lo que sea.

• **Llavors, tu on veuries la diferència entre un director d'art i un dissenyador gràfic?**

Pues, eh... vamos a ver... un diseñador gráfico maneja diferentes... como te lo diría... saliendo desde la misma disciplina del diseño su trabajo se desarrolla mucho más únicamente en la visualización, en el campo de la imagen, mientras que el director de arte en publicidad no sólo trabaja con la parte visual sino con la parte conceptual a nivel de texto. Entonces creo que la gran diferencia es ésa, aparte de que normalmente un diseñador gráfico la forma ya de enfocar los trabajos y su ritmo, su ritmo de trabajo es muy diferente al director de arte de una agencia de publicidad que suele trabajar con muchas cuentas y sobre todo con los *timings*. Los *timings* que tiene para trabajar un diseñador gráfico normalmente no tienen nada que ver con los *timings* que tiene un director de arte de publicidad.

• **Actualment amb quin equip de persones treballes? I quin és el teu càrrec?**

Doncs amb molta gent, molta gent. Ara estic treballant... jo estic diguem-ne una mica al mig del que és els directors creatius d'aquesta agència; Xavi García, Àngel Sánchez, con los que trabajo más directamente. Y después con toda una serie de colaboradores que no están en la agencia, que son parte de la gente del estudio, con ilustradores, con fotógrafos, con realizadores, y entonces, bueno, si lo que quieres son... ¿quieres nombres de la gente con la que estoy trabajando o únicamente...?

• **No, no, no. L'estructura, diguèssim, si tu quan treballes tens dissenyadors al teu càrrec, o...**

Sí, sí; es lo que te digo: yo estoy un poco en medio. Es aquello de cuando tienes una campaña, o tienes que realizar un trabajo, generalmente te reúnes con el director creativo que viene de la parte de escritura, de conceptos y tal, más verbales. Te reúnes con él y empiezas a, lo que te decía antes, a elaborar una forma de trabajo que se basa pues eso, en el rebote de ideas, etc., etc., hasta que ese trabajo coge forma en una imagen concreta, en un titular... Y entonces mi trabajo es con los estudios, tanto dentro de la casa (porque tenemos un estudio) o con estudios de fuera que tienes que contratar para que desarrollen los bocetos, ilustradores con los que tienes que trabajar para que visualicen esa imagen, previa a lo que será luego, tras la promoción del cliente, la producción... Luego si esto va adelante a nivel de producción has de contratar al fotógrafo que creas más idóneo para ese trabajo, o si se trata de una película buscas junto con el director creativo el realizador más adecuado, o la productora más adecuada para realizar esto.

• **Amb quin tipus de material treballes?**

Pues yo la verdad es que el tema de los materiales con los que trabajo son bastante rústicos, es un lápiz y un papel. Y entonces, el tema de los ordenadores en el que, bueno, la verdad es que llevo como tres años empezando con los ordenadores. Y digo empezando porque yo personalmente no acabo de manejar los ordenadores. De entrada porque en mi trabajo tampoco es necesario; el tema de los ordenadores para mí es algo como más, más a nivel personal, que me apetece, me apetece entrar en ese mundo, y creo que es una herramienta cojonuda para un director de arte, para poder investigar, y previsualizar cosas, pero ya te digo, en mi trabajo no es imprescindible el manejo del Macintosh, porque estando más en la primera fase, en la fase conceptual, el Macintosh es más una herramienta para realizar, para ejecutar ya un trabajo, incluso para arte final. Para el trabajo previo, a mí no me sirve de mucho.

• **Però finalment sí que acabeu sempre amb un Mac...**

Acabamos utilizando un Mac con la gente de los estudios con los que trabajamos, incluso con los ilustradores, claro, ya empiezan a dibujar sobre pantalla lo que son viñetas y demás... el tema del pastel, las acuarelas, casi ya están olvidadas.

• **Des de l'entrada de l'ordinador (una mica començaves a avançar) ha canviat la teva forma de conceptualitzar idees?**

Mi forma de conceptualizar ideas no ha variado en nada; es la misma, porque ya te digo, yo sigo empleando un lápiz y un papel. Lo que sí sucede con los ordenadores es que por un lado han mejorado mucho la calidad del acabado final a la hora de presentar. Ahora se presentan bocetos que prácticamente son originales, trabajos con imágenes fotográficas que puedes retocar y adecuar a la medida que quieres, trabajas con texto real, trabajas con tipografías reales, puedes hacer... no sé... Antes, cuando preparabas un boceto no te permitías las vueltas que ahora te permites a la hora de hacer

pruebas porque en el ordenador es un momento. Tú quieres coger y... hostia, ahora quiero... va, subir un poquito más el cuerpo del texto, ¿no? ¡paf! En un momento lo tienes. Antes tú querías subir un cuerpo de texto, tenías que volver a pedir el texto a la fotocomposición... implicaba pues casi seis-siete horas de trabajo (seis-siete horas de espera, perdona, no de trabajo) el poder hacer esto. Si querías abrir el track entre letras había que cortar con el *cutter* una a una, medirlas... hostia, había cosas que ya ni te permitías; ibas más a tiro fijo. Un poco te obligaba a planificarte el trabajo mucho más previamente para que a la hora de ejecutar el boceto fueras a piñón fijo, mientras que ahora te permite... que esto es un error, a mi juicio, o sea, ya te digo, por un lado lo facilita, pero el error es que muchas veces te sientas delante de un ordenador sin una idea demasiado... demasiado clara. Es decir, así como antes te obligaba a tener una previsualización mucho más exhaustiva de todo: de la tipografía que ibas a utilizar, de cómo la ibas a utilizar, de la imagen, etc. Ahora te permite más el sentarte un poco más virgen delante de la pantalla, porque sabes que allí lo vas a resolver enseguida. Imagina, dices, oye, pues vamos a probar varias tipografías, oye, pues pruébame esto, sube el cuerpo, baja el cuerpo, ¡pum, pum!, ¿no? Esto por un lado te da más opción, pero por otro, ya te digo, te permite sentarte un poco más virgen, por decirlo de alguna manera, la verdad es que un poco más en pelotas, enfrentarte, aquello, un poco más a la brava al trabajo porque sabes que allí lo vas a poder resolver más rápidamente, es decir, no tienes que previsualizarlo tanto. Pero por otro lado lo que ha hecho es esclavizarnos un poco más a nivel de tiempos. Antes para una campaña, para una ejecución, todo el mundo sabía que era imposible hacerlo en menos de dos o tres días. Presentar una campaña desde que tenías los titulares y las imágenes claras hasta que tú presentabas los bocetos montados en cartón no era posible hacerlo en menos de veinticuatro, cuarenta y ocho o setenta y dos horas. Porque había que pedir un texto a fotocomposición, porque había que hacer unos procesos que implicaban unos tiempos que lo que hacían era, pues eso, crear unos *timings* de presentación o de ejecución que nunca bajaban de las cuarenta y ocho o setenta y dos horas, y todo esto cagando hostias. Hoy en día no, hoy en día a las ocho de la tarde te vienen con el titular y a las nueve de la mañana tienes veinticuatro piezas con fotos reales, tipografía... o sea, originales. Entonces dices, bueno, te da una rapidez, pero esa rapidez lo que hace es esclavizarte. Porque además no nos engañemos, a la mayoría de publicitarios no sé por qué cojones nos encanta trabajar... ¡no nos encanta! ¡no nos encanta!, pero parece que no sepamos trabajar si no es con una presión brutal de tiempo encima de las espaldas, ¿no? Entonces el ordenador lo que ha hecho es esclavizarnos por ahí. Nos ha dado una herramienta cojonuda, lo mejor que podíamos haber imaginado, para trabajar: ahora puedes hacer cualquier cosa que te imagines, lo puedes hacer casi al momento. La libertad, el mundo que se abre para investigar es acojonante, es tan grande que todavía creo que hoy en día no lo hemos ni asimilado, ni sabemos exactamente el universo que se nos acaba de abrir, por un lado. Pero por otro nos ha esclavizado a nivel de tiempo.

• **Llavors, en la relació amb el client, com us afecta?**

¿Los ordenadores? ¿En ese sentido?

• Sí.

En lo único que nos ha afectado ya te digo es en que ahora saben que los tiempos son más cortos, saben que nos pueden apretar más las tuercas y decir oye, pues mañana una campaña, porque se puede hacer.

Antes nadie osaba pedirte una campaña de hoy para mañana si no era asumiendo que lo que iba a ver era rayas de rotulador en una hoja y escrito...manuscrito. Ahora no, ahora saben que de un día para otro tú les vas a presentar una campaña prácticamente que va a ver originales. Entonces en lo que nos ha afectado es en que lo sabe y nos aprieta más las tuercas y que deja menos espacio para los supuestos. Es decir, tú antes presentabas un boceto, y bueno, entonces la tipografía a lo mejor no era exactamente la que ibas a utilizar, los interlineados y el track de entre letras pues no era exactamente, luego lo acababas de pulir... ahora no, ahora lo que presentas al cliente prácticamente es lo que sale. Entonces a ese nivel nos afecta en que hay menos fisuras por las que luego puedas tener problemas: "pero lo que tú has presentado, coño, no era esto, y ahora el original"... no, ahora lo que presentas, joder, es que prácticamente es al 100%.

• **A nivell de tipografia, com ha canviat la vostra forma...?**

A nivel de tipografía lo que ha cambiado es que antes, cuando tú querías ver un titular compuesto de una tipografía determinada, de entrada necesitabas mucho más tiempo. Y si querías hacer una serie de pruebas lo que hacías era, claro, si tenías que encargar el mismo titular en cuatro o cinco tipografías, y lo tenías que encargar a una casa de fotocomposición, el precio de ese boceto se encarecía, y entonces, pues podías tener una llamada de atención del director de cuentas, o del director general, diciendo "¡ostia, tío, pero qué ha costao este boceto, coño, pero mira lo que te has gastao, mamón, no lo ves que!...". Ahora tú puedes probar un montón de titulares, el mismo titular en cincuenta tipografías, cincuenta variantes y lo haces en cinco minutos en tu ordenador y no cuesta un duro.

• **Encarregues dissenys especials per determinats clients?**

¿De tipografía?

• Sí.

Sí. Sí, sí, sí. Incluso, quiero decir, los ordenadores, lo que ahora permiten es justamente eso: crear tipografías exclusivas para una cuenta, o para un cliente determinado. Entonces claro, eso te da una exclusividad, algo que sabes que por lo menos en un tiempo, no lo vas a ver en ningún otro anuncio. Con las tipografías, pues ahora con Internet y con todas estas ostias...Precisamente, ¿no?, el ordenador tiene sus ventajas y su propia desventaja implícita, y es que una tipografía te la piratean en quince días, ¿no?, o sea tú te puedes currar una tipografía y no sabes cómo coño al cabo de quince días otro estudio te la ha calcado, porque tiene la posibilidad de hacerlo: lo ve, dice esto es de puta madre, tal, coge, pum, pum, y el tío se la hace y a los cuatro días está saliendo con la misma, una que tú has creado, ¿no?.

• **I si no encarregueu, compreu tipografies, normalment, o...?**

Se suelen comprar tipografías, esto lo que pasa es que no podemos decirlo aquí, porque estos se piratean.

• **Ja m'ho han dit, sí...**

Esto es tremendo, esto es tremendo...Negaré haberlo dicho aunque esté grabado. Pero...se piratean... yo creo que no conozco a nadie que haya comprado una tipografía jamás. Creo, eh. Si ahora me dijeras, ostia, no, no podría decirte "este tío compró una tipografía", no, no, todos los que conozco y... nadie ha comprado jamás una tipografía.

• **A nivell d'imatges, com ha canviat el tema?**

En qué sentido, a nivel de imágenes...

• **Al treballar l'autoedició, a nivell d'imatges, quin canvi s'ha produït?**

El cambio que se ha producido es que, al igual que con las tipografías, las posibilidades que tienes de con una sola imagen crear cincuenta mil diferentes, hacer cincuenta mil pruebas, está al alcance de la mano en un momento. Antes, por ejemplo, tú encargabas una ilustración, eh, como este señor que ahora nos ha traído aquí el *story*, y entonces el hombre se lo dibujaba, tú se lo pasabas tal día como hoy y mañana venía el hombre con la viñeta y corrías el peligro de que a lo mejor no te hubiera acabado de interpretar o de que se hubiera equivocado en el color del pelo del niño, en el color de los ojos, en alguna historia, dices ¡ostia! coño, que no era esto, ¿no?. Y entonces, pues, hace unos años, pues...francamente, o atrasabas la presentación para que el hombre repitiera su viñeta, eh, o simplemente pues te jodías y la pegabas tal como estaba y ya está. Ahora, a nivel de imagen el ordenador lo que te permite es decir, pues mira se ha equivocado en la expresión, en el fondo y el no sé qué, es igual, lo escaneas y tienes programas que le cambian la expresión al niño, le cambian el color de fondo, de pelo, o sea, puedes, quiero decir, hacer lo que quieres.

• **Tu creus que ha augmentat el retoc d'imatges?**

¿Si ha aumentado? Hoy en día es que (por lo menos aquí, en esta agencia, ya te digo, vengo de otras agencias donde el nivel no es tan alto, a nivel de bocetos; aquí se trabajan, o sea los bocetos, el nivel de acabado de los bocetos de esta casa yo creo que no los encontrarás en ninguna otra agencia, ¿no? Y entonces a ese nivel, joder, si ha crecido el nivel de retoque de imagen... Aquí es que no se trabaja de otra manera.

• **Vosaltres agafeu imatges de proveïdors d'imatges?**

Sí, sí, sí, sí.

• **Creus que la tendència a agafar aquestes imatges està augmentant?**

Sí, porque las posibilidades que te da el ordenador de variar estas imágenes y adecuarlas a tu concepto son absolutas con lo cual tienes más calidad a la hora de presentar un boceto porque ya no has de trabajar con un dibujo que siempre bueno, no deja de ser un monigote, mejor o peor hecho, sino que ya a nivel de acabado ves la foto. Y luego, como tienes un Photoshop que puedes retocarla, puedes adecuar esa foto exactamente a la idea que tú quieres.

• **I creus que això està baixant el fet de treballar amb fotògrafs? El fet de chupar tanta imatge prefabricada (entre cometes)?**

Pues probablemente sea así; no te lo sabría decir porque no tengo datos al respecto, pero te diría que por lógica debe ser así. Si tú ahora con una imagen de archivo, retocándola, puedes conseguir la imagen que quieres lógicamente no la encargas. Seguro que en alguna medida, no sé en qué porcentaje, está afectando al trabajo de los fotógrafos; la cantidad de trabajo, seguro.

• **Normalment com captureu les imatges?**

Las escaneamos.

• **Llavors, utilitzeu càmeres digitals?**

También, en algún caso, sí. En algún caso, que ésta es otra de las cosas que te ofrecen los ordenadores, que tienes estas

cámaras donde tú puedes ya directamente ¡clac! captar una imagen que se está digitalizando directamente en tu ordenador. Entonces muchas veces, no sé, bodegones sencillos, según qué tipo de fotos, pues te las compones tú en un pequeño plató improvisado en el estudio, pero nada, con dos cartones pluma blancos te montas un bodegón de dos chupa-chups y con esta cámara digital captas, Photoshop acabas de retocar y tienes una imagen que de otra manera tendrías que encargar a un fotógrafo que te la trabajara aunque fuera a nivel de boceto, y tal.

• **Llavors aquestes imatges les treballau en baixa resolució o ja directament féu una foto digital i treballau amb alta resolució?**

No, las trabajamos a baja resolución, sólo a nivel de boceto, sí. Después si esto prospera lógicamente el trabajo se lo das al fotógrafo que te lo hará bien ya y de puta madre, ¿no?, pero te ahorras el trabajo, la fase previa y el pagar ese boceto.

• **Cóm ha afectat també l'autoedició en tot el que és el procés de preimpresió, des de que tu tens el layout fins que acaba la peça impresa, més o menys, amb la teva experiència quines coses creus que han canviat?**

Pues mira, ha cambiado el hecho de que el grabador tiene muchas menos cosas a interpretar. Tú antes entregabas un original en el que había uno, dos, tres, o catorce mil vegetales donde había ochenta mil indicaciones hechas a mano, donde le decías filete de un punto color magenta, no sé qué, foto recortada, imagen tal, o sea era un guirigai tan brutal entregar un original al grabador antes con estos catorce mil vegetales con catorce mil indicaciones que, francamente, cuando llegaba la prueba de grabado, y estaba bien, ostia, era un milagro, que en un grabador haya conseguido aclararse en todo aquel maremágnum de indicaciones la verdad es que era asombroso, ¿no? Eran héroes. Hoy en día todo está metido en un disquet de manera que le dirá la imagen exactamente donde va, los colores, todo. Tiene muy poca cosa que interpretar.

• **Creus que això ha fet que un director d'art tingui molta més responsabilitat que abans?**

No. La misma. Lo que hace es evitar filtros que puedan llevar a error, simplemente. Es mucho más fácil ahora que ese tío, como digo, meta el óptico en su ordenador, lo abra y vea claramente ya de qué color es cada filete, no sé qué, con todas las indicaciones, que tener que aclararse en un montón de vegetales con la letra escrita a mano de cada director de arte, que además no nos engañemos cada uno tiene su letra, y hay letras más difíciles de interpretar que otras, con lo cual, claro, tenías que...el grabador era casi como el farmacéutico. Tenía que aprender a leer en la letra de los médicos, "ahora qué coño pone aquí? Esto pone yellow o pone magenta no sé qué?".

• **Des de la DTP, la vostra relació amb els estudis exteriors...?**

¡Odio las siglas!...

• **Sí, perdona, l'autoedició, vull dir... la vostra relació amb els estudis exteriors tu creus que ha crescut, ha baixat, hi ha una tendència més cap a freelance?**

Los ordenadores, ya te digo, es una máquina maravillosa, pero que bueno, como todas las máquinas, supongo, lo que han hecho es la tendencia de la sociedad. En principio (ya veremos después cómo se remonta todo esto, pero en principio ha sido como una bomba atómica: ha matado un montón de gente, las casas de fotocomposición, por ejemplo, pobrecitas, ¿no? ¿Qué ha sido de ellas? Yo ya no sé a qué se dedicarán los Cirianos ni los Gallegos ni los Grafitext, claro, las casas de fotocomposición han muerto, los grabadores han reducido su plantilla en un montón de gente, los estudios que antes hacían todo ese trabajo ahora, en una agencia como ésta tienes tres tíos con tres ordenadores, tres fieras, o sea tres tíos que manejan el ordenador de puta madre y hacen el trabajo que antes hacían cinco estudios.

• **O sigui tu creus que l'agència està absorbint molt de la feina que es feia fora?**

Pero muchísimo trabajo, muchísimo trabajo; pero todas las agencias. Claro, el ordenador ¿qué hace? Rentabiliza el tiempo de la gente y de los costes que suponen todas las cuentas, a la hora de hacer bocetos y demás y lógicamente las agencias se han dado cuenta. Les resulta más rentable pagar un par de fotos y un par de ordenadores que toda la facturación que generaba trabajar con los estudios externos. Entonces ha sido, ya te digo, como una bomba atómica: ha matado un montón de profesionales. Estudios grandes de siete, ocho personas que había hace diez años... pues ahora a lo mejor quedan dos tíos.

• **Ja me l'has contestat una mica, però en quina forma totes aquestes eines informàtiques han influenciat en el plantejament econòmic, de costos?**

Ha influenciado bastante, a nivel de que antes todas las agencias asumían unos costes que eran inevitables: el de tener un montón de estudios satélites que tenían que resolverse los bocetos y los originales y ahora con el ordenador lo hacen en casa y hecho el boceto está hecho el original porque cuando trabajas con un ordenador es el mismo trabajo hacer el boceto que hacer el original. Una vez tienes el boceto aprietas la tecla correspondiente y te sale ya todo

seleccionado. Es decir, pero no es que te ahorras el original, es que te ahorras los jodidos fotolitos, es que te lo ahorras todo, es que es una máquina monstruosa, maravillosa por las opciones que te da, pero socialmente ha sido tremendo esto.

• **O sigui, treballeu molt amb impressió digital, per això que m'has dit que t'estalvies els fotolitos?**

Muchísimo no; se está trabajando bastante. No acaba todavía de ser al 100%, pero la tendencia es a ir a eso y en un año o dos seguramente (o menos) ya será así directamente. Es como la fotografía, también está afectando a nivel de los fotógrafos. Ahora ya la gente ya, la emulsión fotográfica también va de capa caída y esto también pegará un rebote en las casas que venden esto, en los tños que revelan... Ahora las cámaras son digitales. Tú disparas, clac, tienes el bodegón, tu cámara digital, disparas, y cincuenta segundos después lo tienes en la pantalla del ordenador, con lo cual directamente retocas ahí, y digitalmente va al grabador, y ya ¡pof! sale ya impreso. Con lo cual te ahorras el proceso del revelado, problemas químicos. Ostia, lo que ha ocurrido con los estudios y las casas de fotocomposición va a ocurrir ya en la fotografía con toda la gente que funcionaba alrededor de la emulsión.

• **Com ha afectat, si ha afectat, l'aparició d'Internet a la vostra feina?**

Yo la verdad es que el tema de Internet para mí es muy nuevo y creo que en general, por lo menos en esta agencia, el tema de Internet es muy reciente y todavía no sé de qué manera nos va a afectar o nos ha afectado. Hombre, por lo que se ve Internet lógicamente el acceso que tienes a información de todo tipo es inmediata y brutal, es un universo tan grande que es un poco lo que ocurría con los ordenadores, lo que pasa con estas máquinas es que no acabas de digerir lo que puedes hacer con ella y ya te está abriendo otro mundo en el que todavía no... Va tan por delante de los usuarios que yo creo que debería parar un tiempo, y por lo menos dar diez años a la gente para que supiera exactamente qué tiene entre manos y luego, ostia. ¿Sabes?, es como estar...hay un empacho de información tan brutal el que te proporcionan los ordenadores que creo que se debería frenar un poco este asunto, ¿no?.

• **La pregunta era una mica per veure si xupen imatges d'Internet o si xupen tipografies...**

No, no, la verdad es que de momento, bueno tipografías esto es ilegal, yo no puedo decirlo, pero sí, tío, se fusilan cantidad de...

• **Ideas...**

No, de ideas no, ideas en principio no, pero tipografías yo lo que sé es que parece ser que hay un mercado abierto en el tema de Internet y que todo el mundo las fusila de allí, no sé...

• **Com el treball ha canviat, dintre de l'ordinador teniu alguna forma estructurada d'anar als vostres treballs, les vostres feines?**

No, la forma habitual: carpetas, clientes, trabajos... no hay una forma especial.

• **Teniu comunicats, tot el sistema d'ordinadors?**

En esta agencia sí, están todos comunicados.

• **Ja per acabar, quina és la teva opinió sobre el futur de totes aquestes eines, en la relació amb el treball que tu fas?**

Pues, no sé. Que cada vez probablemente vayan acabando con más puestos de trabajo; eso a nivel social. Pero a nivel creativo que cada vez te va a facilitar más las cosas. Nos va a acortar más los tiempos de ejecución, porque cada vez van a ser más rápidos. Vas a tener más posibilidades de acceder a más imágenes y a retocarlas más rápidamente, el contacto con los fotógrafos ya... un poco va a ser, en general, la tendencia general, o sea el hecho de trabajar prácticamente desde tu casa o en este caso desde la agencia. Antes un director de arte (antes, ahora, gracias a Dios, todavía hoy) pues cuando tienes una sesión fotográfica es una manera de romper la rutina de la agencia, las reuniones, que los directores de cuentas no te persigan, y no tener que estar pegado al teléfono. Tienes un rodaje, te vas dos o tres días fuera porque estás de rodaje. Tienes una sesión de fotos, pues estás un día o dos de sesión de fotos. Con todo esto, seguramente, hasta con eso vamos a acabar, porque desde tu ordenador podrás seguir el rodaje, tendrás el realizador en Sidney y tú desde tu pantalla estarás viendo los encuadres, y por teléfono o a través del correo, o como coño sea le dirás al tío, pues no, no me gusta y si esto lo puedes hacer a nivel de rodaje, pues a nivel fotográfico y tal...llegará un momento en que ¿cómo nos afectará? Pues en que todo lo haremos, absolutamente todo, a través de un ordenador, pero hasta las sesiones de fotos, los rodajes... estaremos con el culo pegado a una silla y no nos levantaremos de allí ya nunca más. Nunca más en la vida.

Fi de l'entrevista

9... LORENTE

ARMINDA CARBONELL

07/10/97

• **La primera pregunta seria que m'expliquessis d'on véns i com arribes aquí; el teu *background*.**

En un principi vaig estudiar disseny gràfic quan no es coneixia el que era, d'això farà vuit o nou anys, què caram. Vaig acabar disseny gràfic i vaig anar amb un director d'art que treballava per agències, també era un *freelance*; treballava per a CONTRAPUNTO que eren les agències que estaven amb més *auge* en aquell moment, en Toni Aguilera. Llavors vaig estar bastants anys amb ell i realment és allà on em vaig adonar el que era la direcció d'art, que no només era disseny gràfic, evidentment - per mi només era fer logotips i coses així i, clar, direcció d'art és molt més important que no només "peguis" allà logotip o fer quatre il·lustracions... I a partir d'aquests anys que vaig estar amb ells és on més vaig aprendre. I després de set anys d'estar amb l'Aguilera vaig anar a parar amb dos o tres estudis de disseny, però clar ja no era el mateix perquè eren estudis de disseny, ja no era un estudi de direcció d'art. A mi el que m'interessa era direcció d'art. D'aquí vaig encaminar una mica la meva professió cap a direcció d'art. En aquells moments no era tan difícil com ara *donar-te'n* conegut i vaig anar a parar amb una agència que es diu ESLOGAN. Allà vaig estar una bona temporada i després ja vaig anar a parar aquí. Més o menys el que es pot dir és que m'he informat bastant de telecomunicació. I porto aquí cinc anys; vaig començar de júnior amb el Baesten, després de júnior ja ve, jo què sé, des de fa dos anys o així. I aquesta ha sigut la meva trajectòria.

• **Perfecte. Em podries definir què és per tu un director d'art?**

A veure, direcció d'art...Òstia, és que és una pregunta tan àmplia que no és fàcil de respondre...

• **o sigui un director d'art, la persona, què és...**

Com el seu nom indica dirigeix segons quines coses, segons quines facetes de dintre d'una agència de publicitat. Què pot ser, des de quin punt a quin punt dirigeix, jo al menos en aquesta agència..., també és un error, en aquesta agència és diferent a moltes. Bé, dintre d'una agència de publicitat hi ha un equip que és el director creatiu amb el director d'art, després aquestes persones tindran més equips més baix, assistents, uns estudis i altres proveïdors que se li diu en realització els realitzadors, els fotògrafs, todo lo que tú quieras, ¿no? Doncs, direcció d'art què és? És la part d'un equip creatiu, que ajuda a aquell director creatiu, ajuda i a la vegada aporta idees o conceptes mitjançant la imatge. Aquest concepte el transforma en imatge. Es aquello de una imagen vale más que mil palabras, a lo millor hi ha campanyes que són necessàries les imatges i aquí és on succeeix...Y entonces, aparte de crear junto con el creativo, el director de arte lo que tiene que hacer es dirigir todo lo que es la producción dentro de esta conceptualización; ¿toda la producción qué significa? Llevar toda esta idea, plasmarla en todas las aplicaciones gráficas visuales que nos da la comunicación, puede ser televisión, vallas, gráficas, y todo esto se tiene que dirigir, ¿hacia dónde dirigirlo y de qué manera? hacia estudios de diseño, hacia fotógrafos, hacia realizadores, hacia "contadores"... És a dir, què és direcció d'art? És saber conceptualitzar la imatge, transmetre, transmetir...(òstia, em costa molt això, et juro que em costa molt, és impressionant!, és collonut...). A més la pregunta és bastant complicada perquè són molts aspectes, porque tienes que no sólo pensar sino también dirigir a un montón de gente y estar alerta de todo lo que pueda pasar. No sé si te me he aclarado mucho...

• **Sí. O sigui el que normalment la gent diu és que és un visualitzador de conceptes, clar, el que està sortint bastant.**

Sí, sí, ayuda y también es un apoyo para el creativo.

• **Segons tu, la diferència entre dissenyador gràfic i director d'art on la posaries?**

Yo pienso que es bastante grande la diferencia que hay entre un diseñador y un director de arte. Bastante porque un diseñador para mí es alguien que está metido en algo pequeñito y un director de arte está metido en algo salvaje, y aparte tiene que ser capaz de diseñar y todo, tiene que llevarlo muy claro, tiene que saber diseñar, conceptualizar y comunicar. A un diseñador le da las cosas bastante hechas, por ejemplo un logotipo, el saber que ese logotipo es para

un restaurante, sabe que a ese restaurante van determinadas personas y sabe que responderá el cliente, bueno quien le ha pedido el logotipo, quiere un determinado estilo, y ya está. Un director de arte no sólo hace logotipos, sino que tiene que crear, tiene que pensar en el logotipo, en ese restaurante, en cómo decorar ese restaurante, ¡eh! y decir a la gente que vaya. ¿Me entiendes?, es un ejemplo entre muchos, pero vamos, lo primero que se me ha ocurrido.

• **¿Actualmente con qué tipo de personas trabajas o cuál es el organigrama, no de toda la agencia, pero en que tú te mueves, tu pequeño equipo?**

Te advierto que esta agencia es, bueno, no sé si te lo habrá dicho mucha gente en cada una de sus agencias, pero esta agencia es absolutamente atípica...

• ...ja,ja, todo el mundo dice lo mismo de la suya...no sé por qué...

¿Sí? ¿De la suya?...després em faràs cinc cèntims abans d'anar-te'n, eh...perquè és *tremendo*.

Lo que sí está claro es que el director de arte siempre está al lado de un creativo, a veces hasta responde por sí, sólo porque son campañas por ejemplo de imagen o de moda que el creativo te ayuda, pero quien realmente lleva el peso es el director de arte. Yo por ejemplo en esta agencia lo que tengo es un director creativo a mi lado, puede ser uno fijo o no, en mi caso no, en mi caso trabajo con tres creativos a la vez, bueno a la vez no, José M^a Batallas uno, Joaquín Lorente es otro y Ángela Becerra es otro. Yo formo equipo y cada uno lleva una campaña a diferencia con ellos y luego yo tengo como resorte o como apoyo a tres ayudantes - a tres asistentes - que me sacan las pequeñas cosas de dentro de una gran campaña... -*Mireia*, por favor hazme un folletito, házmelo tú, no hace falta que lo piense yo, yo ya estoy pariendo toda la campaña genérica y ésta está todo a base de color amarillo, pues hazme el folletito, no me lo pongas rojo que ya sabes que la campaña es amarillo. Y es esto.

• **¿Y los asistentes están a tu cargo o están dentro de la agencia?**

A mi cargo, sí, y están dentro de la agencia. Luego los asistentes tienen un estudio exterior. También yo domino.

• **¿A estos asistentes los consideras qué: directores de arte júnior, diseñadores gráficos o ..., los defines de alguna forma?**

Hay niveles. Yo los considero en este caso asistentes como la palabra dice, ayudantes, porque no están formados todavía. Luego hay niveles entre ellos tres, hay uno que sabe más - que le puedo llamar júnior - y hay dos que no, que realmente son máquinas, cooperadores. Son máquinas pero, por favor, con criterio porque una máquina sí no piensa no sirve de nada. Es lo que decías de cómo ha afectado la informática dentro de las agencias publicitarias, ¡horrores!

• **¿Desde que entra la informática a autoedición, ha cambiado de alguna manera tu forma de conceptualizar ideas?**

Yo la suerte que he tenido es que he estado siempre, desde que estoy aquí en esta agencia, con un ordenador en la mano y realmente es un beneficio humano que son estos cinco años. Antes no, si hablo de mis cinco años anteriores, que sí, que llevo catorce años trabajando, se tenía que trabajar a la vez, era manual, tenía un estudio exterior, montabas los bocetitos...Ahora no, yo al formarme con ordenador, claro, ser asistente y formarme con ordenador, he ido subiendo, he ido subiendo y sigo utilizando el ordenador. Y para mí es necesario, es una absolutamente necesaria. Ya no sé dibujar sin ordenador (bueno sí que sé). La suerte que he tenido..., también he tenido cinco años sin ordenador, pero cuando ya formaba más dirección de arte ha sido con ordenador.

• **¿Cómo afecta la autoedición a tu forma de trabajar?**

Muchos planteamientos los hago primero en la hoja, pero casi los virtualizo directamente en ordenador. Tengo la suerte de haber tenido antes los cinco años de dibujo de mano y ahora los cinco años de ordenador.

• **¿La relación con respecto al cliente... crees que el hecho del ordenador afecta de alguna forma?**

Por completo y además es terrible. Se han acostumbrado de tal manera que se creen que aprietas un botón y el ordenador piensa por sí solo. Tienes un ordenador con un montón de megas y una impresora que te hace cosas maravillosas, pero no se dan cuenta de que ese trabajo nos ha llevado toda una noche. Y ellos lo único que ven es un papel impreso que al día siguiente se lo das por *flases* delante de ellos; te han dado trabajo, te has quedado toda la noche a las nueve de la mañana, ellos han comido y han cenado, han dormido, se han levantado, han aparecido con un papel precioso, maravilloso, ese que tren que -olor a cacao- aquellos lo han gastado, que además (...) están... Se creen que es facilísimo, después estamos generando tanto, tanto, y además estamos generando tan claramente lo que va a ser que cada vez te cierran la faja para que tú puedas disparar y puedas crear. Quiero (...), tú dibujas y escaneas una foto, quieren esa foto y digo pues esta foto no puede ser (...), quieren cazar el espíritu, claro, tú como director de arte entiendes el espíritu pero (...) ¡de espíritus!

• **¿La autoedición de qué manera te afecta a la hora de trabajar con tipografía?**

Bueno, yo como he amado siempre la tipografía y además he estudiado dos años de tipografía y me encanta, la utilizo con mucha coherencia, primero porque no utilizo, hay muchas tipografías que... hay que tener muy claro...hay tal

cantidad de tipografías que ahora es (...) hay que tener muy claras las tipografías que están bien hechas, las que tienen poca lectura, las que significan más (...) formas triángulo y me parece brutal, o sea para mí poder coger el ordenador y plantearme bueno, yo en la cabeza tengo "arte" ya sé donde voy a ir a trabajar, si voy a trabajar con una de palo o con una hermana o con una *script*. Voy a trabajar con un tipo de tipografía, entonces ya tengo yo más o menos organizada dentro de mi cabeza qué es lo que más o menos está más o menos bien, y digo hay doscientas, pero de éstas yo quiero éstas diez que son las que me gustan, voy a probar estas diez, o sea de puta madre, las pruebo en un momento.

D: ¿Usáis diseños especiales o compráis diseños para clientes o para determinadas campañas, o encargáis diseños determinados?

Sí, yo sí.

• **Los compras personalmente algún proveedor o...?**

¿Quién los compra normalmente? Vía Internet también había comprado alguna cosita... a *Cunfon*. Sí, y a *Blanca Insistente* y a Emigré, y aún así vía teléfono, lo que más se suele hacer es vía teléfono a la larga y vía viajes cuando alguien se marcha, cuando dices ¡oye, por favor, cómprame todo esto, toma tanto! y yo suelo hacerlo así. Y luego además las tipografías también te llegan por formas piratas, bastante pirateadas.

• **¿También con la autoedición, de qué manera crees que influye en la forma de trabajar las imágenes?**

Lo que te he comentado antes, que a lo mejor escaneas unas sensaciones o la imagen que quieres, oye, yo lo que quiero es que sea así de optimista y tal, por ejemplo un señor que tiene un perro en la cabeza pero está viendo, quiero que respire esta sensación optimista y que sea divertido...y de pronto ¡ah, no, queremos ese perro y queremos ese señor! No, pues que esta foto ya existe, ya se ha escaneado esa imagen, no, pero es que esa foto ya está, no puedo hacer ná, no puedo repetirla. Es contraproducente todo a veces, dices que no, que el cliente es suficientemente inteligente como para darse cuenta, pero a veces que el cliente dice no, cuentas para detenerlo y el cliente sabe verlo, entonces acabas tú... copia esto... por la fuerza... Y eso es una putada.

• **¿Tú crees que toda esta facilidad de escanear y tal ha hecho incrementar el retoque de imagen?**

Yo me niego. Yo soy una persona que pienso que la técnica en los ordenadores están para que tú los utilices no para que ellos te utilicen a ti. Es un peligro todo esto.

• **¿Y trabajáis mucho con lo que diríamos imágenes de estoc?**

Sí, sí, sí, lo utilizo bastante. Sí, sobre todo para clientes baratos.

• **¿Tú crees por tu experiencia que el hecho de trabajar con estas imágenes prefabricadas está haciendo bajar el "gusto" - contrato con los fotógrafos? Es algo que antes igual lo hacías con fotógrafos pues ahora te vas a AEG o alguien y ...**

Sí, muchísimo. Sí, también lo que está claro y que el nivel de AEG por ejemplo ahora es mucho más alto, ahora me llegaban unas fotos aquí de *fotostock* ¡Qué hace AEG con estas fotos! Hace cinco años no las teníamos, realmente espectaculares, algunas que en la vida no has podido poner en ninguna parte. Hay fotos muy buenas ahora, cosa que antes no había por ejemplo. Ahora, que también lo que dices tú, que es una putada en cierta manera porque no puedes trabajar, no tienes el día a día, no puedes trabajar con fotógrafos, o sea sólo trabajas con ellos cuando son campañas donde hay muchísimo dinero detrás, cuando son campañas grandes; por ejemplo para un folleto ya no te dejan gastarte trescientas mil pesetas en una foto, (...) con *fotostock* igual te vale cuatrocientas mil pesetas. Te tienes que ceñir en algunas cosas.

• **...Y eso igual te ha limitado, ¿no?, digamos tu creatividad...**

Limita a la vez que ayuda al creador. También estaba hablando con una empresa que teníamos accidentes muy graves, si estuvieras hablando con una empresa pequeña pues no, (...) es una putada, pero al llevar clientes grandes también tienes imagen para que los clientes tienen que entregar sus fotos y que no dentro de cinco años pierdan esa, bueno pierdan los derechos, al cabo de cinco años, o de los años que.. Cuando compras una imagen, al cabo de un año pierdes derechos y la puedo utilizar; la competencia por ejemplo. También hay clientes que quieren esa foto.

• **¿Normalmente cómo acostumbraís a capturar imágenes?**

Por escáner, vía escáner.

• **¿Usáis cámara digital, ha entrado?**

Sí. Sí. Muchas veces por ejemplo si hay que hacer unas campañas publicitarias que hay que fotografiar muy bien el original, un lápiz o una piruleta, tienes una cámara vía digital, bastante cara por cierto. *Cuida* mucho más la resolución pero que te saca de unos apuros bastantes veces.

• **¿Y esa cámara que la utilizáis sólo para bocetos?**

Para bocetos.

- **¿O puede ser un original?**

Para bocetos exclusivamente. Es una cámara quizá muy baja que, por ejemplo no hay...

- **Sí, para una presentación hace el cliente que lo pruebe y entonces vais a...**

Exacto, entonces vamos a un fotógrafo y éste nos hace una foto espectacular de un (...) de un *chupa-chup* pero también se puede hacer sólo... del *chupa-chup*.

- **¿La autoedición cómo afecta a todo el proceso de preimpresión? Digamos, llegar a fotolitos, que tú estás trabajando.. ¿Cómo crees que os afecta? ¿Me explico? ¿Tú crees que las presentaciones de ahora tienen más calidad? ¿Crees que tu responsabilidad actual es mayor porque lo que está en el disco o en el óptico? Eso se va a filmar y si filmo automáticamente, no hay pasos intermedios...**

A mí me parece bien. Sí, me parece bien, lo que pasa es que hay muchos problemas con la preimpresión entonces con conceptos hay mucha diferencia, quiero decir hay jodidas... porque por ejemplo de pronto si se salen las cajas de las tipografías, ¡pumba! y se van y todo eso, por qué he hecho los fotolitos, por qué he hecho la impresión, ¡Ei que esto estaba así en original! que no, que no coño, que no, que no estaba así, ¿no? pasan cosas raras porque todavía la técnica no está del todo arraigada y es difícil y cada día, te cuentan, lo sabes tú, que cada dos meses se queda obsoleto todo y hay que ir, cada vez van saliendo más cosas y hay que estar continuamente y eso es una putada para un director de arte, porque tiene entre el trabajo, el día a día y la informática, acabas también un poquito loco. Pero bueno esto sólo es anecdótico más.

- **¿Usáis impresión digital, en el sentido digital de corta tirada? Es decir, sin fotolitos más bien.**

Sí. Bastante, bastante.

- **O sea es algo que ha entrado...**

Mucho. Yo sí al menos, sobre todo porque tengo unos *timings* horribles y hay uno o dos clientes que más o menos tienen dinero y los que pueden hacerlo, otros no... uno o dos clientes, los demás no. Y todavía es caro esto.

- **¿Tú crees que actualmente la agencia concede muchos trabajos al exterior o la tendencia actual es de absorberlo todo?**

Absorberlo todo, en este caso absorberlo todo. Yo hago hasta logotipos o sea una mierda, pagas. Mientras que pienso que antes, por ejemplo, mi director de arte decía bueno pues yo al poner la campaña, pásame unas... estilo, quiero estas cosas y bueno voy a llamar a un tío que haga... que cojones. Es absorberlo todo.

- **¿Y eso por qué crees que es, por un tema de costes o ...?**

Estoy convencida. Los millones se los lleva el jefe.

- **¿O sea, tú crees que la informática ha influido...?**

Muchísimo.

- **Digamos negativamente.**

Tiene su parte positiva y su parte negativa. Y la verdad es que luego, cuando hubo los problemas de la crisis, bueno primero, no sé si lo sabes pero la publicidad de "hace diez años" era *jauja*: unos sueldazos de cojones, no hacían nada, todo lo hacían por exteriores y lo único que hacían era un 20% para la gente, y realmente allí se pasaron. Luego hubo la crisis y bajaron precios, se bajaron tanto los precios que ahora estamos en esos precios tan bajos, ahora cómo somos capaces para que otra vez la garantía...ha vuelto a subir...la gente no es capaz de subir los precios porque claro, el cliente piensa que si hace cinco años me lo hacías por cuatro pesetas oye házmelo por cinco, no por veintitrés, eh.

- **¿De qué manera afectó Internet en tu trabajo, si ha afectado de alguna manera?**

No ha afectado. Simplemente Internet lo que hago muchas veces es, yo no tengo tiempo, yo trabajo a diario, mira, por ejemplo, ayer me puse con una de cada mes o más — pesado — que me parece muy lenta, pero lo que sí hago es cuando (...) libros de arte, la verdad es que muchísimas lecciones yo voy a ellas, miro, hojeo por curiosidad y ya está, lo que te decía antes de las tipografías. Me he dado cuenta por ejemplo que una revista de tipografías tiene cantidad de webs, porque claro son de *informes de estos*. Entonces a partir de ahí ya pongo en contacto, las miro y veo que está escrito cartas y luego escribo cartas, tampoco hay que ver la web sólo

- **¿Chupáis imágenes también?**

No, la verdad es que no.

- **Es que hay posibilidad, por eso la pregunta de saber si la gente está aprovechando estos temas o no.**

Sí, o sea estoy conectada, pero el problema es que no tengo tiempo de... y además es muy lento, y entonces ya te cansas, dices, bueno, bah, voy a buscar un libro.

- **¿Con ordenadores trabajáis con MAC?**

Sí, sobre todo.

- ¿Los tenéis intercomunicados entre vosotros?

Sí.

- ¿Tenéis algún sistema de ordenar todos los trabajos?

Sí. Hay un servidor que siempre están ahí los trabajos, por ejemplo (...) que es donde trabajamos todas las noches, cuando mueren entonces se archivan, discos, cualquier cosa y además lo hacen los asistentes y luego al cabo de un mes se devuelven para meter información.

- Ya para acabar. ¿Cuál es tu opinión sobre el futuro de todas estas herramientas informáticas en relación con tu trabajo?

Yo pienso que será fácil lo que está haciendo, es lo que *lleva par paxy*, hago mil kilómetros de muerte, pero de muerte, vamos, aquello que hasta, y a mí hasta me gusta, eh, (...) hay momentos que son mejor que los originales casi. Como es tan igual que los originales ya no sé ni para qué paso originales, simplemente leo "los de la lista" pues para que no tenga faltas, para que el amarillo sea realmente..., para que me centre todo, para que me ponga los pantones que tienen que ser porque yo pongo una ralla y me sale *pá*, y entonces llevo todo a ordenador... Pero pienso que ninguna, no nos va a quitar ninguna porque al fin y al cabo la dirección de arte, la parte de colección de ideas es dirigir, estar junto con un profesional que es un fotógrafo, junto con un realizador montar... oye, yo pienso que es una ayuda. Si todo eso te producía antes, si no dejas que, tú dominas la informática, que ésta no te domine a ti, entonces lo llevarás bien. En el momento en que ya te pongas a diseñar y digas mira, tengo doscientas tipografías. ¡Ala, pongo ésta! ¡pum, porque me rota!; no, pues tienes que tener un criterio, para tener unas tipografías hay que tener un criterio, para una fotografía hay que tener un criterio, para todo hay que tener un criterio, el ordenador no te va a solucionar nada, nada en absoluto, al revés. Una herramienta. La única putada es la que te decía, que la gente se cree que tú no piensas porque aprietas un botón y sale; y es educar. Pero yo pienso que nuestro trabajo es así.

- ¿Tú piensas que tu trabajo se valora menos por el hecho de que haya una maquina...?

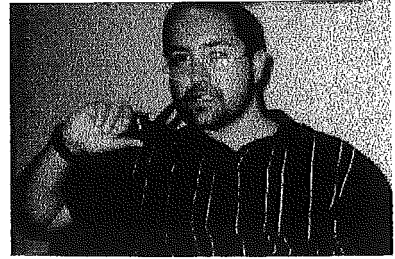
No creo, aquí en esta casa no. No, porque aparte que tú no tienes reuniones, no ya presentaciones, no ya..., muchas veces no utilizo ni el ordenador para hacer presentaciones, hago fotocopias para que vean que no se las ha — el ordenador, pues hago fotocopias porque también sé que es contraproducente a veces "pasarlas" por ordenador. Eso también son los años; la suerte que tengo yo es que llevo cinco años trabajando en este medio y he tenido cinco años seguidos sin el ordenador, o sea que todavía no me ha absorbido ni espero que me absorba. Ahora la gente que viene se va oponiendo, la gente que tengo aquí —.

- ¿Por qué no han visto la etapa anterior.

No, no han vivido esa etapa y entonces se creen que se ponen a diseñar y se ponen a dibujar y a mover las cosas dentro del ordenador tal que no o — del ordenador, cierra toda la parte — plantéatelo, antes que nada piensa lo que vas a hacer y si tú tienes alguna duda, eh, no es hacer solamente una cosa, haz tres y ahí está la *túbula* en esas tres, pero no me hagas veintitrés —, plantéate las cosas antes de hacerlas por ordenador, el ordenador no te va a solucionar nada, se marean, se marean. Yo tengo niños que se están cinco horas, llegan ¡no, si es *folder!* Pero ¿qué estás haciendo.? Que no, es que he hecho esto pero luego así no queda bien, es que he probado tantos colores... Ven tantos colores que se marean, o sea en vez de sentarse y plantearse el trabajo, empiezan a jugar y el ordenador les absorbe. Entonces ése es el problema que tengo yo con la gente que viene, que los tengo que sacar de la jaula, ¡a un despacho a pensar! Y es así.

Fi de l'entrevista

10... AUGUSTA BBT FRANCESC AKILEZ 17/09/97



• **La primera pregunta, que no és pregunta, és una mica que em diguessis, qui ets? Com arribes a la direcció d'art?, D'on vénis?**

Em dic Francesc Akilez i actualment sóc director d'art de "AGUSTaBBT". Sóc com un soci, un fundador d'aquesta agència. Vaig arribar a la direcció d'art a través d'estudiar primer de Belles Arts, és allò que t'agrada pintar, dibuixar i t'apuntes a Belles Arts a la facultat. Aleshores a partir d'aquí em va sorgir la possibilitat d'entrar en una agència com il·lustrador. Vaig entrar com il·lustrador i a partir d'aquí segueixes una mica el procés que es seguia fins ara, que avui dia no es segueix perquè és una mica laboriós i comporta temps i a més a més amb l'informàtica i tot això ha canviat. Abans hi havia una cosa més manual, més d'aprenentatge. Vaig estar a diversos estudis, a — com a director, a DOS PER DOS, que era una agència que ja no existeix, i després vam fundar això. Ha estat un procés bastant llarg i una mica bé donat perquè abans la gent accedia a la direcció a través de passar primer com a il·lustrador, muntador, després passaves a un estudi, de l'estudi passaves a ser director d'art, una mica ajudant com si diguessim després més tard. És un procés una mica més llarg que ara no es segueix perquè la gent ve directament i té les seves avantatges i els seus inconvenients.

• **Com definiries que és un director d'art?**

Aquesta pregunta ja me l'he fet varies vegades perquè a més a més faig com una espècie de seminari a la direcció d'art. Em vaig donar compte fa uns anys que la gent no sabia ni lo que era un director d'art ni quina feina feia a les nits quan en realitat penso que és una peça absolutament bàsica per la publicitat, són imatges. El director d'art és un visualitzador de imatges, un visualitzador de conceptes, un visualitzador de disposar en la realitat coses, idees i conceptes.

• **Quina diferència trobaries entre un director d'art i un dissenyador gràfic?**

La diferència crec que és bastant notable. El dissenyador gràfic és més, com ho diríem, el camp és diferent. El dissenyador gràfic difícilment farà campanyes o dissenyarà anuncis de revistes, es dedica més a la part tècnica. El canvi per mi és molt diferent encara que les dos coses estiguin evidentment molt relacionades. Com a director d'art de vegades has de lligar-te a fer — o inclús per un dissenyador gràfic has de lligar-te a fer alguna pàgina a través de —. Però són dos coses molt diferents. Una cosa és com més laboriosa, més tècnica i una altra és com més dedicar-te al món de les idees.

• **Actualment amb quin equip de persones treballes?**

Cada agència té la seva estructura. Aquí estem estructurats en equips de dos o sigui un director i un copy. Tenim un director creatiu que supervisa una mica lo que fan tots els grups i a part tenim un estudi gràfic que és la gent que desenrotlla lo que tu volies.

• **Dintre d'aquests equips quina és la teva funció?**

La funció de director és el fet de seguir tot el procés des de que el client et passa un *briefing*, el *desenrotlles* amb el copy, que és la campanya, ho presentes fent-t'ho aprova o no t'ho aprova. També com a director d'art has de seguir tot el procés o sigui per mi *lo maco* de la direcció d'art és que estàs des del principi fins al final de les coses i controles tot el procés, lo qual et permet realment controlar tot el procés i que el resultat final sigui el que tu vols que és molt diferent amb altre feines, vull dir, a lo millor tu dius una cosa i després lo que surt al carrer és diferent. En aquest cas has de controlar tot des dels esbossos, la realització, has d'estar controlant el gravador, les proves de gravat, la impressió, tot, o sigui segueixes el procés des de que apareix la idea com si diguessim fins que surt el resultat. Tot això és feina del director.

• **Des de que entra l'ordinador, l'autoedició a les agències ha canviat d'alguna forma la teva manera de**

conceptualitzar idees?

No, per això precisament ahir tenia una discussió amb una persona important d'altre agència sobre aquest tema, perquè no ha canviat absolutament res i sé que per la gent ha canviat bastant. El que passa és que, l'ordinador no deixa de ser una eina més, o sigui, si algú vol fer direcció d'art i pensa que l'ordinador resol problemes i crea imatges i tot això, no va bé, el resultat final es nota molt. Quan només ha treballat amb l'ordinador i no amb el cap es nota molt. En canvi, quan un ha desenvolupat previament la idea al cap i després ha fet servir l'ordinador per portar-la a terme es nota molt. La visualització de les imatges, el concepte de passar imatges, és qüestió de la ment i de *posar-lo* en pràctica i després a l'hora de fer-ho si que hi ha les eines. Abans et passaves tres dies per fer-t'ho i ara en mitja hora ho tens fet i tens possibilitats de canviar perquè abans cada canvi presentava un dia més de feina. En aquest aspecte genial, però la gent avui dia no té massa clar això i els que es pensin que realment dominar un programa d'ordinador ja és poder fer de director com si diguessim, penso que s'equivoca.

• Creus que el fet d'adelantar l'ordinador ha canviat una mica la manera de dissenyar?

Ha canviat bastant la manera, però clar, és lo que et deia abans. Abans miraves varies tipografies, escollies una, la demanaves, te la feien i tot això, era un procés que tardava un dia i quan tenies la tipografia la passaves més amunt més avall, però quan l'estaves posant més amunt ja estava posada més amunt i posar-la més avall representava fer un altre copy. Tenies menys possibilitats de fer canvis i ara realment tens moltes més possibilitats.

• Creus, per exemple, que domina més l'imatge actualment que abans per aquestes noves possibilitats? I alguna mena de tendència general?

No, el que trobo a faltar és el concepte com que és tan fàcil treballar amb les imatges, hi ha moltes imatges, molts efectes, moltes històries, però el suc de la història de vegades es descuida.

• L'entrada de l'ordinador en quina forma ha canviat la teva relació amb el client?

Bàsicament que demanen les coses en mitja hora i abans en dos dies. Aquesta és bàsicament la diferència.

• Des de l'entrada de l'autoedició, en quina forma ha canviat la teva manera de treballar amb la tipografia? Com t'ha afectat?

És lo que et comentava abans. Abans de posar una tipografia havies d'estar tres o quatre hores mirant tipografies decidint quina, fent proves, rallant una mica i tal, i ara te la penses, la poses i si no t'agrada la canvies. Evidentment és una qüestió d'agilitat.

• I encarregues dissenys especials de tipografies per segons quins clients?

No perquè més que res els clients no paguen això, és difícil que hi hagi un client que digui --- la tipografia. Crec que avui dia no passa pel cap que es pugui fer una tipografia especial. S'aprofiten les que hi han, es deformen i tal. Ha fent possibles canvis dintre d'una mateixa base semblants, però allò que es feia abans fer una tipografia i després passar la meua i tal és molt difícil, o sigui, no és que sigui molt difícil de fer-ho és molt difícil que el client entengui que això té un preu i t'ho pagui ---.

• Llavors utilitzeu proveïdors habituals de tipografia o sempre llogueu les mateixes?

No el que passa amb les tipografies, els arxius t'envien tipografies, és constant. No tens ni que demanar-ho, igual que les fotografies d'arxiu. Ja t'ho envien.

• De la mateixa forma, de quina manera us ha afectat el treball amb imatges des de l'entrada de l'ordinador?

Bàsicament quan es nota més és per exemple en el procés previ, en la presentació del client. Abans quasi tot eren il·lustracions, ara poca cosa hi ha de il·lustracions perquè hi ha quantitat de imatges d'arxiu, hi han imatges de revistes o imatges per fer els esbossos. Llavors l'*escaneges*, les pentanyes, les formes canvien el color i amb el color ja està. També ha canviat perquè el procés que es pot fer en una imatge és bastant diferent. Abans, fer un retoc de qualsevol foto era en primer lloc molt costós i després el resultat final no era el més adequat. Ara, quasi et diria que no hi ha cap foto que no surti o no estigui retocada. A lo millor canvies una cosa o canvies un altre, és a dir que en aquest aspecte tens més possibilitats.

• De quina forma captureu les imatges?

A través d'un escaner.

• Utilitzeu fotografia digital o càmeres digitals?

Només estem començant perquè la fotografia digital només l'utilitzem per fer esbossos, no té altra utilitat. Això el producte t'ho fas una --- de la imatge.

• És a dir quan voleu un original definitiu aneu a un fotògraf?

Sí, quan volem original anem a un fotògraf.

• Creus que el fet de tenir totes aquestes dades de possibilitats, d'agafar imatges, us fa minvar la vostra feina als

fotògrafs?

Crec precisament que és el contrari. La gent es pensa que com hi han més imatges d'arxius qui treballa menys és el fotògraf. Com hi han més imatges d'arxius treballes més amb fotògrafs. Sembla una contradicció perquè primer les imatges d'arxiu no tenen incorporat el producte. Les imatges d'arxiu són absolutament genèriques i molt concretes. Però és evident que has de fer la foto del producte del client vulguis o no vulguis. Després lo que s'ha fet, ha estat que com hi han imatges d'arxiu els fotògrafs han hagut de baixar preus. Eren coses impensables i ara doncs no es poden fer. Això ha fet que els fotògrafs més assequibles, els interessa més fer una foto indeterminada, de la manera que tu vols, no una que vulguis, els arxius són molt amplis però són foto. Aleshores arriba un moment, en el qual tu vols un angle determinat, ho medeixes i tot això.

• L'autodicció de quina forma us ha afectat en tot el procés de la preimpresió?

És un tema de comoditat i de facilitat, no afecta ni durant la qualitat. Simplement és això. Ara s'ha escurçat el temps i abans fa uns deu anys era impensable que el client et digués com volia un original per l'endemà, és a dir, el client era conscient de què necessitaves com a mínim quatre dies perquè necessitaves moltes fotografies. El muntatge era manual. I ara, si no t'ho demanen en cinc minuts és perquè no volen.

• Creus que la vostra responsabilitat ha augmentat a l'haver de controlar tantes etapes?

Comporta la feina. Realment si ets un director d'art i estàs valorat dintre dels directors d'art, això suposa que has de tenir la capacitat suficient per poder comprar. És una responsabilitat adequada als temps que corren.

• Utilitzeu impressió digital al vostre treball?

Sí, tenim tots els esbossos i s'imprimeix la forma digital.

• Vull dir de tirada?

No, de tirada no. Nosaltres només fem dintre de l'agència els esbossos i imatges que s'escaneixen a baixa resolució. Aleshores després, ja comencem a utilitzar esporoides extensos en d'altres grups, el seu aire de presonització, els ratolins i els impressors ---.

• Saps si encara esteu utilitzant l'estil clàssic o tireu més cap a màquines digitals que ja no necessiten fotolits?

Hi ha de tot. Les màquines que encara no necessiten fotolits tenen unes determinades limitacions segons quin tiratge vols, com ho vols, quina qualitat vols, doncs et serveix o no et serveix. Es tracta de saber que hi han totes aquestes possibilitats i aleshores adequar, timitzar el presupost que té el client, és a dir, si vols tres mil en poques quantitats és absurd fer ratolins.

• Des de l'entrada de l'ordinador a l'agència, heu cedit molt treball a estudis exteriors esteu concentrant més treball aquí?

No, tot això depent de l'estructura que té l'agència. Nosaltres per exemple, som d'una agència que no té l'estudi intern, Aleshores al no tenir l'estudi assumit dintre de l'estructura de l'agència només treus feina quan vas agobiat i ja no pots assumir-ho tu mateix, però com a norma general ho fas. Hi han altres agències que tant funciona un sistema com un altre i també són formes de treballar. Hi han d'altres que no tenen estudi i depenen de proveïdors externs. Això és qüestió del sistema que s'hagi d'adoptar per l'agència

• Has vist en els anys que portes alguna tendència?

La tendència que m'agrada més és tenir els estudis externs perquè evidentment lesempreses amb menys gent i dintre de l'estructura d'empresa menys despeses.

• A l'agència, amb quina mena de material treballes? Amb quins equips?

D'informàtics?

• De tot...

Hi ha de tot. Els pocs que tu et puguis imaginar. Faig servir com a director l'ordinador, les impressores, les càmares de via digital. Des d'això fins a les coses tan simples com ---.

• A nivell de programes teniu alguna petita direcció?

Sí, però passa que t'acostumes a treballar en un programa, és a dir, lo que bàsicament la gent treballa amb el ---.

• De quina forma creus que han influenciat totes aquestes eines informàtiques en el plantejament econòmic i de costos?

Evidentment han influenciat perquè t'ajuden a rendabilitzar.

• Utilitzeu Internet per la vostra feina? I si utilitzeu, de quina forma us ha afectat?

Ho estem començant a utilitzar --- i bàsicament és per transportar informació. El més lògic seria que cada vegada més els clients tinguessin les seves terminals i tu poguessis enviar-li els bocetos per Internet i no tinguessis que fer un viatge de tres hores en cotxe per anar a enseyar-li un cartró, però avui dia encara no, els clients que tenen Internet a

aquest nivell de disponibilitat tenen Internet per altres històries, però no per això, cada vegada s'anirà a més, és com tot, *lo* que tendeixes és a rendabilitzar . No estimes a estar tres hores del teu temps al cotxe si pots fer-ho apretant un botó, doncs et sortirà més barat.

• **Actualment perquè l'utilitzeu, per enviar?**

Bàsicament per enviar textos i coses d'aquestes.

• **I adquireu imatges de Internet?**

Internet és una font d'informació molt interessant i sempre que tens un tema determinat, un client determinat, serveix buscar informació.

• **De quina forma teniu o de quina forma ordeneu els vostres treballs dins de l'ordinador?**

Normalment som molt desordenats, o sigui que ho intentem de fer-ho lo millor possible però se'ns va tot per terra.

• **Teniu algun sistema de *catalogalització*?**

Generalment les imatges les ordenem per clients i les guardem en discos òptics i tot això, però és un embolic, pensa que la velocitat de feina en una agència s'ha tornat tan absolutament ràpida que no estàs fent un altre feina i ja tens per a qui cinquanta -- de les fotos que no saps on posar-les. Així i tot, no hi tens temps d'arxivar a no ser que tinguis algú que t'ho fagi.

• **Teniu tots els vostres ordinadors comunicats?**

Sí, sí.

• **A l'hora de intercanviar arxius?**

Sí això sí.

• **Bé, ja per acabar em podries dir quin creus que és el futur de totes aquestes eines en relació amb el treball, cap a on anirà això?**

Suposo que cada vegada anirem a facilitar més la feina però jo insisteixo perquè lo que veig és que moltes de les preguntes van centrades a la tecnologia.

• **Sí, és que el tema està centrat en el que és la tecnologia.**

T'has centrat en el tema tecnologia, llavors aprofitan que aquest és el tema central de l'entrevista jo el que voldria és trencar una llança a favor del que t'he dit abans, la tecnologia és absolutament fantàstica per treballar però no deixa de ser una eina i el treball creatiu, sempre està més en el cap. Primer abans de fer res amb un ordinador jo el que aconsellaria a tothom que es vulgui dedicar a aquest tema, és que abans pensi les històries, les tingui clares i que després pugui fer mil canvis en l'ordinador és un altre història, perfecte, però si obres l'ordinador i no saps, no tens al cap el que vols fer, malament rai, és una eina.

• **Tu creus que de cara al futur la teva filosofia de treball continuarà més o menys sent la mateixa?**

Has d'evolucionar amb el temps, les idees sempre seran les idees i el cap sempre funcionarà igual, anirà evolucionant, sempre funcionarà igual a la mida que hi hagin més eines per treballar tindràs més possibilitats, abans fer un efecte especial era una cosa que només es podia fer a Anglaterra i ara ho pots fer aquí, perquè tens possibilitats.

Fi de l'entrevista

11... ALTRAFORMA

LLUÍS AIGUADE

17/11/97

• **El primer seria que em diguessis el teu *background*, edat i com arribes a això de la publicitat o a Altraforma?**

Arribo a publicitat... a Altraforma no hi arribo. D'alguna manera jo i una altra persona, que era el Vicenç Alonso, que és l'altre director d'art d'aquí, la vam fundar fa bastant temps ja, juntament amb un altre soci que en aquells moments era soci nostre però que va ser un soci en una *sombra*, que al cap dels anys l'hem tornat a recuperar. La nostra història és, a partir d'un moment deixem una mica el món de la publicitat per muntar un estudi de disseny, una mica especialitzat també en temes publicitaris, però estudia disseny; i al cap de quinze anys tornem a muntar una agència. I amb l'altre soci anterior, que era el Miquel Jiménez Salinas, un personatge de publicitat de tota la vida, tornem a refundar Altraforma. Llavors aquesta té una història molt basada en la direcció d'art, precisament, i amb el disseny, però que hem anat transformant en publicitat. La meua edat són 47 tacsos i l'edat de l'altra persona que porta el mateix departament que jo és la mateixa. Som senyors.

• **Actualment, amb quins equips de persones treballes?**

Nosaltres tenim un equip creatiu bastant fort, aquí. Hi ha dos directores creatius, hi ha un director executiu, que és el Tito Muñoz, i hi ha un altre director creatiu, que és Manolo Portadella. Llavors hi ha dos copys/petits júnors. El departament d'art té quatre persones més i que tot el departament sencer és bastant resolutiu, tot el que entra i surt d'aquí. Molt poques coses es treballen a fora, ens ho managuem bastant aquí.

• **Dintre d'aquest departament creatiu quina seria la teua funció, com la descriuries?**

Una mica curiosa, perquè òstia! jo sóc una mica fundador, *apassionat*, vull dir uf! i hi ha alguns clients que són... És una mica curiosa... Jo assumeixo la direcció d'art, una part de la direcció creativa i una part de la responsabilitat empresarial. Poti, poti.

• **Amb quina mena de material treballes?**

Bàsicament material informàtic.

• **Tots els temes que són manuals i així ja ho teniu bastant...**

Passem del llapis i bolígraf a l'ordinador, pràcticament, home, exceptuant coses quan treballes amb il·lustracions i coses d'aquest tipus, que en alguns casos ja també s'estudien virtuals.

• **Des de l'entrada de l'autoedició, que concentra l'ordinador a l'agència, ha canviat en alguna manera la teua forma de conceptualitzar les idees?**

Home, sí. Sí i no. Però jo crec que sí i potser d'una manera subconscient però d'aquí cinc anys, o sigui tu te n'adonaràs pensant no en ara mateix sinó d'aquí cinc anys o en un futur immediat, i una mica la manera de pensar, les idees, encara que ara es digui allò no serà molt diferent... es pensaran molt més directament dintre la màquina, crec. Ara no, ara es rasquen encara, perquè t'enrecordes més de coses anteriors que no de les que vindran, però òstia, jo crec que fotrà bastant. Un canvi importantíssim.

• **En la gent jove ho veus, que estalvien una sèrie de passos?**

Sí, sí, sí. En la gent jove i en la gent que entén la mecànica del món informàtic. En la gent jove per descomptat, però no només en ella sinó en la gent que dissenya, hi ha gent que dissenya bé o que fa una direcció d'art potent i és jove o no és jove, i la fa en informàtica o no. Als joves per descomptat que hi és l'eina, però als altres també.

• **Des de que apareix l'autoedició, en quina manera ha canviat la teua forma de treballar?**

En el meu aspecte molt molt no, en l'aspecte de fer l'esforç d'entendre, assimilar tota aquesta història i aplicar-la. En la meua forma de treballar, jo com que faig de director d'art puc treballar amb altra gent que executen molt més tota aquesta mecànica, jo mateix també m'he hagut d'adaptar, conèixer els programes, entendre el món informàtic però no tant treballant-lo directament que no a màquina, sinó tenint els resultats generals.

• **Creus que us ha afectat d'alguna manera amb la vostra relació amb el client?**

Sí, totalment. El món de la comunicació és automàtic, ara *pitges* un botó i ho tens tot al moment. Afecta en això. Que abans un procés d'una feina era diferent, i amb això jo abans deia que les coses es pensen diferent perquè es pensen en funció de que són molt més automàtiques, llavors tu has de poder quasi donar una resposta immediata a una pregunta que se't fa. I això que et dic, abans no era exactament així, i ara sí.

• **En el camp de la tipografia, en quina manera ha canviat l'ordinador, l'autoedició, la teva forma de treballar?**

Això és molt curiós.

• **Així creus que ha canviat?**

Sí. A mi personalment no m'ha afectat massa perquè jo sóc molt, tipogràficament parlant, respectuós amb les tradicions, però com a publicitari diria que sempre fa servir l'últim, el que es porta, el que està més de moda i realment les tipografies s'han revolucionat, trencat, desenfocat, desfigurat i això ho has de tenir en compte. Això no vol dir que t'agradi més o menys però has d'utilitzar les coses que funcionen i que arriben a la gent. En aquest sentit pues òstia el fons de la tipografia és *automàtic* en aquests moments. I creix.

• **Tu creus que la causa de la moguda tipogràfica és el fet de que estigui l'ordinador?**

Sí. Dóna les possibilitats, abans sempre pensaves que no tenies prou tipografies, que no podies... i ara penses al revés. Té'n enyores, aquella cosa ascètica que es permetia, òstia! *utilitzar racionalment* les coses. Ara entres en un món, ara has d'anar les coses, com et passen mil imatges pel davant i has d'anar agafant aquesta i l'altra i l'enganxes una amb l'altra i et trepitges i... De tot això surt un resultat, però el procés és molt diferent.

• **Pel que fa a les imatges, creus que ha afectat la teva forma de treballar des de que entra l'ordinador?**

L'ordinador ho ha canviat tot. Racionalment no tant i a la pràctica, és clar, tot és que ara baixes una imatge, tens un dubte, et fots a dintre l'Internet i t'agafes una imatge i la utilitzes o trobes una solució o hi ha mil fons d'imatge al que pots accedir d'una manera molt ràpida i a més si no t'agrada li canvies el color i li afegeixes una làmpara, osti! és així de..., en aquest sentit... La imatge és algo que pots manipular moltíssim i abans això es podia fer menys.

• **Normalment com acostumes a capturar les imatges?**

Amb un casc de papallones... ja, ja, ja! Osti, això és complicat. Les imatges les construïm en el coco, quan treballes amb publicitat o sigui les imatges les tens molt premeditades. Això és el resultat final, i *inclús* les dibuixem, les imatges que pensem, fem *stories* o encaixem un anunci, o sigui utilitzem recursos antics per donar forma a les coses que...ara, a l'hora de portar-les a la pràctica, les pots construir a partir de mitjans més sofisticats; depèn dels pressupostos que tinguis.

• **Utilitzeu la càmera digital com una eina més dintre de l'agència?**

Sí, però de moment d'una manera bastant precària, molt a nivell d'esbós, capturar una llum, resultat allò...necessito una mà i no sé...pam! Molt per esbossar coses.

• **Amb tot el que és el procés de preimpresió, en quina forma us ha canviat en els darrers anys?**

- Per treballar amb...No t'he lligat al principi, sí...

• **O sigui tu construeixes una campanya determinada, però llavors en tenir l'ordinador, tot aquest procés que segueix...la fabricació de les peces per dir-ho d'alguna forma, en quina manera...?**

No, l'ordinador et permet...clar, hi ha una cosa que no és l'ordinador, és tot l'entorn informàtic. I és clar, els escàners i les impressores, al mateix moment que penses una cosa, quasi l'estàs fent i imprimint. Vol dir que l'estàs muntant, clar, i la facilitat d'adaptar peces és molt... Sí. Perdona...On estàvem?

• **Estàvem amb el tema de si l'ordinador t'havia influït en tot el que és el tema que vindria després, de tot l'original...**

Home, l'ordinador ha canviat tota la forma de treballar en general. No la forma tant mental, que també perquè els primers processos no són tant...però a l'hora d'executar la feina ja sí, sí.

• **Tu creus que això en relació amb el client us ha afectat d'alguna forma, el fet de que això que abans presentar un original era un tema més complicat, era tot un procés, i ara potser el que tu m'has dit abans, no? fas una impressió...**

Sí, però és que a més s'imprimeix de moltes maneres. Afecta...és clar que afecta, sí, ara pots imprimir deu coses o quinze o una o cinc amb grans, petites, en *plotters*, amb impremta, vull dir, el món de la impressió també ha canviat.

• **Actualment, quant menys l'experiència, des d'aquí quina creus que és la tendència, vosaltres teniu tendència a cedir treballs d'art cap a fora, o teniu tendència a assumir aquests treballs a la vostra mateixa agència?**

- Nosaltres assumim tot el que podem, però és clar, una agència arriba un moment, és una mica com l'efecte xiclet, hi ha un moment que has de traspasar coses que no alterin el procés creatiu nostre propi. A vegades quan una cosa creiem que és molt especialitzada també fem aquest esforç, podem treballar amb algun equip de fora perquè creiem

que és adequat, perquè aquell tema va molt bé per aquella banda, llavors el que sí treballem és molt amb il·lustradors, fotògrafs, això sí. Però intentem controlar molt el nostre producte creatiu des de dins.

• **I tu creus que sí...el que m'estic trobant, que la tendència és que la gent ara torna cap a dins, no?**

Cap a dins... Nosaltres no hem sortit mai de dins. Quan vam muntar o vam remuntar l'agència en un moment en que la gent es treia els estudis de sobre i això, nosaltres la vam muntar amb la base d'un estudi i el vam reforçar inclús ens ho hem anat parint tot aquí dintre, cuidant'ho, pentinant'ho i *insistent-ne* en el resultat que un volia

• **Llavors, tu creus que aquesta tendència de quedar-t'ho o quedar-vos tot a dins, és més una tendència de tipus econòmic o és més una tendència de dir jo vull conservar el que faig perquè la meva idea original...perquè així la controlo més?**

Jo crec que és el segon. L'economia afecta en tot, però no ho sé. Jo diria que només de tiups econòmic no, perquè potser sí tu treballes... Jo conec moltes agències que no tenen ni direcció d'art; anteriorment havíem treballat per agències d'aquest tipus i els hi anava molt bé, eren molt poca gent. Jo conec algunes que encara funcionen així. No sé, jo no entendria treballar d'aquesta manera, personalment clar.

• **O sigui, per tu és diguéssim una manera de controlar tota la feina, no? Que no se t'escapi cap detall...**

Sí, sí. I crec que tot l'equip creatiu nostre una mica pensem que això funciona així, o ens funciona; jo què sé! D'aquí un any *alomillor* deixa de funcionar, ja que són les mateixes persones són les que fan un equip també.

• **Heu anat augmentant aquest equip d'art?**

Sí. Poc, però s'ha augmentat

• **En quina manera creus que l'autoedició us ha afectat tot el que és, tu que a més de director d'art ets soci, tot el que és el plantejament general de costos?**

Bastant. Aquí sí que hi ha un moment que has de prendre una decisió i donar la volta a les coses com un mitjà, això passa per un replantejament econòmic important i s'ha de fer una previsió constant de que això s'ha d'anar revisant cada any.

• **O sigui t'has d'anar renovant aquí...**

Sí, això és una mica una trampa, és una manera de treballar que està molt bé, que no la pots amortitzar perquè amb les mateixes feines sí que vas més de pressa però no pots cobrar més, inclús has de cobrar algo menys perquè sembla que les coses són més fàcils i això també el client ja ho ha detectat i llavors al mateix temps t'obliga a estar... És un món molt ràpid i t'obliga a estar molt al dia. Has de tenir un pressupost important per ... en aquest aspecte.

• **I tu creus que el client al detectar aquesta rapidesa us pressiona més en certs temes?**

Sí. La pressió, això ha passat sempre, el client sempre pressiona tot el que pot i clar, amb aquestes coses pot més.

• **I això creus que d'alguna manera afecta la qualitat de la vostra feina, d'estar tant, entre cometes, agafats pel temps?**

Jo diria que no. Afecta a les nostres neurones, acabarem a St. Boi, això sí, però jo crec que ens trobem amb una capacitat de resposta...vull dir, quan et posen entre l'espasa i la paret, et sorprens a tu mateix donant unes respostes a vegades més brillants inclús, ara amb el perill de que et patini alguna ---. De fet ens hem anat trencant dos o tres ja, eh. A l'equip creatiu de tant en tant un peta, l'altre...en tenim un parell que s'acaben de recuperar, vull dir, osti, hi ha una pressió psicològica forta.

• **Actualment utilitzes Internet, i si la utilitzes per què, quins usos li veus?**

Sí. Nosaltres no l'utilitzem tant com...realment és una eina jo crec que molt important però que no l'acabem d'utilitzar encara d'una manera com normalitat. Fins que hem aconseguit que a tots els departaments de l'agència, per persones físiques tinguin la seva pròpia entrada, hi ha una tendència a obligar una mica i a condicionar que la gent estigui a Internet sí pot ser fins a una estona cada dia per acostumar-se al mitjà. És un mitjà que és més nou, ja que la informàtica en sí, i que et dona una gran quantitat d'informació, que has de dominar una mica el mitjà, llavors això et porta també a que poc a poc anem accedint cada vegada més i més gent, però això ha costat una mica. I ho estem fent però encara queda per fer aquí.

• **A Internet quina seria la principal aplicació que tu li dones?**

Ah...recerca d'informació. En el nostre cas a més ara estem començant a treballar i estan també amb el propi mitjà, també creant ja, molta gent et demana que els hi treballis les seves pròpies webs d'Internet i això t'obliga, et condiciona i et fa conèixer el mitjà i crec que cada vegada més això va creixent, vam començar amb un, de vegades amb tres i la setmana vinent seran sis. I és un món que es va descobrint les noves possibilitats que va tenint i crec que aquí ha arribat una mica més tard que amb d'altres països. El que sí és molt important que a través d'Internet és comunicar-te amb els teus propis clients, o enviar-te missatgeria, allò que dèiem, òstia, la facilitat d'enviar tot una

feina acabada, l'envies a Madrid o a París, com aquell qui diu en deu minuts una feina complicada...

• **L'utilitzeu pel transport de feines?**

Sí, clar, clar, també.

• **No perds una mica el control? Com ho controles?**

Mmm, a veure, mmm, jo crec que no perquè una feina quan està acabada, l'únic que has de tenir el control és de que la informació que passes la passes bé. En aquest sentit s'ha de procurar això. La veritat és que no és encara lo normal i lo habitual, però ho acabarà sent; fins fa molt poc als diaris s'enviaven encara anuncis tradicionals perquè el propi diari "no"... però ara ja s'envia tot en diskets i jo crec que això també passarà... Fins ara no s'envien els missatges però s'acabaran enviant tots. És més pràctic, barato, ràpid, és més tot. L'únic que necessites és dominar-ho i fer-ho d'una manera natural.

• **I aquest procés d'enviament, tu si envies a Madrid, que li envies directament al client o...?**

Home, li pots enviar al client perquè el vegi i després a la impremta i amb aquesta si hi ha algun problema ho pots parlar tècnicament...

• **...perquè ja facin els originals i se'ls lliuri'n al client sense cap problema.**

Sí, sí. Exacte, sí.

• **Utilitzes Internet per a baixar-te a tipografia?**

Sí, també ho fem. Amb la tipografia el que ens passa que com estem una mica agobiats, jo crec que amb el fons de 10.000 tipos ja en tenim per anar pensant com trobar el que volem, el que passa que sempre hi ha algú amb nosaltres que a més li agrada entretenir-se amb les maquinetes aquestes i d'una manera inclús personal sempre estàs buscant coses i descobrint programes nous; també a través d'Internet, tipografies noves i *un munt* de transports, però això ja depèn de cadascun de nosaltres, també.

• **Baixeu imatges, així com podries agafar una imatge de qualsevol llibre d'imatges?**

Sí, sí. I comprem tipografies, algunes les hem comprat.

• **Via Internet?**

Sí.

• **També compreu imatges via Internet...**

Sí, no massa cosa perquè hi ha com un respecte, allò d'utilitzar massa el teu número de..., però algunes coses que per immediatesa i per necessitat i perquè, osti, aquell tipus de lletra és el que volem i el necessitem, llavors és lo millor.

• **Com ho teniu estructurat tot per dins, teniu alguna mena, la forma en que guardeu els arxius, d'ordre establert, teniu els ordinadors comunicats?**

Sí, hi ha una xarxa informàtica. L'equip treballem amb PCs i amb Macs, però ara està dominant ja el sistema Apple el que domina tota l'empresa. Hi ha un arxíu general, hi ha un servidor general on tothom pot guardar allà tota la informació. Llavors accedeixes, tu al *demat* quan vols. Accedeixes allà directament, al teu ordinador guardes el que necessites i a més guardes per feines, per clients, els teus òptics. Llavors passes tot el que necessites i t'ho guardes a part, a fora...

• **O sigui a més teniu emmagatzemat, per seguretat?**

Sí. Les feines fetes es guarden fora i dintre. Hi ha un servidor de general que no s'esborra perquè és automàtic i sempre que el necessites accedeixes i treballes, però a més hi ha quan hi ha les dues van passant les anem arxivant, per clients, vaja.

• **Podies definir què és un director d'art?**

A mi personalment em costa una mica perquè jo no em sento un director d'art, m'agrada més inclús la paraula de director creatiu. Depèn de cada cas, hi ha agències que estan molt estructurades, jo què sé, per famílies, *ademés*, hi ha un copy i un director d'art, hi ha un creatiu que té dos directors d'art i dos copys... Això depèn, cada agència té els seus vicis o la seva manera de funcionar, cada multinacional actua d'una manera i són formes que a més...clar, cadascú ha de trobar la seva pròpia, i jo crec que la nostra és bastant atípica perquè neix d'una manera una mica diferent, home, tot va a parar al mateix, però et permet *desarrotllar* el sistema una mica personal, a la teva mida. En el fons, crec que les persones són les que acaben fent el que sigui, les feines, els entorns creen i al voltant d'unes quantes persones determinades sempre neix com *algo* que es va formant allà i que van entrant altres persones que es van formant i nutrint d'això que existeix aquí dintre, no només el que hi ha a fora. S'ém fa difícil generalitzar.

• **No, però per tu, des del teu punt de vista, què és un director d'art, què hauria de ser o què és en el teu cas. Com ho definiries, una definició pel diccionari?**

Una definició pel diccionari encara em costaria més... Un director d'art hauria de ser la persona que juntament amb

un altre o per ella mateixa és capaç de, una vegada li hem passat tota una sèrie d'informació, posar tota aquesta informació en net de la millor manera; i el director d'art especialment d'una manera visual. El director d'art a vegades pot fer tota la feina perquè hi ha feines que són purament visuals i a vegades al revés, ha d'intervenir poc perquè són molt literàries. Però és la persona encarregada de construir, de posar tota una informació en signes, formes, tipografies, imatges, i que això ho entengui...o sigui és com una espècie de *mèdium* entre dos grups de gent: els que li donen una informació i els que la reben.

• La paraula clau seria visual, visualitzar conceptes...

Jo crec que hauria de ser un combinat, primer visualitzar-los però abans has d'imaginar-los, no només visualitzar-los. Tu has de construir una idea

• També ets creador per dir-ho d'alguna manera...

Sí, sí, clar No, no, és que un director d'art ha de ser-ho i no... a veure, tu, digué'm què posaré aquí, no...Tu t'ajuntes amb l'altra persona i penses què podem dir aquí...Normalment un director d'art pensa més en formes, això és veritat.

• Estàvem amb això de si pensaves que un director d'art ha d'estar relacionat amb el tema visual.

Sí, molt directament, jo crec que sí. El que passa que no només és això, en el fons és un creador; utilitza, té uns vicis determinats perquè són els seus propis de la seva feina...

• Quina és la diferència entre un director d'art i un director creatiu?

És una diferència de formació, però hi ha directors creatius que ho notes, o que entenen molt d'imatge o que es mouen molt bé en aquest camp i n'hi han d'altres que no tenen la... que es mouen potser d'una manera incòmoda, llavors necessiten més d'un director d'art. En canvi n'hi ha d'altres que...Jo diria que hi ha directors que dius que són directors d'art perquè són les dues coses. És un món que s'ajunta i es separa però que pot coincidir inclús en la mateixa persona.

• Creus que el director actual, el de finals d'anys noranta, ha de conèixer l'eina de l'ordinador, el Mac, tot el que comporta?

Jo crec que és imprescindible.

• I quan dic conèixer vull dir, no solament què és el Mac, sinó ficar-te, saber les possibilitats que té un Photoshop, etc...

Jo crec que sí.

• La diferència entre director d'art i dissenyador tu on la ficaries, si la veus?

Sí que n'hi ha, i és un debat que jo he tingut moltes vegades i que no ens n'hem sortit mai bé els que hem debatut això, jo he passat dos anys sent membre de l'ADG-FAD que és una associació de dissenyadors on hem debatut coses com aquesta i notes que inclús... A veure jo sempre he defensat que hi ha molt poques barreres, així com veig que no hi ha masses barreres entre un director creatiu o que aquestes es poden aproximar molt, penso exactament el mateix, per a mi tampoc hi ha masses barreres cap endarrera, anant cap el dissenyador, i jo també em sento un dissenyador, però veus que en molts casos n'hi han moltes. Hi ha dissenyadors que no se senten en absolut directors d'art, o sigui que al món de la publicitat no se sap per quin motiu es posen molt nerviosos, però n'hi han d'altres que no. Jo diria que un dissenyador està especialitzat a vegades en temes més concrets perquè s'ha especialitzat en alguna cosa, perquè un dissenyador també podria ser més *atletic* i treballar tot el que li vingués de gust, però hi ha que estan més especialitzats - *packaging*, altres que amb imatge corporativa...No sé, cada persona és un món, tots són dissenyadors, però és que entre un dissenyador i un altre crec que hi ha moltes diferències, entre un dissenyador especialitzat en *packaging* i un que fa moda editorial. Tots són dissenyadors gràfics, tots dos.

• Llavors, la gent que tens al teu càrrec, aquí, són dissenyadors?

Poti, poti. Crec que són gent que han nascut sent dissenyadors però que tenien ja una certa passió pel món de la publicitat, el món de la imatge, i ens hem reciclat tots molt bé perquè, primera que ho hem practicat sempre, però segona que com que ens ha agradat el que hem seguit fent, en el món de la publicitat, no hem tingut massa problemes. Sí que en quant a les feines, si no les fas, te les poses totes a dintre del mateix sac, dins d'una agència tindrà, treballar amb una imatge corporativa com ens passa d'una manera molt formal i al mateix temps estar treballant amb dues campanyes al costat. I hi ha una mica més a la taula parlem de metres de distància, hi ha un problema d'un *packaging*, nosaltres ho fem seguir tot. Arriba un moment que ho has d'entendre però més des de l'organització de la pròpia agència i aquí sí que s'hauria de fer una labor una mica d'organitzar-ho, inclús una mica millor del que ho tenim. Però jo crec que es pot aconseguir.

• Aquesta diferència ja dins de l'agència entre director d'art i dissenyador, tu creus que és més una diferència d'estatus o com que jo mano més tu estàs sota les meves ordres?

Però un director d'art per descomptat és una persona que té una reponsabilitat pròpia imatge del producte, construir-lo físicament i fer tot el seu *packaging* i fer una campanya adequada amb tots els mitjans, òstia aquí amb un sol tema pots fer treballar a persones de característiques diferents. Sempre hi ha una persona que ha dirigit un projecte, potser sí que pot haver algun dissenyador una mica més especialitzat, i això passa. Tot *lo demás* són gent molt polivalent, igual poden fer un *packaging*, que podem sortir-nos molt bé, això no vol dir que tinguem un parell de persones més especialitzades, més dissenyadores.

• Per acabar, l'última pregunta, quina és la teva opinió en relació a totes aquestes eines informàtiques de cara al futur. De quina forma creus que canviarà la teva filosofia de treball?

- Jo en quant a això no ho sé, perquè jo crec que no sols la filosofia, jo no m'imagino amb deu anys més, que ja són molts també per mi, jo no veig ni ordinadors ja, és que m'imagino altra cosa. És que jo recordo que fa deu anys no existien els ordinadors, com que clar...

• Sí, per això, veient un canvi tan brutal...

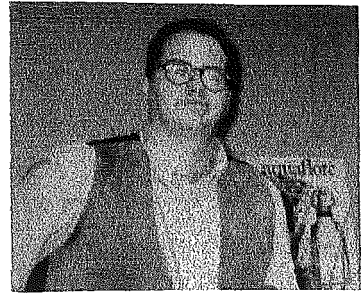
- Clar, és que amb deu anys més l'ordinador es pot convertir molt, també pot haver una cosa que pot ser molt diferent del que és ara; o la manera de treballar amb ells. És un món, des de que joestic en aquest ofici, que ja ha canviat molt, hem passat del Letraset i la càmera fotogràfica, pràcticament, a repromaster i d'aquí a l'ordinador. Són tres quasi oficis diferents, i jo crec que això no s'acabarà aquí. Jo crec que l'ordinador no és el final d'això ni molt menys, és un pas més.

Fi de l'entrevista

12... FMRG

GUILLERMO KUMERZ

26/09/97



- **El teu *background* i la teva edat, d'on vén, com arribes a aquesta agència...**

Bueno, yo tengo treinta y dos años, y empecé hace ya... en la profesión aquí en España, unos diez años u once, y vengo de Alemania, porque estuve estudiando y trabajando allí, --- cintas --- alemana y después al llegar aquí, pues nada, en MMLB, Hugo R Equipo, Thompson y FMRG.

- **Vas començar a treballar directament o vas fer uns estudis d'art o algun...?**

Sí, bueno, diseño y publicidad, en la Alemània, la diplomatura de allí

- **Segons tu, em podries definir què és un director d'art?**

No.

- **O, bé, si et dic, dóna'm una definició... Hi ha alguna forma de...**

Sí. Creo que plasmamos plásticamente las ideas que surgen, ¿no?... Hay dos formas de trabajar: una que es lo que se llama la americana y otra... dicen que la europea. No me lo creo, que sea la europea. La americana dicen que se une el equipo ya ambos el director de arte y creativo o copy, se le llaman creativos a ambos. Y aquí no, aquí se hacía antes lo que era la madre digamos de la publicidad española, Joaquín Lorente, etc., etc. Siempre han trabajado con un equipo de copys y cuando ya tenían la idea se lo pasaban a un señor que se llamaba director de arte. Entonces no le tenía como creativo. Ahora estas cosas han cambiado, por todo, por economía sobre todo, y entonces, pues... Las ideas de ambos - por eso he dicho, las ideas de ambos se plasman, pues bueno, muchas veces es el director de arte, pero también es el creativo, el que tiene más una visión gráfica de las cosas.

- **I la diferència entre un director d'art i un dissenyador gràfic?**

Yo creo que radica básicamente en la publicidad, ¿no? O sea un diseñador está especializado pues, no sé, te puede hacer desde una imagen corporativa, señalización... Cosas que prácticamente en la agencia de publicidad no se tocan, vamos, si se toca se tiene que contratar fuera porque... primero, no es rentable, siempre estamos hablando de la rentabilidad, desgraciadamente, pero así es.

- **Actualment amb quin equip de persones treballes?**

¿A qué te refieres?

- **Sí, a això que m'has dit, treballes amb un equip, amb copy o... tu tens algú per damunt, tens dissenyadors a sota teu... Com funciona aquesta estructura?**

No, yo trabajo con... ya te lo comenté... con Joan Sabaté que es digamos el equipo creativo que formamos, hace poco también, y... no; en una agencia, las agencias, a no ser que sea Casadevall, que tienen cuentas a mansalva, si tienes un junior pues está bien, ¿no? y si tienes un equipo, un estudio dentro de la agencia pues entonces ya tienes todavía más gente, como sucedía por ejemplo en MMLB, que tenían pues no sé creo que eran cuatro o cinco personas en estudio, pero aquí, no, al ser una agencia pequeña... O en Thompson, en Thompson también tenías... pues no sé... Es un equipo flotante, lo único que necesita un director de arte, porque tampoco... son puntas, los trabajos, ya lo sabes: temporada de mayo-junio pues estás a tope, o en diciembre también a tope, y después no necesitan a nadie. Entonces en el estudio mismo pues no sé, son satélites, ¿no? Lo que se coge.

- **Amb quina mena de material treballes?**

¿Quieres decir si se trabaja con un ordenador o no?

- **Sí.**

El ordenador hasta hace... yo te diría pues cuatro años, cuatro y medio, yo conocía el ordenador porque yo venía de Alemania, pero creo que era el único... Una de las únicas personas que sabía que la publicidad pues... Hombre no, la única persona no, pero que era bastante... es bastante difícil, ¿no? encontrar a gente que aceptara el ordenador. Me

tenía que adapta

• **I tot treballes amb l'ordinador?**

Absolutamente.

• **Quina mena de programes utilitzes, principalment?**

Los básicos: Freehand y Photoshop.

• **Des d'aquesta entrada de l'ordinador, ha canviat la teva forma de conceptualitzar les idees?**

No. Yo creo que el ordenador es una herramienta, es un *rotring* más, y el que crea lo contrario yo creo que se equivoca. Te da muchas posibilidades para hacer juegos; la gráfica que existe ahora mismo en España la verdad es que es bastante... Se apoya mucho en el ordenador y los efectos, y no hay ideas debajo. Eso es lo malo.

• **La relació amb el client, des d'aquesta entrada de l'ordinador, tu creus que afecta d'alguna forma?**

Naturalmente. Por desgracia para nosotros, el cliente sabe que tenemos ordenadores, y sabe que las cosas se hacen más deprisa.

• **L'autoedició, des de que entra, de quina forma afecta al teu treball amb la tipografia?**

Pues de lleno. Abre un mundo de posibilidades impresionante, ¿no? en ese campo precisamente.

• **I, llavors...vosaltres encarregueu dissenys especials o feu dissenys especials per campanyes determinades o per clients determinats?**

Sí, a ver, hasta hace unos años me acuerdo que la idea era un tipo de familia de tipografías que estaba diseñada, o no te podías salir de unos ciertos cánones para según qué clientes, por ejemplo, en los campos de alimentación, información o... lo que sea. Ahora la cosa ha cambiado, y además, claro, como tenemos tantas posibilidades, mil tipografías diferentes, pues y además también tienes la posibilidad de hacer tipografías inventadas por ti. Antes ya había personas que te ayudaban a ello, yo recuerdo un señor que se llama...ay, no recuerdo, pero lo que sí recuerdo estaba bastante loco, bastante chalao el tío, y entonces tú le pedías una tipografía, te hacía de la A a la Z, y ya está. Y tú lo notabas.

• **Tu mateix les fas, diguèssim, o se les encarregues a algú?**

Hombre, si necesitas algo sí, pero vamos, hoy en día es bastante extraño, porque con la cantidad de tipografías que existen.

• **Millor comprar-les...o...**

Es más fácil comprar. O por Internet.

• **També l'autoedició en quina forma ha afectat la teva manera de treballar amb imatges?**

Sí, hombre, claro que afecta. Pero a nivel de resolución del trabajo, quiero decir, el cliente cada vez lo tiene más fácil para ver cómo es una idea que tú tienes, ¿no? Entonces si estamos hablando de un spot de televisión pues coges imágenes reales y las escaneas y las trabajas y después le pones un texto debajo, y el cliente ya prácticamente está viendo un cómic real, unas fotografías reales - esto antes no se podía hacer, pedías un ilustrador, trabajabas con él, etc.

• **Tu creus que s'ha incrementat tot el que és tema de retoc d'imatge?**

Sí.

• **I amb l'aparició de l'autoedició agafeu més imatges d'arxius fotogràfics i deixeu de treballar amb fotògrafs?**

Sí...vamos, no sé las agencias pequeñas... ésta no es tan pequeña. Yo he estado en agencia pequeña y no, aún así no, necesitas siempre... o sea para hacer un boceto pues sí, para que el cliente vea la idea que tú tienes. Pero no dejas de trabajar *con nosotros*.

• **Però llavors, utilitzeu imatges de serveis de imatges per retocs finals o solament per esbossos?**

De vez en cuando. Lo que pasa es que aquí quien se ha especializado no es el fotógrafo sino eres tú mismo. De partir de una tipografía puedes hacer lo que sea para que el cliente lo vea.

• **Normalment com acostumes a capturar aquestes imatges?**

Últimamente los archivos fotográficos están subministrando las cosas bastante bien, te lo dan en Cd's. Es baja resolución, muy baja resolución en según qué casos, incluso hay algunas que están, tratadas las imágenes, con una ©, un medio o... Podrás ver la imagen pero no utilizarla. Pero básicamente es lo del *morfeo* por escáner.

• **La càmera digital ha entrat en aquesta agència? La utilitzeu d'alguna forma?**

Sí, sí, sí.

• **La utilitzes per esbossos o més per l'art final...?**

No, piensa que, al menos en esta agencia, el nivel de exigencia en arte es muy alto, entonces, esta cámara es bastante mala a nivel de resolución; o sea, te da una idea pero nada más. Es como una Polaroid. También tenemos Polaroid, y tiramos muchas para hacer según qué casos y según en qué... no sé, las luces, los colores, pues, nos pueden dar una idea

de lo que queremos, pero nada más.

• **També, tot el tema de l'autoedició, en quina forma creus que ha canviat tot el procés de preimpresió?**

Según qué casos antes se pensaba que incluso los fotolitos no hacían falta, en según qué casos también si quieres un *viraje* bastante sencillo pues no hacen falta, o sea, te ahorras muchas cosas.

• **Tu creus que el fet de que hi hagi un estalvi de passos que abans passaven per moltes més mans, per dir-ho d'una altra forma, ha incrementat la teva responsabilitat o el perill de que hi hagin errades perquè no hi ha cap control?**

No.

• **Utilitzeu la impressió digital?**

Es muy mala.

• **És dolenta encara?**

Yo pienso que sí, a mí no me gusta. Sabes, pero ojo, que yo vengo de estar también detrás de máquinas de impresión, de cuatro tintas, y pegarle gritos al señor de atrás y decirle ¡No, tira más rojo!, entonces que venga un señor que dice que imprime fantásticamente en media hora... o sea no he visto y no...

• **Últimament creus que l'agència ha cedit molt treball a estudis exteriors, pel que fa a la gràfica, o que teniu una tendència a tornar a fer vosaltres molts d'aquests treballs?**

Hombre, con el ordenador se acumula más trabajo y se mantiene más trabajo en la agencia, por lo tanto se intenta dar menos a...

• **Actualment tu ets el director d'art però tens dissenyadors aquí dins, treballant per tu, que estan sota les teves ordres?**

Sí. Sí. Sí.

• **En quina mida tu creus que han influenciat les eines informàtiques amb el plantejament econòmic de costos de l'agència?**

Es fundamental, porque simplemente estás ahorrando muchas cosas, agentes externos... lo que pasa es que también inviertes más horas. Es un tema bastante complicado éste, dicen que te ahorras pero no te ahorras... Es una polémica, se tendría que estudiar realmente...o sea, si están los ordenadores en las agencias, en todas las agencias es porque es más barato, eso lo primero, y nos hemos tenido que adecuar a él, te guste o no. Entonces sí, él afecta y además es más barato.

• **Com ha afectat l'aparició d'Internet al teu treball o a la teva forma de treballar, de fer...?**

Bueno, afectar no afecta para nada, al menos... quizá en los conocimientos tienes que saber Internet, tienes que saber cómo se enseña un página y qué es lo que hay que hacer allí.

• **No, però més que res, em referia a la teva forma de treballar, per exemple, vas comentar abans: ara tinc Internet, vinc a buscar tipografia a Internet.**

Sí, o en un cierto programa. Hombre, es una fuente de información que le echas mano de vez en cuando.

• **I imatges, també, captureu d'Internet?**

Sí.

• **Per utilitzar-les...?**

Sí, lo que pasa es que vuelvo a repetirte, que en Internet, tú sabes que los archivos tienen que ser pequeños, pues si no no hay dios que los vea. Es igual la máquina que tengan, aquí tenemos tres máquinas bastante potentes y es igual. Entonces, el archivo, al ser pequeño, tienes una imagen, una resolución, bastante pobre.

• **Dintre de l'ordinador, en aquesta màquina sembla ser que us entra de tot, també hi ha alguna estructura per demanar les vostres feines?**

Pues me imagino que como cualquiera que trabaje con el ordenador en administración o en lo que sea. Creo que es particular nuestro. Cada uno se adapta según la forma...

• **Cada professional, diguèssim, té la seva manera?**

Sí.

• **Tots els ordinadors estan intercomunicats?**

Sí.

• **I què treballem principalment, treballem amb sistema, amb Macintosh?**

Sí.

• **Ja per acabar, em podries dir quina és la teva opinió sobre eines de cara al futur i la relació que tindràs amb elles? D'aquí cinc, deu anys?**

Sí. Hombre, afecta pero al 100%, ya lo has visto durante estos, yo creo, cuatro o cinco últimos años, las cosas han cambiado mucho. Yo no sé si se... seguro que se van a encontrar formas diferentes de trabajar, pero lo que también es que es una desgracia porque lo que se hacía antes tranquilamente y ...tenías...no sé... Yo creo que a través del trabajo manual, que decía antes el corta y pega, te dabas cuenta de ciertas cosas que con el ordenador no te das cuenta. Y hay mucha gente ahora que sabe llevar un ordenador pero no sabe del oficio. Es sencillamente es no.

• **Quines coses creus que...?**

Pues no sé... O sea el ordenador es una máquina, es una máquina de *escritura* y por mucho que tú sepas de la máquina, no deja de ser una herramienta. Y antes de meterte con eso has de pensar y la gente no piensa, o sea la gente... ves muchísimos anuncios en las revistas, o en los dominicales o en los periódicos, que están hechos con ordenador. Yo creo que el 100%... Hay muy pocos, ya, que no estén hechos por ordenador. Y la mayoría es según la gente.

• **O sigui, tu creus que l'ordinador fa baixar la qualitat?**

Sí, claro que sí. Porque la gente que está detrás no quiere... o sea, queda muy bonito en una pantalla fosforescente los colores, pero una vez impreso la gente no se da cuenta de los fallos que hay. Se ha perdido el *feeling* que se tenía, o sea mucha gente que sólo por el hecho de saber llevar un ordenador, ya está, ¿no? Ya soy un no se qué. No es así.

• **Falta tota una sèrie d'ensenyament...**

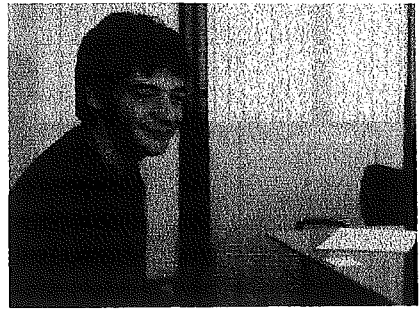
Claro, — que aquí la gente pues bueno, sales de la universidad, sabrás llevar un ordenador ¿no?, como has hecho diseño o no... pero eso no quiere decir que sepas cómo va la cosa, ¿no? Se puede hacer una página maravillosamente bien hecha pero no tiene nada detrás y hay que pensar eso.

Fi entrevista

13... ALTA DEFINICIÓN

FERRÁN BONET

19/09/97



• **Primer de tot, és una mica que m'expliquis... Qui ets?, D'on vén?, Quina edat tens?, Quan arribes aquí ?**

Em dic Ferran, tinc 25 anys i vaig començar a treballar en una fotocomposició. Vaig entrar en el món del Macintosh i de mica en mica vaig anar progressant, fins que vaig entrar aquí. He estat de *freelance*, treballant en fotocomposicions, en autoedició i fa tres anys vaig entrar aquí, a la agència. Fins a mitjans d'any vaig estar ajudant al director d'art que hi havia abans, i ara joestic de director d'art.

• **Em podries definir que és per a tu un director d'art?**

És la persona que s'encarrega de posar el que és la imatge que de vegades no és el més important. De vegades és més important el concepte. Però el director d'art és el que s'encarrega de dirigir les fotografies, la imatge o els colors que has de posar.

• **Quina creus que és la diferència entre un director d'art i un dissenyador?**

Un dissenyador gràfic la paraula ho diu. El dissenyador gràfic simplement es dedica al grafisme. I el director d'art entra ja en el món del cine, no es dedica sol al disseny sinó a la imatge en sí, en tot *lo que* és imatge.

• **Amb quin equip de persones treballes? Com treballeu a nivell d'equip?**

A nivell d'equip hi ha el director creatiu, els copys, els creatius d'art.

• **Aleshores, tu tens dissenyadors al teu càrrec?**

Això del meu càrrec no m'agrada gens, simplement són companys de treball, de feina. De vegades t'ajuden més els que estan amb tu que tu mateix, és a dir, és un treball d'equip, entre tots es fa la feina.

• **Tens una gent que està en el tema de disseny, no ets només tu? Quina és la teva funció amb aquesta gent? Com funcioneu?**

De vegades la meva funció és que ens posem a treballar i has d'estar damunt, vigilant que fan. Fem les coses més dirigides d'una manera o d'una altra. De vegades tu comentes el principi i ells comencen a treballar a partir del que tu dius.

• **Treballes també amb ordinadors? Amb quin tipus de material treballeu?**

Amb ordinador.

• **Normalment amb quin tipus de programa esteu treballant?**

Amb Freehand, Quark, Photoshop, sempre treballes amb algun programa més però bàsicament són aquests tres.

• **Em podries explicar una mica si el fet de tenir ordinador de quina forma influeix amb la teva manera de conceptualitzar idees?**

Segons la feina que tinguis perquè de vegades tens la idea molt clara abans de començar a treballar. També és molt relatiu, segons del temps que disposis per fer cada feina. A vegades comences a introduir tot el material que necessites dins l'ordinador i aleshores comences a treballar. Vas treballant directament dins l'ordinador fins que ho veus.

• **Creus que es treballa més des de l'ordinador que abans esbossant?**

Ja et dic que segons la feina, segons el ritme, perquè hi han clients que et demanen això *per al* moment. De vegades no, de vegades és el contrari. Comences amb molt de temps, comences a pensar i ho tens tot molt clar.

• **Respecte aquest tema, que tinguis ordinador al treball creus que fa que domini més la imatge o que domini més el text?**

No. Això és segons la feina que estigui fent perquè a vegades és més important el que has de dir, el missatge. Crec que no influeix perquè a vegades és més important posar un titular molt gran i una imatge molt petita o *inclús* no posar imatge. A vegades sembla absurd posar imatges perquè és com un afegit més, és a dir, hi ha d'haver una imatge, una

fotografia, una il·lustració. O sigui, segons el que hagi de dir, com ho hagi de dir d'aquesta manera vas més a posar imatges, textos o a resoltar una cosa. Sempre és millor posar poc text perquè en un anunci quan hi ha molt text ningú s'ho llegeix perquè tot són explicacions del que vulguis, però has de rebre el missatge. Aleshores quan més curt sigui, més ràpid sigui d'entendre-ho és molt millor.

• **El fet de tenir ordinador com fa que sigui la teva manera de treballar amb la tipografia? De quina forma permet explotar el tema de la tipografia?**

Crec que és una mica dolent perquè sempre intentes ajustar tot. Com que tens el text posat no t'entra bé aleshores comentes o dius ho deixo —, el cos, condenso una mica la lletra. Aleshores comences fent l'apany, sempre intentes fer-ho lo millor possible, però de vegades et veus obligat una mica *de fer* trampes i retocar la tipografia. Per exemple, si condenses una miqueta, la gent no es dóna compte, però a lo millor no és tan maca la tipografia.

• **Vosaltres creeu dissenys especials de tipografies pels clients o compreu tipografies?**

La veritat és que tenim moltes tipografies, molts tipus de tipografies, normalment fem servir una gama de tipografies. Hi han moltes que per fer servir una lletra o per un titular hauràs de fer servir una tipografia especial, però sempre hi ha tendència a fer servir unes certes tipografies.

• **Aleshores no compreu periòdicament tipografies a un subministrador, que estiguin de moda les tipografies?**

Això de les tipografies és molt relatiu perquè tu pots utilitzar una tipografia que fa una pila d'anys que està, que tothom la fa servir i fer coses que semblen super noves. Estàs fent servir unes tipografies que les tens des de fa un temps i semblen molt noves. Pots fer coses increïbles, modernes i no fa falta fer tipografia com aquesta.

• **Com creus que ha variat en totes aquestes eines i en totes les que us permeten la vostra relació amb el client?**

No ho sé. Ningú t'ha dit que sigui fàcil, simplement que ho volen per demà. Els clients et diuen això que volen tal cosa per l'endemà i tu dius, si són les set de la tarda com ho vol per demà?. I diu qui paga mana.

• **Diguèssim, velocitat?**

Sí, i cada vegada més. A més, els proveïdors que tenen serveis més ràpids, no amb més qualitat sinó els més ràpids, de vegades no per ser més ràpids tragues menys. Perquè fent-ho tan ràpid sempre s'escapa alguna cosa i aleshores has de repartir la feina. I el temps que haguessis necessitat per fer una cosa bé, resulta que t'ha trigat l'has fet malament i l'ho repetiu i al mig està mirant el client. Al final resulta que tragues tres dies en fer una cosa que per fer-la bé només necessites dos dies.

• **Això et fa tenir més responsabilitat a tu o creus que la responsabilitat és dels proveïdors?**

Sí, molta responsabilitat és teva. A més a més fa agafar-te responsabilitat, és a dir, quan menys ficat està a la feina més responsabilitat tens. Per exemple, si tu fas la feina bé fins al final, si l'última persona, el que fa el fotolític, ho fa malament doncs el problema ho tens tu, evidentment el fotolític també té molta responsabilitat, però clar, a ell no li pots dir això està bé o això està malament perquè el *fotolític* només et diu que t'ho repeteix. El responsable de tot això davant del client o davant l'agència ets tu.

• **El fet de treballar amb imatges que et permet a l'ordinador des del teu punt de vista de imatges?**

El que vulguis.

• **Creus que hi ha molt retoc de imatge actualment?**

Sí, perquè tu per exemple parteixes d'una idea, d'una fotografia i si la fotografia no surt exactament com vols aleshores has de començar a fer els retocs. Els retocs no són simplement fer un retoc, has de pensar com pots solucionar-ho per a què et sorti el que vols, és a dir, necessites fer retocs d'ombres, brillos, de totes les coses.

• **Utilitzeu molts arxius fotogràfics?**

Sí.

• **Lloguer o compra de imatges?**

Nosaltres d'*ordinadors* no fem servir gaires, hi han molts que venen del Cd-Rom. Nosaltres agafem llibres. Jo per exemple, m'estimo més agafar un llibre, escanejar la foto per petita que sigui, retocar-la i fer la imatge que jo vull, que agafar-la directament d'un Cd-Rom.

• **També treballeu amb fotògrafs?**

Sí.

• **Aleshores, veus que el fet de treballar amb arxius fotogràfics està baixant la feina del fotògraf? És a dir, com que ja tinc tants arxius, tantes fotos, tantes possibilitats per fer una determinada feina passo del fotògraf?**

No. Segons el nivell que toquis. Si és un client que té suficient presupost per pagar la foto, t'en vas a fer una foto. I per altra part, fas servir les imatges d'arxiu quan veus que és impossible i no tens temps de fer aquesta foto. És com un comodí.

- **Com acostumes a capturar les imatges normalment?**

Amb escàner. Però es clar, per fer esbossos o per fer originals?

- **Per fer esbossos i per fer originals?**

Utilitzem escàner. Per fer esbossos doncs scanner de taula, retocant. Per fer l'original hi ha scanner d'alta resolució.

- **Utilitzeu aleshores càmares digitals?**

No.

- **I fotògrafs digitals o fotògrafs de clàssics amb transparències?**

Clàssics. De vegades transparència i altres vegades són opacs.

- **Tot el que és l'ordinador, creus que us ha afectat tot el procés de preimpresió abans del fotolit, el procés de proves? De quina forma més o menys treballem?**

Sempre he estat treballant en la nova era i ara treballo sempre amb ordinadors o sigui jo he nascut ---.

- **Les proves les féu aquí o a fora?**

No, a fora. Aquí fem esbossos.

- **Al client li presenteu aquests esbossos o presenteu unes proves fora més acabades? La prova que es presenta és bastant similar al resultat final?**

En principi m'agrada molt més els esbossos que el *catàleg* original perquè, per exemple, quan presentes una campanya i les campanyes són increïbles per culpa de les presses dels fotògrafs, de tot sempre acaben empitjorant.

- **O sigui que l'esbós és diferent de l'original?**

Els esbossos tenen un encant especial. Si per mi fos els esbossos s'anirien directament al carrer, és a dir, el 90% dels esbossos s'anirien cap al carrer.

- **Utilitzeu molt la impressió digital?**

No, la impressió digital?

- **Aquesta que va sense fotolits?**

No. Alguna vegada hem fet, però per coses petites. Quan et posen un *estand*, una fira que pots fer quatre cosetes. Vam fer una parell de cartells per una convenció, però tot sempre fora de l'agència

- **Actualment dintre d'aquesta dinàmica, creus que esteu cedint molts treballs fora de l'agència a nivell d'art o tendiu cap a dins tots els treballs que feu?**

Es tendeix a fer-ho dins. Crec que és millor perquè vas agafant més feina, et tornes boig però ja no és per tu sinó pel ritme que portes. Ja que si haig d'enviar tal cosa a fora haig de quedar en un estudi, haig de quedar amb tal persona, és tot aquest procés. Aleshores ho fas aquí dins, treballes més però surt el que vols exactament, no has de repetir res a no ser que el client vulgui fer canvis, que això és molt normal.

- **Aleshores, quan envieu treballs fora hi ha algún moment determinat que digueu això ho enviem fora?**

En èpoques fortes de treball que veus que no arribaràs. Aleshores passes feina fora, feina que és bastant mecànica. Per exemple, s'han de fer catorce catàlegs, han de seguir tots una línia, aleshores tu fas el disseny en un catàleg, nosaltres hem de seguir la mateixa línia, envies el catàleg fora i d'aquesta manera la gent està molt més tranquil·la aquí. Fem catorce catàlegs que no es res per a fer simplement, és posar-hi el disseny.

- **A nivell econòmic de quina forma creus que afecta a totes les eines informàtiques?**

A nivell informàtic?

- **A nivell econòmic, de diners... creus que sou poca gent perquè com hi ha l'ordinador no val contractar més gent perquè us treu feina?**

Sí, per un costat sí.

- **Saps que vull dir? A nivell de fer les proves com que hi ha impressora fas les proves aquí no l'envies fora i t'estalvies uns diners?**

No. Si ho fas aquí dins ho fas per comoditat. Des del meu punt de vista no faig res per estalviar-me dos duros. Prefereixo gastar-me dos duros i que surtin les coses bé que fastidiar-la per estalviar. Però aquesta pregunta la pots enfocar de moltes maneres.

- **Ho dic perquè si tu creus que els del departament si fossin tres persones més però con que hi ha l'ordinador doncs no pot ser?**

Si tingués vint persones al meu càrrec estaria molt més tranquil, aniria veient, no estaria gairebé davant de l'ordinador, faria quatre coses i passaria el dia amb la gent. Però amb poca gent has d'estar treballant, has de portar tot *lo* restant, has d'estar treballant com un més. Sempre tens molta més feina.

- **Us ha afectat d'alguna forma l'aparició de Internet?**

De moment no.

- **La utilitzeu per alguna cosa?**

Sí, de vegades consultes alguna coseta, captures alguna imatge.

- **Però envieu algun teme per via Internet o t'envia algun fotògraf el tema?**

No, de moment no.

- **Dintre de l'ordinador com tens organitzats els arxius de feines a totes les carpetes? Teniu algun sistema per a què us pugueu entendre entre vosaltres?**

El sistema que jo porto és que cadascú té el seu sistema. És tot el mateix, però cadascú té el seu sistema.

- **Cadascú té la seva forma?, no teniu una forma compartida?**

Jo sí, tinc les carpetes de programes, carpetes per a clients dintre de la carpeta de clients tinc la carpeta de logotips i una altra per a campanyes, aleshores cada mes o dos mesos es fa un arxiu, es passen tot en uns altres discos i ho tinc tot grabat per mesos, per mesos i anys.

- **Quina mena de classe de discos són?**

Òptics.

- **Ho arxiveu tot en òptics?**

En òptics.

- **Tots els ordinadors que teniu al departament d'art creatiu els teniu interconnectats?**

Sí.

- **Si treballem amb un ordinador ho farà un altre ordinador o cadascú té el seu ordinador i treballa per si mateix?**

Cadascú té el seu ordinador i treballa per si mateix. Però per exemple el copy fa textos, que te'ls deixa allà.

- **És a dir, te'ls deixa allà i tu te'ls arxives?**

Sí, per exemple, hi ha un ordinador amb scanner i totes les imatges les treu un --, un -- treu imatges amb l'esbós que en un temps també es buida, es guarda per clients. Aleshores en cada ordinador cadascú pot fer exactament el mateix en tots els ordinadors, encara que sempre hi ha algú que sempre fa les imatges, guarda les imatges i quan algú vol una imatge ha d'anar allà a buscar-la. Però bé, cadascú treballa amb el seu ordinador. Quan algú agafa una feina la segueix fins al final perquè si comença a passar de mans canvia una mica, cadascú posa una mica de la seva part encara que hagi de seguir una línia.

- **Ja per acabar, quina és exactament la teva opinió de futur respecte al teu treball? Totes aquestes eines que cada cop hi ha més, és a dir, ordinadors com potents, scanners, --, una resolució, de cara al futur com veus que tot això, Internet, tots aquests temes, veus que canviarà la vostra forma de treballar?**

Crec que és un camp tan -- que passarà de tot, des de gent que no l'han renovat l'any que està a casa treballant o bé que com abarca tantes coses s'hauran d'especialitzar en cada cosa. Qui és especialista en multimèdia no és especialista en disseny i qui és especialista en disseny a l'hora de fer retocs de imatges no ho té per l'endemà. Aleshores igual cadascú agafa molt la seva especialitat i ara lo que fa tothom es reduï el personal pels ordinadors que els tornin ampliar perquè cada vegada pots fer més coses i una persona no ho pot controlar.

- **Aquí també feu retocs de imatges a nivell --?**

Alguna vegada s'ha fet però és que treu molt de temps perquè tampoc tens aquí unes màquines preparades, aleshores a vegades s'ha fet, però no sóc partidari.

- **Això s'acostuma a donar fora?**

Sí, hi ha gent que es dedica això, que ho fa més ràpid, sap com fer-ho, i acabes fent-ho aquí però tens un altre sistema perquè no ets especialista.

Fi de l'entrevista

14... WILKENS VAQUERO GUERRERO

JORDI CARRERAS

17/11/97

- **La primera pregunta seria una mica que m'expliquessis qui ets, d'on véns i com arribes aquí.**

Em dic Jordi Carreras, vaig començar amb l'estudi d'Albert Chus com a director d'art l'any 82 o 80. A partir de llavors vaig anar a Brasil, a la *Dié Peseta*, a treballar amb el Washington i amb el Petit, també com a director d'art. I després vaig haver d'entrar a Lorente ja quan era Lorente un sol. També vaig estar tres anys com a director d'art. Després ja vaig passar a director creatiu venint de director d'art. Llavors he estat tres anys a Alta Definició, també fent de director creatiu llavors però provenint de l'art. I ara és aquesta etapa que estic aquí, que he muntat i tinc participació d'empresa.

- **La teva edat, si no és...**

Ara tinc 37 i vaig començar als 17 anys. Dec portar 20 anys amb això.

- **La vostra generació una mica aprèn l'ofici treballant, no?**

Sí, sí, sens dubte. Llavors jo vinc de Belles Arts i en aquell temps no hi havia una especialització com la que hi ha ara. A mesura que ha anat passant el temps cada vegada la gent s'ha anat especialitzant més, ara hi ha cursos --- i llavors no n'hi havia res. O sigui a direcció d'art et venia un tio que *sapigués* dibuixar, etc.

- **Actualment, amb quin equip de persones treballes, quin seria el teu entorn?**

Al meu entorn, en principi hi ha tot això que dèiem dels ordinadors, té un *pianista* que és el que controla perquè jo no he tingut temps per fer qualsevol curs. De la mateixa manera que quan era petit no havia entrat mai en una repromaster, doncs ara tampoc no m'he ficat en això (no hi ha temps). Hi ha una noia que treballa amb ordinadors, que és la *pianista*, i un copy. Ara potser entra una altra pianista per intentar fer tot el que són adaptacions, per no anar a buscar *els teus/estudis* a fora perquè és un tema econòmic que val la pena i a més d'aquesta manera ho tens tot controlat. Una de les possibilitats que té l'ordinador és això, que pots fer tu les adaptacions, uns originals, etc, d'una manera isofacto, pots presentar un esbós, *pots fer* l'original. Que si te l'aproven ja ho tens, ja ho tens fet pràcticament, has de canviar la foto i ja està.

- **A nivell de material, amb quina mena de material treballes? Solament treballem amb ordinador o utilitzeu una altra mena de material...**

Depèn de les presentacions. *Aviam*, com l'ordinador, com les plumes, com els pinzells...tots són eines. Aquestes eines depenen del tema de presentació, depèn del que hagi de presentar. O sigui el *hegarty* em recordo que diuen, i a més a més és veritat, es veu que quan va guanyar la conta de British Airways els tios van anar, els clients van a l'agència, i els van fotre dins un cuarto que hi havien preparat abans, tot ple de *burilles* i de cendrers bruts, i els van fer esperar mitja hora al client. Llavors quan el client ja estava a punt de marxar perquè estava amb els collons plens, els hi va dir: - *Veus, així és com ens tracteu a British Airways*. I és el que s'ha de canviar. A partir de llavors els en van donar la *conta* a ells. Són eines, es poden guanyar uns concursos, etc. En aquest cas doncs ara es fan maquetes, video, storys amb cartrons, etc i tal, depèn de com sigui vas més allà: es fan *plus* maquetes de ràdio, cuines... Depèn, depèn del que vulguis demostrar.

- **Però, a nivell gràfic tot el que és la vella escola...**

Quan era molt... Sí, llavors ara ja tens això de l'ordinador, que a més a més tens aquestes càmeres digitals, fas la foto i llavors amb el disquet ja entra escanejada dintre.

- **Ja utilitzeu càmera digital a l'agència?**

Sí, sí.

- **I aquí mateix ja en teniu una per fer esbossos...**

Sí, sí.

• **I el rendiment que us dóna és...**

Home, és que guanyes molt més, o sigui en *comptes* d'escanejar una fotografia, el fas, vas el disquet, la poses, pots agafar coses *corpòrees*, no cal que sigui allò que passi *bumbubum*. Fas la foto, entres allà, tens el producte real i es fan uns esbossos més acabats. Quant més explicat ho tinguin els clients millor.

• **A nivell de definició, què diries: què és un director d'art? Com ho definiries?**

Jo crec que ha anat canviant, eh. En un principi era un tio que treballava amb el director creatiu, que llavors se li explicaven unes idees i després ells les realitzaven a nivell gràfic (no intervenia per res el director creatiu). I avui en dia, sobretot a Europa, que no té res a veure amb els EEUU, a Europa, diguem-ne que als EEUU són aquests típics spots que surt un tio parlant a càmera: *-Hola, me llamo Michael Jordan y éstas son mis bambas*. Aquí no hi ha ningú que parli a càmera perquè la publicitat encara no està gaire ben vista i no hi ha ningú que s'ho cregui, o sigui més aviat és el chiste, i més aviat és d'imatge, llavors això ha de canviar molt. I ara jo crec que hi ha poc contingut i molta imatge. Han agafat molt protagonisme, més protagonisme.

• **Els directors d'art ?**

Els directors d'art.

• **I si l'haguessis de definir... Defineix-me en una línia, dues, què és un director d'art.**

N'hi ha dos tipus: els que encara segueixen fent l'anunci al dictat, i n'hi ha els que s'inventen anuncis sense paraules, que són els mestres del cine mut, els que amb una imatge normalment ni posen un titular ni res (ara si vols t'ensenyo un de Gran Mercedes, que és el gran premi de l'any passat de Cannes, on no hi ha res). I és el concepte, la imatge més que les paraules (Una imagen vale más que mil palabras).

• **Quina diferència veuries, a nivell de la gràfica, entre un director d'art i un dissenyador gràfic? Si veus que hi ha una diferència...**

Sí, hi ha una diferència molt grossa. Una cosa és fer les coses perquè semblin maques, que això és relativament fàcil, i una altra cosa és vendre un concepte. Moltes imatges del dissenyador gràfic no tenen cap concepte, només tenen una funció que és, per exemple, perquè el llibre es vegi més, perquè doni una sensació al lector del que es trobarà, però no intervenen tant en un concepte. Els bons dissenyadors gràfics sí que tenen uns conceptes a darrera, però n'hi han molts pocs. Normalment el disseny gràfic va per una banda i la publicitat per una altra.

• **Com ha canviat, des de que entra l'ordinador amb l'autoedició, tot aquest nou sistema, si ha canviat, la teva forma de conceptualitzar?**

No, en rapidesa. El que ha canviat és la rapidesa i les hores de dormir. Abans per fer un *curset* tu havies de fer repromaster, els havies de posar text simulat, text si nosaltres fèiem lletraset, etc. Moltes històries. I havies de buscar tipografia amb lletraset i havies de fer, inclús, els titulars a mà. I ara aquestes coses, vull dir, són rapidíssimes. Hem guanyat molta agilitat.

• **Però a nivell de tu...**

No, no. En absolut.

• **Tu continues una mica en la**

No, en absolut. És una eina, és com una pluma. És que és com jo que sempre he escrit amb un bolígraf i llavors li regalen una *schiffer*. Doncs bé, sí, continues pensant el mateix, el que passa és que ho escrius doncs mira, amb una pluma que val 12.000 peles.

• **Però el fet que l'ordinador et doni més possibilitats, tu creus que t'influència d'una forma de pensar, d'una forma determinada?**

No, no. *Aviam* sí que en altres sectors sí. Per exemple, els ordinadors amb postproducció molt, molt, perquè a la postpo i sobretot al etalonatge es fa molt amb el Harry, el Henry... amb uns ordinadors que valen, doncs això, trescents kilos i que llavors et donen unes possibilitats infinites a nivell d'spots. A nivell gràfic? Continuen havent-hi, per mi, les mateixes tipografies de fa doscents anys, que són les bones, no n'hi han més, que són sis tipus. I allò altre sí una agilitat de muntatge i de possibilitats de veure coses que de l'altra manera hauries d'estar tres dies per veure sí això queda bé o queda malament i tal, en aquell ho veus a la pantalla. És una agilitat.

• **Com ha canviat la teva relació amb el client des de que...**

Home... per bé i per malament. Ha afectat en positiu perquè pots ensenyar els esbossos més acabats, però per una altra part no cal que pensin tant ni que siguin tant imaginatius, *pel qual* cada vegada s'ha atontat el client. És possible que amb un esbós es quedin parats perquè no els hi agradi la foto i fa cinc anys o vuit era un esbós fet amb pastel i que dius: *bueno, esto será una foto de cojones* de tal, i ara no, ara ja la veuen (més o menys). I que llavors al veure-la més acabat tot és un arma de doble filo.

• **Es deixen potser influenciar massa pel que és ---**

Massa, sí. Depèn de com ho venguis, eh, o sigui el client no està tan preparat per veure això com el --- publicitari. La publicitat continua sent una eina, però el que el rep és un tio que, bueno -ahora vienen los de la agencia, entonces harán unos bocetos y tal -¿bocetos?, si aquello era con el texto poner --- No sé què...oye, esta foto ¿no se ve un poco borrosa? No, escolta, que esta foto està escanejada, que tal que no sé què. De l'altra manera, abans, era un dibuixet, eren quatre tios amb unes sabates a les mans i posaven La moda de España, i ah, bé, qui agafarà aquesta? No et preocupis, tu també i tal, etc. Era més imaginatiu i havia una mica més de contacte amb el client a nivell imaginatiu. Ara no.

• **T'ha passat de vegades que els hi agradi més l'esbós que no pas l'art final?**

Sí, però molt poques vegades. Això sí que passa a nivell de televisió, perquè clar, a vegades fas maquetes i treus un spot que val, no sé, *tropocientas*, treus un plànol d'allà, treus un altre plànol d'un altre spot americà que val *tropocientas* mil más, en vas posant imatges guai en aquests spots, llavors quan ho veus dius -òstia, fantàstic, vull això mateix! Però és clar, això és rodar amb un pressupost de 100 milions de peles com no n'hi ha gaire --- Ficat conjuntament 400 milions doncs clar, sempre llavors diu -la maqueta va molt millor....la maquetera va molt millor...L'altre no, l'altre ja intentes anar a l'esbós, demostrar que ho és. A la que intentes fer una cosa molt acabada i els hi agrada, ---. Ja vas amb puteria, vas agafant fotografies per exemple d'aquestes de lloguer, que si els hi agrada doncs llavors és només comprar. Ja està.

• **De quina manera us ha afectat l'entrada d'ordinador amb el treball d'imatges?**

El de l'escaneig i tal i ara ja hi ha l'*Image Bank* i el *Fotostock* i tot això que venen amb disquet amb el qual també et permet ja incloure-ho dins de l'esbós. Més fàcil, més ràpid. Ràpidesa.

• **Creus que el fet de treballar ja amb aquestes imatges tan perfectes us està fent baixar el treball amb fotògrafs?**

Home, el que passa és que... a veure, fa quinze anys hi havia per exemple tres fotògrafs *inclús*, ara n'hi ha tres mil. És evident que n'hi ha 2.980 que es moren de gana, bueno que es moren de gana, que no treballen. Però és que hi ha hagut una espècie de *boom* de que tothom és fotògraf, tothom és creatiu o tothom és director d'art. Llavors les coses fins que no tornin a posar-se al seu lloc és evident que hi ha tios que estan, han estat afectats, i després hi ha un altre problema: abans el *Toni Putkon*, per exemple, cobrava un milió de peles per foto i ara per la *mateixa* en nivells de amb l'ordinador d'aquests fotògrafs que tenen l'ordinador a casa que pots anar rotulant coses i tal, *ostra, ...he agafat per 101.000 peles*. Tot ha canviat molt.

• **Però a nivell d'agència, tu creus que esteu tirant més de la fotografia d'estoc que no pas abans...?**

Sí, sí, sens dubte. No es barregen els pressupostos, primera, potser només hi ha dos o tres clients en tota Espanya que es poden permetre el luxe de fer fotografies i campanyes importants, que són els cotxes, El Corte Inglés, d'aquests que són importants o que es gasten més de 4.000 kilos a l'any. Però la resta, si hi ha una fotografia que costa 50.000 peles i està llogada i no passa res, que anar a fer-ne una que un tio ha de començar amb el lloguer de l'estudi, etc i que, a més a més, a l'esbós ja estava més o menys feta i tal *no sé què pues para qué*.

• **Creus que ha augmentat el retoc d'imatges?**

Sí, també. El retoc d'imatges és molt important. Abans era una cosa molt cara, molt lenta i ara és una cosa molt àgil i no tant cara. I és important. Sí, sí, sens dubte.

• **Creus que s'està fent un ús abusiu d'això?**

Sí. Ara l'espontaneïtat de cop i volta, totes les revistes aquestes americanes o revistes punteres o el que és el Diesel o campanyes d'aquestes d'internacional surt tot. Llavors te n'adones que evidentment no és la qualitat de la imatge com abans volíem veure cada pèsol pintat amb oli i tot el rotllo i tal que podem fer sinó que la gent quan més autèntic millor. I clar, ara amb aquesta tècnica tothom hi abusea. Falta espontaneïtat, falten bons *fotògrafs*.

• **A l'hora de treballar amb tipografia, ja m'ho avançaves abans, creus que ha canviat molt la manera de treballar?**

Sí. Va haver-hi uns canvis, sobretot vinguts de Londres, de tipografies angleses, i sobretot n'hi ha un tipògraf boníssim, és a dir, a Anglaterra les agències tenen el seu tipògraf i els anuncis els firma un; apart del director d'art, el director creatiu, hi ha un tipògraf. Aquí a Espanya no, aquí com a França, etc, es busquen les tipografies aquestes típiques d'estoc i continuen havent-hi les de sempre. A més a més la tipografia és una cosa que no és simplement estètica, el director d'art que posa una de bona és perquè, per exemple, si és una tipografia així torta és, per mimesis, una tipografia que és *algú que t'ho diu*. Si és gruixuda és una cosa que té molt de pes i és com si et parlés un tio amb una ploma i si és una molt grossa és un crit:: jeh, que, ah, ahora, vale menos! O sigui *un* és per tamanys i tal, ara per tamanys i històries d'aquestes s'està canviant una mica aquest tipus de història. Però la tipografia sempre ha d'anar amb allò que has de dir. No *simplement és un problema* estètic, i ara s'està utilitzant estèticament amb desenfocs, etc,

per una raó que ara no entenc, simplement com de disseny gràfic però sense contingut. I les tipografies que tenen contingut són les de sempre.

• **Encarregueu tipografies especials per clients determinats per campanyes?**

No, no. El que sí és veritat és que hi ha unes tipografies que, per això mateix que t'he dit, van millor per un tipus de clients que per un altre; normalment... *Aviám*, hi ha tipografies... És que clar, depèn del que tu vulguis ensenyar tens pantalles, és com els colors, tothom ha d'anar vestit de groc? no, hi ha groc, hi ha blau, hi ha vermell... És una eina més, el que passa és que has de saber utilitzar-la pel que has de dir. Les obliques són per una cosa, les altres són per una altra... tenint en base quelcom seriós, després ja pots trencar — que tu vulguis. Ja comença a haver -hi més intel·ligència per part del client si ho entèn prou. Però sí que evidentment, fins ara, no s'entenia què era una tipografia natura moderna si no era d'aquestes digitals. I ara aquesta digital ja ha passat a la història.

• **Al vostre nivell, l'entrada de l'ordinador us ha fet treballar més en estudis exteriors o més aviat el contrari?**

El contrari. Perquè com és una eina que el que fa és simplificar la feina, les agències ja no van a fora perquè ara amb l'ordinador el pots *amortitzar* per fer d'anar amb ell en tres mesos, i a més hi ha *randings*. Llavors prefereixo un *pianista* i que --- d'esbossos i adaptacions que no pas casa enfora.

• **I amb freelance llavors, també veus que...?**

Ha baixat moltíssim. El que passa és que hi ha un tipus que està molt bé, que és com, per exemple, el que porta el Jordi Gómez, això de central creativa, que són central de creatius que et donen idees. El que passa que val un kilo cada idea que et donen, per una campanya cobren un milió de peles. Són creatius que van directament, els expliquen mira, hay que hacer un folleto de esto, doncs ells *rumien* i et vénen 15, 20 idees. Això sí, perquè hi ha clients petits que ho necessiten sense, es paga *y punto*. No tens perquè pagar a una agència tot un any. També hi ha agències petites que de cop i volta es troben col·lapsades que necessiten un tema d'aquests exterior. Ara, el tema estudis cada vegada menys, a excepció que sigui algo, com per exemple. El Corte Inglés que necessita el seu propi departament, bé sigui Volkswagen o Audi que el necessita i que llavors has de tenir una cosa fora però hi ha estudis i tal. Casadevall i Pedreño té un estudi on treballen, no sé, 12 persones però ja és com un estudi de fora que ja inclús s'hi pot facturar la mateixa empresa. Bueno esto le ponemos un nombre de tal y ya nos facturan a nosotros, però ja són petites empreses.

• **A nivell de costos, de quina manera us ha influït el tema d'eines informàtiques?**

Abaratar els costos. Des de tenir persones especialitzades en la repromaster i en tot el rotllo, a una persona que sàpiga maniobrar molt bé amb això, doncs, home, és només un sou. No té res a veure. S'abarateix moltíssim i és molt més ràpid.

• **La gent que treballa (els *pianistes* que dius) que és gent especialitzada en ordinador?**

No, són gent especialitzades en ordinadors perquè ara els directors d'art quasi tots surten, com no sàpigues utilitzar un ordinador no pots començar a entrar en una agència i veure com es fan els anuncis, etc. El que abans era anar rascant, ara és ordinador. Tota aquesta gent ha de fer uns cursos, a part de tenir unes nocions artístiques o etc. Però sí que són tios que apart que els hi agradi l'ordinador no els hi ha d'agradar forsoçament però és una eina més per després passar-te al cine, a publicitat o al que sigui.

• **L'aparició d'Internet us ha afectat d'alguna manera?**

Sí. El d'Internet està molt bé, és un mitjà que cada vegada anirà a més i per això totes les agències hi han de ser-hi. Com a venta i després com a *campo de batalla*, ven a ver qué puede pasar aquí. I ja se sent. És una cosa important.

• **I a l'hora de, per exemple, el vostre treball, de buscar imatges a través d'Internet, si has de buscar tipografies...?**

No, això no. Perquè el dia a dia d'una agència és, encara no està ben arreglat l'Internet com per poder tenir possibilitats d'aquestes. Sí que és possible que un dia d'aquests trobis, navegant per Internet, un parell o tres d'imatges i les tinguis *ahí apartades* i que un dia diguis, *òstia, això ho posarem*, però en la mesura que tu estàs en Internet no vas a buscar aquest tipus d'imatges. És més fàcil saber què és el que vols i llavors posar-ho a l'anunci que no a veure què et trobes per posar-ho en un anunci. És massa obert encara.

• **A nivell d'impressió, en quina manera us ha afectat?**

Molts mal de caps perquè s'estan implantant ara i les empreses no estan encara preparades per això. Hi ha disquets que no es poden obrir, altres que no estan ben posats, altres que ¡macho, que esto no lo entiendo! Després com no hi ha, per exemple, sangs o coses d'aquestes... És un mal de cap, excepte que hi hagi, depèn de quin tipus de mitjà, ja estan preparats per això, llavors ells mateixos ja t'ho demanen, però perquè hi ha un tècnic allà, perquè sinó... Sí, ja tenen el disquet i tot, però, *bueno, a ver, esto cómo te dijeron que se hacía?* N'hi ha moltes "altures", encara avui està molt obert el tema, les impremtes no estan del tot preparades, algunes, altres sí.

• **Creus que es cometien més errades que abans amb aquest *potipoti*?**

Al principi és més segur aquest sistema que l'anterior, perquè no s'enganxa *dels pèls*. L'original no s'espatlla tant, etc. No perds generacions. En fi, és molt millor. Encara que ja et dic, depèn del pianista o de la persona que estigui al teu costat, tindràs un rendiment o un altre. I avui en dia no tothom està tan preparat com ho hauria d'estar.

• **Creus que la responsabilitat del dissenyador ha augmentat per aquest fet, que ara tens la feina, agafes un disquet, l'envies i abans potser s'ho mirava més gent com que era un procés més...?**

Sí... Era un procés més lent perquè, el que passa és que bé... No, és el mateix. El que passa és que intervenen menys persones però és el mateix. El responsable continua sent el mateix i el de l'agència el mateix, el que passa és que s'han eliminat uns jocs del telèfon que abans eren una mica més complicat. Punto.

• **Utilitzeu impressió digital?**

Sí.

• **Que són els temes que s'estan imposant... Creus que va cap a dalt, com ho veus?**

A nivell professional segur, a nivell domèstic és molt complicat perquè és una cosa que s'ha d'implantar amb molt més temps, la gent a veure les diapositives o veure les fotos per la tele doncs, òstia, què vols que et digui, la parafernalia de tancar els llums i posar-ho tal encara té el seu misteri, el tema de veure les fotografies en paper i tornar-les a buscar i aquell tema doncs encara *prima*; hi ha molts laboratoris a Espanya que es guanyen molt bé la vida amb el revelat i jo crec que això durarà al menys 20 anys més, mínim. L'altre és una altra cosa química que per part dels ecologistes potser que hi hagi un canvi radical, però de moment per nivells econòmics no canviarà, crec eh, si canviarà *per lo menos* en 20 anys.

• **Creus que, per exemple, a l'hora de fer fulletons esteu tirant més cap al tema d'impressió digital que no pas temes d'impressió clàssica?**

No, depèn, perquè, depèn dels pressupostos. Hi ha gent que es pot permetre el luxe de fer unes coses diferents... És que és molt relatiu. Encara no està prou consolidat com per dir sí, ara tot és així o *aixà*.

• **Però veus que està començant a entrar al tema...**

Sí, sí. Perquè cada vegada entrarà més. Tot el que siguin eines perquè la feina sigui menys jocs de telèfon i més qualitat i rapidesa és molt ben vist.

• **Ja per acabar, quina creus que serà la teva relació en el futur amb totes aquestes eines? De quina forma creus que influirà això en la teva filosofia de treball...?**

Cap. Jo repeteixo, és una eina més, és com si tu estàs dibuixant amb rotuladors i de cop i volta arriba el teu pare i et regala unes aquarel·les, doncs, sí, i després de trobar -les tu vas a l'oli, doncs, vale, però a la pintura, per exemple, hi ha quatre temes: bodegons, retrats, paisatges i abstracte, i no sé què més, però vull dir sempre són els mateixos temes, i *Velázquez* pintava mateixos retrats i *Molinère* pintava retrats amb tècniques diferents i amb el mateix tema però les tècniques canviaven però la mentalitat del pintor sempre era la mateixa. La mentalitat del vendre és la mateixa. És possible que els Pink Floyd al principi quan hi havien tots aquests aparells electrònics es veiessin influenciats (com es deia aquell album... Equivocar?... que van fer una pel·lícula i tot, osti, tots estaven superinfluenciats amb això, músiques així,) perquè l'ordinador ho treia sons que tal, i després de cop i volta hi ha altres grups que això ho saben utilitzar per fer una música, que ve ja a ser una música igual que la ---, procurant fer sons; però la base és la mateixa. És una eina, no és que aquest mecanisme pensi per si sol i això hagi d'anar a unes altres coses sinó que serà el mateix, més o menys ràpid, més radical i llavors que un dia un tio al segle XXI, 2040, tregui una foto en blanc i negre tothom al·lucina. És com ara els pantalons de campana, macho, las tías se los vuelven a poner, i dius mai més, no? com és possible que hagin tornat? Doncs, sí, tornen.

• **Tu creus que en general la publicitat que s'està fent ara hi ha un domini total de la imatge...**

Sí, però a Europa, a EEUU no tant.

• **Això és alguna raó?**

Evoluciona. Fixa't que hi ha una cosa: avui, en aquest país, ningú llegeix el diari, per exemple, a Catalunya n'hi ha tres diaris importants (La Vanguardia, El País, El Periódico), la gent, hi ha l'Avui, que comença una tirada força maca, llavors *lo* altre te n'adones que la gent ja llegeix però si mires els titulars que hi havia a TeleExpress i La Vanguardia, abans de canviar d'imatge, i les que hi ha ara, abans eren molt més *tupids* i havien uns titulars petitets i havies d'anar buscant *inclús* les esquel·les. Ara tot és molt més gros, hi ha uns titulars enormes, que el titular et resumeix totalment la notícia, n'hi ha molta gent que diu he llegit el diari i *alomillor* està 5 minuts, però s'ha enterat de tot només passant les pàgines, i ha obtingut una noció de concentració que abans, ostia, deien *El Papa ha estado en Polonia, no et deia El Papa ha dado una ostia a todos los poloneses, militar, y se ha cagao con los negros...*no, et diu El Papa en Polònia, llavors una quantitat de text brutal, havies de llegir tota la notícia per enterar-te què havia passat

allà. Ara no, *t'ho esquematitzant* i tal. I el copy el mateix, tenint en compte que té una alta arma important que és no un titular petit *por ahí*, no un titular gros i una foto petita, sinó que ara el millor és una foto grossa, impactant, que és el mateix que deia el titular, per tirar — molt més *zapping* ara amb les revistes que no pas a la televisió. Ara tothom està espantat amb *zapping* de la tele, però a les revistes, premsa hi ha hagut *zapping* tota la vida. I la gent evoluciona precisament amb això perquè com la tele que ha d'acabar evolucionant així, *menos compre y tal* i Nike i tot el rotillo ho està fent, inclús han tret la paraula Nike del seu —. O sigui, buscar una cosa visual que sigui més potent i només amb el record és evident que t'en recordaràs molt més d'aquesta rossa que acabes de conèixer que no et surt el nom, diràs, *ostia. ¿Cómo se llamaba, cómo se llamaba?? ¿Anda vete ya...!* És més important la imatge d'aquesta i és evident que això ha anat evolucionant i cada vegada serà més important, com a *bestseller* que és una gran passada. Les fotos de portada de La Vanguardia en color ... És un escriptor... C125

opys, ¿cops, una paraula anglesa...? *¿Escritor y leer!...* Et feien uns titulars ja... explicant *no sé què* i tal, o allò de modelo o etc. I ara aquest tema va canviant perquè la gent, primera, no té tant de temps, segona, les dones que eren potencials compradores perquè tenien més temps al *compte* per llegir les històries a casa mentre que el nen *no sé què*, ara aquestes ties estan fora, treballant. Els diaris han de ser molt més concentrats, *inclús* ara tots tenen una part groga al mig per deixar ben clar quina és una part, quina és una altra, de l'altra manera abans era *tal*, els formats s'estan reduïnt també perquè sigui més... O sigui, més concentrat tot; la notícia que vols la vols veure inclús en una foto.

• **Llavors la publicitat és més visual que abans...**

Més visual aquí, a Europa, a EEUU ja et dic allà continua sent un tio que et ven la història, la moto, t'ho diu als ulls, tu surt en un anunci i el tio parlant, t'ho diu, sense cap problema. Però aquí sempre surt, no sé...el de Natillas Danone o aquesta de TV3, que ha — ara nosèquè, ja ha de ser amb flashos, més o menys amagada, una cosa moderna, però que no s'atreveix a dir *Eh!*, jo, que sóc fulana bec aquesta llet. Clar, què és més fort? El que passa que aquí es busca la imatge aquesta i tant *no sé què* per a dir, ah, és que aquesta és moderna, segona qui és? Ah!, doncs no està malament, *grita nosé què* i ella es cobreix un tipus d'imatge que a l'oient és el que li agradaria, que sortís aquesta tia que digués *Eh, tu!* -ja està, sense...I és el que està passant aquí, als EEUU no, aquí hi ha unes imatges brutals i es gasten molt diners en imatge. Inclús el Gómez ja busquen assessors d'imatges; tothom està preocupadíssim per veure-ho.

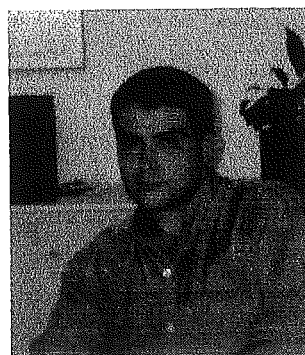
• **Ja estem..**

Fi de l'entrevista

15... IMPACTO COMUNICACIÓN

PACO IGLESIAS

23/09/97



• **El primer de tot seria que em diguessis una mica qui ets, d'on vens, i com arribes a Impacto Comunicación.**

Com arribo és gràcies a *ella*... i per les festes de Sants.

A part d'això jo vinc de... jo ja estic en aquest sector des de fa 13 anys. Vaig començar com il·lustrador, i dibuixant. Vaig fer Belles Arts, a l'especialitat de pintura. Llavors, d'il·lustració vaig passar a fer... en aquella època feies els esbossos amb retolador i amb una miqueta d'il·lustració, i dibuixos, i tal, ¿no? És el que diuen el *rough*, ¿no?, el *rough*, i el *layout*, i tot això. I llavors a poc a poc acabes dissenyant, i llavors passes per algunes agències, però quasi sempre treballant sol, i bé, fins ara, que estic aquí.

• **Llavors, em podries definir què és un director d'art, per tu?**

Un director d'art per mi és la persona que ha de saber interpretar una idea i donar-li la millor solució possible... la millor solució sobre un suport que es proposi, el millor que és possible.

• **I la diferència entre un director d'art i un dissenyador gràfic?**

El dissenyador és una persona que entén dels recursos finals, o sigui, que entén de tipografies, que entén de... ja del procés que està més a prop de la producció de com fer un original, de com aplicar les imatges, de tota la tecnologia i tot, o sigui com aplicar tot això.

I el director d'art, sobretot, apart *de què* ha d'entendre tot això, sobretot sap quina és la impressió final que ha de donar això per transmetre la idea que se li ha suggerit a ell.

• **L'última que m'he deixat abans...l'edat, si no t'importa?**

Trenta-dos.

• **Amb quin equip de persones treballes, actualment?**

Depèn; l'equip és variable en funció de la feina. A vegades és una campanya que *a lo millor* porta televisió, porta gràfic, porta... varis temes i, llavors, l'equip és molt diferent de quan per exemple és una campanya que *a lo millor* és un tema institucional, o un tema de comunicació interna d'una empresa, o d'imatge corporativa.

• **Però dintre de l'agència, teniu un equip més o menys establert?**

No, no. És variable. És variable. Vull dir, és que va en funció del tipus de feina. Hi ha feines que són molt senzilletes i hi ha feines que són realment complexes.

• **Amb quina mena de material treballes?**

A mi personalment m'agrada treballar primer amb llapis, i llibres i mirar documentació, fer esbossos... i bueno, dibuixar, dibuixar, perquè jo he après així, no? I ja quan tinc dibuixat un *art* que m'agrada doncs llavors ja ho encamino cap a una maqueta més treballada.

• **Treballes amb ordinadors?**

Sí, sí, sí. El procés final sempre és l'ordinador, perquè és l'eina més ràpida, que economitza més.

• **I tu directament treballes amb ordinadors o tens gent que delegates...?**

També treballo amb ordinador. No, no, evidentment que delego, no? Vull dir, hi ha feines que tenen una durada i que segurament un tècnic ho fa millor que jo, però has de conèixer totes les eines.

• **Des de l'entrada de l'ordinador a l'agència de publicitat, tu creus que ha canviat la teva forma de *conceptualitzar* idees?**

Jo crec que no ha canviat. En molta gent ha canviat, però jo crec que això és dolent. Vull dir, la idea és la idea, i la idea és independent del suport que s'utilitzi i dels mitjans. El que passa és que jo crec que sí que ha influït en que poden haver idees més sofisticades.

• **I l'aparició de l'autoedició ha fet canviar la teva forma de treballar?**

No, no, perquè es feia el mateix, abans.

- **I amb respecte a la relació amb el client?**

(A la noia) Ara tu.

Vols dir del treball final fins a...

- **Sí, tot el que és... o sigui, l'entrada de l'ordinador en quin aspecte ha canviat del que era abans, a actualment?**

(Al Jordi) *Vols parlar tu, o parlo jo?*

(A la noia) No, digues...

Jo penso que els clients es fan més la idea quan veuen un treball fet amb ordinador, perquè veuen més el treball final; el que passa és que l'ordinador significa ara uns costos: les còpies a color, les impressions..., que ells de vegades no els tenen en compte i jo considero que és molt bo que ells primer tinguin un *rough* fet per exemple per ell a mà, que tinguin una primera idea i a partir d'aquí ja entrar directament amb colors i amb formes.

- **Perquè presenteu... què presenteu? Proves de color? Ho presenteu amb pantalla o no teniu res?**

Depèn; a vegades entre nosaltres treballem... bueno, a vegades, no. Nosaltres treballem molt el que és el dibuix, el *rough*, la idea des d'un punt de vista purament manual, el més... Pensa que posar-se a treballar a l'ordinador significa... El que no pots fer és treballar amb un ordinador sense tenir clara una idea. Llavors, per tenir clara la idea hi ha un procés anterior de... bueno, d'elaboració d'esbossos, i coses d'aquestes. A vegades fas uns esbossos que el client els pot interpretar, depèn del tipus de client, els pot interpretar molt bé, o sigui, fas un *rough* a color i a *lo millor* la persona que ve és una persona entesa en marketing, o que porta molts anys en el ram de la comunicació o el que sigui, i llavors pot interpretar-lo molt bé. Però a vegades, quan la idea és molt concreta és més fàcil perquè hi hagi una comunicació més clara, més directa, ja fer una maqueta a ordinador més acabada.

- **I tu creus que el client veu que com, bueno, tenint un ordinador... que fer canvis és cosa de...**

Sí, sí...

... de això m'ho canvies, canvies la tipografia i demà m'ho portes?

No; això ho pensa el client, sí, sí ho pensa el client.

- **El client...**

Sí, clar, el client ho pensa.

Però que està equivocat.

Està equivocat, està equivocat.

- **La pregunta és aquesta, si el client té la impressió que tot és com molt fàcil.**

Sí, sí, i qui ho pateix? El de comptes.

"Oye, me has de hacer..." "Una altra vegada? Aquesta xorrada?" "Sí"

Pero esto serán seis horas más...

Sí, no? La veritat és que...

- **Val. El fet de l'entrada de l'ordinador com ha afectat la teva feina a nivell de tipografia, del que és el treball en tipografia?**

Jo crec que en sabia més abans. Abans treballaves una tipografia, la tenies que visualitzar abans de demanar-la i tu ja pensaves en una tipografia amb un cos, amb un interlineat, amb un *no sé què*, i tu eres capaç de visualitzar tot això, no? Llavors amb l'ordinador, sí, tens... l'avantatge és que tens la facilitat de poder-la canviar i poder manipular-la i poder fer mil perreries a la tipografia fins que trobes la que t'agrada, però perds la capacitat de visualització, no? Per això crec que el procés creatiu s'ha de treballar abans.

- **Dissenyeu dissenys especials, o compreu dissenys determinats per clients, o per campanyes...?**

A vegades, quan són feines molt concretes, que una tipografia pot tenir molta importància es treballa, per exemple, un logotip, o un eslògan... en qüestions d'aquest tipus jo crec que és convenient donar-li una personalitat, una caracterització per al producte, no? Vull dir, bueno, pues aquí tinc que aconseguir que això... ja només la lletra ja et digui algo, no? La tipografia, i després que la lectura et digui una altra cosa, però... però la resta és com sempre, són tipografies ja estàndard.

- **Ja estàndard.**

És que a vegades venen marcades per la imatge corporativa del client.

...de l'empresa.

- **No, jo ho dic per si feu un titular, o... el copy...**

Sí, sí, en funció de...

- **...bé, tu dius doncs ara ja...perquè les tipografies també es mouen per modes, diguéssim...**

... en pro de l'impacte que hagi de tenir, un eslògan o una frase, o el que sigui, doncs sí, la tipografia es treballa i... després es fa a mà, vull dir.

• **Llavors, si la feu a mà... escanejeu, i la redissenyeu.**

Es pot fer a mà perfectament, o ho pots fer de tipus pictòric, o a llapis, o...

• **Pel que fa a les imatges en quina forma ha canviat la teva manera de treballar?**

Molt, molt. Molt, perquè ara es poden aconseguir autèntiques barbaritats, que abans eren impensables, i en un temps... puf! ridícul. La imatge jo crec que és el que més s'ha revolucionat. Més que l'original. L'original, sí, guanyes molt temps, i pots fer rectificacions molt ràpid i tal, però les imatges és impressionant el que pots fer.

• **Creus que s'està augmentant l'ús del retoc d'imatge? Tenint-la, posar-la al Photoshop, o...**

Sí, sí. Sí, sí, però és lògic. És en pro d'una qualitat...

• **I treballeu molt amb arxius fotogràfics?**

Cóm... què vols dir?

Fotostock, i coses d'aquestes...

Ah, sí... Home, és que depèn, perquè són molt cars. Llavors, a vegades, depèn del tema et surt més a compte que un fotògraf faci una foto i el que... a part, ens agrada més. Però bueno, a vegades són promocions, i... que han de tenir un àmbit molt gran, i el que busques en realitat és una platja paradisíaca amb tortugues i... saps? Llavors, vull dir, això... enviar un tio al Caribe a fer una foto, doncs no...

• **I com acostumes a capturar les imatges?**

Es demanen. En transparència.

• **Treballeu amb escàners?**

Amb escàners d'alta resolució, cilíndriques i... bueno, primer es demanen a l'arxiu les transparències, t'envien unes quantes, esculls la que més t'agrada i després es fa una imatge, un escàner en alta resolució.

• **Però quan tu treballes aquí, treballes amb un escàner pla per fer esbossos?**

No. Jo crec que el millor... no, no, no, aquí treballem... vull dir... quan ja tens un... pensa una cosa: que primer si fas un esbós, i fas un retolador, tens bastant clar ja la idea i llavors vull dir, és molt difícil... a veure, pel cost que suposa fer una escàner en baixa resolució o fer-la en alta, vull dir, és tonteria no fer-la en alta. Si després et serveix, bé. Si no et serveix, doncs demanes a l'arxiu que te la canviï i com l'has utilitzat per un esbós, el cost és molt baix.

• **I càmeres digitals, utilitzeu?**

No. Bé, jo crec que de moment està en una fase bastant precària.

• **I com ha afectat tot el tema de l'autoedició al que és el procés de preimpresió?**

Home, ha afectat al sector de la preimpresió.

• **Però en quina manera a tu això t'ha afectat, si t'ha afectat d'alguna forma?**

No... no... home, a veure; és molt... abans no podies fer una prova sense fotolits, no? Era molt difícil, i costós... però et parlo de molt abans... Però ara el tema de poder fer proves i tot això... vull dir, accelera, accelera... i redueix el risc, també.

• **Llavors... dius redueix el risc, però tu creus que tens més responsabilitat que abans?**

No, no; és la mateixa.

• **Abans, com una feina havia de passar per moltes mans, i... tothom la mirava... que si el gravador, que si tal, que si rectificacions...**

Sí, sí.

• **Ara tu entregues a un òptic i dius, això és el que surt de mi i això és el que firmes...**

Jo crec que la responsabilitat del gravador, avui dia, ha baixat molt. Ets tu el responsable de que la feina que l'entreguis... Vamos, muntada ja en el document *no sé què* perquè surti filmada. Abans el gravador es fotia unes matxacades de donar color als *plomes*, de retocar les fotos, de... bueno... era el gravador el que realment feia una feina de...

• **Utilitzeu impressió digital?**

Sí, sí, sí. I tant, quan són tiratges molt curts... i coses així una mica senzilles, però la qualitat encara no és...

• **Encara tampoc creus que és l'adequada...**

No, el que passa és que per segons quines coses, i si saps quines imatges pots permetre... dir tot això, sí.

• **Actualment creus que l'agència, bueno, en aquest cas Impacto, cedeix molts treballs, o dintre de tots els treballs que feu, parlant en gràfic, eh, molts treballs fora de l'agència, a estudis?**

No...

• **Hi ha una tendència més cap a... cap a autoalimentar-se diguéssim, tu fer les feines i treure les feines des d'aquí.**

No, no. Tampoc és una tendència. Vull dir, si n'hi ha coses que no es poden fer aquí es demanen a professionals que són més, que són més... com ho diria jo... especialitzats. Per exemple sobretot en camps ja més especialitzats com la fotografia, com la il·lustració, coses d'aquestes, no? O... no sé... vull dir... És una qüestió de ... un problema de que la qualitat final sigui exactament el que la idea busca. *A lo millor* has de *recurrir* a gent externa. Però no necessàriament has de fer-ho tot a casa.

• **A nivell de costos... com creus que ha canviat el fet que un bon dia comenci a imposar-se l'ordinador?**

Jo crec que els costos, per exemple, per una campanya de publicitat... (a la noia) d'això saps tu més que jo, però jo dono la meva opinió...?

Sí, sí, dona la teva opinió.

Jo crec que els costos no han variat. En proporció no han variat. El que passa és que hi ha més fases a repartir els costos. Je, je, a veure si m'explico. O sigui, ara hi ha processos, hi ha uns passos que assegurin una qualitat, com és l'aparició del marketing a Espanya, com és l'aparició d'una sèrie de passos fins el resultat final, la producció final, no? I abans jo me'n recordo que hi havia molts estudis, que eren al mateix temps agències, i que traçaven una campanya per una sèrie de creatius que eren unes *lumberes* de la *òstia*, i tal, i no hi havia tants professionals que intervingien en un mateix procés, no? Evidentment, els beneficis eren molt majors. El que passa és que ara, jo crec que els costos són bastant similars, però la qualitat està més assegurada perquè hi ha una sèrie de professionals que controlen tots els processos. (A la noia) Tu què opines?, perquè...

No... la qualitat sí, el que passa és que del tema que comentaves abans, que els clients moltes vegades pensen que les còpies a color doncs són gratis... això a vegades és un problema, perquè nosaltres calculem uns pressupostos, i cada vegada van més ajustats en el tema de gràfiques, perquè és que els clients ja saben el que valen les coses, o sigui, ja tenen una noció. Abans no, abans a un client li podies vendre... li venies la moto i li podies... alomillor hi havia gent que s'aprofitava. I ara no. Ara la gent està molt posada en lo que valen... des d'un "gadget" fins el que val una impressió o el que val un disseny. Tenen coneixements. És positiu, però en certa manera... Això mateix ha fet que la gent que se n'aprofitava ara no ho pugui fer.

• **Abans les agències normalment donaven molt treball fora perquè fer un original era un procés molt costós?**

Sí...

• **Actualment tu creus que el fet que amb un ordinador tu puguis fer-te tot l'original està fent que les agències contractin un dissenyador i aquest dissenyador tregui molta feina que abans necessitaves molts recursos exteriors?**

Sí, però és que pensa que jo no crec que es redueixin els costos. Perquè has de pagar el dissenyador, has de pagar un equip, que és un equipazo... o sigui, vull dir, l'únic que fas és tenir més controlat un control de qualitat. Però no crec que els costos siguin més petits.

• **Com ha afectat l'aparició d'Internet a la teva feina?**

De moment no gaire. Però afectarà. Vull dir, està claríssim, que és un suport que és important. És important per vèncer sobretot la distància, no? I el temps.

• **Però... aquí teniu Internet?**

Sí.

• **I l'utilitzeu per exemple per comprar tipografia, per comprar imatges o per...?**

Ens hem de... estem ara en procés de connectar-nos de seguida. O sigui que encara no ho tenim, però ho tindrem la setmana que ve.

I s'està treballant alguna cosa. Però... vull dir... és... jo ho veig més com un suport. Ai, perdona, m'he equivocat, no un suport per publicitat, de moment...

• **No, no, jo dic com a eina del teu treball...**

Com un mitjà, no?

Com un mitjà de comunicació, i per transmetre textos, imatges, per treballar.

• **A això em refereixo, si per exemple, si en lloc de... bueno, si has d'imprimir un tema, doncs enviar-ho a través d'Internet, i no haver-te...**

... de desplaçar.

Sí, sí...

• **... no haver-te de desplaçar, o enviar un missatge, o si teniu un client que t'envia el text a tu a través d'Internet, i...**

Sí, sí, sí...

• Si això ho teníeu, si l'heu contemplat o si creieu que d'aquí dos, tres, quatre anys...

Serà així, serà així... fins i tot jo penso la possibilitat de treballar des de casa meua.

No, a vegades ho penso, perquè dius, bueno, doncs tothom connectat, fins i tot amb pantalles, i les reunions des de casa meua, allà mirant el monitor i... està evolucionant tot molt.

• Dintre de l'ordinador, com ordenes els treballs? Teniu algun sistema?

No, dintre de l'ordinador no s'ordenen, els treballs.

S'ordenen fora. S'ordenen... o sigui, tens una biblioteca.

• O sigui, guardeu els originals físicament?

Sí, amb còpies de seguretat fora.

• Però no digitalment... o sí?

Noo, sí, sí, digitalment.

També...és i tot.

• I guardeu llavors una còpia física, que es pugui tocar?

Física, sí, també.

Sí, sí.

• Els ordinadors que teniu estan interconnectats?

No, no. És que l'ordinador no és una caixa on s'ha de tenir tota la feina i a dins s'ha de fer tot i s'ha de transmetre tot, i tal. L'ordinador és una eina. I com més buida estigui, i més engrassada i tot això, millor. Llavors ho has de tenir tot fora, i allò d'Internet, has de tenir només un que (jo crec, eh) que estigui connectat i que serveixi per aquestes coses i tal... és una qüestió d'organització.

• D'ordinadors, treballeu amb Macs, amb PCs...?

Macs.

• I amb quin tipus de programa... quina preferència?

Amb *els* Illustrator, Freehand, Photoshop evidentment, Quark...

• Ja per acabar, a veure si em podries dir la teua opinió de cara al futur sobre totes aquestes eines d'autoedició des del que és l'ordinador fins tot el muntatge d'escàner. Una visió d'aquí a cinc anys, a curt termini...

Home, jo crec que pinta bé. Cada vegada millor, no? Ara de moment s'estan veient moltes feines i moltes coses que es veuen que estan afectades per un sistema informàtic, no? O sigui, jo crec, jo sempre he dit que una bona feina feta per ordinador és la que no es nota que està feta per ordinador. A no ser que sigui una imatge digital, que veus evidentment que només amb un equipazo la pots fer, no? Però si no, no. Si no, vull dir, ha de ser només una eina. El que passa és que cada vegada són més sofisticades, tens més recursos, pots utilitzar-les de més maneres...

• I tu creus que canviarà la teua filosofia de treball, la teua forma de treball, de cara al futur?

No, ja ha canviat...

• O sigui que el pas aquest ja està una mica donat?

Sí, jo crec que sí, que ja està donat. Vull dir, l'ordinador és una eina imprescindible. El que passa és que no és l'única. Hi ha moltes feines que es poden fer amb una pintura, o es pot fer una fotografia, o es pot fer... es poden fer fins i tot a mà... depèn, no?, del que sigui. Però és una eina que ja està *consolidadíssima*, vaja.

Fi de l'entrevista

| | | |
|--|---|--|
| <p>L'ordinador continuarà sent una eina per al director d'art?</p> | <p>La manca de coneixements tècnics farà perdre competitivitat al director d'art?</p> | <p>El concepte publicitari continuarà sent el motor en la direcció d'art?</p> |
| <p><i>Abans, fer un efecte especial era una cosa que només es podia fer a Anglaterra i ara ho pots fer aquí, perquè tens possibilitats (...) la tecnologia és absolutament fantàstica per treballar, però no deixa de ser una eina. (Francesc Akilez-Augusta BBT. Barcelona, 1997)</i></p> | <p><i>Cada vegada més, busquen que tots els directors d'art utilitzin l'ordinador, encara que tinguin quaranta anys (...) ha fet que molts directors d'art que no havien utilitzat l'ordinador mai doncs comencessin a utilitzar-lo. (Núria Macià-Grey. Barcelona, 1997)</i></p> | <p><i>Aquella idea que ha sortit de l'equip creatiu, que aquell equip pot ser un director d'art, un copy, del casament conjunt de tot això. (Lluís Duran-McCann & Erickson. Barcelona, 1997)</i></p> |
| <p><i>Tothom té el seu ordinador i tothom fa les seves coses, però que tinguis més bons equips i tal no vol dir que estigui la feina ben feta ni que sàpigues fer la feina. (Oriol Sans-DMBM. Barcelona, 1997)</i></p> | <p><i>Busquem alguna persona que tingui experiència, que conegui els programes que nosaltres estem treballant, que ja tingui alguna mínima experiència, perquè sinó... És imprescindible conèixer-ho. (Gabriel Penalba-Tiempo. Barcelona, 1997)</i></p> | <p><i>La idea, primer i primordial. L'aplicació depèn de l'eina que hi hagi en aquell moment; si ara és el Mac, dintre de cent anys no sé el què serà. (Pere Marin-Tandem. Barcelona, 1997)</i></p> |
| <p><i>L'ordinador és una eina imprescindible (...) cada vegada són més sofisticades, tens més recursos, pots utilitzar-les de més maneres. El que passa és que no és l'única. (Paco Iglesias-Impacto Comunicació. Barcelona, 1997)</i></p> | <p><i>L'ordinador és importantíssim però per això no cal menysprear l'il·lustrador (...) t'ho dic pel que veig internacionalment (...) és un enriquiment. (Lluís Duran-McCann. Barcelona, 1997)</i></p> | <p><i>Les idees sempre seran les idees i el cap sempre funcionarà igual, anirà evolucionant, sempre funcionarà igual. A la mida que hi hagin més eines per treballar tindràs més possibilitats. (Francesc Akilez-Augusta BBT. Barcelona, 1997)</i></p> |
| <p><i>Una herramienta (...) que la gente se cree que tú no piensas porque aprietas un botón y sale; y es educar. Pero yo pienso que nuestro trabajo es así. (Arminda Carbonell-Lorente. Barcelona, 1997)</i></p> | <p><i>Crec que no matarem una cosa en i farem una altra. (Pere Marin-Tandem. Barcelona, 1997)</i></p> | <p><i>Primer visualitzar-los [els conceptes] (...) no només visualitzar-los, tu has de construir una idea. (Lluís Aiguade - Altraforma, 1997)</i></p> |
| <p>L'ordinador continuarà sent una eina, però a diferència d'altres, les seves possibilitats aniran augmentant: més potència, més recursos, més sofisticació... El repte del director d'art serà escollir les possibilitats més adients per a la visualització-realització.</p> | <p>Necessitaran conèixer l'eina de l'ordinador i el programari (<i>software</i>) que s'utilitza més habitualment en la direcció d'art publicitària. Els directors d'art que no coneguin les tècniques informàtiques restaran fora del mercat per manca de competitivitat (fet que encara no s'ha produït). L'ordinador, amb l'entrada de les noves generacions educades sota aquest entorn, serà cada cop més important, encara que algunes tècniques tradicionals es conservaran; per exemple, d'aquí a uns anys un bon il·lustrador estarà molt ben considerat.</p> | <p>El concepte continuarà sent el motor de tot el procés. La tecnologia que haurà de venir, s'apropiarà d'aquest amb unes realitzacions que en treuran el màxim profit i que faran que la realització final sigui extremadament fidel al concepte.</p> |

| | | |
|---|---|---|
| <p>El director d'art arribarà a l'estatus del director creatiu?</p> | <p>La figura del director d'art evolucionarà cap a la de <i>producer d'art</i>?</p> | <h1>Resum</h1> |
| <p><i>Aparte de crear junto con el creativo, el director de arte lo que tiene que hacer es dirigir todo lo que es la producción dentro de esta conceptualización. (Arminda Carbonell-Lorente. Barcelona, 1997)</i></p> | <p><i>Todo lo haremos, absolutamente todo, a través de un ordenador, pero hasta las sesiones de fotos, los rodajes... (Ramón Lombera-Casadevall & Pedreño. Barcelona, 1997)</i></p> | <p>El concepte continuarà sent la base d'una campanya gràfica en publicitat i el director d'art haurà de desenvolupar la seva feina al voltant d'aquest eix.</p> |
| <p><i>Als anys vuitanta hi havia un pes molt exagerat del que eren els directors creatius (...) feien passar la seva comunicació amb la paraula, el titular enrevessat i els giros. En aquests moments hi ha la recerca d'una simplicitat, d'una imatge que l'ho expliqui tot i això dona peu a que els directors d'art ara tinguin un paper importantíssim a les agències de publicitat. (Jordi Almuni-Young & Rubicam. Barcelona, 1997)</i></p> | <p><i>Cada vegada s'anirà a més, és com tot, lo que tendeixes és a rentabilitzar. No estimes a estar tres hores del teu temps al cotxe si pots fer-ho apretant un botó, doncs et sortirà més barat. (Oscar Pla-Bassat. Barcelona, 1997)</i></p> | <p>Però en el futur, per accedir a aquesta figura professional, qui vulgui ser <i>producer d'art</i> haurà de treballar davant d'un ordinador. És a dir, aquest serà el</p> |
| <p><i>Cada equip està liderat per un director creatiu que fa no solament de responsable creatiu de totes les feines sinó que també lidera una miqueta l'equip a nivell de direcció i d'ordre. (Gabriel Penalba-Tiempo BBDO. Barcelona, 1997)</i></p> | <p><i>Internet... anirà entrant més en la nostra forma de treball, a l'hora de buscar imatges, o de buscar tipografies, o d'aconseguir informació, i que tot això no solament no ho podem deixar sinó que cada vegada sembla que vagi més ràpid. (Gabriel Penalba-Tiempo . Bcn, 1997)</i></p> | <p>condicionant que marqui tant la tecnologia com la visualització-realització. Serà funció d'aquest professional aconseguir les sinèrgies</p> |
| <p><i>Cada equip està liderat per un director creatiu que fa no solament de responsable creatiu de totes les feines sinó que també lidera una miqueta l'equip a nivell de direcció i d'ordre. (Gabriel Penalba-Tiempo BBDO. Barcelona, 1997)</i></p> | <p><i>Suposo que dintre d'uns anys o d'un temps, no sé quin, aniré a un lloc i aconseguiré el que jo vull. Ara per ara xafardejo, i com jo molts d'aquí. (Pere Marin-Tandem. Barcelona, 1997)</i></p> | <p>necessaries entre la capacitat tecnològica que ofereix l'autoedició i la capacitat de visualització-realització.</p> |
| <p>Els directors creatius no solament provindran del <i>copy</i> com fins ara, sinó que cada cop més ho faran més vessant de la direcció d'art. Això tindrà com a causa que el director d'art es considerarà cada cop més en el departament creatiu de l'agència de publicitat. Part important de la seva feina serà la diferenciació dels productes, cada cop més similars no per raons racionals (USP) sinó per raons de tipus emocional (ESP).</p> | <p>Amb la creació de nous mitjans apareixeran nous especialistes i el director d'art haurà d'assumir tasques de <i>producer d'art</i>, coneixent diferents professionals que siguin especialistes en diferents mitjans i coordinant-los.</p> <p>L'entrada d'Internet i d'altres nous mitjans pot ser hauria de fer replantejar el terme <i>director d'art</i> i s'hauria de substituir per <i>producer d'art</i>. D'aquesta manera s'evitaria el confusionisme que pot portar el terme director (director creatiu, director d'art, director de comunicació...).</p> | |