

Raquel Quevedo, grafista y directora de arte desde 2010. Formada en diseño y tipografía en Escola Massana y Eina. Durante los estudios ya empieza a dedicarse profesionalmente al mundo del diseño, concretamente diseño de identidad y marca. Hace dos años y medio monta su casa-estudio, donde trabaja y diversifica su producción desde entonces.

“Normalmente yo pienso mucho cuando me encargan un trabajo cuál es la mentira y cual es la verdad. La mentira sería lo que yo quiero hacer, porque lo quiero hacer yo. O sea, te encargan una cosa y tu haces lo que se supone que estará bien, porque nadie te dice que lo que tú haces está bien. Es una suposición que tú tienes que luego va a funcionar en un contexto. Entonces está la verdad que es lo que tú tienes que hacer. El objetivo.”

Pregunta: ¿Te definirías como diseñadora gráfica?

Respuesta: No lo sé, es que hago muchas cosas! Dirección de arte. Sí, supongo que sí. O grafista, me gusta más.

P: Entonces ¿cómo lo harías si tuvieras que definir qué es tu trabajo?

R: Mi trabajo sería encontrar una solución visual a un problema de proyección social.

P: Si no te importa, hablemos de algún proyecto del que te sientas muy orgullosa.

R: Vale! Uno de los que más me gustan es el de *Demo*, que habréis consultado en la web... Pues es un proyecto que es un regalo, porque nos dijeron “haced lo que queráis”. El *briefing* era: tenéis que hacer algo que sea experimental y que sea realmente algo original y que no se haya hecho nunca. El primer año hicimos tipografía de tipos móviles en 3D y usamos máquinas antiguas. El resultado fue muy espectacular porque no te esperabas nada de lo que estabas haciendo. Normalmente yo pienso mucho cuando me encargan un trabajo cuál es la mentira y cual es la verdad. La mentira sería lo que yo quiero hacer, porque lo quiero hacer yo. O sea, te encargan una cosa y tu haces lo que se supone que estará bien, porque nadie te dice que lo que tú haces está bien. Es una suposición que tú tienes que luego va a funcionar en un contexto. Entonces está la verdad que es lo que tú tienes que hacer. El objetivo. En *Demo* era algo muy raro, no tenías la expectativa de lo que iba a pasar y no se generaba un conflicto con lo que se espera, porque no se esperaban nada.

P: Entonces ¿cambias algo cuando te encargan un proyecto y cuando haces algo tú de iniciativa propia? A la hora de crearlos, ¿sigues la misma metodología?

R: Yo creo que mi trabajo, lo que es para mí, es mucho más espontáneo todo. Tengo una forma de trabajar muy impulsiva, muy espontánea. Enseguida que veo algo pues lo genero, no lo pienso tampoco en plan “ah, el concepto, no sé qué”. Dejo que fluyan mucho las cosas. Y en cambio cuando es para clientes lo que pasa es lo que hablaba de la verdad y la mentira. O sea que es lo que estás haciendo porque tú lo quieres hacer: “yo quiero trabajar con éste tipo de fotografía”. Entonces se lo planteo al cliente. Pero no sé si es eso lo que el cliente quiere claro, yo lo tengo que convencer para que sea eso. Se supone que nosotros somos los expertos, lo que pasa es que el cliente luego opina: no me gusta esto, me gusta lo otro...

P: Entonces hasta que punto tienes la creatividad limitada, cuando tienes que tratar con clientes de este [segundo] tipo? Es como que no tienes mucho margen.

R: Sí, sí que tienes, pero lo que tienes que hacer entonces es convencerle de lo que tú estas proponiendo es lo que se tiene que hacer. Entonces lo que me pasa mucho es que si me plantean algo... por ejemplo hay marcas que no tienen diseño, entonces te piden el encargo y tu se lo presentas y alucinan. Pero entonces les da miedo porque lo ven tan diferente y arriesgado que no lo quieren hacer. Entonces no está claro al final quién decide.

P: Hablando de estos proyectos, te queríamos preguntar sobre su proceso: como enfocas el antes, el durante y el después de la producción, que tiempos destinas a un proyecto, si te preparas o te documentas antes de empezar...

R: No... no miro nada, nada, cero. Cuando miro cosas miro a artistas que me gustan mucho.

P: ¿Como por ejemplo?

R: Si ves el trabajo de Sol Lewitt, es... se nota mucho que tiene algo que ver. Y normalmente ya tengo una idea, tengo algo para relacionar con lo que hago. Entonces de cada proyecto, para sacar la idea es muy poco tiempo, muy rápido. Esa fase es como de idea, muy conceptual, luego materializarlo depende de lo claro que lo tenga, porque hay cosas que tengo súper claras y enseguida me salen pero hay otras que tengo que darle más vueltas. Depende de cada encargo: no es lo mismo hacer un logo que un logo con una web o con papelería... Luego también influye mucho el *feedback* del cliente, que te conteste, porque si te contesta al cabo de tres meses pues claro, todo se para, se ralentiza un montón...

P: O sea, ¿a veces los tiempos también te los marca mucho el cliente no?

R: Sí.

P: Y luego el recorrido que tiene un trabajo que ya has acabado, por ejemplo en Demo con la tipografía modular, por hablar del proyecto de antes, ¿tiene tirada más allá del proyecto en sí o no?

R: Sí. Por ejemplo con la tipografía de Demo estoy haciendo colaboraciones con diferentes personas para crear a partir de la misma tipografía diferentes estilos. Es un proyecto que estoy en ello, que no se acaba. A parte es filosofía *Open Source*, puedes descargar la tipografía y crear algo y usarla por tu cuenta. También hice un *workshop* en Elisava y llevé la tipografía modular y los alumnos hicieron cada uno su propia tipografía y hicimos unos sellos. Entonces es un proyecto que tiene mucha chicha para después.

P: Hemos leído en alguna entrevista, que a veces partías de jugar, de la espontaneidad del juego para crear tus proyectos.

R: Sí, por ejemplo, un proyecto que yo planteé era un juego de sombras con frutas y verduras hacían sombras de animales, entonces el cliente me dijo que no, pero seguí con la idea por mi cuenta, entonces de allí salió Moon Calendar: el juego de sombras en la cara de una chica como si fuera una luna, iluminada como si fuera el recorrido de la luna.

P: ¿El tema de el juego también lo podrías ligar al el error? A “me equivoco en algo pero esto me lleva para otro sitio”. ¿Dirías que es una parte importante de como creas?

R: Sí, haces una cosa y el resultado es una cosa que no esperabas y te lleva a hacer otra cosa. *Demo* es un poco así, por ejemplo cuando hicimos los tipos móviles en plástico no sabíamos si iban a aguantar en la maquina. No se veía nada, estábamos todos allí a punto de llorar, [...] y fuimos ajustando la presión de la maquina hasta que funcionó. Y entonces en los tipos pequeños funcionaba muy bien la textura y cuando hicimos los posters en grande pensábamos que nos iba a generar lo mismo pero no, generó otro tipo de textura porque la maquina al hacer mas recorrido la geometría la hacia mas regular. Eso no lo sabíamos y generó diferentes estilos.

Ahora que hablábamos del error y probar y todas esas cosas, esto es también un buen ejemplo. Son unos posters que hice para una exposición de Guillermo [Santomà]. (Enseña un poster en plástico de efecto espejo). Compramos un papel plástico y imprimimos. Y cuando lo fui a buscar no se veía nada... Y era exactamente el mismo día de la expo. Porque claro, hicimos la lámina transparente de plástico y las letras en blanco, cuando lo ponías en la pared no se veía nada.

Entonces usamos un fotolito y papel vegetal y lo pusimos detrás, y quedó muy bien al final, porque hacía como otra capa. Fue un poco de estrés de última hora en plan ¿qué hacemos?, pero al final salió bien.

P: A parte de ser diseñadora, también te dedicas a la dirección de arte...

R: Fue una sorpresa encaminarme por ahí. Me salieron trabajos y mira.

P: ¿Cómo sueles trabajar en estos casos? ¿Llevas un equipo o lo haces todo tú?

R: Depende de los presupuestos. Si no hay presupuesto lo haces todo tú, y en cambio si hay presupuesto pues claro, tienes tu equipo.

P: Y cuando trabajas con un equipo, las decisiones las tomas tú y ellos son como los que las ejecutan?

R: Sí. Pero al final tienes que ir a buscarlo tú, si se necesita algo para las fotos, o buscar referencias de luz... Sobretudo tienes que tratar mucho con el fotógrafo. Antes ya hay un previo de ponernos de acuerdo, pero luego también hay mucha espontaneidad, cambiamos cosas sobre la marcha...

P: Al final no es tan distinto del hecho de hacer una propuesta de diseño.

R: No, para nada. Se trata de qué se quiere comunicar siempre.