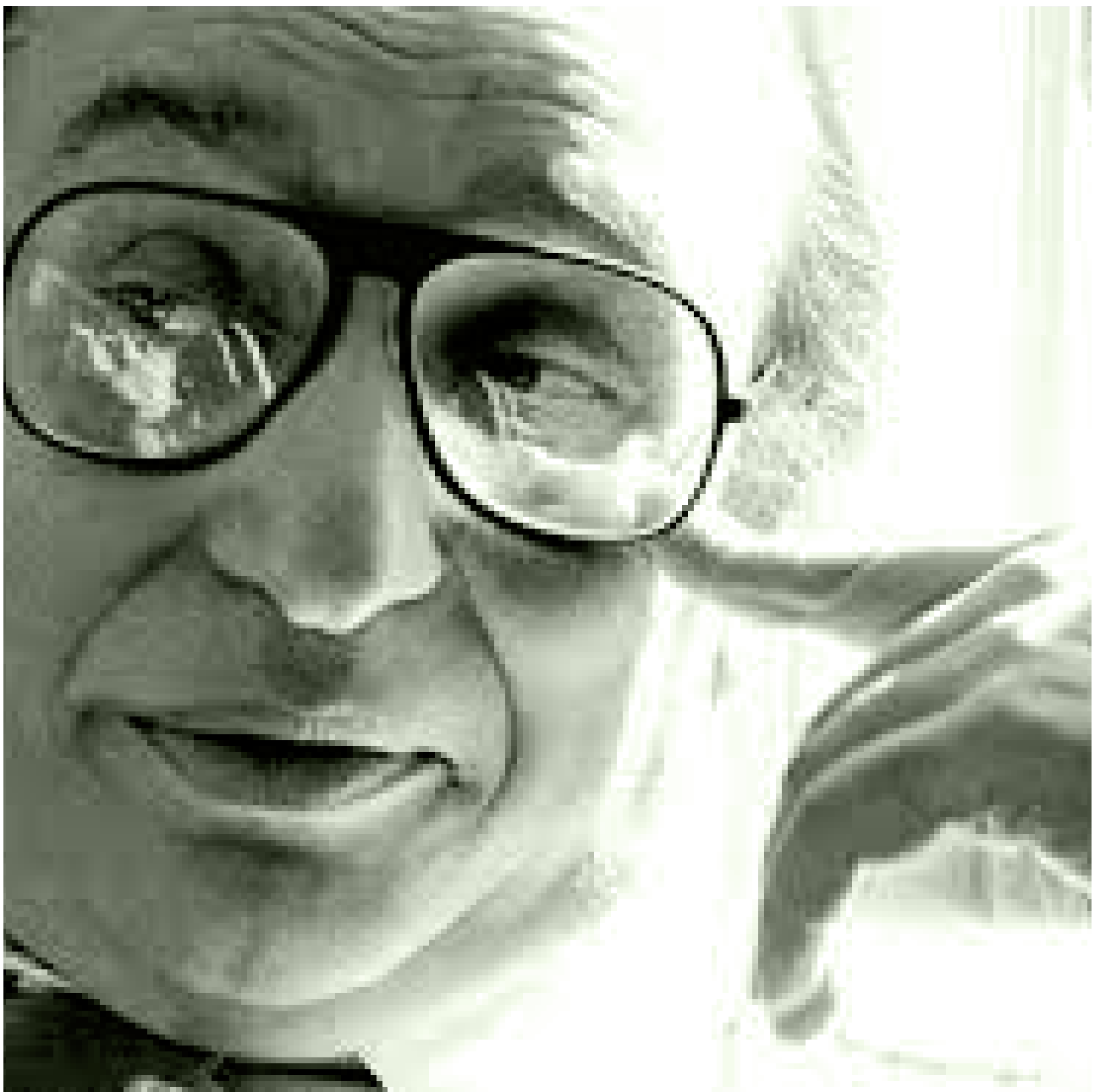


El que un dissenyador ha de ser

2004



Milton Glaser

Milton Glaser va néixer el 26 de juny de 1929 a la ciutat de Nova York. Ha estat una influència cabdal en el disseny gràfic durant més de cinquanta-cinc anys. Va ser cofundador de Push Pin Studios en els anys 50 i la revista New York amb Clay Felker a finals dels anys 60. Va establir el seu propi estudi de disseny multidisciplinar, Milton Glaser, Inc. als anys 70. Les seves obres inclouen el logotip I love NY, la imatge més essencial de Dylan i més de 400 cartells. Milton Glaser ha ensenyat durant 40 anys a The School of Visual Arts. El llibre nou del Sr. Glaser sobre disseny, Art is Work, va ser publicat al novembre de 2000.

Aquest discurs va ser pronunciat per Milton Glaser en la trobada «Llegendes del Disseny» organitzat per la AIGA (American Institute of Graphic Arts) a l'octubre de 2004.

Tantes llegendes, tan poc temps. Rick Grefe m'ha demanat que em refereixi breument al valor de la continuïtat en la nostra professió. Per descomptat podria començar referint-me a la història curta del disseny, potser començant amb Peter Behrens, a qui se li atribueix la invenció dels programes d'identitat i la coordinació d'activitats de disseny gràfic i disseny industrial. O podria considerar l'inici de la nostra història amb les primeres pintures rupestres.

Prefereixo una visió més àmplia, la que relaciona a la nostra activitat amb les necessitats fonamentals de l'espècie humana: una espècie on la característica distintiva és fer les coses amb un propòsit; el que resulta ser la descripció justa del que fem els dissenyadors.

Tota grandiositat i orgull que pugui crear aquesta descripció còsmica de la nostra activitat, serà esborrada ràpidament en descobrir que en una classe típica de disseny, només el 30% dels estudiants tindrà alguna idea de qui és Paul Rand, i no podrà identificar Eric Nitsche o Lester Beall; sense esmentar a Joseph Hoffman, Edward Penfield o Gustav Jensen. Casualment, Jensen va ser mentor de Paul Rand i, fora de Cassandre, probablement el dissenyador a qui més admirava; però no em sorprendria gaire si la majoria dels que són aquí aquesta nit no haguessin sabut mai d'ell -fins aquí el tema de la nostra pròpia història.

Sempre vaig creure que hi ha una diferència psicològica i ètica entre els que fan coses i els que controlen les coses. Si crear formes és intrínsec a l'ésser humà i té un benefici social, llavors podem pensar en el «bo» que té el bon disseny, més que en un sentit estilístic. Vincular bellesa amb un propòsit pot crear una sensació d'acord comunitari que ajudi a reduir el sentit de desordre i incoherència que produeix la vida.

El disseny involucrat amb la moda i el màrqueting té molt poc interès a conèixer i comprendre la nostra història. Analitzar el que ha succeït en els darrers vint anys sembla

proveir suficient informació per a cobrir els requeriments professionals. Però si el nostre camp aspira a ser significatiu i mereixedor de respecte, ha d'anar més enllà de les vendes. Ser una llegenda és un reconeixement difícil de guanyar i tristament efímer, però ser part del desig humà de fer coses útils i boniques ens vincula amb una història gloriosa.

Fa dues setmanes vaig tenir un dolor fort de canell. Vaig anar a veure a un doctor especialista en mans que em va dir que probablement tenia un atac de «gota» («gouty» en anglès), que no és el mateix que «Gaudi», el gran dissenyador i arquitecte Barcelonès. Em refereixo a la gota d'aquells gravats del segle XVIII d'homes rics i grassos amb els seus grans dits dels peus inflats. La meva nina ja està bé, però mentre estava en el consultori del doctor vaig veure un document a la paret anomenat «El que un cirurgià ha de ser», escrit al segle XIV. Vaig canviar una o dues paraules però sembla un bon consell per a la nostra professió:

El que un dissenyador ha de ser

Que el dissenyador sigui ferma en totes les coses segures, i temorós en les coses perilloses; que eviti tota pràctica i tractament no fiable. Ha de ser amable amb el client, considerat amb els seus associats, cautelós en els seus pronòstics. Que sigui modest, digne, educat, compassiu i piadós; ni cobdiciós ni fer extorsió amb els diners; però d'altra banda que la seva remuneració sigui d'acord al seu treball, als mitjans del client, a la qualitat del cas i a la seva pròpia dignitat.

Fonts

Podeu trobar més informació sobre Milton Glaser a:
<http://www.miltonglaser.com/>

SOSTENIBLES

ASSOCIACIÓ PER A LA DIFUSIÓ
DEL DISSENY SOSTENIBLE

www.sostenibles.cat