

**What to look forward to in  
The Guardian. G2  
2008**

“¿Qué esperar del año 2008?” Para responder a esta pregunta, el suplemento cultural del diario londinense The Guardian preparó un amplio reportaje y pidió a Alex encabezarlo con una imagen de fuerte sentido icónico a partir de la propia frase inicial. El reto gráfico consistió en añadir en torno al texto elementos dispares alusivos al nuevo año: un zapato de tacón, un cóctel, la pierna de una bailarina de ballet, instrumentos musicales, etc. El tratamiento cromático reforzaba el conjunto de portada (1), con un uso del color blanco que facilitaba la integración del fondo.

En el interior, Alex aplicó el mismo recurso a los números de ‘2008’, que acaban adquiriendo un aspecto a la vez contundente y dúctil (2). En síntesis, este encargo, destinado a un público muy amplio, pasó por una definición gráfica paulatina que lo emparenta con otros proyectos, como la portada de la revista Disappear Here.

**Type & Soul  
XFuns  
2008**

XFuns, una revista taiwanesa dedicada al diseño, pidió a Alex la portada y contraportada de una de sus ediciones. El encargo era absolutamente abierto y Alex optó por emplear como recurso gráfico un motivo ornamental típico del Art Nouveau, las volutas de inspiración vegetal (1) utilizadas ampliamente en el diseño de mobiliario. La idea subyacente era buscar el límite entre la abstracción y la legibilidad, entre el barroquismo preciosista y las formas naturales, y convertir el tiempo en un factor de descubrimiento visual.

Con la mencionada técnica decorativa modernista, y a partir de una base tipográfica script, dibujó las palabras Type –en la cubierta– y Soul –en la contra–. La aplicación del color y de las correspondientes luces y sombras consiguen dar ritmo a la composición final (2). El proyecto incluyó la interpretación de la marca de la revista, que se resolvió con un elegante logotipo en blanco y negro.

## **Typopassage Wien**

### **Quartier 21**

### **2010**

El distrito museístico de Viena es un complejo de edificios y espacios públicos abiertos, interconectados por pasajes temáticos. En el otoño de 2010, Alex fue invitado a realizar una intervención libre en uno de estos pasadizos, el Typopassage (1), dedicado como su nombre indica a la tipografía. En el proceso creativo puso en relación varios referentes culturales, que acabaron por devenir elementos gráficos esenciales. De un lado, el conocido poema *Pequeño Vals Vienés*, escrito en 1930 por Federico García Lorca (2); por otra parte, la versión que el cantautor canadiense Leonard Cohen realizó en los 80 con el título *Take This Waltz*; finalmente, como estilo gráfico ensayó una aproximación fluida y velada, de connotaciones dalinianas y surrealistas. Es necesario destacar, además, el factor tiempo: la intervención iba a permanecer en el Typopassage por espacio de tres años, lo que supone un consumo visual muy dilatado y por tanto, no requiere de la inmediatez de una comunicación literal e inequívoca.

Con el diseño Alex experimentó varias alternativas, como romper la estructura de las letras (3), ilustrar un efecto de salpicadura (4) o jugar con el negativo (5). Como él mismo subraya, son caminos en ocasiones confluyentes que “prueban formas de ver e interpretar la ciudad de Viena siguiendo el tono melancólico” del poema lorquiano y de la canción. El resultado combina los textos de ambas obras en capas superpuestas, una en castellano (6) y otra, la más visible, en inglés (7), lo que traslada una cierta sensación de baile decadente y oscuro.

En el espacio del pasaje (8), la intervención toma un aspecto híbrido, entre la pintura surreal y el grafiti netamente contemporáneo.

## **20 best logos**

### **Creative Review**

### **2011**

La revista Creative Review preguntó a una selección de diseñadores gráficos de todo el mundo acerca de sus logotipos favoritos de todos los tiempos. Entre los top 20, el más votado fue el famoso Woolmark (1), el símbolo del Secretariado Internacional de la Lana, creado por Franco Grignani en 1964. Esta marca de estilo op art sirvió a Alex como punto de partida para crear la cubierta de la publicación.

El primer paso fue resolver la dificultad de logotipar en estilo Woolmark la frase de portada –“20 best logos”–. Demasiado texto para sintetizarlo en un icono, así que optó por trabajar sólo con la cifra “20”. Las pruebas iniciales resultaron muy planas (2) y no mantenían el aspecto tridimensional de Woolmark, lo que llevó a explorar la opción de construir los números con volumen (3). Alex probó varias visualizaciones y finalmente halló una solución que, aún siendo imposible como imagen real, resultaba coherente y dejaba un cierto espacio para introducir información complementaria (4). Sólo quedaba trazar el diseño siguiendo el estilo del logo de referencia e integrar el titular (5).

## **Fila 2009**

Movimiento e imagería pop sobre la base de una fotografía. Estos eran los ingredientes elementales con los que Alex debía diseñar los anuncios de la campaña de Fila Japan. Empezó dibujando trazos dinámicos en estilos diferentes, desde el manga al pop art, e integrándolos en las fotos de la modelo. De ahí pasó a incorporar elementos dispares, como objetos alusivos al golf, al tenis o al fitness –las tres gamas de producto publicitadas–, o bien frases onomatopéyicas muy sencillas y directas. El proceso es un buen ejemplo para ilustrar la búsqueda del mejor lenguaje gráfico. Finalmente, la solución vino de la concentración saturada de recursos visuales: letras, trazos, objetos y formas inconcretas que aluden al dinamismo de la práctica del deporte y establecen una interacción activa con las modelos.