

El malestar de los concursos de diseño gráfico en México

Resumen

Este artículo habla sobre lo que representan los concursos de diseño gráfico en México y las consecuencias que conllevan a nivel escolar y profesional.

¹ Me refiero al diseño gráfico en particular, porque desconozco los concursos en las otras áreas del diseño (arquitectura, industrial, textil, planificación territorial, etcétera).

Los concursos de diseño¹ se han instalado en la profesión desde la etapa de formación hasta la praxis. ¿Por qué? Porque se los hemos permitido: los docentes en las universidades, los recién egresados, los profesionales independientes, las agencias de diseño...

Todavía no he logrado discernir qué es lo que aportan los concursos a la formación o al ejercicio de la profesión. Pero si veo evidente la intención de quién los convoca: no pagar lo que corresponde.

Cuando era estudiante recuerdo dos concursos en los que “tuvimos” que participar porque era un convenio que tenía la universidad con esos dos clientes. Negarse a hacerlo tenía un impacto directo sobre la calificación porque para invitarnos a participar, ambos proyectos se convertían en “entrega” y si no entregabas, no tenías calificación. Simple.

² Cuando Chaves describe al “profesional [que] responde a una estrategia de penetración en el mercado más elitista, apoyada en la acumulación de poder por el éxito y el prestigio. Son los ganadores de premios y animadores de las portadas de prensa, eternos entrevistados como grandes triunfadores.” (Chaves, 2002: 97) Creo que encontramos su origen en los concursos y esta etapa de la formación profesional.

En ese momento, la universidad nos vendió la idea de “la gran oportunidad” que eso significaba, primero porque al concurso sólo se había convocado a nuestra universidad y debíamos considerarlo como un privilegio. Segundo, porque si nuestro proyecto ganaba, lo íbamos a ver impreso y exhibido en la ciudad. (Ya desde aquí se empieza a alimentar el ego del diseñador²).

No puedo afirmar que en aquella época la universidad estuviera consciente de lo que significaba, y significa, para el diseñador participar en un concurso; Cassisi lo describe perfectamente:

que están dispuestos a trabajar indignamente (gratis), y que por lo tanto su trabajo, su tiempo y sus ideas, no han de valer demasiado (entregan todo eso a cambio de nada) (Cassisi, 2007)

Cabe agregar las cláusulas ventajosas en las que incurren los clientes en las convocatorias como “todo trabajo entregado pasa a formar parte de la empresa quien podrá utilizarlo en campañas futuras sin que el participante reciba un centavo.” Obviamente en un lenguaje mucho más sutil y engañoso.

Las consecuencias

Las consecuencias de los concursos no se resienten en la universidad sino en el ámbito profesional y no para un sólo diseñador, sino para todo el gremio. Los más afectados, sin embargo, son los diseñadores independientes quienes se enfrentan a un mercado devaluado profesionalmente, competido y mal pagado...

Y nos volvemos a preguntar ¿por qué? ¿Por qué los diseñadores no saben cuánto cobrar por su trabajo? ¿Por

qué algunos clientes demeritan al diseño diciendo: “mi sobrino que domina el Illustrator me lo puede hacer por la mitad de tu cotización”? ¿Por qué seguimos en el círculo vicioso de “Del tamaño del sapo es la pedrada”? Otra consecuencia, de doble filo, es que la institución educativa que fomenta la participación en los concursos está evidenciando su carencia pedagógica porque admite (implícitamente) que el diseño se puede hacer al vapor, que es un producto y no un proceso, que a partir de bases incongruentes, y sin ningún tipo de retroalimentación o aclaración de dudas, el alumno puede hacer una propuesta adecuada a cada problema de comunicación gráfica.

En otras palabras, está echando por la borda a todos los teóricos preocupados en darle integridad al diseño, Garone, Chaves, Álfaro, Costa, Tapia, Esqueda, Frascara, Rivera, por mencionar algunos de los hispanohablantes.

El otro filo es que el alumno que participa en los concursos no aprende a fundamentar su propuesta porque no la trabaja en equipo con el cliente, porque no realizó un proceso y, por lo tanto, “el diseño se vuelve en un fin en sí mismo, resultado de un dominio formal e instrumental.” (Calles, 2006)

Otros daños colaterales son la exigencia del cliente de tres a cinco propuestas “diferentes” del mismo proyecto para que se decida por la que más le gusta... Como si el diseño fuera “cuestión de gusto”. Lo peor es que hay diseñadores que así trabajan, y volvemos al origen de este escrito: si el diseñador está dispuesto a trabajar cinco veces por el precio de una, pues entonces su trabajo no ha de valer mucho.

Mi postura es enfática: erradiquemos los concursos. El primer lugar para hacerlo es en las universidades, terminemos de una vez con aceptar que los alumnos participen en los concursos. A nivel profesional puede ser más difícil eliminarlos puesto que hay diseñadores claramente convencidos en participar. Sólo en este caso recomendaría las “Diez ideas para los concursos de diseño” propuestas por Cassisi (2009).

El cambio

Afortunadamente ya empieza a hacerse conciencia respecto a este problema por lo que bastará con la participación y la solidaridad del gremio para lograr el cambio. Cuando el diseñador se considera un profesional, se comporta como tal; es decir, sabe vender y argumentar su trabajo, no permite que lo exploten y sabe decir “no” a clientes abusivos o concursos engañosos. Yo me pregunto por qué en los despachos de abogados o de contadores la frase “Toda consulta causa honorarios” es común y se convierte en realidad. Mientras que en el diseño, ni siquiera la consulta cuesta, mucho menos hacer unos cuantos “bocetos” y, de pasadita, la propuesta final.

Creo que todo se resume a que nos tomemos en serio como diseñadores y demos el profesionalismo, en hechos. Empezando con completar los trámites que nos acreditan como “profesionales”. En el caso de México, titularse y obtener la cédula profesional. Siguiendo por establecer una lista de precios analizados, reflexionados, congruentes y reales con el trabajo que ofrecemos. Respetando las fechas de entrega, los horarios de las citas, los compromisos adquiridos. O sea, ofrecer un servicio de calidad.

Bibliografía

Calles, Francisco

2006 "Notas incómodas sobre la enseñanza del diseño" en FOROALFA. Consultado el 7 de junio de 2010, http://foroalfa.org/es/articulo/44/Notas_incomodas_sobre_la_ensenanza_del_diseno

Cassisi, Luciano

2007 "Los porqués de los concursos" en FOROALFA. Consultado el 7 de junio de 2010, http://foroalfa.org/es/articulo/79/Los_porques_de_los_concursos

2009 "Diez ideas para los concursos de diseño" en FOROALFA. Consultado el 7 de junio de 2010, http://foroalfa.org/es/articulo/211/Diez_ideas_para_los_concursos_de_diseño

Chaves, Norberto

2002 *El oficio de diseñar. Propuestas a la conciencia crítica de los que comienzan*, Barcelona: Gustavo Gili.