donmaleza.wordpress.com

Lo primero es lo primero (manifiesto)

4-5 minutos

Lo primero es lo primero (manifiesto)

first
things
first

A manifesto

We, the undersigned, are graphic designers, photographers and students who have been brought up in a world in which the techniques and apparatus of advertising have persistently been presented to us as the most lucrative, effective and desirable means of using our talents. We have been bombarded with publications devoted to this belief, applauding the work of those who have flogged their skill and imagination to sell such things as:

cat food, stomach powders, detergent, hair restorer, striped toothpaste, aftershave lotion, beforeshave lotion, slimming diets, fattening diets, deodorants, fizzy water, cigarettes, roll-ons, pull-ons and slip-ons.

By far the greatest time and effort of those working in the advertising industry are wasted on these trivial purposes, which contribute little or nothing to our national prosperity.

In common with an increasing number of the general public, we have reached a saturation point at which the high pitched scream of consumer selling is no more than sheer noise. We think that there are other things more worth using our skill and experience on. There are signs for streets and buildings, books and periodicals, catalogues, instructional manuals, industrial photography, educational aids, films, television features, scientific and industrial publications and all the other media through which we promote our trade, our education, our culture and our greater awareness of the world.

We do not advocate the abolition of high pressure consumer advertising: this is not feasible. Nor do we want to take any of the fun out of life. But we are proposing a reversal of priorities in favour of the more useful and more lasting forms of communication. We hope that our society will tire of gimmick merchants, status salesmen and hidden persuaders, and that the prior call on our skills will be for worthwhile purposes. With this in mind, we propose to share our experience and opinions, and to make them available to colleagues, students and others who may be interested.

Edward Wright
Geoffrey White
William Slack
Caroline Rawlence
Ian McLaren
Sam Lambert
Ivor Kamish
Gerald Jones
Bernard Higton
Brian Grimbly
John Garner
Ken Garland
Anthony Froshaug
Robin Fior
Germano Facetti
Ivan Dodd
Harriet Crowder
Anthony Cliff
Gerry Cinamon
Robert Chapman
Ray Carpenter
Ken Briggs

Ken Garland publicó en 1964 un manifiesto titulado “**First Things First**” (algo así como “Lo primero va primero”). En su época causó un considerable revuelo; su manifiesto fue publicado en *The Guardian*, y fue invitado a la *BBC TV* a leerlo. Entre los más de cuatrocientos diseñadores gráficos y artistas que firmaron el manifiesto se encuentran nombres muy interesantes, como Erik Spiekermann y Tibor Kalman.

Reaccionando contra la opulencia de la Gran Bretaña de los años sesenta, buscaba radicalizar el diseño, que se había

vuelto vago y acrítico. A partir de las ideas de la Teoría crítica y la Escuela de Fráncfort, así como las de la contracultura de la época, afirmaba que el diseño no es un proceso neutral, carente de valor. Atacaba a la cultura consumista que sólo se interesaba por comprar y vender cosas, y reivindicaba la dimensión humanista del diseño gráfico.

En el 2000 AdBusters publicó una versión actualizada del manifiesto, más acorde a la realidad contemporánea de los diseñadores, comunicólogos y demás personas que trabajan en el medio de la publicidad. La imagen que ven arriba es un espectacular que publicó AdBusters en Las Vegas que estaba en el camino para llegar a la convención de AIGA, la cual es una cita de Tibor Kalman que dice “Diseñadores: aléjense de corporaciones que quieran que mientas por ellos” y coincidía también con la re-introducción actualizada del manifiesto.

Aquí les presento la traducción del manifiesto original de Ken Garland:

First Things First 1964
un manifesto

> Nosotros, los que firmamos, somos diseñadores gráficos, fotógrafos y estudiantes criados en un mundo en el que las técnicas y aparatos de publicidad se nos han presentado continuamente como la manera más lucrativa, efectiva y deseable de usar nuestros talento. Se nos ha bombardeado con publicaciones devotas a esta creencia, aplaudiendo el trabajo de aquellos que han flagelado su habilidad e imaginación para vender cosas como:

Comida para gato, polvos para el estómago, detergente, productos para la caída del pelo, pasta de dientes multicolor, loción para después de rasurarse, loción para antes de rasurarse, dietas para bajar de peso, dietas para subir de peso, desodorantes, agua carbonatada, cigarros, *roll-ons, pull-ons* y *slip-ons.*

El esfuerzo más grande de aquellos que trabajan en la industria de la publicidad se desperdicia en estos propósitos triviales, los cuales contribuyen poco o nada a nuestra prosperidad nacional.

En común con el número creciente del público general, hemos alcanzado un punto de saturación donde el grito agudo de la venta al consumidor no es más que ruido. Creemos que hay cosas más importantes en las cuales podemos utilizar nuestra habilidad y experiencia. Existe señalización para las calles y edificios, libros y periódicos, catálogos, manuales de instrucciones, fotografía industrial, material educativo, películas, documentales televisivos, publicaciones científicas e industriales y todos los otros medios a través de los cuales podemos promover nuestro oficio, nuestra educación, nuestra cultura y nuestra conciencia del mundo.

No estamos a favor de la abolición de la publicidad de alta presión: esto no es posible. Tampoco queremos quitarle la diversión a la vida. Pero proponemos una reversión de las prioridades a favor de formas más útiles y perdurables de la comunicación. Esperamos que nuestra sociedad se canse de vendedores pretenciosos y persuasivos, y que el requerimiento de nuestras habilidades sea para propósitos que valgan la pena. Con esto en mente proponemos compartir nuestra

> experiencia y opiniones, proporcionándolas a colegas, estudiantes y a otros a los que les pueda interesar.

Firmado:

- Edward Wright
- Geoffrey White
- William Slack
- Caroline Rawlence
- Ian McLaren
- Sam Lambert
- Ivor Kamlish
- Gerald Jones
- Bernard Higton
- Brian Grimbly
- John Garner
- Ken Garland
- Anthony Froshaug
- Robin Fior
- Germano Facetti
- Ivan Dodd
- Harriet Crowder
- Anthony Clift
- Gerry Cinamon

- Robert Chapman
- Ray Carpenter
- Ken Briggs

fuente: http://blog.duopixel.com

6 comentarios so far

Deja un comentario