

Paquetísimo

Por Luján Cambariere

Package Design Now!, otra perla de la editorial alemana Taschen editada por Gisela Kozak, diseñadora argentina radicada en Londres, gurú de *packs*, envoltorios y embalajes alrededor del mundo.

Hace unos cuatro años cuando, gracias a una beca para hacer un doctorado en *packaging*, estaba radicada en Japón, la diseñadora argentina Gisela Kozak nos sorprendía siendo la primera editora argentina que tenía la reconocida editorial alemana Taschen. En esa ocasión el ejemplar versaba nada menos que sobre diseño gráfico japonés (*Japanese Graphics Now!*), una gema sobre diseño nipón con esta compatriota como protagonista.

Continuando su labor para la editorial, esta vez desde Londres, su nuevo lugar en el mundo, Kozak acaba de darse el gusto de editar un volumen dedicado a su especialidad: *Package Design Now!* Una especie de enciclopedia que compila lo último en diseño de envases y embalajes de todo el mundo, desde la Coca-Cola hasta el iPhone de Apple, pasando por los diamantes De Beers. Propuestas divididas en distintos capítulos según la tipología del producto –bebidas, electrónica, alimentos, limpieza para el hogar, objetos de lujo, aseo personal y belleza y hasta productos farmacéuticos– de los mejores estudios de diseño y *branding*, con el plus de su mirada consciente y especializada.

En la introducción plantea, más allá de los espejitos de colores que implican todos estos envoltorios, packs y envases –algunos verdaderamente bellos–, una toma de conciencia sobre ellos conforme el rumbo que va adoptando el planeta. Sobre todo porque, como explica desde el inicio, “las definiciones más recurrentes de *packaging* mencionan las funciones de protección, preservación, identificación y comunicación, pero por alguna razón todas ellas hablan de la relación del envase con el producto, pero ninguna alude a la relación envase-usuario. Y yo, personalmente, me inclino más hacia una definición que incluya a ambos: el producto y el usuario”.

“‘Corte aquí’, dice un ícono de un par de tijeras apuntando hacia una línea punteada”, explica Kozak, “pero usted está en medio de la nada. ¿Qué hace entonces? Pues... mientras intenta dilucidar qué parte del cuerpo será la mejor

para facilitarle el acceso a su comida, va pensando en lo molesto que pueden llegar a ser algunos envases. ¿No me diga que nunca ha fallado al abrir un yogur, desparramando unos cuantos frutos secos al abrir con ambas manos el borde sellado de un envase y ni hablar de las botellas con los dientes?”, cuestiona graciosa.

La primera parte del libro profundiza sobre algunos casos emblemáticos como el de la consultora IDEO y su investigación sobre el uso del PLA, un bioplástico respetuoso del medio ambiente; el rediseño de *Boots Essentials* (la línea de baño más vendida en Londres); los envases de comida de la exitosa Marks & Spencer; el trabajo de Colum Menzies en la temática salud y, por último, una selección de los ganadores de los premios a la Efectividad en el Diseño entregados por la Design Business Association, entre otros. Para después sí dar paso a un racconto exhaustivo de la segunda piel de los productos con los que convivimos día a día. Familiaridad que explica el desvelo de Kozak por esta rama del diseño.

“El diseño de envases me atrae especialmente por la cotidianidad. No compramos muebles o electrodomésticos todos los días, pero sí



productos envasados. Esa cotidianidad siempre me hizo pensar que hay muchos más problemas a resolver que la gráfica del envase o la máquina con la que se puede producir más cantidad a menor costo. Siempre me gustó la parte más social del diseño: con qué problemas se encuentra el usuario al utilizar el envase. Últimamente se habla mucho de diseño universal y mi visión tiene bastante que ver con ese acercamiento”, remata.

