

Integrating design... What the f\*ck!

**Integrated2007**, ce serait mieux, mais puisque les points d'interrogation dans les url's ne sont toujours pas de mise...

Faisons un petit retour en arrière. Citepe 1997 et 1999. Par ces deux conférences Sint Lucas Antwerpen avait surtout fait l'éloge picturale d'une décennie plutôt mythique sur le plan de la scène graphique et typographique. De telles conférences étaient à l'époque assez rares en Belgique. Heureusement depuis, pas mal de choses ont changé. L'attrait des formations telles que le graphisme nous prouve que l'appréciation de ces disciplines est fortement en hausse, ce qui est probablement aussi dû au fait que le contexte économique et social a beaucoup évolué. En plus de ça, le terme "design" aujourd'hui est devenu le mot d'ordre par excellence. Design? Mais en tant qu'amalgame de quoi?

*"...Design est devenu compulsif comme terme, trop souvent détaché de son sens propre. Souvent il n'est pas plus qu'un lubrifiant branché destiné à faire vendre n'importe quoi. Bien que le mot "design" évoque chez tant de personnes l'un ou l'autre meuble stylé, le sens exact du terme n'est pas lié au produit, mais à l'action. Quiconque se plongera dans un dictionnaire anglais saura que "design" désigne le procès de création, de planification à l'aide de croquis ou de dessins détaillés. Il s'agit donc de conception, de création.  
(extrait du quotidien "De Standaard" du 18/10/2004)*

Et que pourrait donc bien être "graphic design" à ce jour? L'adjectif "graphique" est-il toujours adéquat? Le mot "intégré" ne serait-il pas plus judicieux? Le rôle du graphiste a tellement changé ces dernières décennies. Ne serait-ce que par la complexité grandissante des médias et l'augmentation de l'offre de software, de technologies et de systèmes de production avancés. Le designer pourrait bien y perdre les pédales. Il semblerait qu'au plus il y a d'offre, au plus le choix est facile. Rien n'est moins vrai, au contraire. Le choix, en effet, ne vient qu'une fois la décision prise, quelle qu'en soit la motivation sous-jacente. La plupart du temps l'on ne choisit que ce que l'on nous propose déjà. Les designers eux travaillent partout, où qu'ils soient au monde, avec le même software et sans qu'ils ne s'en rendent compte, leur pensée est donc dirigée par les fonctionnalités de ces programmes, quelles qu'en puissent être leurs étendues (technologiquement parlant).

"Créer" veut-il donc uniquement dire "faire des choix"? Une réponse = une question?

Ou bien est-ce que créer est également une attitude qui permet au designer de construire un trajet d'où découle un résultat personnel et fondé. Créer selon un processus donc. Pourtant l'enseignement artistique semble encore souvent reposer sur cette pensée romantique selon laquelle le créateur/designer traduit sa commande à partir de son imagination en un produit ou résultat accepté de tous esthétiquement. C'est précisément cet aspect "(art) autonome" qui est d'une absolue préciosité et d'une grande importance. Seulement les questions de création auxquelles les designers actuels et futurs sont confrontés, ne sont pas seulement de nature esthétique. Paradoxalement, alors que le créateur dispose d'avantage d'autonomie en matière de création, il se retrouve aussi de plus en plus conduit par le marketing, la technologie et toutes sortes de stratégies. Ce phénomène a plusieurs effets. D'une part il crée plus de possibilités pour de nouveaux développements mais il peut d'autre part coincer le designer purement dans un rôle d'exécutant. Ce qui en soi est bizarre. Car "créer" est quelque chose de tout autre que "donner forme à". Le mot design englobe les deux significations, et de là vient probablement la confusion. Ce qui fait la distinction entre les deux ici, c'est le processus de recherche par rapport à la création. Cette recherche place le designer au centre d'un procès de pensée et de développement, et fait de lui par conséquent un chercheur. Mais est-ce bien ce que les jeunes designers souhaitent? Peut-être veulent-ils tout simplement se laisser guider par le briefing et choisissent-ils le chemin le plus facile: celui de gagner le plus possible d'argent sans trop se casser la tête? Ou bien osent-ils mettre en question le briefing en tant que "chercheurs" avec pour résultat des solutions beaucoup plus inventives, plus pertinentes et donc plus intéressantes. Tout ceci demande une plus grande synergie entre les "généralistes" et les "spécialistes" par-delà les restrictions de la commande. Car la pensée à court terme domine notre économie de façon presque paralysante. Faut-il qu'une formation "académique" se prête à ceci? Autrement dit, doit-elle servir le marché en livrant des spécialistes sur-mesure? Or, il nous faut également des gens avec un regard plus large ou différent sur les choses. On pourrait les appeler: généralistes. Une formation académique a sans doute pour tâche de combiner les deux (généralisme et spécialisme) jusqu'à un certain point pour que le graphiste en herbe soit en mesure de proposer des solutions aussi bien en tant que penseur créatif qu'en tant qu'organisateur.

Mais qu'entendons-nous par créativité? Il semble logique que dans l'enseignement artistique le terme "créatif" soit important. Mais la légèreté avec laquelle le terme est employé dans notre société actuelle, est indicatrice de sa banalisation. N'est-ce donc pas une caractéristique de l'être humain (et de l'animal!) de parvenir à des solutions à l'aide du hasard, d'inventivité, de technique et de sens de l'entreprise - quelles que soient les circonstances... Un peintre extraordinaire n'est pas pour autant créatif, alors qu'un amateur dans le métier ne maîtrisant aucune technique peut l'être dès lors qu'il se met à faire des liens intéressants. Des connections dans tous les sens, de l'abstraction à la concrétisation, du conceptuel au matériel et vice versa. Intégration n'est pas ici un mot magique, il est dans ce contexte précis plutôt une attitude avec laquelle les créateurs se positionnent en plein centre de la société. Dans ce sens, à priori, la tâche des graphistes dans notre formation et notre société, en est une de recherche et pas seulement de "créativité" au sens strict du mot. Ce qui n'empêche pas, bien sûr, une bonne dose de "désintégration" d'être intéressante.

C'est pour cela que "Integrating design..." est aussi un projet de recherche. Un projet capable de soutenir l'académisation au moyen d'une réflexion critique avec les faiseurs et les penseurs et la combinaison des deux, issus de disciplines diverses dans la zone frontalière entre le graphisme, l'illustration, la typographie, la publicité, la culture visuelle, les nouveaux médias et les arts autonomes. Tout ceci, avec pour but d'avoir une meilleure notion des procès de création, de quels types qu'ils soient et dans quelle discipline qu'ils soient.

**La passerelle inspirante entre penser et faire. Integrated 2007.**

Hugo Puttaert  
Bruxelles, septembre 2007 - traduction par Arpaïs Du Bois