

Disseny: la pell de la pell

crònica

Des de la diada de sant Jordi i durant un mes, una exposició acompanyada de dos debats sobre el disseny gràfic ha estat present a la ciutat de Girona: «Ag! Mostra gràfica professional Girona».

Quatre estudis gironins exposaven la seva darrera producció: Iglesias-Creixells & Associats, Gabinet Disseny Gràfic, Roqueta CGP i el Mòdul de Comunicació i Imatge de l'Escola Taller de l'Ajuntament de Girona.

Els debats, que foren seguits per molts més assistents del que es podia esperar, intentaren explicar en la primera jornada, quins eren els *components socials, culturals i antropològics del disseny gràfic*, per part d'Emili Gispert, director d'El Punt, Joaquim Canyelles, professor de l'Escola Massana i David Sánchez, vice-president de l'associació per a la creació del Col·legi de Dissenyadors Gràfics, i en la segona es va tractar de la

incidència del *disseny gràfic en l'activitat empresarial i institucional* per part d'Oriol Pibernat i Noberto Chaves, assessors en imatge i comunicació, Carlos Rolando, dissenyador, ambdós moderats per Manel Mesquita, periodista i coordinador del Mòdul Comunicació i Imatge.

Es va parlar del lligam del disseny amb la indústria, de la pretesa funció social, de la connexió empresa-públic vehiculada pels objectes, de que cal cridar però modulant, d'experiència ideogràfica, de la separació programació-execució, de tecnicismes, de l'associació per a la creació del col·legi de dissenyadors gràfics... Però es va parlar poc de com la complexitat amaga, sovint, mancances de continguts, de la pobresa formal, dels mitjans tècnics com a servitud de difusió ideològica...

Imperceptiblement hem passat d'allò del "ser o no ser" (Shakespeare dixit) al "ser o tenir" d'en Fromm per arribar, en aquesta dècada, gloriosa al "ser o semblar" com a expressió del dubte existencial més seriós que hom pot plantejar-se.

Vegeu si no: els partits polítics posen cada vegada més ideòlegs a l'atur mentre augmenten les despeses en look, imatge, body... Tots plegats (si l'avi aixequés la closca!) ens hem convertit en homes-anunci, exhibint les etiquetes de les peces de vestir en els llocs més inversemblants, de manera que un jersei és "bo", no si escalfa, sinó si es veu a l'etiqueta una marca determinada. La caixa de bombons ha passat a ser més

Aspecte de la inauguració d'«Ag! Mostra gràfica professional Girona».





cara que els bombons. Del vi, ja no en sabem degustar la seva qualitat, ens cal mirar l'etiqueta. Ja no comprem el vi: comprem l'etiqueta, l'embalatge. Dels bombons, comprem la caixa. De l'art, les signatures. Sempre la pell de les pells. I quan la pell de la pell té nom propi, aquest nom és disseny. Un tipus de disseny.

Aquest estat de coses ens ha dut a una situació singular. Perquè valorem un producte es fa més important l'envoltori, el "merchandising", la seva presència als mitjans de comunicació, etc... que la seva qualitat intrínseca.

És un disseny que viu parasitàriament dels objectes. Però hi ha un disseny necessari: aquell que està al servei de l'objecte i dels que en faran ús. Una cosa és el disseny vist com abrigall de la manca de continguts i l'altra, molt diferent, utilitzar el disseny per a dignificar objectes i publicacions: millorar i fer evolucionar, per poc que sia, els instruments, eines, productes, objectes, etc. que artesans, al llarg dels segles, han forjat a partir de l'experiència. Ser un artesà més:

*Taula de debat.
D'esquerra
a dreta:
Norberto Chaves,
Oriol Pibernat,
Carlos Rolando i
Manel Mesquita*

conèixer el producte, dominar-lo i enriquir-lo, tot posant-ho al servei de la societat per millorar-la i transformar-la i augmentar-ne la qualitat de vida.

La paradoxa del dissenyador és que treballa pensant en l'usuari del producte, però qui paga el seu treball és el venedor del producte. Des d'aquesta anàlisi és fàcil entendre quines estratègies dels dissenyadors prosperen i quines queden al sac de les bones intencions.

A vegades sorgeixen espais, grups, col·lectius, que intenten fer realitat aquesta manera d'entendre el disseny al servei de l'objecte i l'usuari i no a l'inrevés. Si a més no es veuen pressionats per la necessitat de "vendre's als venedors", poden subsistir fent disseny per a activitats ciutadanes, culturals... amb la qual cosa, a més a més, compleixen una funció necessària i poden ser alhora espais de formació. Espais que es troben amb tantes dificultats que difícilment poden subsistir si no hi ha una anàlisi clara de tot allò: "D'on venim? on anem? per a què cony ens serveix?, etc"

L'esperit que animava el Mòdul de Comunicació i Imatge de l'Escola Taller de l'Ajuntament de Girona, present a la mostra gràfica, en fou (malauradament ens cal usar el pretèrit) un exemple.

Mig any després de la fi del segon cicle de l'Escola Taller és lamentable que no s'hagi sabut discernir entre el que aquell mòdul tenia d'espai de formació i el que tenia d'espai de trobada entre entitats necessitades d'una dignificació de la imatge dels seus productes, i uns aprenents de dissenyadors, disposats a fer-ho.

Això és: un material tecnològic capaç per a dur-ho a terme, i ara absolutament infrutilitzat; una setantena d'entitats (associacions de veïns, grups de teatre, entitats culturals, agrupacions juvenils, el mateix ajuntament de Girona, i molts d'altres), s'han quedat sense el recurs que suposava que se'ls hi fes un petit reportatge videogràfic, un tríptic, un cartell, un muntatge audiovisual, etc... i el personal a l'atur.

PEP CABALLÉ