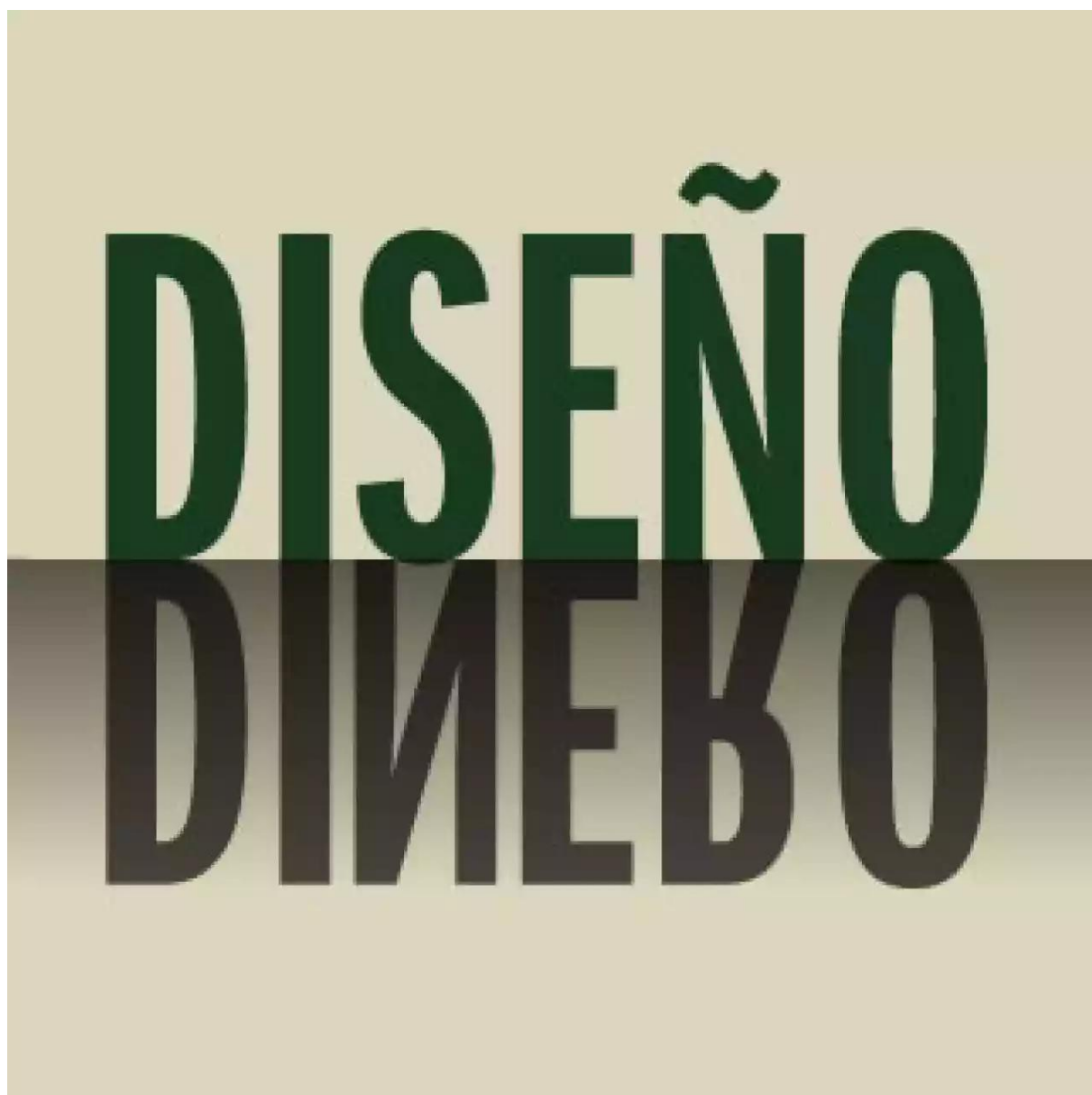


El lucro distorsiona el buen diseño

Por Santiago Williams

La necesidad de ganar dinero provoca un deterioro de las bases del verdadero diseño y se producen piezas sin aportes significativos.



Los problemas económicos de la sociedad actual, el desinterés propio de las agencias de diseño y publicidad, la falta de aprendizaje de los valores esenciales del diseño; el avance de la tecnología, son algunas de las razones por las que se están olvidando las bases del oficio y

solo el interés común radica en el dinero.

El objetivo de esta nota es analizar los factores que hacen que las agencias de diseño y publicidad se olviden de las bases de la profesión a la hora de concebir un trabajo, a éstas solo parece importarles cobrar los trabajos, sin preocuparles las necesidades del cliente y el resultado posterior de dichos trabajos.

Se ven muy a menudo propuestas gráficas sin sentido, adornadas con modas de diseño, que no aportan significativamente una solución para el problema de comunicación que pudo haber sido planteado por el cliente.

Las bases de diseño

Para poder desarrollar correctamente el tema, me parece relevante dar a conocer los aspectos esenciales y básicos sobre el diseño, estos aspectos deben o «deberían» ser fundamentales a la hora de concebir un trabajo, para no solo lograr el éxito del mismo, sino también del cliente.

Mi definición del termino diseño: «Es una actividad humana, que tiene el fin de encontrar una solución creativa a una necesidad de comunicación.»

Solución creativa, se refiere a la búsqueda original y funcional de una idea surgida a partir una necesidad de comunicación (dada por el cliente). Para dar un ejemplo, en una campaña publicitaria, como la última de Ford Ka, el concepto a comunicar fue «un auto con más capacidad», para ello, pusieron unos monstruitos que se comen a la gente, y que atacan estos autos (porque en ellos entra más gente); es indiscutible que la idea es muy original, pero, ¿funcionó?, el mensaje se tornó en cierto punto no muy comprensible, por lo cual es de suponer que el éxito de la campaña no fue tan significativo para la empresa.

Para la creación de una idea creativa, no basta con la originalidad, sino que la idea debe funcionar, o sea debe ser comprendida por el público al cual fue dirigida y debe cumplir con el objetivo principal de la campaña (vender), no basta con impactar. Hay muchas campañas bonitas, pero son muy pocas las que logran un cambio positivo en las ventas del cliente.

Lo antes mencionado deja en claro que la creatividad no es solo una solución original, sino que debe adaptarse a la función de la pieza de comunicación, al público dirigido, y debe cumplir con el objetivo planteado por el cliente.

El diseñador gráfico tiene la posibilidad no solo de ayudar a la empresa que lo contrata, sino que también puede realizar aportes al diseño y también a la sociedad.

Los factores decisivos

A continuación nombraré los factores más importantes que hacen que algunas agencias y estudios dejen de lado las bases del diseño:

Factor 1: ¿Por qué estudiamos Diseño?

Esta pregunta nos lleva a un dilema vigente en todos los oficios, sin ir muy lejos sabemos de personas que quieren trabajar solo por cobrar un sueldo a fin de mes, entonces decimos que solo ha estudiado (o no) por lucro, para insertarse en un mercado que hoy en día es cada vez más grande, en este caso, esta persona deja de lado las bases del diseño, convirtiéndose prácticamente en un negociante que solo le interesa vender su producto, sin importar el uso que el cliente le de al mismo. En otras palabras, no le importa el resultado de su trabajo, ni el bien futuro de sus clientes. Estas personas se caracterizan por realizar diseños «robando», o apropiándose de propuestas similares; generalmente en sus trabajos se pueden ver soluciones gráficas dotadas con modas de diseño; son «soluciones rápidas», que se verán bonitas y actuales, pero no fueron pensadas en función a su propósito.

A pesar de esto, todavía hay personas que aman lo que hacen, y estudian la carrera de diseño no solo como una salida laboral, sino porque el diseño los hace sentir bien a sí mismos, preocupándose no solo por las necesidades del cliente, sino también por las de la sociedad. Amar el diseño no significa no cobrar un trabajo, sino hacerlo bien, está en la elección de cada diseñador presentar un trabajo adaptado a tendencias actuales, o presentar una propuesta original que altere positivamente los objetivos del cliente y hasta cierto punto aporte algo a la sociedad.

Factor 2: Problemas económicos

La crisis del país, y mundial, cada vez se torna más grave (para algunos), sobre todo para las agencias más chicas, y esta simple razón, que es la necesidad humana de llevar el pan a la mesa, nos hace trabajar pensando en dinero.

Es una triste realidad, de la que todos en algún momento somos partícipes, la idea es lograr que esta presión sea sustentada con el amor que le tenemos al diseño, y que a la hora de trabajar tengamos la cabeza bien abierta para crear soluciones creativas ayudando a nuestro querido cliente y no solo pensando en nosotros.

Factor 3: El día a día y las soluciones a corto plazo.

Otro factor relevante es el que denomino «día a día». Las exigencias de los clientes en relación al plazo de un trabajo a veces hacen que los diseñadores tengan que crear soluciones creativas en poco tiempo, lo que lleva a un trabajo inmaduro, sin muchas pruebas, lo que no asegura un buen resultado para el cliente.

En este caso considero que la culpa también es de el cliente, trabajar con un gran margen de tiempo considero que es la mejor opción, y cuando no se pueda, hay que saber hacérselo entender a nuestro cliente, o no tomar ese trabajo, por que nos hará quedar mal (claro que si es un cliente de muchos años, o una empresa importante, a veces es conveniente arriesgarse y bueno... no dormir por unos días).

Factor 4: El avance tecnológico y los software de computación.

Hoy en día ya es común tener computadoras en casi todos los hogares. Y cada vez es más fácil y accesible conseguir y saber utilizar programas informáticos.

Esto nos lleva a dos situaciones: por un lado, cada vez hay más personas (sin estudios)

capaces de realizar cualquier tipo de trabajo en computadora y la utilizan para «diseñar», con recursos brindados por el software, éstas son personas sin conocimientos sobre diseño, no crean soluciones creativas. Aunque parezca mentira, pueden generar trabajos que se confundan con los de un diseñador, pero la diferencia radica en que no estuvieron pensados creativamente.

Esos trabajos ensucian los trabajos creativos, y entorpecen el rumbo del diseño; y por otra parte, la otra situación que generó el avance tecnológico y de los software de computación es que para los diseñadores, el tener estas herramientas (por que no son más que esto) nos han facilitado el trabajo, nos han proporcionado rapidez, perfección, comunicación, y muchos aspectos positivos. Pero a su vez, esto hizo que algunos diseñadores dejen de lado procesos de diseño, como el bocetado, la planificación, la búsqueda de la creatividad; contentándose con resolver el problema de comunicación con estas herramientas; sin usar la más importante y la que no necesita ningún cable, la imaginación.

Factor 5: Los «que hacen de todo»

Antes que nada, cabe opinar que me parece bien que los diseñadores intenten emprender su trabajo por caminos propios, y a su vez no todos los «freelancers» van a actuar y desarrollar su labor de la misma manera. El punto radica en que, muchas veces, estas personas intentan formar su pequeño estudio individualmente, y a razón de esto toman todos los roles de la empresa, no solo el de diseñar sino también la parte administrativa, marketing, estrategia de negocios, planificación, búsqueda de clientes, etc.; la cuestión es que esto ocasiona una dispersión para en diseñador, y una mayor carga horaria (y a su vez menor cantidad de horas para el trabajo creativo).

Por lo cual creo conveniente trabajar en equipo, aliarse con personal capacitado para distintas áreas es el mejor camino para alcanzar el éxito, y obviamente el empeño que cada uno le brinde a su rol.

Conclusión

Principalmente, el diseño es un servicio que se brinda hacia un cliente, es por esta simple razón que el resultado de dicho trabajo es o debería ser responsabilidad del diseñador.

El campo se divide en dos grupos, el de los diseñadores a los que solo les interesa su negocio, y el de los que les interesa no solo el suyo, sino también el de sus clientes.

Los factores mencionados explican por qué se suelen dejar de lado las bases del diseño a lo largo de nuestro trabajo (muchas veces hasta de manera inconciente o no buscada). Me parece importante mencionar algunas actitudes para evadir estas situaciones y tenerlas en cuenta siempre:

- Capacitarse constantemente.
- Estar informado no solo en el campo de diseño y comunicación.
- Trabajar en equipo, con personas capacitadas para cada área de trabajo.

- Usar la tecnología como herramienta y no como medio.
- No dejar de lado procesos de diseño como la planificación y el bocetado.
- Innovar constantemente, no quedarse atados a métodos convencionales para solucionar problemas de comunicación.
- Hacer el trabajo con empeño y pasión (si no, no hacerlo).

Como futuro diseñador, cabe acotar que ya he sufrido de algunos de estos factores que nos hacen olvidar las bases del diseño. El motivo de este trabajo fue adquirir una visión de posibles errores futuros para estar mejor preparado a la hora de emprender mi propio estudio de diseño, ya que por suerte estoy en el grupo de las personas que aman lo que hacen, mas allá del dinero.

Publicado el 16/11/2010



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/el-lucro-distorsiona-el-buen-diseno>

