

Massimo Vignelli, diseñador de calidad

En [Blog, Diseñadores, Grandes Artistas, Grandes Estilos, Moda y Sociedad](#) | Por [Nicole Inostroza](#)
Junio 18, 2014

[Massimo Vignelli](#) fue un diseñador que trabajó en distintas áreas que van desde el diseño de empaques hasta electrodomésticos, muebles, señalización y diseño de showrooms. De hecho, Vignelli creó la icónica señalización del Metro de Nueva York durante la década de los 60, y más tarde diseñó el mapa de todo el sistema. En el libro *How to think like a great graphic designer* de [Debbie Millman](#), la escritora conversa con varios diseñadores, abordando los tópicos centrales de la disciplina que los ha convertido en grandes diseñadores gráficos. En su conversación con Millman, Vignelli habla sobre los colores, la elegancia y la vulgaridad. Recordamos a este diseñador a pocos días de su fallecimiento el 27 de mayo pasado.

¿Por qué elegiste vivir en Nueva York?

“Es una larga historia. La respuesta corta sería porque empezamos la compañía con unos amigos en Estados Unidos y abrimos la oficina en Nueva York. La persona que iba a liderar la oficina se enfermó. Yo estaba en Milán en ese tiempo y me tenía que desplazar de ida y vuelta muchas veces. Me cansé de viajar tanto, así que mi esposa y yo decidimos viajar a Nueva York y administrar la oficina solo por un tiempo. Seguimos aquí después de 40 años, porque Nueva York es una ciudad magnífica. Es magnética. No pude irme nunca más. No hay nada que pueda comparar a Nueva York. Y ni siquiera es hermosa. Hay cientos, millones de otras ciudades que son mucho más bellas. Pero solo hay una Nueva York”.

¿Por qué crees que es tan especial?

“Es la energía. Es la manera en la que la gente camina, la manera en que hablan. Es la manera en la que la gente vive. Ya sabes: en Nueva York, la gente se viste de negro todo el tiempo”.

¿Por qué crees que tanta gente se viste de negro en Nueva York?

“Por la imagen”.

¿Cómo lo describirías?

“Para empezar, el negro tiene clase. Es el mejor color. No hay ningún otro color mejor que el negro. Hay muchos otros que son apropiados y felices, pero esos colores son atributos de las flores. El negro es un color hecho por el hombre. En realidad, es una proyección del cerebro. Es un color mental. Es intangible. Es práctico. Funciona 24 horas al día. En la mañana o en la tarde puedes vestir en tweed, pero en la noche pareces un profesor que escapó de un college. Todo lo demás posee connotaciones diferentes, pero el negro es bueno para todo. Mi casa está cubierta de negro”.

¿Toda tu ropa es negra? ¿Usas todo de negro?

“Sí, siempre”.

¿Y cuándo tomaste la decisión de ser un diseñador?

“Cuando tenía 14 años, muy temprano en mi vida”.

¿Crees que tu trabajo es inmediatamente identificable como tuyo? ¿Sientes que tienes un estilo?

“Sí y no. Después de varios años de exposición, de alguna manera lo es. Mi trabajo tiene cierta disciplina, rigor y una expresión minimalista. Uso una limitada cantidad de colores: principalmente rojo y negro. Para mí, el negro es negro y el rojo es color. Eso es todo”.

¿Y qué hay con tu preferencia por Bodoni?

“Bodoni es una de las más elegantes tipografías jamás diseñadas. Cuando hablo de elegancia, me refiero a elegancia intelectual. Elegancia mental”.

¿Cómo definirías la elegancia de la mente?

“Definiría la elegancia intelectual como una mente que está continuamente refinándose a sí misma con educación y conocimiento. Elegancia intelectual es lo contrario a vulgaridad intelectual. Todos conocemos la vulgaridad bastante bien. La elegancia es lo opuesto”.

Tengo que preguntar: ¿Qué consideras vulgar?

“Vulgaridad es algo que está por debajo de la cultura y la educación. Cualquier cosa que no sea refinada. Hay manifestaciones de culturas primitivas o étnicas que pueden ser extremadamente refinadas y elegantes, pero que no pertenecen a nuestro tipo de refinamiento o cultura. Cultura es la acumulación de, por lo menos, 10.000 años. Realmente, puedes decir que la elegancia intelectual es el subproducto del refinamiento. Una de las más grandes cosas acerca de la vulgaridad es que tiende constantemente a desaparecer.

Mi amigo Umberto Eco escribió un libro sobre la belleza, y ahora está escribiendo uno sobre la fealdad. La última vez que lo vi me dijo que era mucho más difícil escribir un libro sobre la fealdad que escribir uno sobre la belleza. Lo mismo pasa con la vulgaridad, en cierto sentido”.

¿Qué crees tú que es el diseño en realidad?

“Número uno, el diseño es una profesión que toma en cuenta todo lo que nos rodea. Los políticos se preocupan de la nación y arreglan cosas —al menos se supone que es así—. Los arquitectos se preocupan de los edificios. Los diseñadores se preocupan de todo alrededor nuestro. Todo lo que nos rodea —esta mesa, esta silla, esta lámpara, este lápiz—ha sido diseñado. Todas estas cosas han sido diseñadas por alguien.

Creo que es mi responsabilidad hacer del trabajo algo mejor. Esa es mi prioridad. Lo segundo es disminuir la cantidad de vulgaridad reemplazando lo vulgar por cosas más refinadas.

Cuando trabajamos con clientes, dejamos claro desde un principio que no tenemos intención de crear cosas vulgares. La mayoría del tiempo, ni siquiera tenemos que decir esto; cuando un cliente viene, sabe lo que hacemos, y ellos quieren que hagamos cosas de esta manera ¡Entonces no hay mucho que tengamos que pelear! Pero incluso en las discusiones con el cliente, ellos se dan cuenta de que esto es lo que queremos hacer.

Entonces, **¿qué es el diseño?** Disminuir el nivel de vulgaridad en el mundo. Es hacer del mundo un lugar mejor. Pero todo es relativo. Hay una cierta distancia entre lo bueno, lo elegante y lo refinado, que puede manifestarse de muy diversas formas. No tiene que ser un solo estilo. No estamos hablando de estilo, sino de calidad. El estilo es tangible, la calidad es intangible. Estoy hablando de crear un nivel de calidad para todo lo que nos rodea”.