



Todo aquel que esté mínimamente familiarizado con la historia del rock 'n' roll clásico verá que el prodigio de todas las versiones que se han prodigado hasta la fecha también está en su perpetuación a través del elemento estético. Ese recorrido alberga tal complejidad que sería imposible resumirlo en una frase; sin embargo, tomando el caso de un corte en el tiempo, un movimiento, se diría que la traducción de la psicodelia de los 60s a una imagen gráfica proporciona un ejemplo perfecto de cómo se construye un signo visual de enorme trascendencia para la conceptualización general del estilo, de tal forma que el grafismo habilita una referencia estética igual de importante que las parafernalias de la vestimenta u otros mecanismos de identificación para los auditorios. Mik Baro, diseñador instalado en valencia, aplica un sentido musical a su trabajo que difícilmente pasa desapercibido. Al seguir algunos momentos de su trayectoria, lo primero que llama la atención es su coherencia, su personal visión de todo el bagaje gráfico procedente del rock y sus variantes underground, de las subculturas musicales matizadas en sus posters con la convicción de que el detalle es un elemento que distingue la pieza.

MIK BARO

CUANDO EL DISEÑO SE HACE CANCION

Mik Baro utiliza ese registro, incluso algunos de sus estereotipos más visibles, para amoldarlo a una idea de diseño que hace compatible clasicismo y modernidad. Su trabajo para la promotora Lizard Music, el sello barcelonés Rock On y grupos de la entidad de Lagartija Nick expresa esa voluntad de aportar nuevas vías creativas a una modelo iconográfico que pudiera parecer agotado pero que en su propio trazo, en sus ilustraciones y tareas compositivas, adquiere una vitalidad gráfica particular, intrasferible, un dinamismo que promulga divertimento y sintonía. Más aún, por encima de cualquier otra

consideración Mik Baro disfruta con lo que hace, y se nota en todos los soportes a los que se aproxima, posters, portadas de discos, flyers, logos, ilustración para libros, imprimiendo un estilo personal y maduro, como si en este momento estuviéramos escuchando una nueva canción de Bob Dylan y fuera impensable recrearla bajo otras versiones, pues el original se va descubriendo cuando al cambiar una nota de sitio, con otras voces, la canción ya no nos suena. Lo mismo podría decirse del quehacer gráfico de Mik Baro, su trabajo no permite más acabado que el que él impone.



¿Quién es Mik Baro?

Yo vengo al mundo en León, hace casi treinta años, allí desarrollo la primera etapa de aprendizaje en la Escuela de Arte de dicha ciudad, también empiezo a hacer carteles y diseños para bandas y participo en fanzines de distinta índole. Vistas las perspectivas laborales uniendo a esto circunstancias personales me vengo a Valencia donde me licencio en Bellas Artes. Aquí llevo unos años, he trabajado en empresas de diseño, intentado montar la mía propia junto a socios (Pausse) y a día de hoy por libre, ilustrando, atendiendo encargos de sellos de música, webs... e involucrándome en cuantas iniciativas se me proponen y puedo permitirme.

¿Tienes manías a la hora de trabajar?

Depende que trabajo, cualquier hora es buena, aunque también es verdad que para moverse en la deriva creativa no hay nada como la noche, je je. Madrugar en exceso no es muy bueno... aunque pensándolo bien esto es una apreciación personal quizás debido a que me pesa la nocturnidad, je je. Música siempre, en su defecto Radio3.

¿Cuales son tus herramientas de diseño preferidas?

El punto de partida es siempre un lápiz, rotulador, boli... sobre una libreta, folio... o cualquier superficie optima a tal fin. Ya delante de la pan-

talla el hardware y software que haga falta. Esto segundo como bien es sabido cambia y evoluciona con el tiempo, versiones, sistemas operativos, marcas.... mmm puedo quedarme también en el primer paso y prescindir del segundo

¿Qué diferencias encuentras entre trabajar en un estudio o como freelance?

Ahora mismo estoy como freelance y las principales ventajas de esta situación serian flexibilidad y poder de decisión... pero tampoco descarto volver a trabajar en un estudio o formar parte de un grupo creativo, el día a día del curro colectivo enseña mucho.

Supongo que el presupuesto condiciona el diseño, la impresión final ¿Cómo sueles abordar las limitaciones presupuestarias?

Con grandes dosis de ilusión y optimismo, ja ja. Cada proyecto reúne características propias y hay que darle un tratamiento a medida. En ocasiones no me ha importado bajar el precio de la mano de obra cuando el cliente ha decidido invertir y arriesgar en una impresión más cuidada.

A veces da la sensación de que entraña más dificultad, en términos creativos, trabajar a dos tintas que sin las restricciones de una gama de color amplia. La calidad de tus posters o flyers a dos tintas no tienen nada que envidiar a otros más elaborados cromáticamente.

Limitar el uso de tintas puede obedecer a una cuestión presupuestaria o exclusivamente estética, en el segundo caso habiendo margen económico se autolimitan los recursos buscando un acabado más punk, vintage, industrial... el reto es quizás con esta limitación conseguir resultados a la altura e incluso más contundentes que en cuatricromía, mediante superposiciones, calados.... Muchas Gracias!

Una parte de tu trabajo mantiene un hilo conductor con la iconografía clásica del rock. En ese sentido ¿cómo te planteas su uso? Y Por otro lado, Quizás el rock actual no alberga iconos tan pronunciados como los producidos en otras épocas, más bien parece que se forman en el diseño contemporáneo, más disperso y ecléctico.

Todo es ya un constante revival, y en esa revisitación creo que se van incorporado cosas y a la vez las fronteras estilísticas se van difuminando. La cultura popular es un tremendo cristo de referencias y reseñas. La ortodoxia y la preservación de la pureza solo conducen al inmovilismo, hay que mezclar, pero considero que también es importante conocer las raíces y de donde vienen las cosas. En el tema estético es muy fácil quedarse en lo visual olvidando que son signos de identidad (no sé si toda la chavalería que compra la línea que ha sacado Zara, Ramones, Who, Motorhead, saben lo que

hay detrás), pero también reconozco que me produce cierta gracia la descontextualización y el hecho de que todo acabe convirtiéndose en mero objeto de consumo carente de sentido y significado. La estética por la estética.

Has colaborado con revistas del ramo musical tan importantes como Ruta 66 o Popular 1. Una vez que te han asignado un espacio concreto en página, ¿qué margen de libertad tienes para realizar tu trabajo? ¿Podrías explicarnos el proceso de elaboración en publicaciones de este tipo, desde que te proponen un trabajo hasta que llega a la página?

Estos trabajos de publicidad han sido para sellos y promotoras independientes, nunca para compañías grandes y las publicaciones considero que tampoco pertenecen al mainstream. Así que desde que recibo la info, planteo ideas y propuestas hasta que el tema queda ejecutado y resuelto todo es tratado de manera muy cercana y hablado “de tú a tú”.

¿Qué diseñadores que con mayor insistencia han influido en tu trabajo?

Uff! que difícil, hoy en día la influencia viene constantemente dada por la visita a la interminable “ristra” de favoritos entre portafolios, blogs... Haciendo balance por encima: de los 90s David Carson, la publicidad de los magazines americanos de los 70s y en los 50s 60s



reina Saul Bass.

¿Y podrías indicarnos tres o cuatro portadas de discos que te hayan impresionado por su diseño o composición?

Pues también está jodida la selección..., je je je, para cumplir/evadir con la pregunta voy a abrir la mano con una respuesta más amplia: El Estudio Hipgnosis desde finales de los 60 con toda la serie de portadas para Pink Floyd y posteriormente Storm Thorgerson en solitario con curros hasta nuestros días para Audioslave o The Mars Volta. Hay una portada de un disco de Captain Beefheart... la del fish-faced, pertenece a Cal

Schenkel que hizo también unos cuantos trabajos para Zappa (la del disco que parodia al Sgt Pepper's de los Beatles, cuyo diseño es también una parodia de la original correspondiente)... En cuanto a ilustración/tipografía la edad de Oro está en los 60, además muy unido a la cultura del cartel de rock. Robert Crumb para Cheap Thrills, Rick Griffin con Grateful Dead, Martin Sharp, el Disraeli Gear de los Cream. Me mola mucho Robert Williams... no recuerdo bien cual, pero a partir de una portada que vi en una tienda de discos (no la del Appetite for Destruction) y a partir de ahí he rebuscado algo en el “lowbrow” The Dwarves cualquiera de sus



álbumes... me quedo con cualquiera, jes jes. No se, podría seguir y no acabaríamos nunca...

También Has colaborado en fanzines. Yo creo que, en cierto modo, la cultura del fanzine se ha trasladado a los centenares de publicaciones

on-line, blogs, etc, que pueblan internet. Quizás exista una mayor posibilidad de acceder a materiales distintos que se están haciendo a nivel de magazines independientes en la red, pero quisiera preguntarte ¿qué crees que se ha perdido con la creciente desaparición del fanzine

en soporte de papel?

Como dijo mi amigo el escritor Vicente Muñoz Álvarez "Internet mato a la estrella del zine" como anteriormente "El vídeo mató a la estrella de la radio" que cantaban los Buggles. Los tiempos cambian y los medios de difusión con ellos, es inevitable. A nivel personal opino que se ha perdido la parte ritual de llegar a ese material, todo es mas inmediato y caótico, las lista de favoritos casa vez mas extensa, los lectores feed engordando mas y mas con sitios y bitácoras ofreciendo actualizaciones diarias... aun así desde un ideal romántico pienso que esto es un bache, que como el vinilo que hubo un tiempo en que parecía extinto el papel volverá a resurgir con mas fuerza y de forma mas selectiva.

Parte de tu trabajo tiene muy en cuenta esa cultura del fanzine.

En los 90 me crié en los últimos coletazos de esta "contracultura" mirando también para atrás, a los 70 y 80. A mi generación le ha tocado abandonar los esquemas clásicos y dar la bienvenida a la red de redes que no permite acomodo.

Pero por encima de todo ha de estar el espíritu creativo y los contenidos siempre, esto es imperecedero. En casa de mis padres quedan colaboraciones en Vinalia Trippers, Material de Deshecho, Hielo Negro... hasta auto-edité una trilogía, un comic llamado "Bloody Hell" con

un colega del pueblo, Jose Manuel García. 50 ejemplares fotocopiados y grapados para llevarme a un Saló del Comic, jajajaja.... a saber donde habrán acabao.

En tu blog recoges una idea que creo que define a la perfección tu actitud ante el diseño gráfico: "Siempre he guardado las entradas de los conciertos a los que he asistido... no con el orden metódico del coleccionista sino más bien como acto fetichista, empujado por la necesidad de atrapar ese momento en un trozo de papel. Por eso quizás valoro en gran medida la gente que además del cartel, la puesta en escena, el merchandising... también cuidan el aspecto de los tickets, cuya función al fin y al cabo es meramente simbólica una vez has entregado el dinero (o la compras anticipada y entonces si desempeña una función informativa y de recordatorio) y pasas al local... pero en lo sentimental va mas allá: es un día a una hora con un artista". Y eso parece aplicarlo a cualquier soporte, ya sean flyers, publicidad, portadas de discos, tickets de conciertos, carteles, etc. Tus diseños reflejan pasión por el detalle, por lo que haces.

Como en el rock, cada show ha de ser distinto, genuino... je je je je. Esto no es una producción seriada, los detalles, los accidentes, los pequeños hallazgos son los que dan sentido y chispa a estos quehaceres. No hay encargo grande o pequeño, cada caso es personal e intransferible.

El artwork para el CD de Lagartija Nick, El shock de Leia, me parece magnífico. ¿Podrías explicarnos cómo te planteas este trabajo y cómo se produce la comunicación con el grupo?

Muchas gracias! La verdad que tanto un servidor como la banda quedamos contentos con el resultado. El hecho de tener contacto directo con un tío como Antonio Arias, uno de los letristas más brillantes y bicho raro en el panorama musical de nuestro país, supone ya un impulso para que la gráfica, mejor o peor, se escape un poco de lo convencional. Que te vayan llegando distintas fases de la grabación, arreglos y que paralelamente vayas desarrollando toda la parte visual que va a envolver esos sonidos. Además que no exclusivamente todo gira alrededor de su concepto del disco sino que hay espacio para aportar elementos de tu universo propio o accidentales que surgen en una conversación telefónica. Con la discográfica el contacto bastante escaso, el tema es que por experiencia cuanto más grandes son los sellos...

¿De qué trabajos te sientes más satisfecho?

Creo que será el siguiente que salga del horno, je je je. No conviene fustigarse, tiene uno que premiarse cuando los resultados son buenos pero siempre en la justa medida. El planteamiento más saludable es: misión cumplida y a por lo siguiente "work in progress"

No sé si el diseño gráfico se ha convertido en algo impersonal. Se hace difícil identificar a un diseñador por unos rasgos concretos. En ese sentido, se distancia mucho de otras disciplinas visuales (pintores, fotógrafos, etc.)

En el diseño gráfico como en otras disciplinas considero que coexiste una parte de funcionalidad y de manutención con otra de discurso personal y de autor. Quizás impersonal del diseño viene dado porque está y estará siempre más ceñido al frenético avance de la técnica y los medios de producción a los que se debe... también más expuesto a las tendencias, las lecturas, el reciclaje... pero tampoco creo que el resto de disciplinas artísticas se libren de todo esto.

¿Que proyectos tienes a medio o largo plazo?

Rematando para Lagartija Nick el diseño de reedición de su 2º LP: Inercia. Calendarios para Munster Records del año entrante, 25 aniversario de uno de los sellos más longevos y prolíficos de nuestro país. Imagen y web para una tienda coruñesa de surf, Oceánica Surf Store, cultura surf, vaya!. Y preparando pieza como integrante de la 1ª Muestra gráfica de Iconographic Magazine que abrirá sus puertas a mediados de diciembre en Valencia. También saldrá en Valencia algo con el joven colectivo La Tejedora CCEC.

ENTREVISTA A MIK BARO
EN EL BLOG
ASI SE FUNDO CARNABY STREET

www.carnabys.blogspot.com