

Diseñar en tiempo de crisis

Por Pablo Guzmán Paredes

Ecuador vive una fuerte recesión económica. ¿Qué postura debemos adoptar los diseñadores ante la adversidad?

Aceptar que Ecuador se encuentra en recesión y que está a las puertas de una de las crisis económicas más grandes de su historia, es el primer paso para afrontar la situación actual. ¿Cuál es la postura que los profesionales del diseño debemos adoptar ante este fenómeno? Después de los años de bonanza petrolera no hubo una clara política de fortalecimiento de actividades como el diseño, fundamental eje para un cambio de matriz productiva. No hubo preocupación de la industria de introducir productos diseñados por ecuatorianos en su producción, y de parte de los diseñadores tampoco hubo la suficiente preocupación para apuntalar al diseño como una de las profesiones que pueden sacar adelante a la industria de un país.

No vamos a llorar sobre la leche derramada, Ecuador ahora vive momentos duros pero toda crisis genera oportunidades. El terremoto del pasado 16 de abril abre las puertas para que los diseñadores mostremos al mundo la capacidad que tenemos de generar nuevos productos útiles en tiempos de crisis por desastres naturales, como por ejemplo vivienda emergente, letrinas portátiles, sistemas de distribución de agua potable, entre otras ideas que, a partir de estudiar las necesidades de las poblaciones afectadas, podríamos proponer a las autoridades.

Independientemente del terremoto mencionado, Ecuador vive una fuerte recesión económica y el sector del comercio es una de las áreas más afectadas. En los escaparates de los grandes centros comerciales se ven promociones, descuentos y otras estrategias para atraer clientes. ¿No es acaso momento propicio para realizar una inversión y generar campañas creativas en las que los diseñadores gráficos intervengan con su contingente creativo? ¿No es lógico pensar que en este contexto la inversión en mercadeo y publicidad pueden mejorar las ventas? ¿Tiene sentido suspender todo flujo de dinero hacia estos rubros? Lamentablemente muchos empresarios y comerciantes consideran un gasto infructuoso a la inversión en su imagen, sin saber que puede llegar a ser su principal vendedor.

Otro aspecto fundamental de la situación actual es que la industria no se ha preocupado por producir diseño hecho en Ecuador. Si bien es cierto que existe un importante avance en la industria textil, lo cual favorece al diseño de modas, otro tipo de industriales no han vuelto su mirada a los diseñadores ecuatorianos. Son contados los casos de diseñadores que realizan trabajos para industrias del país mientras que otras, en su gran mayoría, básicamente copian productos del extranjero. En eso tiene mucho de culpa la academia, pues desde las universidades no se han preocupado por auspiciar investigación en diseño, no tenemos un estudio de ergonomía de la población ecuatoriana, se suele trabajar con estudios colombianos por tener un fenotipo parecido. Si alguien hubiera realizado dicho estudio, no se

ha preocupado por divulgarlo adecuadamente.

¿Qué debemos hacer los diseñadores para evitar que la crisis nos arrastre? Pues debemos tener una estrategia clara, trabajar en conjunto. Un gran paso se dio en el marco del festival Cromía 2015 con la presentación de la Cámara de Diseñadores, organismo que pretende agrupar al gremio y trabajar en su beneficio. Debemos esperar a que dicho trabajo rinda frutos, seguramente así será, siempre y cuando los mismos profesionales aporten y ayuden a fortalecer la cámara.

Debemos establecer reglas de juego claras. Mucho se habla de no regalar nuestro trabajo, y eso es fundamental. Esta es una tarea que la cámara debe asumir para delinear la cancha y que todos juguemos limpio. Con el soporte de un organismo que aglutine a los diseñadores podemos sentarnos a discutir políticas que beneficien en conjunto al estado, diseñadores e industriales. Algo se ha avanzado en este tema pero hay que insistir en que después de los grandes ingresos económicos que tuvo el país, este tema debería haberse cerrado para que la inversión que realice el estado y los industriales sea bien canalizada en torno al diseño.

Independientemente de lo que pueda obtener nuestra recién creada cámara, la labor individual ante la crisis es enorme. Cada diseñador ecuatoriano, desde su trinchera, debe generar en el público la convicción de que el diseño es una herramienta de ayuda en muchos aspectos, debemos vender nuestra profesión, hacerla reconocida, debemos explicar su importancia para el desarrollo de nuestro país. De las crisis se sale poniendo el hombro todos, buscando oportunidades. El petróleo dejará de ser nuestra principal fuente de ingresos y ahí el diseño tiene mucho por explotar en conjunto con la industria: nuevos productos no tradicionales, nuevas marcas, nuevos empaques, nuevas estrategias de mercadeo. En suma, tenemos mucho por hacer.

Publicado el 09/11/2016



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/disenar-en-tiempo-de-crisis>

