

¿Es ético premiar con «promesas de fama» en un concurso de diseño?

Por Alejandro Arrojo

El abuso que algunas empresas ejercen jugando con las ilusiones y necesidades de los profesionales.

En estos días la empresa de cervezas Heineken está promocionando y convocando a artistas, diseñadores e ilustradores en su concurso «Heineken Future Bottle». Me llamó la atención que no se hablara del premio en ningún lado. Recurrí a las bases del concurso pero tampoco hacen referencia a la remuneración económica para los ganadores. Sólo se menciona que las obras ganadoras irán impresas en botellas que se editarán en forma limitada. Para despejar dudas me tomé el trabajo de contactar a Heineken por Facebook —donde se promociona el concurso con mucha fuerza— y acercarles mi inquietud. Efectivamente (como esperaba) su respuesta fue tajante:

«Hola Alejandro, no hay dinero para los ganadores. Solo la fama de ver su diseño en una botella de Heineken en miles de casas en todo el mundo. ¿No es este premio suficiente?».

Había hecho mi consulta en el muro de Heineken en Facebook, pero la respuesta me llegó en forma privada. Inmediatamente borraron mi consulta de su muro. ¿Por qué habrán hecho tal cosa? Tal vez mi cuestionamiento puso en evidencia que hay algo en ese concurso que no está del todo bien.

Estoy seguro de que una empresa multinacional como Heineken no necesita explotar (y me hago cargo del término) el talento de diseñadores y artistas con el cuentito de «no hay mejor premio que la fama». A mi entender esta gente ha pensado el concurso de la siguiente forma:

Hagamos una edición limitada de botellas para incrementar considerablemente nuestras ventas. Y aprovechando nuestro buen nombre y poder de convocatoria, pongamos a trabajar en el diseño de las etiquetas a muchos diseñadores, sin tener que pagarles nada.

Eso es un claro abuso, considerando que se trata de un producto con ingresos millonarios por ventas. Lo correcto sería que a los ganadores se les pague por su trabajo una suma mucho mayor a la que cobrarían si fuesen contratados directamente. Ese debería ser el espíritu y el incentivo para participar de un concurso.

Por supuesto que está en cada uno aceptar o no esta propuesta leonina, pero aún quien participe con la esperanza de ganar, debería aspirar a que su esfuerzo y profesionalismo sean bien pagos, como corresponde. Esta empresa debería enterarse de que los diseñadores y

artistas también tenemos una vida, necesitamos comer, pagar cuentas, etc., al igual que sus proveedores de materias primas, los fabricantes de botellas, las imprentas y todos los que intervienen en su cadena productiva. ¿Por qué a los únicos a quienes se les pide «trabajo a cambio de fama» es a los diseñadores? La respuesta es simple: porque saben que muchos están dispuestos a aceptarlo. No me imagino a Heineken pidiéndole a su imprenta que le produzca millones de etiquetas o folletos a cambio de «fama».

En este foro hay muchos artículos que hablan sobre el valor que nos damos como profesionales y sobre el lugar de respeto que nos merecemos. Aceptar y participar de este tipo de convocatorias no solo es denigrar a la profesión sino más que nada denigrarse a uno mismo como profesional, como individuo.

Entiendo que muchos no estarán de acuerdo con mi reflexión y que les parecerá que «la fama» es una buena paga. Pero quiero hacer hincapié en que esta actitud corresponde a una empresa a la que le sobran recursos para ofrecer una muy buena remuneración (o al menos digna) a los ganadores.

¿Y Usted qué opina? ¿Es ético premiar con «promesas de fama» en un concurso de diseño?

Publicado el 21/03/2012



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/es-etico-premiar-con-promesas-de-fama-en-un-concurso-de-diseno>

