

**Gilles Fiszman.  
De kracht van de nuance.**

*Tekst gebaseerd op diverse gesprekken, waaronder een atelierbezoek, Brussel, najaar 2006.  
Gebundeld in 2021.*

*'U houdt een catalogus in de hand. Dat is logisch want een catalogus hoort bij een tentoonstelling. Een monografie echter, hoort bij een oeuvre. Mocht u de monografie van Gilles Fiszman in de hand houden, dan zou het u heel wat meer moeite kosten, want deze zou vele malen zwaarder zijn. Zo omvangrijk immers is het oeuvre van Gilles Fiszman.'* Zo begon in 2014 de enigszins ludieke aanvangszin van de inleidende tekst bij *Autobiographisme*, de gelijknamige tentoonstelling van Gilles Fiszman, in het Huis van het Beeld/Seed Factory nabij de VUB in Brussel. Op zaterdag 6 september 2014, amper drie weken voor de opening van deze overzichtstentoonstelling, overleed Fiszman onverwacht op tweeëntachtigjarige leeftijd. Hij zou zijn eigen geregisseerde expo niet meemaken. Ik herinner mij onze aangename gesprekken nog levendig, waarvan het laatste kort voor zijn dood, in zijn huis te Ukkel (Brussel), samen met zijn vrouw.

Gilles Fiszman (1932-2014) was één der laatsten der Mohikanen van zijn generatie. Reeds in 1983 verscheen er – op een vrij groot en vierkant formaat – een intussen behoorlijk vergeeld boek. Het was het resultaat van een uit de hand gelopen 'visitekaart' van Fiszman & Partners, onderdeel van het internationaal netwerk Axion Design Partnership, met vestigingen te Brussel, Montreal en San Francisco. Was dit conglomeraat destijds geïnspireerd op Pentagram Design (Pentagram werd in 1972 opgericht door Alan Fletcher, Theo Crosby, Colin Forbes en Kenneth Grange, n.v.d.r)? Het is mogelijk, maar deze gedachte kwam pas later bij mij op. Ik heb het daarom nooit kunnen verifiëren, maar door de diverse gesprekken dat ik met Fiszman voerde, valt er wel wat voor te zeggen.

Belgisch grafisch ontwerp was in die periode reeds erg universeel, iets wat vaak wordt vergeten. Denk maar aan de carrière van Paul Ibou, die bijzonder internationaal actief was. Doch samen met Rob Buytaert, Boudewijn Delaere, Josse Goffin, Corneille Hannoset, Julien Keymolen, Michel Olyff, Jacques Richez, Luc Van Malderen e.a. behoorde Gilles Fiszman in de jaren zestig tot tachtig tot een toonaangevende generatie Belgische grafische ontwerpers die ook internationaal erkenning genoot. Laten we vanzelfsprekend 'éminence grise' Lucien de Roeck (1915-2002) niet vergeten, alsook de wat jongere Luk Mestdagh (1942-2014) die bovendien ook actief was als visionair docent. Doceren deed Gilles Fiszman eveneens, namelijk tussen 1983 tot 1989, aan het Instituut voor Decoratieve Kunsten La Cambre te Brussel, maar naar eigen zeggen bleek dit niet zijn grootste roeping te zijn. In 2005 zette hij een officieel punt achter zijn zowat vijftigjarige carrière. Het belette hem niet om verder te werken, dingen te ontwerpen en te maken, in een lager tempo welteverstaan, of zoals hij het zelf met een mooie kwinkslag formuleert: "*en petit comité*". Tja, passie valt niet te rijmen met pensioen. Tot hij in 2014 dus plots overleed, amper drie weken voordat zijn overzichtstentoonstelling zou worden geopend.

Ik leerde Gilles Fiszman eerder voorzichtig kennen toen hij regelmatig in mijn kantoor in het Studiotrope-gebouw, hartje Brussel, over de vloer kwam. Hij werkte samen met Philippe Hulet, één van mijn jongere medewerkers, als huisontwerper voor het MJB/JMB (Joods Museum van België), waarvoor hij in 1990 ook het mooie 'boomvormige' beeldmerk ontwierp, met een kruin van letters, interpreteerbaar als een soort symbool van samengebrachte meerstemmigheid. Op een dag kwam hij wat aarzelend op mij afgestapt, waarna ik hem al gauw leerde kennen als een uiterst beminlijk en bedachtzaam man. Later, tijdens onze vele gesprekken, merkte ik hoe hij een natuurlijke *présence* en charisma combineerde met vakkennis waarbij menig grafisch ontwerper zou verbleken. Deze *naturel* had ongetwijfeld met zijn veelzijdige en onbevooroordeelde geest te maken, wat steeds leidde tot intelligente ontwerp oplossingen op diverse terreinen. Fiszman was immers een echte *allrounder* met een scherp inzicht en dat bezorgde hem veel credibiliteit, niet het minst bij zijn opdrachtgevers. Toch was '*design for design's sake*' hoegenaamd niet aan hem besteed. "*Een ontwerper analyseert de opdracht, stelt deze in vraag, onderzoekt in de breedte en biedt vervolgens een relevante én persoonlijke oplossing*", zo stelde hij. Hij hield niet van de zoveelste variant uit de trukendoos van op voorhand vastgelegde vorm- en stijlelementen. Dit behoorde niet tot zijn adagio. Want hierin was Fiszman

wel categoriek: stijl is irrelevant. De vraag primeert en de oplossing resulteert. *Tout court!*

Gilles Fizman ontwierp samen met zijn team niet alleen logo's en complexe bedrijfsidentiteiten (die nog steeds blijven), zoals voor Théâtre National, ULB (Université Libre de Bruxelles), UNERG en la Communauté Française – met een prachtige rode haan overigens –, maar ook signalisatie, posters, bedrijfsbrochures, verpakkingen en boeken. Hij tekende zelfs producten (zoals o.m. hifi-installaties) en laten we vooral zijn talent als illustrator niet vergeten.

Dit alles leverde – hoe kan het ook anders – een sterke variëteit op in zijn werk, al was er toch steeds die herkenbare, wat illustratieve toets. Verder bezorgde zijn interesse voor psychologie en sociologie hem inzicht in hoe bedrijven en organisaties functioneren en wat hun problemen zijn. Daarom benaderde hij zijn opdrachtgevers op een andere manier dan wat deze van grafische ontwerpers gewoon waren, meer empathisch ook, waardoor het vertrouwen groeide. Niet dat Fizman zijn opdrachtgevers naar de mond praatte, integendeel, want hij aanvaardde opdrachten zoals ze werden geformuleerd niet klakkeloos. Als ontwerper wilde hij er een relevante en toegevoegde waarde aan geven. Daarom gebruikte hij zijn inzichten op meerdere manieren dan zuiver op grafisch en esthetisch vlak. Hij adviseerde zijn opdrachtgevers immers ook strategisch. Toch stond deze eerder analytische kijk nooit een intuïtieve oplossing in de weg. Dit is wel frappant te noemen. Hij kiest enerzijds voor een eenvoudige geometrisch/constructieve aanpak (bijvoorbeeld in de vele logo's), maar anderzijds hanteert hij net zo goed een frivole, ja soms zelf anarchistische beeldtaal, naar analogie met bijvoorbeeld Pierre Bernard en het legendarische Grapus in Parijs, al waren deze laatsten sterk politiek actief, iets wat Gilles steeds vermeed. Een prachtig voorbeeld van deze werkwijze is de affiche 'Herdenking van de 25e verjaardag van de opstand in het getto van Warschau' (1943). Fizman ontwierp deze iconische poster in 1968 in opdracht van het Paleis voor Schone Kunsten te Brussel, waar een debat rond deze herdenking plaatsvond. Een silhouet houdt een wapen boven het hoofd, als een soort oerkreet. Het lijkt wel een oude rotstekening, briesend en eenvoudig tegelijk, net zoals het werk van A.R. Penck, de Duitse 'Neue Wilde' schilder en leeftijdsgenoot, en het reeds vermelde Franse ontwerperscollectief Grapus.

Deze intelligente breedheid, van genuanceerde kijk tot robuuste directheid, heeft wellicht ook te maken met de harde tijden die Fizman tijdens zijn jeugd heeft moeten doorstaan. Fizman leefde als kind van Joods-Poolse immigranten tijdens Wereldoorlog II ondergedoken te Brussel. Hij verloor zijn hele familie en het scheelde geen haar of ook hij werd gedeporteerd. Vanzelfsprekend markeerde dit zijn leven, maar d.m.v. zelfstudie nam hij resoluut het heft in eigen handen. Zo werkte hij eerst als lederbewerker, waarna hij in Brussel aan l'Academie des Beaux Arts en vervolgens aan de Academie voor Schone Kunsten te Warschau schilderkunst ging studeren. Daar leerde hij zijn vrouw kennen en nadien verhuisde het jonge gezin definitief naar Brussel. In deze periode werkte hij o.m. als etalagist, als ontwerper in een reclamebureau (André François advertising agency, 1960–1963) en als *freelance* grafisch ontwerper, alvorens zijn eigen studio te starten. Gilles was tevens ook de president van de CBG (Chambre Belges des Graphistes, 1975–1978, het huidige UDB) en in 1974 trad hij, als één van de weinige Belgische leden, toe tot het prestigieuze A.G.I. (Alliance Graphique Internationale).

Tijdens ons laatste gesprek vertelde Gilles enigszins grappend dat hij steeds vakliteratuur meed, behalve dan deze drie boeken: *'Toute la typographie'*, *'Toute la photogravure'* en *'Toute la publicité'*. Over de positie van grafisch ontwerpers is hij duidelijk: *"Grafische ontwerpers beoefenen een ander vak dan reclamemensen. Daarom heb ik mij bewust gedistantieerd van reclame, vooral om mij duidelijk te kunnen positioneren, iets wat huidige ontwerpers of bureaus nauwelijks nog aandurven. Dit heeft echter niets te maken met een waardeoordeel. Het is gewoon een realiteit, grafisch ontwerp werkt meer op lange termijn (zeker wanneer je het hebt over corporate identity en branding), reclame daarentegen is erg cyclisch, zorgt voor een hevige opstoot, waarna het weer wegebt."*

In dit kader zou historisch onderzoek over de impact van grafisch ontwerp in relatie tot reclame, in de Belgische naoorlogse periode tot het begin van de eenentwintigste eeuw, erg nuttig zijn. Het kan resulteren in een relevante en verfrissende kijk op het fenomeen 'Belgisch grafisch ontwerp'. Het niveau ervan kan de vergelijking met bijvoorbeeld Nederland en Zwitserland perfect doorstaan. Het is gewoon nog niet zo uitvoerig gedocumenteerd en beschreven. Het kan jonge

9/3/22

ontwerpers ook bijstaan om hun 'pappenheimers' beter te leren kennen, met betrekking tot figuren waar nu te weinig over geweten is. Het is bovendien opvallend om vast te stellen hoe actueel de vorm- en beeldtaal van deze voorlopers uit de tweede helft van de vorige eeuw wel gebleven is. Het werk van Gilles Fiszman zindert in ieder geval nog steeds na, in zijn picturale kracht, maar ook in de kracht van de nuance.

Hugo Puttaert (2021)