

La doble página

Para el público, nada de lo que hay alrededor de la concepción y la realización de un diseño tiene ningún valor, de hecho, el público no tiene –ni ha de tener (?)– ninguna conciencia del proceso, de las relaciones y de las situaciones anecdóticas, serias, conflictivas o sorprendentes que rodean cualquier encargo de diseño.

Ahora bien, nosotros los profesionales si que tenemos conciencia de las situaciones que se pueden llegar a dar en el transcurso de un encargo profesional. Y de todos los encargos, aquellos que acaben formando parte del día a día colectivo, acostumbramos a tener anécdotas curiosas e interesantes.

En este espacio de Gràfic recogeremos los anecdotarios de aquellos diseños conocidos por todos y lo haremos directamente con su autor.

En el número 1, abrimos la sección con un más que conocido trabajo de Enric Huguet.

L'a d'Autopistas

Todos estaremos de acuerdo que una de las marcas más conocidas y reconocidas de nuestro entorno visual es l'a d'Autopistas. Ahora, cuando hace casi 40 años que fue diseñada, Enric Huguet nos explica algunas curiosidades de su creación. Ciertamente, Huguet no podía prever la magnitud que tomaría la empresa que le hacía el encargo y que en aquellos momentos estaba formándose. Bien, quizás quien le hacía el encargo si que lo preveía pero era muy difícil cuantificar el valor de Autopistas cuando estaba realizando su identidad visual.

“Fue Antoni Puig, industrial, perfumista y defensor del buen diseño, quien me recomendó para la realización del símbolo. En la primera entrevista con el jefe de RR.PP. de la nueva sociedad copsé la complejidad de los nuevos y renovadores trazados del que deberían ser las autopistas, unas carreteras de las que no teníamos en nuestro país. Mi proyecto entusiásticamente aceptado y todo y que intuir –o así lo creí entonces- la importancia de la empresa, los honorarios que apliqué fueron los adecuados a una empresa nacional. Solo pensar con el conjunto de empresas, bancos, aseguradoras y reaseguradoras que formaban parte de aquella nueva entidad, hay que decir que el cargo debería de haber sido mucho, pero mucho más alto”.

Vale más no pensar. Todo y con eso, Enric, ara Autopistas ya es un poco de todos los catalanes, o por lo menos de los que pagamos los peajes. Todavía deberías estar cobrando...

Pero no siempre ha quedado clara la autoría de la marca. A parte de un error en un libro de referencia, los propios trabajadores y los directivos de la renovada dirección desconocen el autor del diseño de aquello que les hacía visibles y reconocidos. No es demasiado sorprendente. Posiblemente en otros países con más cultura del diseño esto no pasaría tan fácilmente, pero aquí, lamentablemente, es aceptado que sea así.

*“Me sorprendió mucho ver que en el libro **Art català contemporani** (Aymà, 1972) se representaba gráficamente todo otorgándole la autoría a otro diseñador. Todavía conservo la carta de disculpa donde el director literario de la editorial, el poeta Joan Oliver, se lamentaba –con sus propias palabras- del error involuntario que se escurrió”.*

“Trabajé durante 12 años para la empresa y otras del grupo: Areas, Fepasa, Publicistas, Ibering, Fundació Mediterrànea... Al irse la persona con la que había mantenido la relación profesional estuve cinco años sin recibir ningún otro encargo hasta que fui requerido por el secretario general de Autopistas para hacer la memoria anual. Durante el cumplimiento del encargo

comprobé con incredulidad que los nuevos dirigentes ignoraban la identidad del creador de l'a y que si se habían dirigido a mí era porque constaba en la ficha del directorio de colaboradores. El personal de la empresa ha desconocido por mucho tiempo quien era el autor de la marca i eso queda patente en el esfuerzo de investigación que hicieron los redactores de La Gaceta, la revista social-laboral editada por parte de los trabajadores de la empresa. Así, después de una ardua investigación descubrieron al autor y el hecho se publicó en el número 15, septiembre de 2000, con una entrevista que me hicieron. "

Huguet se siente muy satisfecho por el respecto que ha obtenido su trabajo, tanto por parte de la empresa como por parte de los diseñadores que han trabajado en él.

"El diseño nunca ha sido retocado ni modificado y se ha visto mimado cuando el añorado Ricard Giralt-Miracle lo ha adaptado a suntuosas postales de navidad para Autopistas o cuando Lluís Morillas le ha dedicado por encargo y con mucho acierto, un libro de normas para sus adecuadas aplicaciones".

40 años representando a una empresa sin ningún cambio o rediseño –un muy muy preciado hoy en día- es realmente un hito admirable.

¡Muchas felicidades Enric y por muchos años!