

# Diseño gráfico y web para la posteridad

---

Por Leonardo Correa

Muchos clientes nos piden diseños «modernos». ¿Cuan sano es para la billetera del cliente, o para la nuestra, seguir las modas impuestas?

Hace un par de días, mientras acomodaba unos papeles viejos, encontré folletería publicitaria de dispositivos de la marca *Palm* (¿se acuerdan de eso?) y *notebooks*. Eran del año 1999; o sea, del siglo pasado. Me quedé sorprendido por lo vigente de su diseño, al punto de que a simple vista pensé que se trataba de un folleto reciente.

Vivimos en una sociedad pendiente de lo último en tendencias, modas y estilos, en la que todo es efímero y desechable. En un marco teórico, el verdadero diseño permanece al margen de ello, no está pendiente de manías superficiales ni mucho menos de modas que harán que el diseño se vea anticuado o desencajado dentro de un par de años. El buen diseño evita ir con la moda y aun así, nunca parece anticuado.

Pero la realidad dista mucho de ser lo ideal. Muchos clientes me piden que incorpore ciertas tendencias efectistas sobre los trabajos o que diseñe usando determinados estilos que están hoy de moda. Si bien yo cumplo en advertir o «formar» al cliente, a veces terminan exigiendo que su diseño tenga fecha de caducidad inminente. Al cabo de un tiempo estos mismos clientes me piden «modernizar» el diseño porque ya les ha quedado «viejo» o porque su sitio ya no es original! ¿Paradójico, cierto?

Lo bueno es que con el paso del tiempo el cliente entiende el sinsentido de pagar por un diseño web anual (lavado de cara) y termina optando por un diseño estudiado y desapegado de modas o tendencias y que dure muchos años. El buen diseño, debe por sobre todo comunicar y movilizar (entiéndase «llamar a la acción»), lo importante es el mensaje y el efecto, todo se reduce a eso. Lamentablemente a veces las modas atentan contra la originalidad, la creatividad y a veces también contra el buen gusto.

¿Puede el diseño ser moderno y con buen gusto? Claramente sí, prueba de ello quizá sea la forma de trabajo minimalista, que no es una tendencia o moda, sino más bien una forma de hacer las cosas. Todo se reduce a lo importante. Esa centralidad propone no utilizar ornamentos o detalles decorativos adicionales que son justamente los que a veces se imponen como «tendencia». ¿Significa esto que el diseño será tan austero que no transmitirá nada? En absoluto, el minimalismo tiene una belleza implícita natural porque lo simple es bello y funcional por naturaleza.

Los diseñadores están al unísono simplificando sus diseños. Esta nueva forma de trabajo fue recibida con los brazos abiertos. Se puede ver en los sitios web, en las aplicaciones para móviles, en las identidades nuevas, etc. Pero lo simple y lindo a veces es más complejo de

lograr. Aun falta para eliminar de nuestros patrones la tendencia a «cargar» de cosas los trabajos. ¿Qué es lo importante? La funcionalidad y el mensaje. La belleza tan buscada viene sola y trae incorporada la vigencia del buen diseño.

Publicado el 10/10/2013



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/disenio-grafico-y-web-para-la-posteridad>

