

Això és el que he après

2002



Milton Glaser © AIGA, Artist Series video with Milton Glaser

Milton Glaser va néixer el 26 de juny de 1929 a la ciutat de Nova York. Ha estat una influència cabdal en el disseny gràfic durant més de cinquanta-cinc anys. Va ser cofundador de Push Pin Studios en els anys 50 i la revista New York amb Clay Felker a finals dels anys 60. Va establir el seu propi estudi de disseny multidisciplinar, Milton Glaser, Inc. als anys 70. Les seves obres inclouen el logotip I love NY, la imatge més essencial de Dylan i més de 400 cartells. Milton Glaser ha ensenyat durant 40 anys a The School of Visual Arts. El llibre nou del Sr. Glaser sobre disseny, Art is Work, va ser publicat al novembre de 2000.

Com tots nosaltres, vaig caure en estat de "xoc" després de l'11 de setembre. El trauma i la bogeria d'aquest fet van remoure tots els temors sobre l'aniquilació i la incertesa de la meua infància. Durant sis o set setmanes no podia pensar en res més i vaig passar el meu temps tractant de no sentir-me impotent i inepte. Volia utilitzar el meu habilitat i entrenament com a dissenyador per enfrontar-me a la situació. No estava jo sol. Molts dissenyadors de i fora de Nova York, sentint que tenien una responsabilitat pública, van produir imatges i paraules per ajudar-nos a gestionar aquest esdeveniment sense precedents. Em vaig sentir orgullós de ser part d'una professió on saciar les necessitats del públic era considerat apropiat i necessari.

Tot el que sempre he volgut fer és crear imatges i formes. Aquest instint per fer formes sembla ser alguna cosa característica de la nostra espècie. És una de les coses que defineix gairebé a la humanitat. M'agrada la idea que hi ha cultures que no tenen una idea de l'art com una activitat separada de la seva vida diària, com moltes cultures africanes que no tenen paraules que s'acosten a la idea d'art. Estan molt interessats a contenir la màgia, però això és una altra cosa. En Bali no hi ha una paraula per a l'art; només diuen "fem coses de la millor manera que podem", el que és una manera agradable de pensar en tot el que fem.

Vaig a parlar-los de la pràctica del disseny. És un collage d'idees que he ajuntat durant 50 anys. Inclou moltes coses que he dit abans però les he tornat a empaquetar més atractivament. Això és el que he après.

Número 1

Només es pot treballar per a gent que et cau bé

Em va portar molt de temps aprendre aquesta regla perquè al principi de la meua trajectòria vaig sentir el contrari. El professionalisme plantejava que no necessàriament havia de caure-li bé a la gent amb la qual treballava i que no havia de relacionar-me amb ells. Com a resultat, mai vaig menjar amb un client ni em vaig relacionar socialment. Fa alguns anys em vaig adonar que m'estava enganyant. Mirant cap enrere vaig veure que tot el treball significatiu que havia fet sortia d'una relació afectuosa amb el client. Afecte, confiança i el fet de compartir un interès mutu és l'únic camí per aconseguir una bona feina. D'una altra manera es converteix en una lluita amarga i sense esperança.

Número 2

Si pots triar mai tindràs feina

Una nit estava assegut al meu cotxe fora de la Universitat de Columbia, on la meua dona Shirley estudiava antropologia. Mentre l'esperava, estava escoltant la ràdio i vaig sentir a un entrevistador preguntar: "Ara que té 75 anys, té algun consell per a la nostra audiència sobre com preparar-se per la vellesa?" Una veu irritada va contestar: "Per què tots m'estan preguntant sobre la vellesa aquests dies?". Vaig reconèixer la veu de John Cage. Segur que molts de vostès saben que es tracta del compositor i filòsof que va influir a gent com Jasper Johns i Merce Cunningham així com al món de la música en general. El vaig conèixer lleugerament i vaig admirar la seva contribució a la nostra època. "Sí, sé com preparar-me per la vellesa", va dir. "Tingui un treball, perquè algun dia algú l'hi ho treurà i llavors no estarà preparat per a la vellesa. He viscut això des que tenia 12 anys. Em llevo al matí pensant com ho faré per portar pa a taula. I passa el mateix quan tens 75 anys:

em llevo al matí i penso en com ho faré per portar pa a la taula en el dia d'avui. Estic extremadament ben preparat per a la meva vellesa" va dir.

Número 3

Algunes persones són tòxiques, evita-les

En els anys 60 hi havia un vell excèntric anomenat **Fritz Perls** que era terapeuta de la Gestalt. La teràpia de la Gestalt es deriva de la història de l'art, proposa que un ha d'entendre el "tot" abans de poder entendre els detalls. El que un ha de veure és tota la cultura, tota la família i comunitat, etc. Perls proposava que en qualsevol relació hi ha gent que pot ser tòxica o nutrícia cap a la resta. No és cert que la mateixa persona pugui ser tòxica o nutrícia en qualsevol relació, però la combinació de dues persones qualsevol en una relació produeix conseqüències tòxiques o nutritives. Hi ha una prova per determinar si una persona és tòxica o nutrícia en la seva relació amb altres: ha passat algun temps amb aquesta persona, ja sigui prenent una copa, anant a sopar o a un partit. No importa molt, però al final d'aquest temps observi si té més o menys energia. Si està cansat o estimulat. Si està més cansat, vostè ha estat enverinat. Si té més energia, ha estat nodrit. La prova és gairebé infal·lible.

Número 4

El professionalisme no és suficient o el bo és l'enemic del gran

Al principi de la meua carrera no veia el moment de convertir-me en professional. Aquesta era tota la meua aspiració, ja que els professionals semblaven saber-ho tot, sense esmentar que els pagaven molt bé. Més tard vaig descobrir, després de treballar un temps, que el professionalisme en si mateix era una limitació. Després de tot, el que significa professionalisme en la majoria dels casos és la limitació de riscos. Si vol arreglar el seu cotxe, s'acudeix a un mecànic que sap com tractar amb els problemes de la transmissió sempre de la mateixa manera. Suposo que si necessita cirurgia del cervell, no voldrà que el doctor inventi una manera per connectar els nervis. "Si us plau, metge, faci-ho de la manera en què ha funcionat en el passat".

Odio en disseny l'anomenada activitat creativa. Especialment l'odio quan s'usa com substantiu. M'esgarrijo quan sento algú que s'autodenomina creatiu. Quan estigui fent alguna cosa d'una manera recurrent per disminuir el risc o fent-ho de la mateixa manera en què ho ha fet abans, és clar per què el professionalisme no és suficient. Després de tot, el que és desitjable en el nostre camp és una transgressió contínua. El professionalisme no la permet, perquè la transgressió infereix en la possibilitat del fracàs i si vostè és un professional, el seu instint el porta a no fracassar, a repetir l'èxit. El professionalisme com una aspiració de vida és un objectiu limitant.

Número 5

Menys no és necessàriament més

Sent fill de la modernitat, he sentit aquest mantra tota la meua vida: "Menys és més". Un matí, en despertar, em vaig adonar que era una total ximpleria, és una proposició absurda i sense significat. Sona bé perquè conté dins seu una paradoxa que és resistent a la comprensió. Però no s'obté quan vostè pensa en la part visual de la història del món. Si mira una catifa persa, no pot dir que "menys és més", perquè cada part d'aquesta catifa, cada canvi de color, de forma, és absolutament essencial per al seu èxit estètic. No es pot provar que una catifa només blau és d'alguna manera superior. Això serveix també per als treballs de Gaudí, les miniatures perses, l'Art Nouveau i tota la resta. Tinc una alternativa per a la proposició que crec que és més apropiada: "Només prou és més".

Número 6

No s'ha de confiar en l'estil

Creo que aquesta idea se'm va acudir quan estava veient un gravat meravellós d'un toro de Picasso. Era una il·lustració per a una història de Balzac anomenada **L'obra mestra amagada**. Segur que tots la coneixen. És un toro expressat en 12 estils diferents que va des d'una versió molt naturalista fins a una sola línia abstracta. El que està clar només veient aquesta impressió és que l'estil és irrellevant. Cada un d'aquests casos, des de

l'abstracció extrema fins el naturalisme, és extraordinari sense importar l'estil. És absurd ser lleial a l'estil. No mereix la seva lleialtat. He de dir que per als vells professionals del disseny és un problema, perquè el nostre àmbit és impulsat per consideracions econòmiques més que res. El canvi d'estil està unit generalment a factors econòmics, com tots els que han llegit a Marx saben. També es produeix la fatiga quan la gent veu massa de la mateixa cosa freqüentment. Així, cada 10 anys, més o menys, hi ha un canvi estilístic i es fan les coses perquè es vegin diferents. Les tipografies entren i surten dels estils i el sistema visual canvia una mica. Si un és dissenyador durant molts anys, té un problema essencial. Incidentalment, és popular entre els dissenyadors dir que no es té un estil, però això generalment no és cert. La majoria dels bons dissenyadors han desenvolupat un vocabulari, una forma que els és pròpia. És una de les maneres que els distingeix dels seus col·legues i assenyala la seva identitat. Com manté un el seu propi sistema de creences i preferències es converteix en un acte d'equilibri. Quan la cursa progressa, la qüestió de si un canvia o manté la seva pròpia forma distintiva es fa difícil. Hem vist el treball de dissenyadors il·lustres que de sobte semblen antiquats o pertanyents a una altra època. Hi ha tristes històries com la de Cassandre, indiscutiblement el dissenyador gràfic més gran del segle XX, que no podia guanyar-se la vida i es va suïcidar. El problema és que qualsevol ha de decidir com respondre al canvi en el **Zeitgeist**. Què és el que la gent espera ara que abans no volien? I com respondre a aquest desig d'una manera que no es violi el seu sentit d'integritat i propòsit?

Número 7

La manera en què es viu ens canvia el cervell

El cervell és l'òrgan més susceptible al canvi i la regeneració de tots els òrgans del cos. Tinc un amic anomenat **Gerald Edelman** que és un gran estudiós del cervell i diu que l'analogia del cervell amb un ordinador és patètica. El cervell és realment més com un jardí que està constantment creixent i tirant

llavors, regenerant, etc. Ell creu que el cervell és susceptible, d'una manera en la qual no som totalment conscients, de gairebé cada experiència de la nostra vida i cada trobada que tenim. Estava fascinat amb una història que va sortir al diari fa uns anys sobre l'oïda perfecte. Un grup de científics van decidir que anaven a esbrinar per què certa gent tenien l'oïda perfecte. Hi ha persones que senten una nota precisa i poden duplicar-la en el mateix to exacte. Algunes persones tenen un sentit relatiu; l'oïda perfecte és rar fins i tot entre músics. Els científics van descobrir, no sé com, que entre la gent amb l'oïda perfecta, el cervell era diferent: certs lòbuls del cervell han patit algun canvi o deformació. Això era interessant per si mateix. Però llavors van descobrir una cosa encara més fascinant. Si ensenyaven a un grup de nens a tocar el violí als 4 o 5 anys, després d'un parell d'anys alguns d'ells desenvolupaven l'oïda perfecta, i en tots aquests casos l'estructura del seu cervell havia canviat. Bé, què podia significar això per a la resta de nosaltres? Tendim a creure que la ment afecta el cos i que el cos afecta la ment, encara que generalment no creiem que tot el que fem afecta al cervell. Estic convençut que si algú em cridés des de l'altre costat del carrer, el meu cervell podria veure afectat i la meua vida canviaria. És per això que la mare sempre deia: "No t'ajuntis amb aquests nois dolents". La mare tenia raó: el pensament canvia la nostra vida i la nostra conducta. També crec que dibuixar funciona de la mateixa manera. Sóc un gran defensor del dibuix, i no només per ser il·lustrador, sinó perquè crec que dibuixar canvia el cervell de la mateixa manera que la recerca per crear la nota correcta canvia el cervell d'un violinista. Dibuixar ho fa atent. Ho fa posar atenció al que està veient, que no és fàcil.

Número 8

El dubte és millor que la certesa

Tots sempre parlen sobre la confiança i en creure en el que un fa. Recordo una vegada que el mestre **loga Kundalini** va dir a classe que parlant espiritualment, si un creia que havia aconseguit la il·luminació, només havia arribat al seu límit. Crec que això és cert també

en un sentit pràctic. Les creences profundes de qualsevol classe impedeixen obrir-se a l'experiència, per la qual cosa trobo les posicions ideològiques fermament sostingudes, qüestionables. Em posa nerviós el moment en que algú creu de forma inqüestionable. Crec que ser escèptic i qüestionar les creences és essencial. Per descomptat que hem de veure la diferència entre escepticisme i cinisme, perquè el cinisme és tant una restricció de l'obertura al món d'un com una creença apassionada. Són bessons.

Número 9

Resoldre el problema és més important que tenir raó

Finalment, si tenim sort, vam començar a entendre que tenir sempre la raó és una il·lusió. Hi ha un sentit significatiu d'autorectitud en el món tant de l'art com del disseny. Potser comença a l'escola. Les escoles d'art sovint promouen el model de Ayn Rand: la personalitat resistint les idees de la cultura que l'envolten. La teoria és que un individu pot transformar el món, el que és veritable fins a cert punt, però, com algú va dir: "En la batalla entre vostè i el món, aposti pel món". Un dels senyals d'un ego danyat és la certesa absoluta.

Les escoles impulsen la idea de no compromís i de defensar la feina a qualsevol preu. Bé, en disseny cadascú ha de saber quan és apropiat el compromís. Es cega amb els seus propis fins, fet que exclou la possibilitat que altres puguin tenir la raó, no permet veure la realitat: que en disseny sempre hi ha un tracte a tres bandes: el client, l'audiència i vostè.

L'autorectitud i el narcisisme generalment vénen d'algun trauma de la infantesa. És un element entremaliat dels assumptes humans. Fa alguns anys vaig llegir una cosa extraordinària sobre l'amor que també s'aplica a la naturalesa de la coexistència amb altres. En el seu **obituari**, Iris **Murdoch** deia: "L'amor és una realització extremadament difícil que alguna cosa diferent d'un mateix és real". El millor discerniment del tema de l'amor que es pugui un imaginar.

L'any passat algú em va donar un llibre encantador de **Roger Rosenblatt** anomenat "**Envellint dignament**". El vaig rebre en el meu aniversari. En aquest moment no vaig apreciar el títol però conté una sèrie de regles per envellir dignament. La primera regla és la millor: "Què no importa". "No importa el que pensi. Seguiu aquesta regla i va a afegir dècades a la seva vida. No importa si arriba d'hora o tard; si és aquí o allà; si ho va dir o no ho va dir; si és llest o si va ser estúpid. Si tenia un mal dia amb el cabell o el dia sense cabell; si el seu cap el va veure guenyó o si el seu nuvi o núvia el va veure lleig, si vostè és guenyó. Si no va obtenir la promoció o premi o casa o si sempre sí -no importa- ". Per fi saviesa. Una setmana o dos més tard vaig llegir un acudit que no he pogut deixar de recordar. Un carnisser obria la seva botiga al matí quan un conill treure el cap per la porta. El carnisser es va sorprendre quan el conill va preguntar: "¿Té col?". Sorprès va contestar: "És una carnisseria, venem carn, no verdures". El conill es va anar. Al dia següent mentre el carnisser obria la botiga va treure el cap el conill i va preguntar "Té col?" El carnisser irritat li diu: "Escolta rosegador, et vaig dir ahir que venem carn, no verdures. La propera vegada que vinguis et vaig a clavar les orelles a terra ". El conill desapareix i no passa res la següent setmana. Un matí el conill treu el cap i diu: "Té claus?". El carnisser contesta: "No". El conill diu: "D'acord. Té col? ". La meua última regla està basada en un article que vaig escriure per a la revista de AIGA fa alguns anys i es refereix al sentit de responsabilitat pública que he esmentat al principi.

Número 10

Digui la veritat

L'acudit del conill és rellevant perquè es va acudir de buscar col en una carnisseria pot ser com buscar l'ètica en el camp del disseny. Pot no ser el lloc més obvi per trobar les dues coses. És interessant observar que en el nou codi ètic de AIGA hi ha una quantitat significativa d'informació útil sobre el comportament apropiat cap als clients i altres dissenyadors, però ni una paraula sobre les relacions del dissenyador amb el públic. En

la vida diària esperem que el carnisser ens vengui carn comestible i que no enganyi amb els seus productes. Recordo haver llegit que durant els anys de Stalin a Rússia tot el que estava etiquetat com vedella era realment pollastre. No em puc imaginar què etiquetaven com pollastre. Podem acceptar certes classes d'enganys, com mentir sobre la quantitat de greix en una hamburguesa, però una vegada que el carnisser traeix la nostra confiança venent-nos carn podrida sabent, ens anem a una altra banda. Com a dissenyador, ¿tenim menys responsabilitat amb el nostre públic que el carnisser? La nostra carn és la informació. Tots els que estan interessats en donar credibilitat al nostre àmbit evidència que la raó per la qual se li dona ha estat inventada per protegir el públic, no als dissenyadors ni als clients. "No facis mal" és una amonestació als doctors sobre la seva relació amb els pacients, no als practicants ni als laboratoris. Incidentalment, si tinguéssim llicència, dir la veritat pot convertir-se més en el centre del que fem.

Vaig anar a Las Vegas a l'última convenció de **AIGA**. Algú alguna vegada va declarar que Las Vegas era l'obra mestra més gran que l'espècie humana ha produït. M'estava allotjant en un hotel anomenat Venetian, que té més núvols pintades en els sostres dels passadissos que les executades en la Venècia del segle XV.

Vaig arribar a la recepció i vaig dir: "Tinc entès que hi ha aquí un Gran Canal". Van contestar "Sí, tenim un". Vaig dir: "On és?", i van contestar: "Un pis més amunt".

Quina concepte! La terra es va moure sota els meus peus quan vaig pensar en això. Vaig pujar les escales i allà estava el Gran Canal amb góndoles i gondolers que alegrement et portaven a la Plaça Sant Marc, que estava a la volta de la cantonada en una penombra perpètua. Si et sentis a la plaça quan encara està sota sostre, el cambrer et preguntarà: "¿Li agradaria seure o dins?".

Un dia es va descompondre una canonada i la pudor va començar a omplir els salons de

joc. Realment era com Venècia a l'estiu. Em vaig preguntar si era intencionat. Existeix l'olor virtual? Mai ho vaig esbrinar, però en el vol de tornada vaig pensar que estava influït per la proximitat de Las Vegas. La sobrecàrrec venia de la part de darrere de la cabina portant tovalloles fumejants. Mai havia vist tovalloles fumejant tant. Quan es va acostar, em vaig adonar que el vapor no sortia de les tovalloles. La font era una copa per a vi que balancejava en una safata. "Què hi ha a la copa?", Vaig preguntar. "Gel sec", va contestar. "És per dramatitzar?". Em va dir: "Sí".

Així és que vaig tractar d'imaginar el significat de tot això i on s'havia pres la decisió. En el consell de direcció? En una agència de publicitat o potser en el vol? Em vaig preguntar respecte a qui es beneficiava d'això. Podria ser que si la copa fumejava tant, la gent la recordaria i la següent vegada que volessin voldrien anar amb una aerolínia que té tovalloles fumejants? Perquè si van posar atenció a les tovalloles calentes, també la posarien en el fet de si l'avió anava a aterrar o no. ¿I què va passar amb l'home que en l'últim passadís es va posar una tovallola fumejant a la cara gelada i immediatament va pensar que li havia donat una embòlia? No exactament per què aquesta modesta mala representació em va molestar, però ho va fer. Les mentides erosionen l'habilitat d'actuar. És un instrument del poder.

Un ha de començar amb la suposició que dir la veritat és important per a la supervivència humana, però en aquest moment de relativisme i virtualitat no estic segur de quants estarien d'acord en què és la veritat o què important és en la nostra vida privada i professional. Però hem de començar en algun lloc. La qüestió es converteix en professional perquè com dissenyadors o comunicadors (la descripció preferida actualment) estem constantment informant al públic, transmetent informació i influït en les creences i valors dels altres. ¿Dir la veritat ha de ser un requisit fonamental d'aquest paper? Existeix una diferència entre dir la veritat a la seva dona o família i dir la veritat al públic en general?

Quina és la diferència? Tampoc podem passar per alt el poder persuasiu de la publicitat, l'activitat que impulsa la nostra economia i fa més de formar la nostra idea de veritat en la comunicació que qualsevol altra cosa.

Fa dos anys, mentre il·lustrava **el Purgatori de Dante**, em vaig interessar en el Camí a l'Infern i vaig dissenyar un petit qüestionari per veure fins on arribava la meua voluntat de mentir. Així que aquí estan els 12 passos en el Camí a l'Infern. Personalment he pres el número 10:

1. Dissenyar un paquet perquè sembli més gran al prestatge.
2. Fer un anunci d'una pel·lícula lenta i avorrida i que sembli una comèdia lleugera.
3. Dissenyar una cresta per una vinya nou suggerint que ha estat en el negoci durant molt de temps.
4. Dissenyar una portada per un llibre el contingut sexual trobes repugnant.
5. Dissenyar una medalla usant acer del World Trade Center per vendre-la com un record lucratiu l'11 de Setembre.
6. Dissenyar una campanya de publicitat per a una companyia amb una trajectòria coneguda de discriminació de minories.
7. Dissenyar un paquet per a nens el contingut saps que és de baixa nutrició i alt contingut de sucre.
8. Dissenyar una línia de samarretes per a una fàbrica que se serveix de treball infantil.
9. Dissenyar una promoció per a un producte dietètic que saps que no funciona.
10. Dissenyar un anunci per a un candidat polític les polítiques creus que van a ser perjudicials per al públic en general.
11. Dissenyar un fullet per a un SUV (vehicle esportiu utilitari) que es dona la volta en

condicions d'emergència i conegut per haver matat a 150 persones.

12. Dissenyar un anunci per a un producte l'ús freqüent mata a l'usuari.

Des de fer un paquet que sembla una miqueta més gran fins a la mort d'algú. L'interessant és el fàcil que és passar d'etapa en etapa fins que arribes a l'últim pecat humà. Però per què en vaig parlar? Aquesta discussió ha estat des del principi de la història. Alguna cosa es va acudir l'altra nit: imagini que el carnisser va de compres un dia i abans de fer la seva primera compra té una visió amb la cara del conill. Pensa el adorable que era el conill, encara que una mica latoso, i en aquest moment decideix comprar una lliura de col en lloc d'una lliura de claus.

“Això és el que he après”

(“This is what I have learned”)

Voice Conference

American Institute of Graphic Arts

23 març 2002

Washington DC

Fonts

Podeu trobar el text original a:

<https://www.miltonglaser.com/files/Essays-10things-8400.pdf>

SOSTENIBLES

ASSOCIACIÓ PER A LA DIFUSIÓ
DEL DISSENY SOSTENIBLE

www.sostenibles.cat