



Iñigo Lanz Gómez. El joven se decanta por la imagen del *Wifi*, un elemento clave en la revolución tecnológica y que es hoy en día, la luz que nos guía el camino. Es como nuestro sol, afirmó.



Ana Senosiain Díez. Una de las favoritas de la joven: La Duda, por el concepto que representa. En la vida todo son decisiones que tomar y la ilustración de una chica frente a dos puertas representa dos caminos y dos decisiones diferentes que tomar.



Ander García Primo. A pesar de resultarles verdaderamente complicado elegir una de sus ilustraciones, se decanta por la de la Mujer; ya que quería representar a su sobrina

Iñigo Lanz Gómez, Ana Senosiain Díez y Ander García Primo son los tres alumnos del Grado en Diseño Gráfico de Creanavarra que han dibujado las 54 ilustraciones de la nueva obra, 'HumanOffOn', de Andy Stalman

Un libro ilustrado a distancia

BEATRIZ MARTÍNEZ DE OLCOZ
Pamplona

AYER fue la primera vez en la que Iñigo Lanz Gómez, 26, Ana Senosiain Díez, 25, y Ander García Primo, 33, pusieron cara al que es considerado como uno de los mejores especialistas en Branding de España y Latinoamérica, Andy Stalman. Un largo trabajo que por fin vio su luz en la presentación en Creanavarra del nuevo libro en el que

han estado trabajando a distancia con el autor. Los tres estudiantes han realizado las ilustraciones de *HumanOffOn*, ¿está internet cambiándonos como seres humanos?

Senosian, Lanz y García son tres alumnos del Grado en Diseño Gráfico a los que hace un año se les dio la oportunidad de plasmar toda su creatividad en las 54 ilustraciones que componen la obra de Stalman. Trabajar juntos ha sido espectacular, tal y como apuntó Stalman: "Hoy es la pri-

mera presentación que hacemos del libro y es, sobre todo, en homenaje y agradecimiento a ellos". Claro ejemplo de que cuando el talento y el trabajo en equipo disciplinado con formación y pasión se unen, puede dar lugar a algo grande y ellos tres son una muestra clara de cómo todo esto se puede lograr, tal y como apuntó en la presentación Stalman.

Todo el trabajo hasta entonces se había desarrollado a través de mail y teléfono. Los jóvenes estudiantes han logrado meterse en

la cabeza de Stalman y han conseguido sintetizar en ilustraciones cada una de las ideas que componen los capítulos de *HumanOffOn*. "Stalman ha estado en todo momento muy pendiente de nosotros y sobre todo ha sido muy cercano", decía ayer Iñigo Lanz, "algo que ha hecho que este proyecto sea muy ilusionante para nosotros".

A pesar de no haber tenido en ningún momento el libro completo para trabajar con él, Stalman les proporcionó pequeñas frases

que les ayudaba a inspirarse y a dibujar, decía ayer Ana Senosian. La parte más complicada, sin duda, fue encontrar en esas palabras lo que Stalman quería mostrar para plasmarlo en los dibujos, aseguraron los tres.

Los jóvenes artistas han tenido que trabajar codo con codo para poder sacar el proyecto adelante. Afirmaron, además, que el hecho de tener estilos diferentes no hizo más que enriquecer el resultado final de la obra; "nuestro hijo", bromeaba García entre risas.

ANDY STALMAN EXPERTO EN BRANDING

“La sociedad está anestesiada y tiene que despertar”

El experto visitó ayer Creanavarra con motivo de la publicación de su nuevo libro

Andy Stalman es considerado uno de los mejores especialistas en Branding de España y Latinoamérica. Licenciado en Relaciones Internacionales por la Universidad de Belgrano y en Periodismo por la Universidad Católica Argentina, ha realizado diversos estudios de comunicación en distintas universidades del mundo. Es experto en identidad personal con más de 25 años de experiencia y ha desarrollado proyectos en más de 20 países.

Como experto en branding, ¿cómo explicaría ese concepto?

Voy a dar dos respuestas. Una más cercana a la explicación técnica de lo que es el branding, que para mí tiene que ver con crear, desarrollar y construir marcas. Esa es la explicación fá-

cil. La otra, tiene que ver con que las marcas y el branding son lo que somos. Cuando trabajamos con marcas tenemos que conocer a las personas. El branding tiene que ver con lo humano.

¿De verdad es tan importante crear una marca personal?

Una marca tiene que ver con intangibles y esos intangibles son todo lo que decimos, hacemos, pero también callamos. Hoy por hoy, todo el mundo que está en internet ya es una marca global y la marca está muy asociada a la identidad y la identidad, a su vez, con la identidad digital, que está ligada al futuro y hay muchos jóvenes que no son conscientes de ello.

¿Está internet cambiándonos como seres humanos?

Creo que no hay ámbito de la vida humana que no se haya visto afectado por internet. Si el *wifi* es el sol, internet es Dios. De igual manera que no se concibe una vida sin oxígeno, no podemos vivir sin internet.

¿Qué pretende mostrar al lector con *HumanOffOn*?



Ander García Primo e Iñigo Lanz Gómez flanquean a Andy Stalman y Ana Senosiain Díez.

EDUARDO BUXENS

Lo que yo planteo es mi mirada y cada uno de nosotros la tenemos diferente y esto, lejos de ser un problema, nos enriquece. La diversidad enriquece. La sociedad tiene que despertar del anestesiamiento en el que está. No salimos de lo micro para ver lo macro y lo macro tiene que ver con el destino que estamos eligiendo para nosotros. No quiero dar respuestas absolutas, pero creo que estamos demasiado obstruidos en lo urgente y perdemos la perspectiva de lo importante. Debemos plantearnos qué tipo de ser humano queremos para el futuro.

A veces la vida virtual se convierte en una obsesión, ¿cómo

se puede mantener un equilibrio?

Estamos en la sociedad dicotómica. O eres exitoso o no eres nada. En este libro me pregunto qué es el éxito. Una de las cuestiones esenciales de este tema, también eje troncal de *HumanOffOn*, es que estamos aprendiendo a vivir entre dos mundos -offline y online- que comienzan a ser uno.

Usted afirma que en nuestra vida online somos capaces de demostrar lo que anulamos en el mundo físico, ¿no es esto un acto de debilidad?

Es una llamada de atención. A la gente joven le cuesta hablar, algo que no les ocurre en las redes so-

ciales. Se están reduciendo las habilidades sociales. Lo digital tiene que ser una herramienta para lo humano, si conoces lo digital, pero no lo humano, ¿cómo pones lo digital en valor? El progreso ya está aquí y hay cosas a las que no estamos prestando atención. Mientras, la tecnología avanza más rápido que lo humano y *HumanOffOn* lo que viene a decir es que, o alcanzamos el progreso tecnológico con un progreso humano, o la tecnología se va a ir y nosotros nos vamos a quedar aquí. La mirada que vamos a poner en valor terminará siendo la del robot y no la de la persona, y eso es algo que está en nuestra mano evitar.