

El diseño gráfico en su techo de calidad

Por Raúl Belluccia

Una reflexión sobre la existencia de ejemplos de alta calidad en todo tipo de mensaje diseñado, y la dificultad de superarlos.

Ya se han diseñado mensajes de todo tipo

Los diseñadores gráficos son, y han sido, convocados por comitentes de toda clase y tamaño para que les diseñen una cantidad vastísima y muy variada de mensajes. Hacer la lista completa de los casos de diseño gráfico realizados hasta el presente sería una tarea gigante (e inútil).

Pero, aunque el número de mensajes diseñados es enorme, puede hacerse una clasificación en grandes grupos según sea su soporte o tipo de pieza (afiche, página web, revista, libro, señal vial, folleto, logotipo, tarjeta personal, planilla, mapas, envases, etc.).

Y dentro de esas grandes divisiones es posible identificar subtipos o subgrupos bastante estables y conocidos por su contenido, estilo o finalidad entre otras características: libro infantil, libro de arte, enciclopedia; afiche de denuncia social, afiche de cine, afiche de propaganda electoral; envase de productos tóxicos, envase de golosinas, envase de perfumes; página web de empresa industrial, página web de periódicos; folleto institucional de empresa, folleto promocional de producto, folleto de educación pública, etc. etc. etc.

Después de sus más de cien años de historia, el diseño gráfico ha sido requerido para participar en la programación y definición formal de todos los tipos de mensajes sociales que lo han necesitado para mejorar su rendimiento (el rendimiento de los mensajes). Debe aclararse que no todos los mensajes que circulan socialmente requieren de la intervención de los diseñadores, pero esto es harina de otro costal.

Es decir que hoy en día no se puede encontrar un pedido o encargo de diseño totalmente novedoso, que no tenga antecedentes similares diseñados con anterioridad; ya nadie diseña por primera vez un tipo o clase de mensaje.

Basta detenerse a pensar en la experiencia laboral de todo diseñador que uno conozca personalmente o por referencias, para advertir que cada trabajo que realiza se integra a una lista preexistente. Y así se diseña «otro» afiche político, «otra» planilla o formulario burocrático, «otro» horario de vuelos, «otro» sistema de señalización urbana, «otro».....

Y cada lista es extensa, son largas series dentro de las cuales siempre es posible encontrar ejemplos de calidad variada, desde los malos hasta los del más alto nivel gráfico.

Dentro de cada tipo hay diseño de alta calidad

El diseño gráfico ha producido y sigue produciendo ejemplos de buena calidad en cada tipo de trabajo. Existen los muy buenos libros de cuentos, los muy buenos envases de leche, las muy buenas etiquetas de licores, las muy buenas tarjetas personales, los muy buenos logotipos, los muy buenos..... lo que sea.

Es lo que pasa en tantas otras actividades. En el cine se pueden ver buenas, regulares y malas películas documentales, policiales, de terror, de ciencia ficción, históricas, musicales, de amor, etc. Difícilmente un director que proyecte hacer una película sobre la mafia italiana en Estados Unidos no sea capaz de reconocer, de entre todas las anteriores, cuáles son las mediocres, las buenas, las muy buenas y las pésimas. (Y salvo que esté loco o que sea contratado para hacer un bodrio a propósito, querrá que la suya integre el club de las mejores).

También dentro del diseño gráfico podría hacerse, para cada tipo de mensajes, una selección de los mejores, un conjunto de modelos del mayor nivel dentro de cada categoría.

En pequeña escala es lo que hace cada diseñador serio cuando le encargan un trabajo: busca la mayor cantidad de antecedentes similares, y de entre ellos reconoce y selecciona los mejores ejemplos, y los estudia y analiza para emular sus prestaciones, su calidad, su ajuste, y busca que su diseño sea tan bueno o mejor aún, que los mejores.

Si a un diseñador le piden una nueva marca de automóviles querrá hacer una tan excelente como la de BMW, la de Mitsubishi o la de Mercedes Benz. Y seguramente ese diseñador no pretenderá que su marca le salga tan floja y con tantas falencias como la de Fiat o la de Seat.

El diseño gráfico en su techo de calidad

Da toda la impresión de que ya resulta muy difícil que una nueva marca, un nuevo folleto, un nuevo manual de instrucciones, un nuevo plano turístico, una nueva revista logre sacarle notoria ventaja a los buenos ejemplos que ya se han diseñado.

Es en este sentido que puede afirmarse que, gracias a una minoría (numerosa pero minoría al fin) de excelentes diseñadores, el diseño gráfico ha encontrado su techo.

Un techo que no es rígido ni absoluto, pero cuya elevación es paulatina. El diseño gráfico de calidad ya no crece a los saltos, crece a pasitos.

Para cada clase de mensaje se encuentran diseños de excelencia o de alta calidad que resultan muy difíciles de superar, y cuando se los supera es por mínimas diferencias.

Hoy se puede diseñar un diario de mayor calidad gráfica que todos los anteriores, pero será apenas mejor que los mejores existentes. No queda espacio para avances sorprendentes en el diseño gráfico de alto nivel.

Por lo dicho, todo diseñador gráfico que pretenda que sus trabajos se inserten dentro de los de mayor calidad se verá sometido a una fortísima exigencia, a desafíos más peliagudos, a un

entrenamiento más severo, a una dedicación más seria.

Producir diseño excelente, habiendo tanto bueno con el que compararse, resulta cada vez más difícil.

Publicado el 26/05/2008



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/el-diseno-grafico-en-su-techo-de-calidad>

