

CONVERSACIONES DE FREIBURG

RALPH SCHIEL

Diseñador gráfico alemán. En 2003 estableció el estudio de diseño y comunicación CONACTOR (más información en www.conactor.com)



El 5 y 6 de marzo tuvo lugar el Segundo Foro de Diseño de Freiburg. El evento estuvo organizado por Swetlana Schwarzkopf y Bernhard Pompey junto a la Escuela de Diseño Gráfico de esa ciudad. Todos los años la conferencia se distingue por su atmósfera familiar y de discusión efectiva, un espacio propicio para que los oradores interactúen con la audiencia.

La entrevista a Jeong-Hee Hyung (Corea) es la primera de una serie de charlas de Ralph Schiel destinadas a profesionales de procedencias diversas: Helmut Langer (Alemania), Jay Rutherford (Canadá) y Ruedi Baur (Suiza).

¿QUÉ ES LO QUE MÁS LE INTERESÓ DEL ENCUENTRO *DesignForum* EN FREIBURG?

Siempre es bueno conocer gente nueva y conectarse con diferentes aportes. También consideré que sería interesante contar algo de la experiencia sobre el diseño que se realiza en Corea, aquí, en Europa.

¿PODRÍA EXPLICAR CÓMO ARTICULA EL PERIODISMO CON EL DISEÑO?

La revista se llama *DesignNet*. Durante todo un año redacté para la revista distintos artículos sobre los principales diseñadores europeos, seleccionando para ello a varios profesionales. Esta revista cuenta con pocos corresponsales en el extranjero y es la segunda de este tipo en importancia en Corea. Tiene un aire internacional y no se concentra tanto en los aspectos comerciales, sino que apunta a movilizar de algún modo al sector del diseño coreano en otros sentidos –se trata de una revista seria con contenidos profundos–; sin embargo, éste es un proceso largo, que se logra lentamente.

EN SU CONFERENCIA, USTED AFIRMÓ QUE EL DISEÑO COREANO SE ENCUENTRA MUY INFLUIDO POR EL MUNDO OCCIDENTAL Y QUE EXISTE UNA TENDENCIA CONSIDERABLE A LA IMITACIÓN. ¿HAY TAMBIÉN UNA DIRECCIÓN INVERSA, ES DECIR, EL MUNDO OCCIDENTAL PUEDE APRENDER DEL DISEÑO ORIENTAL?

Decididamente, eso es lo que espero. Sin embargo, teniendo en cuenta las diferencias tipográficas e idiomáticas, es algo sumamente difícil. La comunicación se refiere al contenido, y cuando no es posible para el hombre occidental comprender lo que ve, debido a que se utilizan otros patrones de símbolos y de signos, entonces es muy difícil alcanzar la transmisión conceptual. Sin embargo, el idioma inglés constituye un puente entre ambos mundos. Considero que la dirección más simple y frecuente es desde el exterior hacia Corea: constantemente ingresan cosas que son absorbidas como por esponjas, pero nada sale desde allí. Como una manera de fortalecer estos puentes, uno de los objetivos de la revista es que se publique en buen inglés.

FRENTE AL PELIGRO DE UN PROCESO EUROPEIZANTE, EN MUCHOS ASPECTOS, EL IDIOMA DE LAS IMÁGENES Y LA TIPOGRAFÍA SE VUELVEN CADA VEZ MÁS PARECIDOS.

¿EXISTEN POSIBILIDADES DE CONTRARRESTAR ESTE PROCESO?

Sí, por ejemplo, en el caso de la escritura *Hangul*. En la actualidad es un movimiento verdaderamente importante en Corea. Antes se podían encontrar allí muchas cosas publicadas en inglés, por ejemplo, en materia de publicidad. Sin embargo, con el tiempo se consolida la presencia, cada vez mayor, de esta escritura bellamente decorativa: *Hangul* se puede ver en las revistas y en el ámbito de la publicidad. Ahora los diseñadores deberán defender esta tendencia y exteriorizar al máximo los aspectos tan originales de esta tipografía.

¿QUÉ ES MÁS FUERTE: LA INFLUENCIA DEL EXTERIOR O EL MOVIMIENTO QUE SURGE DE DENTRO HACIA AFUERA?

Considero que es necesario que ambos movimientos coexistan en forma simultánea, equilibrada, ni en exceso, ni demasiado poco. Lo importante es ser fiel a la propia identidad, como sucede, por ejemplo, en el caso de los japoneses. Esta cultura suele

absorber de manera formal todo lo que llega desde el exterior y luego lo transforma a un formato absolutamente específico y personal, y, como es obvio, con su propia tipografía. De esta manera, funciona de modo excelente para ellos.

¿ES POSIBLE LOGRAR LO MISMO EN COREA?

Creo que es más complicado desde el punto de vista de la mentalidad. Históricamente, ya desde hace mucho tiempo –en los siglos xv y xvi– los japoneses se abrieron hacia el exterior, mientras que en Corea recién nos vimos forzados a una apertura hacia fines del siglo xxx, con los franceses. Un ejemplo claro: los japoneses utilizaron armas de fuego durante mucho tiempo, mientras en Corea aún se usaba la espada. Lo mismo ocurrió en el campo de la técnica y de la industria.

¿EN QUÉ ÁMBITOS CONSIDERA QUE COREA TIENE UNA POSICIÓN DE VANGUARDIA?

Para hacer diseño en el futuro se necesita aprender aun más de la escritura y de la lengua *Hangul*. Es interesante, no sólo en función de la simplicidad de la información sino también desde el punto de vista estético. Los europeos ya se han dedicado a hacer de todo con la tipografía, prácticamente no hay ningún espacio para la innovación. Todo suele repetirse una y otra vez. Por ejemplo, un país como China, que hasta ahora no ha tenido nada parecido, posee un enorme impulso ascendente, porque para ellos este campo aún es algo novedoso, mientras que en Europa se produce, en cierta medida, una declinación, porque todo está resuelto. En la actualidad, la mayoría de la producción europea es basura, *funky stuff*, le falta estilo y buen gusto, no hay nada serio detrás. Mientras tanto, todas las buenas tipografías ya se han tomado antiguas; se agotó el campo y ahora debemos elevarnos y emprender un camino hacia otro universo, hacia nuevas tipografías. Nuestra tipografía es una vanguardia en sí misma, es sumamente estética y está orientada hacia el futuro.



JEONG-HEE HYUNG

Nació en Corea en 1966. Su formación profesional está orientada a la Pedagogía de la Lengua Inglesa de la Universidad de Suncheon, Corea, donde se desempeñó durante ocho años como profesora de inglés. En 1995 inició su maestría en Artes con especialidad en Literatura Inglesa. Al año siguiente residió en Alemania por espacio de dos años, y se inició en Filología Inglesa y Pedagogía. Entre 2001 y 2002 se especializó en el diseño de sitios Web para la Academia Drexler, Regensburg, Alemania. Al año siguiente desarrolló proyectos en diseño de comunicación, en Wolfgang Bernert, Munich. Desde 2003 trabaja como corresponsal en Europa, y como periodista para la revista coreana de diseño *DesignNet*.