

El «diseñing»

Por Silvia Sánchez Benítez

Sobre el caos del diseño y la falta de organización y regularización en todos los aspectos de la materia.

■ Caos: lugar donde todo cae en todas direcciones. Ovidio

Cuando estudié diseño, a propósito, lo estudié en una escuela privada, porque en mi ciudad sólo es posible estudiarlo oficialmente como una rama de la especialidad de Bellas Artes (pero, el diseño... ¿no dijimos que no era arte?),... en fin. Cuando yo estudié diseño, me dijeron que al idear un logo... un momento, logo no es correcto, ahora es marca gráfica creo, aunque a mí me dijeran que la «marca» era de aplicación a un producto, no a una empresa o una institución... Como decía, cuando yo estudié diseño, me dijeron que al idear un logo/marca gráfica era importante estudiar los colores, las formas, la composición, el peso, y que este estudio y su correlato aplicado a la gráfica, redundaría en la transmisión de unos significados más o menos perceptuales. Leyendo a [Raúl Belluccia](#), y siguiendo su planteamiento, parece cuestionable que las formas y los colores sean capaces por sí mismos de transferir estas cosas (en realidad a mí siempre me pareció excesivo). Pero, ¿entonces? ¿cómo se hace para diseñar un logo/marca gráfica?, ¿tendré que volver a hacer algún «cursillo»?; me ha dicho mi primo, que es «diseñador gráfico», que estudie como él, un curso on-line sobre diseño que hizo después de hacer magisterio y que le está rindiendo muchísimo.

Cuando yo estudié diseño, me dijeron que era importante saber realizar manuales de «imagen corporativa» —o es ¿identidad corporativa?; no, ¿identidad visual?, ¿manual de identidad gráfica?, bueno, que me lío—, y que en él debía trazar las especificaciones técnicas de mi logo/marca gráfica, así como su intencionalidad, después de haber estudiado la empresa o la institución, que por lo visto eso ahora se llama *briefing* o *brief*, ¿o *branding*?. Nada, nada, que me pierdo, la cuestión es que lo que yo quería era formarme como una buena creativa y trabajar cuanto antes. «Bueno, y cuando termine ¿a dónde puedo dirigirme?», pregunté. «¡Uf!, pues a editoriales, revistas, empresas de diseño, el mercado es muy amplio». «¡Estupendo!», pensé. Después de dar algunas vueltas por distintas empresas, al fin, una editorial especializada en revistas publicitarias se interesó por mí. Para llegar al último proceso de selección, tuve que demostrar que estaba en posesión de la Licenciatura de Bellas Artes, que tenía tres años de experiencia y llevar una muestra (o *book*) de mis trabajos. Les llevé mis logos/marcas gráficas, algún manual de identidad / imagen / gráfica / corporativa / visual, les expliqué la importancia en el desarrollo para estos trabajos, que había tenido para mí el estudio de la empresa / *briefing* / *branding*, e hice lo que pude para competir con algún Licenciado en Periodismo que sabía mucho de comunicación (y no lo cuestioné pero, ¿quiénes son los diseñadores?). Me dieron el puesto y, pronto, me vi haciendo

anuncios de «cambalache» como si metiera anchoas en una lata, con un sueldo que no llegaba a «mileurista», compartiendo mi dolor con mis compañeros del Departamento de Diseño, algunos se habían formado donde mi primo, mientras intentaba aprender a toda velocidad la última versión de FreeHand, que no conocía.

Ahora, en mi agraciada y divina independencia, estoy dada de alta como autónomo en... creo que es «diseño no industrial» y/o «técnico en artes gráficas», no recuerdo, pero no es diseño gráfico, eso lo sé. Algunos clientes me piden que les diseñe su web, otros un libro, otros un stand, un cartel, una *newsletter* (me piden en verdad un correo informativo), un libro electrónico, una presentación multimedia, una animación, una tarjeta de visita, algunos quieren que piense por ellos un nombre para su nueva empresa (*naming*). Abrumada, mientras pienso cómo atender a tan amplio y diferente abanico de disciplinas, actualizo el manejo de los nuevos programas de diseño e intento establecer cómo llamar a las cosas que les digo a mis clientes que son importantes para alcanzar unos óptimos resultados. Me pregunto si alguna vez lograré abrazar del todo esta materia tan reciente y que camina tan rápido, este *diseñing*. Y no sé, la verdad, porque mientras mi último cliente me dice que el diseño de su logo/marca gráfica, del que he realizado muchos estudios, le gusta porque le parece «bonito»; hay otro que leí, que me dijo que «el medio es el masaje» y eso ya... de verdad, que me ha dejado totalmente descolocada.

¿Qué formación debe tener un diseñador?, ¿cuál es su perfil?, ¿qué disciplinas debe manejar? ¿Somos responsables de normalizar los criterios y denominaciones? ¿Cómo podemos pedirle a los demás que nos valoren como profesionales si nuestra profesión no está definida ni realmente reglada? ¿Es lícito que una empresa contrate a un intruso?, ¿quién genera este intrusismo?... Creo que todas y todos los que tenemos algo que ver en esta materia deberíamos trabajar para ordenar estos temas (nosotros, que nos dedicamos a «ordenar» en cierto modo a los demás), en beneficio de nuestra propia profesión.

Publicado el 21/08/2009



ISSN 1851-5606
<https://foroalfa.org/articulos/el-disening>

