



Añbuntament de Barcelona Presents: Raval Dingbats



Añb Airlines Presents: Around the world in 32040 pixels.



comunicarlos: "Es el proceso inverso: En lugar de pensar una forma de llegar al consumidor, las marcas incorporan, por ejemplo, el graffiti como un valor propio de su marca", indica Nico.

Y ahí piensan que muchas veces los diseñadores utilizan las marcas para comunicar sus propios mensajes y que sus propuestas no se adaptan a ellas sino que son éstas las que recogen el estilo de los diseñadores como, por ejemplo, es el caso de Mariscal o de Designers Republic.

El resultado de las reflexiones de añb a menudo da lugar a diversas interpretaciones de una misma idea, eso es parte de una metodología de trabajo que suele verse limitada por los medios. Sin embargo, señalan que intentan llegar lo más lejos que pueden con las herramientas de que disponen: "No somos esclavos de la técnica, si hace falta usar lápiz y papel para expresar una idea, lo usamos".

Muchos de los diseños que desarrollan digitalmente han sido creados a mano sobre unas pequeñas libretas que siempre llevan

consigo. Esas libretas son como un diario gráfico donde plasman ideas que surgen espontáneamente. Luego inician un trabajo más elaborado, seleccionando y escaneando las más atractivas que, después, redibujan digitalmente y colorean. La colección de grafismos resultante (personajes, estereotipos, símbolos, objetos, paisajes...) se integran en ideas que surgen posteriormente o dan pie a nuevas composiciones.

No admiten demasiadas influencias en su trabajo –aunque reconocen que Barcelona es una de ellas– e intentan desmarcarse de cualquier corriente pues no les gusta definirse ya que para ellos eso significa encasillarse: "No nos comprometemos con nada; no nos identificamos con nada".

Por eso, luchan por evitar seguir modas o estilos de otros estudios de diseño.

Según añb, el problema es que ahora todos los diseñadores gráficos utilizan las mismas técnicas. Todo el mundo pixela imágenes o traza fotos y eso no basta, por muy complejo que pueda ser a veces técnicamente. Es una estética que acabará en una similitud de estilos y que provocará la pérdida de originalidad. Por eso, hay que saber comunicar algo. Critican la postura conservadora de las agencias de publicidad. Muchas veces las propuestas más transgresoras son las más interesantes y acaban siendo rechazadas.

Para ellos, en un futuro habrá un gran intercambio de trabajos a escala mundial, pues ya actualmente hay muchas tendencias que son mestizas. Y puesto que se va a perder la esencia de los pequeños estudios creativos, lo que prevalecerá es la transmisión de valores.

Pese a renegar de los estilos e influencias de otros estudios de diseño, les gustaría trabajar con diseñadores de cualquier parte del mundo porque lo que buscan es poder experimentar y explorar ideas desde diferentes puntos de vista: "Nuestro mayor anhelo es conseguir colaborar con gente de cualquier ámbito que se arriesgue a colaborar con nosotros".

Sus medios de difusión son la calle –donde sus recursos son el graffiti y el cartel– e Internet, como cita uno de sus carteles: "añb hoy en tu pared, mañana en el mundo", aunque también tienen futuros proyectos relacionados con la edición y el video. Conciben la calle como un ámbito local y efímero que les permite contrastar con la red, donde exponen sus trabajos de manera más elaborada y extensa.





Entre sus proyectos más recientes se encuentra la publicación de su página web: www.aabland.8m.com. En el primer día recibieron unas 1.700 visitas, además de varias propuestas de comunicación. La página recopila sus trabajos individuales y colectivos de una manera muy personal: *"Es un juego de comunicación: manejamos los mecanismos de comunicación de una empresa para fingir que somos un gran grupo de diseñadores. El chiste es fingir una serie de cosas que no existen"*, señala Xini.

La página está desarrollada en Flash, donde a primera vista aparecen unos carteles reivindicativos que van cambiando automáticamente. Paseándonos por su menú encontramos una tienda online donde venden objetos que aún no han producido: *"Vendemos cosas que no existen"*, indica Nico.

En esa web pueden contemplarse también varios trabajos gráficos y animaciones en video, pero no aparece ninguna referencia sobre qué es **aáb** ni quiénes son: *"No dejamos claro cuánto tiempo tiene ni quién forma aáb"*, explica Nico.

Otro de sus trabajos es la creación de un cuento. Partiendo de La vida es sueño de Calderón de la Barca han adaptado una fábula para que sea ilustrada por niños de entre 6 y 9 años. La única limitación es que utilicen una hoja en blanco y solamente tres colores. La propuesta consiste en la ilustración de un libro que inspire a los niños para su propio disfrute.

Pero, quizá, uno de los proyectos más interesantes que están llevando a cabo actualmente, es el titulado *"Dingbats del Raval"*, que demuestra la admiración que **aáb** siente por un barrio de Barcelona, el Raval: *"Nos gusta el Raval. Es la esencia de Barcelona porque hay una mezcla de culturas que se demuestra a nivel gráfico"*.

El interés por todo lo que ocurre gráficamente en este barrio les ha llevado a crear una colección de símbolos basados en manifestaciones gráficas que fueron fotografiadas, seleccionadas y trazadas digitalmente por **aáb**.

Su propósito es exportar la idea de los Dingbats a otras ciudades, a través de los barrios más interesantes a nivel cultural. Nombran, por ejemplo, San Telmo en Buenos Aires, Lavapiés en Madrid, etc.

Sugieren que una buena manera de exportar esta idea puede ser por medio de colaboradores dispuestos a desarrollar los Dingbats íntegramente. Otra opción es recoger propuestas de otras ciudades para que **aáb** pueda desarrollarlos.

La filosofía de los Dingbats es la de ofrecer gratuitamente una colección de símbolos a otros diseñadores. La intención es conseguir una mezcla, un mestizaje y ver qué resultados se obtienen. Se cuestionan: *¿Qué podría surgir de un mexicano utilizando los símbolos del Raval para sus trabajos gráficos?*

Dingbats del Raval –que en breve estarán disponibles en la web de **aáb**– es un medio de experimentación abierto pues el trabajo no acaba una vez trazado el último símbolo de la colección. Pretende ser un punto de partida a propuestas de otros diseñadores o una inspiración como herramienta dentro de sus propios trabajos.

Además de éstos, entre sus proyectos más inmediatos están: difundir la marca **aáb** en el centro de Barcelona, promocionar su web y uno muy especial: Matar a Ricardo Darín.

¡Ah!, y aunque lo critican, a **aáb** le encantaría poder imprimir su propio estilo. ✪