

Mesa redonda

Evolución y revolución

Ernesto Sarasa

<http://www.ernestosarasa.com>

<http://www.vimeo.com/ernestosarasa/videos>

<http://www.myspace.com/fonostrabico>

<http://www.eldisqueroesporadico.blogspot.com>



Imagen: Ernesto Sarasa

Estamos sumergidos en la imposición colectiva de superación humana, de perfección o del circense “*más difícil todavía*”. En cualquier ámbito se busca satisfacer estas obsesiones, desde el sistema más primitivo hasta el más avanzado. La tecnología abre caminos de búsqueda, desde el origen de la humanidad, desde la invención de la agricultura, la rueda o la imprenta. Podemos seguir esos caminos en diversas direcciones: por los que ya se han convertido en surcos profundos de tanto tránsito, o por los inciertos, los que apenas han sido explorados y casi no se ven. Ésta es la cuestión, creo yo, de la técnica en el hacer, de la tecnología, tal como se define el arte mismo.

Hace años decidí introducir en mis trabajos mis inquietudes en este sentido, y cuando afronto un proyecto, además de su alcance, su viabilidad y su utilidad, me preocupa la coherencia contemporánea y la evolución de las necesidades de comunicación. Pero sé además que mi trabajo como ilustrador o diseñador debe cumplir una función social, cultural. Paralelamente, en el proceso tecnológico con las herramientas de trabajo, investigo caminos nuevos para descubrir aspectos que potencian una gráfica exclusiva o el interés por identificarse con el producto. Inventamos la tradición, como decía Wally Olins en su libro *Corporate Identity*. Sí, lo que se crea y trasciende se convierte en tradición, aunque cada vez es más complicado cuando todo se transforma a velocidad de vértigo.

Hace mil años, para ilustrar un elefante solo se tenía una descripción verbal, si acaso. Hoy la imagen ya no solo son colores y formas, ni la recreación de la realidad. Con los avances tecnológicos, la transformación de lo abstracto en lo concreto se hace infinitamente amplia y con más posibilidades de experimentación. Los nuevos medios permiten

la interacción, la modificación continua y una trascendencia universal en red. La técnica, el proceso, el objetivo, todo cambia y esto afecta a la creatividad.

En estos momentos, en colaboración con una editorial de Bogotá, realizo una adaptación del libro tradicional a los nuevos medios y me interesa la *narrativa transmedia* como punto de partida. Aquí encuentro planteamientos que parten de procesos ancestrales inconscientes y que ahora se hacen científicos, metódicos: enriquecer la literatura con la tecnología para conseguir lo que la mismísima Biblia cuando la imprenta multiplicó su trascendencia hasta límites increíbles. Vamos, ni Jesucristo con los panes y los peces. No en vano, “biblia” se denomina al elemento fundamental en la teoría de la *narrativa transmedia*, y plantea la misma intención de trascendencia popular, de crear fieles seguidores, obviamente, salvando las distancias. Así, las series televisivas o las sagas cinematográficas, son algunos de los formatos que utilizan la *narrativa transmedia* como estrategia de comunicación y promoción. Pero ahora, además, el uso masivo de Internet, sus redes sociales, las nuevas plataformas *tablet* y *smartphone*, todo muy reciente, está transformando la difusión cultural y la cultura misma.

En el caso del libro el proceso tradicional de producción se extiende. No hay que eliminarlo como objeto, pero la perspectiva de los nuevos medios hace revolucionar su contenido y su forma. Ahora es más importante que el libro, como objeto físico, sea bello, una gran experiencia visual y táctil, con sugerente diseño. Pero además, su contenido es reducido a ceros y unos; vuela por las autopistas de información a la velocidad de la luz, se transforma en imagen, sonido, movimiento e interacción. Todo esto hace necesario que cambie el concepto creativo del

libro, en la literatura, la ilustración y el diseño editorial. Y no es una cuestión de industria productiva, es una cuestión cultural, porque cambian los lenguajes y los códigos de comunicación. Tampoco es una estrategia de marketing, es el origen de nuevos géneros y disciplinas artísticas. Hoy la televisión, el cine, la literatura, las artes plásticas y escénicas, pueden ofrecer mucho más, y no me refiero a la cantidad, sino a experiencias que llegan más allá de lo recreativo, de la realidad virtual, de la tridimensionalidad o de la representación de lo cotidiano.