

Diseño para las masas

Por Manuel Carrillo Abogado

Solemos sentir que el campo de trabajo del diseñador está sobresaturado e infravalorado, pero quizás sólo sea necesario un ligero ajuste en nuestro enfoque, para percatarnos de que hay mucha más gente que necesita diseño de la que estamos acostumbrados a tomar en cuenta.

Es curioso que ésta frase, cuyo particular significado intentaré esclarecer, me ha perseguido por largo tiempo, desde mis días como estudiante de Diseño. Pero en estas últimas fechas parece abofetearme hacia cada sitio donde miro en busca de una definición práctica de lo que es «ser diseñador». Y es precisamente mi motivación para compartir mis reflexiones en torno a la misma, la fresca lectura del artículo «[La sonrisa de Don Gómez](#)», el cual, he de decir, que me hizo sonreír.

En un momento de ácida mordacidad esta mañana fantaseaba con definiciones cuyo único objetivo era arrancar una carcajada a mi socio (también diseñador gráfico y con quien llevo un buen rato debatiendo el verdadero significado de la susodicha fase).

—Diseñador: Véase «Dibujante»...— dije para captar la atención, y proseguí en un deliberado esfuerzo de simplificación de términos, derivado de mi experiencia con clientes que no saben, pero sobre todo con clientes que *creen saber* qué es lo que les cobramos cuando pasamos la factura.

—Dibujante: Véase «*Monero*»¹... *Monero*. Como el diseñador, pero sin aspiraciones sociales.

El terrible esnobismo de esta declaración provocó la carcajada deseada en mi colega. Pero curiosamente me provocó a mí un sentimiento de culpa: acababa de sonar como aquellos compañeros míos que, en nuestros años de estudiantes, soñaban únicamente con hacer diseño para las grandes corporaciones y desdeñaban enormemente el esfuerzo de algunos de nuestros profesores por hacernos comprender que Nike no necesita de un icono nuevo para posicionar su marca, ni jamás lograremos convencer a Coca-Cola de prescindir de su «ola Coca-Cola»...

Fue en esa época en que acuñé a modo de chascarrillo personal la frase «Diseño para las masas», a modo de contraposición con la visión de estos compañeros (la mayoría, creo yo) e inconscientemente me he esforzado por hacer de ella una filosofía de trabajo: YO diseño para el que QUIERA diseño. Dicha filosofía me ha llevado a situaciones interesantes, pues haciendo un recuento sobre mi desempeño profesional puedo ver claramente que he hecho bastante más diseño para pequeños *changarros*² que para las grandes empresas, aunque también he gozado de la oportunidad de trabajar en un par de ocasiones para tales «peces

gordos».

De forma inevitable, leer el artículo de Ricardo Acosta me ha hecho reflexionar nuevamente acerca del significado de «Diseño para las masas» y me ha hecho llegar a una conclusión personal: aunque mi ego puede sentirse enormemente reconfortado de ver mi trabajo reproducido en las marquesinas a lo largo y ancho de una cadena nacional de videoclubes o publicado al otro lado del Atlántico, quien me ha dado de comer todos estos años como diseñador han sido precisamente los *changarros*.

Me han alimentado como prestador de servicios, porque han sido los *changarros* los que constantemente me han proveído de trabajo. La mayoría de ellos pequeños, la mayoría de ellos simples; pero todos ellos constantes: cuando he trabajado para grandes empresas las facturas parecen enormes en cuanto a cantidad de ceros, pero la mayoría de ellas me contratan, si la cosa sale bien, una vez al año (yo creo que, para como dice la rima, «no haga daño»), en tanto esos clientes pequeños me llaman mes con mes para solicitarme material nuevo: un volante ahora, un folleto después; un cartel o un menú, un catálogo, una tarjeta navideña... Las masas consumen diseño.

Me han alimentado como profesional del diseño, porque es fácil decirle a un «pez gordo» que su página Web costará € 4,000 y, con ello, contratar a un programador de PHP, un desarrollador de Base de Datos y un animador en Flash para que entre todos, me quiten de encima el «engorro» de programar para Internet y yo me dedique a lo que es mi oficio: diseñar. En cambio, trabajar para un changarro que sólo me puede pagar por su *site* una décima parte de ese costo, exige que realmente me dedique a la esencia de mi oficio: «hallar» una solución a su problema. Me exige ponerme creativo para hallar una solución eficiente y económica, que cumpla con su función y logre su objetivo (en este ejemplo, poner a mi cliente en línea).

Y lo más importante: me han alimentado como ser humano. Cuando se trabaja para enormes empresas todo tiende a ser muy rígido, demasiado formal, «mucho muy protocolario». La persona con la que se trata normalmente no es la que toma las decisiones finales y todo tiene que tener este estricto carácter de seriedad. Sólo cuando se trabaja directamente con quien te paga el diseño tienes la oportunidad de ver «la sonrisa de Don Gómez» cuando le entregas lo que te ha pedido y normalmente esto sólo sucede cuando tu cliente es, precisamente, un «Don Gómez».

Nuestra función como diseñadores no es elegir quién puede disfrutar del diseño y quien no: nuestra función es proveer diseño a quien lo necesite. Una queja frecuente de los diseñadores «anti-masas» es que «nadie entiende lo que es el diseño» y, derivado de ello, es que les resulta muy difícil conseguir trabajo, conservar a sus clientes o llevar a buen término un proyecto. Si lo reflexionamos un poco descubriremos que en realidad el problema de la mayoría de los diseñadores es que lo que «nadie entiende» (ni en realidad están obligados a entender) son sus pretensiones personales.

Creo que los diseñadores, antes que ser diseñadores, antes de ser profesionistas, creativos, iconoclastas o cualquier otro extravagante título con que nos queramos auto-etiquetar, somos seres humanos, y el diseño debe ser un objeto que refleje humanidad y acerque a las personas unas a otras, haga más fácil la comprensión entre seres humanos y, por supuesto, arranque

sonrisas de quienes lo disfrutan y no, simplemente, «lo usan».

Aún hay más gente que no disfruta del diseño de los que sí. Eso es bastante trabajo para todos, a mi modo de ver, si somos capaces de acomodarnos en la idea de que «las masas» son las más ávidas y necesitadas de diseño en éste mundo.

Publicado el 18/03/2006

-
1. En México solemos utilizar esta expresión de modo peyorativo para referirnos a una persona que, teniendo o no estudios, preparación, experiencia y/o incluso talento para el dibujo, se dedica a una actividad que se basa en gran medida en el mismo (diseño gráfico, historieta, animación, etc.)
 2. Modo coloquial para referirse a un negocio pequeño y que incluso no siempre está formalmente constituido como empresa.



ISSN 1851-5606
<https://foroalfa.org/articulos/disenio-para-las-masas>

