

Milton Glaser

Cuando la emoción va más allá de la razón

Uno de los maestros del diseño estadounidense que siempre será asociado con la imagen de su querida Nueva York por la famosa revista del mismo nombre y su plagiado logotipo "I Love New York", usado hasta el día de hoy para promocionar esa ciudad.

Por Hernán Garfías

Nacido en Nueva York, **Milton Glaser** (1929-2020) estudió en *The Cooper Union Art School*. En 1952, la beca Fulbright lo llevó a Bolonia, Italia, donde asistió a la Academia de Bellas Artes, y donde su profesor Giorgio Morandi le enseñó a detenerse y mirar los objetos simples. Ahí se empapó con las obras de Duchamp, Picasso, Seurat, las acuarelas chinas, el Surrealismo y el Constructivismo ruso.

A su regreso de Europa, ya acompañado de su condición de *gourmet* adquirida en Italia (la cual lo siguió el resto de su vida), fundó junto a Reynold Ruffins, Edward Sorel y Seymour Chwast, el legendario **Push Pin Studios**, desde donde surgieron miles de diseños de carátulas de discos, logotipos, publicaciones, entre ellas, las conocidas revistas «*New York Magazine*», «*Esquire*» y «*Voice*», además del rediseño de «*Paris Match*» y «*The Washington Post*». Se sumaron papelerías y afiches con el sello del propio Glaser, incluyendo: color, humor, variedad, sensibilidad y humanidad. Todas estas, obras que hablan del alma y espiritualidad de su creador. Más tarde, ya desde la **Milton Glaser Inc.**, incursionó en el diseño de imágenes corporativas y en el mundo del Interiorismo. Nada de extraño le pareció entonces que un diseñador gráfico explorara en el campo del espacio interior. Por el contrario, destacó la experiencia ganada en tantos proyectos editoriales, siendo los problemas esenciales, los mismos: "Girar en torno a los lectores o clientes a través del espacio o tiempo, y mantenerlos informados e interesados todo el camino".

La indiferencia y el aburrimiento son —según el propio Glaser lo dejó estipulado—, el peor enemigo. Teniendo siempre presente esta idea fue creando los programas gráficos y decorativos completos para los restaurantes del *World Trade Center* de Nueva York, y diseñó una serie de proyectos como el parque educativo *Sesame Place* en Pennsylvania (1981-1983), junto con la serie para la cadena de supermercados *Grand Union Company*.

Un símbolo desafiante

Se reconocen dos tendencias en el diseño gráfico actual. Por una parte, el diseño dirigido por la forma con una gran cantidad de trabajos muy decorativos y relacionados con la moda —la mayoría proveniente de California y que se caracteriza por formas y colores

agradables—; y en el otro extremo, el diseño dirigido por el contenido, con una escuela más utilitaria, que se basa en la simplicidad y la claridad. Ese fue sin duda el bando de Milton Glaser.

Equilibrio entre el corazón y la cabeza, la emoción y la razón, un ejemplo de todo aquello se materializa en el encargo de la ciudad de Nueva York en 1976 para fomentar el Turismo, justo cuando se encontraba al borde de la bancarrota, y con unos niveles de delincuencia cada vez mayores. La ciudad había tocado fondo. La magistral interpretación gráfica de Glaser «**I♥NY**» grabó la mente de los estadounidenses y del mundo entero. Y lo inventó mientras viajaba en un taxi. Se piensa que el hecho de que



sustituyera la palabra "love" por un corazón hizo que se incluyera este símbolo como carácter especial en la mayoría de las fuentes modernas. El logo fue un éxito rotundo y muy bien recibido por los neoyorquinos, siendo imitado en todo el mundo. Glaser modificó el logotipo en 2001 como consecuencia de los ataques terroristas del 11 de septiembre. La frase pasó a ser "**I Love NY More Than Ever**" (Amo a Nueva York más que nunca), con una pequeña cicatriz color negro en el corazón simbolizando la ubicación del *World*

Trade Center dentro de la isla de Manhattan. Y se convirtió en un símbolo desafiante para una ciudad asediada.

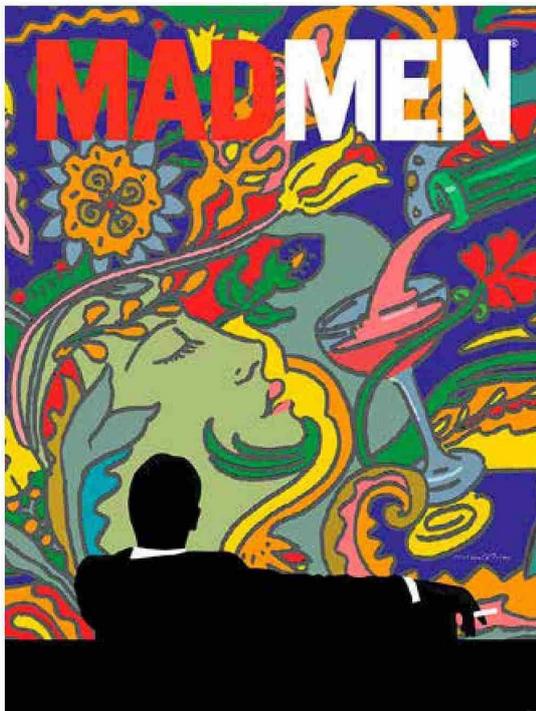
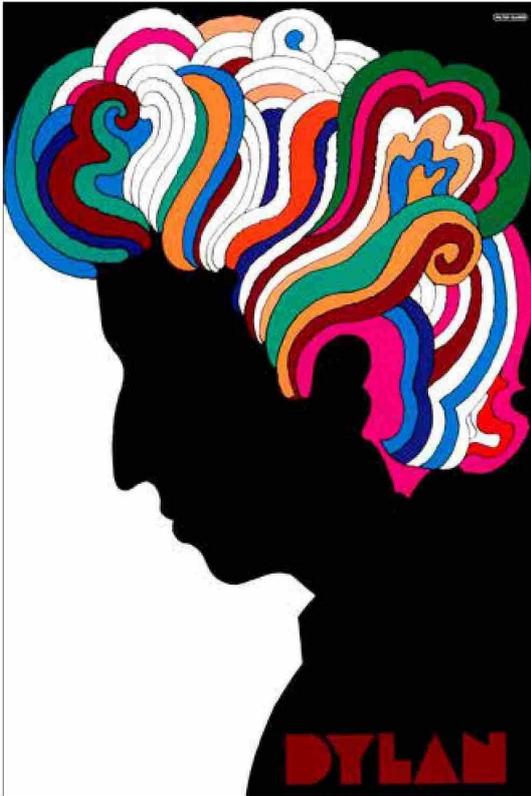
Esa es la magia que tiene el diseño en las personas. A cambio, el Estado de Nueva York obtuvo ingresos en conceptos de propiedad intelectual por las ventas anuales del *merchandising* oficial del icónico logo. Glaser, en cambio, no recibió ni un céntimo. De hecho, ni siquiera cobró por su trabajo, sino que lo hizo por puro altruismo: "Al principio ni siquiera lo registré, porque la idea era que durante los primeros diez años lo pudiera usar todo el mundo, para que así proliferara y pasara a formar parte de la cultura popular. Acepté hacerlo gratuitamente porque era en beneficio para el estado de Nueva York".



Fecha: 11-09-2023
 Medio: La Panera
 Supl.: La Panera
 Tipo: Noticia general
 Título: Cuando la emoción va más allá de la razón

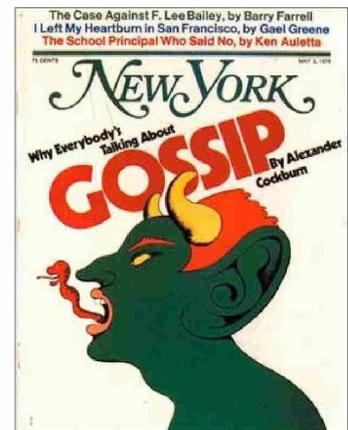
Pág.: 35
 Cm2: 533,3

Tiraje: 20.000
 Lectoría: 60.000
 Favorabilidad: No Definida



CÓMO OLVIDAR...

Merecedor de la Medalla de las Artes y del Premio Nacional de Diseño otorgado por el Museo Nacional de Diseño Cooper-Hewitt, cómo no recordar sus trabajos en afiches que pasaron a formar parte de la historia del diseño. Uno de sus afiches más emblemáticos es el de la promoción de Bob Dylan donde se muestra el perfil de su rostro en negro, recortado sobre blanco y con un pelo ensortijado de colores ondulantes. El mensaje que hay detrás es la psicodelia muy propia de esa época. Fundamentales para la expansión de la firma de máquinas de escribir por Estados Unidos, destacan los afiches de Glaser para las icónicas Olivetti Valentine de Ettore Sottsass (considerada un clásico del diseño industrial) y la Olivetti Lettera de Marcello Nizzoli. Ambas máquinas tuvieron un éxito mundial y fueron símbolo de consumo fetiche de los jóvenes. En esa época, Glaser realizaba carteles para la industria cultural neoyorquina, entre ellos, el *Lincoln Center*, *The Juilliard School*, el *School of Visual Art* y el *Cooper-Hewitt Museum of Design*. En el diseño editorial, Glaser y Clay Felker fundaron en 1968 el «*New York magazine*», donde Glaser fue presidente y director de diseño hasta 1977. La publicación se convirtió en el modelo de las revistas de la ciudad y estimuló una gran cantidad de imitaciones. Glaser partió creando su logotipo de tipografía italizada, con las letras N, Y, K danzando fuera de caja. Las primeras portadas tenían sus ilustraciones o fotografías intervenidas que aludían a la gran urbe. En la edición nº 1, de abril 1968, aparece Manhattan mirada desde la otra orilla del río Hudson, en un atardecer donde sus rascacielos brillan con todo el esplendor dorado del poder capitalista. En sus últimos años, trabajó activamente colaborando con la campaña presidencial de Barak Obama, con afiches que acercaban al candidato hacia el mundo de las nuevas generaciones, quienes votaron masivamente para que el primer hombre de raza negra llegara a la Casa Blanca, un hito que para Glaser era muy importante para dar inicio a la nueva historia de su país. Falleció en 2020 en Nueva York, mientras trabajaba en un proyecto para concientizar a la colectividad sobre el COVID-19, dejando como legado una obra que sigue influyendo y que ha quedado en la historia del diseño mundial.



Hernán Garfías Arze. Diseñador Gráfico UCV, fundador revista «Diseño», y Facultad de Arquitectura, Arte y Diseño UDP; creador Galería Diseño CCLM, curador exposiciones Andréé Putman, Alessandro Mendini, Ettore Sottsass, Philippe Starck, Diseño Escandinavo, Bauhaus: Influencia en Diseño Chileno. Autor de cientos de artículos sobre arte, diseño y arquitectura. Cavalieri Stella Italia, Premio Trayectoria Diseño Ministerio de Cultura. Catedrático UDD, Director Escuela Diseño, Arte y Comunicación AIEP UNAB.