



Aguas de Fuensanta, edición limitada, 2008

► **Pati Núñez:**
elegante y depurada sencillez
plena de emociones

Ainhoa Martín Emparan

La trayectoria de Pati Núñez, Premio Nacional de Diseño 2007, ha sido brillante desde que en 1979, comenzara a desarrollar su carrera profesional. De abuelos andaluces (Almería, Cádiz y Córdoba), padre gaditano y madre madrileña, Pati nació en Figueres el 25 de marzo de 1959. Se trasladó a Barcelona en 1963 donde, entre 1976 y 1978, estudió Diseño Gráfico en la Escuela Eina de Barcelona, teniendo, entre otros, maestros tan relevantes como América Sánchez y Toni Sellés. Cuando finalizó sus estudios, comenzó a impartir clases en la misma escuela con tan sólo 19 años.

De 1979 a 1985 colaboró con diversos estudios y agencias de publicidad hasta que en 1985 abrió su propio estudio de diseño. Sus encargos abarcaban del diseño textil a la Imagen Corporativa. En 1991 se fusionó con AD Associate Designers, donde dirigió el departamento gráfico y en 1993 fundó Pati Núñez Associats S.L.



MAGNANNI

especializándose en Imagen Corporativa, Imagen de Producto y Campañas de Comunicación Gráfica.

Pati Núñez recibió en septiembre de 2008 el Premio Nacional de Diseño 2007 que otorga el Ministerio de Ciencia e Innovación y la Fundación BCD. Estos premios, reconocidos internacionalmente, galardonan a profesionales de trayectoria consolidada que se han esforzado a lo largo de sus vidas en promover la cultura del diseño en todos sus aspectos, ayudando a su comprensión por parte de la sociedad. Además, reconocen las aportaciones e iniciativas de calidad que pasan a formar parte de la cultura del diseño en nuestro país. Es la primera mujer que recibe este galardón en sus veinte años de historia. Las actas del jurado justifican la elección de Pati Núñez “por su impecable trayectoria, por la elegancia formal de sus proyectos, audacia y generosidad, y por su habilidad de involucrarse en cada proyecto de una manera muy personal, provocando lecturas visuales cargadas de sensualidad y poesía”.

El Príncipe de Asturias, en su discurso de la entrega de los premios, destacó que “el trabajo de Pati Núñez sabe partir del concepto adecuado y de esa capacidad suya de suscitar emociones que el público comparte. Su trabajo es elegante, a veces tan desnudo e incluso austero, pero potente y con toda la esencia y la identidad de un producto o de una marca”. Y es que la clave del trabajo de Pati Núñez es el diálogo con sus clientes para captar y transmitir el mensaje de tal manera que llegue más allá de su público objetivo. El resultado es que, tras ver sus diseños, todos deseamos probar los productos que anuncia, ya sea comer un chocolate Chocovic o calzarnos unos zapatos Magrit.

Como dijo el Príncipe Don Felipe en su alocución, “Pati Núñez tiene su propio lenguaje, atractivo, sensible, moderno, y combina audacia y habilidad con una sorprendente creatividad”. No cabe duda de que la diseñadora es una profesional comprometida, que reconoce, que elige los trabajos en los que cree, con los que se implica a fondo hasta que consigue que hablen por sí solos. Su valor añadido es el de la perdurabilidad de las imágenes que crea, que hasta veinte años después de puestas en el mercado permanecen frescas y atractivas.

Son numerosos los reconocimientos profesionales que ha recibido, entre ellos diez premios Laus. El primero de ellos, por la imagen global de Vinçon, lo recibió en 1983 y lo compartió con los diseñadores Fernando Amat, Mariscal y América Sánchez. Su trabajo volvió a reconocerse en nueve ocasiones más, entre las que destacamos la imagen corporativa de la discoteca Otto Zutz Club (1985), la imagen de los zapatos Make-up (1986) o



_ La Garriga Verda. Tiendas de mobiliario. 2002
 > Interior del catálogo de calzados Magrit. 2004

el diseño de esfera de reloj Swatch (1992), que se convirtió en número uno en ventas en Estados Unidos, y que aún podemos admirar en el Musée International d'Horlogerie en la Chaud-des-Fonds en Suiza.

Además de los premios Laus, Pati Núñez ha recibido otros galardones relevantes, como el primer Premio de Packaging Hispack '98 a la mejor línea de fragancias por la gama Armand Basi Fragrances (1999), el Premio Best of the Show International Fragrance Foundation a la línea Agua de Loewe (2001) o el Premi Nacional de Cultura de la Generalitat de Catalunya (2006).

Sin tratar de abarcar extensamente la rica y prolífica carrera de Pati

Núñez, sí debemos mencionar algunos de sus trabajos. En el año 1998, junto a Toni Arola, ganó el concurso promovido por la firma de perfumería Armand Basi. Su incursión en el mundo de las fragancias continuó con Loewe. También con Arola diseñó para esta marca el envase de una colonia fresca para toda la familia, en el que la gráfica ponía el acento en la tranquilidad del baño, con una etiqueta blanca inspirada en las antiguas pastillas de jabón y las cajas muestran un mosaico de teselas de piedra inspiradas en termas romanas. De nuevo demostró su gran capacidad para transmitir la esencia de los productos con el diseño de La Garriga Verda, una tienda de muebles para la que propuso una serie de iconos sencillos y direc-

tos basados en los productos que vendían, y que emplearon en bolsas o etiquetas.

Otro de los trabajos relevantes de Núñez fue el diseño de las cajas cajas e imagen corporativa de la marca de zapatos Magrit (2004), en los que la idea de fuerza era identificar a los zapatos con flores, realizando fotografías de pétalos para obtener flores imaginarias, utilizando una caja blanca como símbolo de la luz. Para la Vila Viniteca (2004) jugó con la tipografía, rompiendo la palabra en tres líneas para dar más ritmo a la lectura. Las fotografías cenitales de copas con diferentes vinos le permitieron jugar con los colores e inspirar sus notas de sabor. En 2005 renovó la imagen de la



firma de calzado Magnanni, para lo que realizó fotografías de diferentes huellas para desarrollar una imagen en blanco y negro. En 2006 realizó la línea de utensilios de cocina de Ferrán Adriá, Faces, y desarrolló la imagen del vino artesano Alcor. En este caso, la idea para el desarrollo del diseño es anecdótica: El nombre proviene de una estrella de la osa mayor y la etiqueta, que muestra un grabado japonés, representa el momento en el que el cliente decidió formar la empresa vinícola, una noche de verano, sobre su barco, mirando las estrellas en aguas orientales. También entre 1998 y 2008 realizó las campañas gráficas de la feria Alimentaria, que desde los años 70 se identifica con la imagen de un huevo. Para Innoval 2004, el

área de innovación de Alimentaria, empleó la fuerza cromática de una yema sobre fondo blanco, que hacía de clara.

Uno de sus últimos proyectos ha sido el diseño de las botellas de cristal de 75 cl. de la firma Fuensanta. El producto es de alta gama y para crear la imagen empleó tres colores de la naturaleza, desarrollando la idea de una botella rodeada por la vegetación del bosque.

Pati Núñez se reconoce apasionada por el chocolate, un gusto que le llevó tan lejos como para fundar en el año 2000, junto con un grupo especialista en este alimento, la marca Cacao Sampaka. Su diseño de Sampaka, al tiempo sencillo y

elegante, es capaz de inspirar el aroma y el sabor del cacao. Para esta empresa ha desarrollado otra de sus pasiones: la fotografía, con la que disfruta captando la vida, las situaciones insólitas o realizando reportajes fotográficos en diferentes países productores de cacao. Allí con cámara en mano, confiesa, que siente que “ha nacido para eso”.

2007 ha sido el año en el que Pati Núñez ha sido reconocida con el Premio Nacional de Diseño, un galardón que se concede desde hace dos décadas y que ya han recibido, entre otros, André Ricard, Javier Mariscal, América Sánchez, o Ricard Giralt-Miracle. Junto a Núñez, este año ha recibido el Premio Nacional de Diseño en la categoría de em-





presa la compañía valenciana de diseño industrial Andreu World. En la entrega del premio a Pati Nuñez, el Príncipe de Asturias dejaba expresamente claro que “Las trayectorias de nuestros dos premiados reflejan el nivel intelectual, técnico y estético del diseño en España. De ahí que esta disciplina ya esté en la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando para corresponder al enorme protagonismo del diseño en la ciencia, la economía, el arte y, en general, en la vida cotidiana de nuestro país (...) Además, la Real Academia reconoce también las cualidades de los diseñadores y su aportación a nuestra sociedad desde su creatividad e inteligencia para transformar, definir y enriquecer el entorno en el que vivimos”. ◀

_ Logotipo para el 25 aniversario de la Fundación Joan Miró de Barcelona. 2000

◀ Diseño de *packaging* de Agua de Loewe. 2000

Para más información:

<http://www.patinunez.com/>

http://www.vincon.com/web/es/infogeneral/disenio_grafico.htm

<http://www.premiosnacionalesdedisenio.com/esp/home.htm>