

La mirada de los otros

By Sebastián Vivarelli

El rol del diseñador en la sociedad, según la mirada de otros profesionales.

¿Diseño que...? Esa era la pregunta que más escuché a principios de los años 90, cuando comentaba a mi entorno la idea de estudiar Diseño Gráfico. La profesión era considerada como una actividad «moderna» y «extraña» con un futuro laboral incierto. A la mayoría de las personas les resultaba difícil describir la función, el quehacer de un diseñador en la sociedad.

Más de 20 años después, y con el Diseño Web como ramificación establecida, entrevisté a diversos profesionales (con la condición de que representasen a distintas disciplinas y edades), buscando generar una especie de mapa que describa el lugar que ocupa hoy el Diseño en el imaginario colectivo. A estas características se sumó el hecho de que varios entrevistados son habitantes de mi ciudad natal, la que podría describirse como un «pueblo grande»; situación que agrega otra particularidad al informe, ya que, como bien cuenta Mariana Lombardo en el artículo «[Diseñar en los pueblos](#)», las pequeñas comunidades encierran una realidad muy diferente a la de las grandes urbes, donde el Diseño es una actividad cuya identidad está más definida.

El formato de entrevistas fue personal y vía mail, y constó de las siguientes preguntas:

1. ¿Qué hace un diseñador gráfico?
2. ¿Cuál es su aporte a la sociedad?

A continuación algunas de las respuestas (sólo se omite el apellido de los entrevistados). Evité reproducir, por una cuestión de extensión, testimonios similares entre sí.

- **Sergio, 36 años. Abogado**

- 1) Se encarga de mostrarnos, a través de palabras, símbolos, fotos o dibujos, algo que se quiere transmitir.
- 2) La mano de un diseñador puede hacer que lo que veríamos de una forma, se vea más lindo y con un cierto orden.

- **Zoilo, 30 años. Empleado en Comercio Exterior.**

- 1) Trabaja en el desarrollo de imágenes/formatos a partir de los requisitos de sus

clientes, estudiando el perfil de cada cliente, su imagen en el mercado y la sociedad, tratando de aportar una identidad, y de que ese producto/servicio tenga, a través de su diseño, una marca individual y de asociación con lo que se está ofreciendo.

2) El aporte está muy de la mano del marketing y el sistema de mercado. No le encuentro un aporte sustancial desde lo social. Puede ser un complemento a otras áreas, pero no un aporte profundo, más allá de la posibilidad de generar canales de expresión y creatividad.

- **Graciela, 47 años. Docente**

1) A través de las artes gráficas pretende transmitir algún mensaje.

2) En la actualidad la imagen es el recurso más rápido y eficaz para transmitir ideas, persuadir, comunicar mensajes con alto impacto de forma masiva, creo que el mayor aporte está dado en todo lo relacionado a la publicidad.

- **Paula, 34 años. Arquitecta de software**

1) Ordena el contenido (texto, imagen, color). Este orden expresa una idea a través de la forma, haciéndolo a veces deliberadamente atractivo.

2) Maneja un lenguaje permitiéndonos expresar -a través de su trabajo- ideas y entender esas expresiones de otras personas. Muchos podemos entender ese lenguaje pero no podemos hablarlo.

- **Oswaldo, 55 años. Artista plástico**

1) Proyecta y realiza producciones -impresas o virtuales-, genera marcas e identidades.

2) Es el nexo entre la empresa que ofrece el producto y el consumidor. Es quien decodifica y lleva a cabo la idea de inserción de la empresa en determinado grupo social, facilitando la comunicación entre empresas o medios de comunicación y la sociedad. En la actualidad cumple un rol fundamental ya que sin su aporte sería imposible la llegada a una sociedad cada vez más expandida y diversa.

- **Lucas, 26 años. Ingeniero industrial**

1) Se dedica a diseñar y crear formas y métodos de comunicación visual.

2) Genera información o formas de expresarla.

- **Sergio, 37 años. Periodista**

1) Encuentra la manera de expresar una idea, un concepto y plasmarlo gráficamente. El resultado de su trabajo puede tener múltiples formatos y de ahí la complejidad de la respuesta: un logo, una tipografía, un sitio web, la grilla de un diario, etc.

2) Colaborar con la comunicación. Un buen diseñador debería ayudar (y no entorpecer) a mejorar la comunicación y hasta a aportarle una cuota de arte.

- **Manuel, 32 años. Músico**

- 1) Trabaja con la emoción y el efecto visual, buscando traducir al campo de las imágenes, colores y letras, otras artes y actividades.
- 2) Brindar sus técnicas y conocimiento al resto de la sociedad.

- **María, 35 años. Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

- 1) Materializa en imágenes conceptos, ideas, historias. Transforma un texto en una imagen que resuma todo y sea entendible para todos. Es quien dibuja cómo ver y leer una información.
- 2) Sin ellos tendríamos un mundo lleno de párrafos y puntos apartes, sin estilos y sin formas de leer. El principal aporte es dar estilo y forma a algo complejo, plano y poco "amigable" para la gente común. Después está en sus mecenas (o llevado a la modernidad, quienes los contraten) el buen o el mal uso de los mensajes.

- **Guillermo, 45 años. Analista de sistemas**

- 1) Todos los dibujos y colores que aparecen en papeles, artefactos, pantallas.
- 2) Genera mucha contaminación visual. Oculta la naturaleza. Hermosea las cosas.

- **David, 27 años. Publicista**

- 1) Aplicar la doctrina técnica del diseño en la comunicación y lectura humana. Desde una señalización hasta un libro, un álbum musical o el menú de un bar.
- 2) Generar claridad en la comunicación mediante códigos comunes (colectivos) para su mayor entendimiento.

- **Silvio, 34 años. Gestor Cultural**

- 1) Opera con imágenes, manipulando información, conceptos. En cuanto a las imágenes me refiero tanto a los formatos convencionales, como al diseño de un cuerpo tipográfico. Todo es visual.
- 2) Más que aporte, prefiero hablar de relación con la sociedad. Y en ella es tanto lo que construye como lo que contribuye a la desinformación general. Los objetivos proselitistas, los nacionalismos y las masas, la comunicación, la armonía y la belleza, ha dado grandes ejemplos del diseño mundial. Sería impensable concebir las grandes corporaciones sin el diseño que las ha instalado y sostenido. De mediados del siglo XIX al reciente XXI, la cultura y la identidad de la historia del hombre se puede -en gran medida- reconocer por el desarrollo del diseño gráfico.

- **Milagros, 28 años. Psicóloga**

- 1) Se dedica a diseñar el modo en que se va a presentar un material visual, ya sea en formato papel o web. Cuenta con una gran cuota de creatividad para pensar distintas maneras de presentar dicho material.
- 2) Ofrece calidad y organización visual a lo que se vende, se publicita, se lee.

- **Ezequiel, 29 años. Técnico en Turismo**

- 1) Lo que hace es interpretar. Interpretar a aquella persona que lo contrata. Le da cara y cuerpo a una idea inicial o directamente instala una asociación entre marca y logo.
- 2) No puedo separar al diseño del consumo. No creo que el diseño tenga la obligación de aportar belleza, pero sí la de ser funcional a ese consumo. Todo lleva a esa asociación que normalmente acaba con la compra, o al menos con la tentativa. El diseño tiene la obligación de convencer, de agradar, cosa que obviamente, no siempre se logra. Yo me pregunto si es posible pensar al diseño lejos del consumo... o simplemente es esa su naturaleza.

- **Luciana, 34 años. Bióloga**

- 1) A través de su creatividad mejora una imagen.
- 2) Hace que todo se vea más lindo o más ingenioso.

- **Alicia, 33 años. Antropóloga**

- 1) Trabaja en la generación y organización de información. Codifica, ordena, interpreta y configura dicha información, a los fines de generar algún tipo de registro audiovisual que funcione como un mensaje inteligible y decodificable para otra persona. Razón por la cual no sólo reproduce mecánicamente una realidad externa, sino que de alguna manera la crea o recrea.
- 2) Parándonos en alguna de estas preguntas es posible precisar cuál puede ser su aporte a la sociedad: ¿qué tipo de información transmite el mensaje?, ¿para quién?, ¿cómo lo hace? y, fundamentalmente, ¿cuáles son los efectos posibles que puede generar ese mensaje en particular?

- **Carlota, 67 años. Bioquímica**

- 1) Su trabajo facilita la comprensión de un mensaje gráfico (desde un libro de texto hasta una señal vial).
- 2) Mejora la calidad de vida. Su trabajo gratifica visualmente, educa, optimiza el empleo del tiempo usado en la comprensión de un mensaje.

- **Gisela, 37 años. Licenciada en Artes**

- 1) Convierte en un entramado significativo, y por esto perceptible sensorialmente, ciertas ideas y conceptos que cada producto trata de comunicar. Conversión que realiza teniendo en cuenta diversos aspectos como el contexto comunicacional, el destinatario, el emisor, etc.
- 2) Trabaja en creaciones o interpretaciones de discursos. Aporta a la gestación de un imaginario colectivo, en el caso del diseñador en su dimensión icónica con mucha más relevancia. Por lo tanto cabe pensar una cierta responsabilidad sobre la que podría pesar cierta ética profesional, que sería conveniente que el profesional articule.

Conclusión

Si bien esta muestra representa a un universo reducido, se hacen visibles conceptos recurrentes. Sigue presente la concepción de la profesión ligada a la ilustración, al embellecimiento —cosmético, superficial— de mensajes y a la generación de polución visual. Todavía se la imagina como «hija» de la publicidad y el marketing —teniendo como fin principal la promoción del consumo—, lejos de un reconocimiento definitivo como disciplina independiente.

Como aporte positivo, se marca la capacidad del diseño de mejorar la calidad visual de los mensajes, y con ello de gran parte de la comunicación. Lo cual, teniendo en cuenta el saturado entorno comunicacional en el que vivimos, resulta un aporte no menor.

Quizás por ser una profesión relativamente joven, quizás por prejuicios instalados, todavía falta para que —a los ojos de los demás— nuestra profesión tenga una identidad clara. Quedará en nuestras manos —trabajo diario e interacción con otros profesionales mediante— seguir definiendo nuestro rol.

Published on 07/02/2012



ISSN 1851-5606
<https://foroalfa.org/articulos/la-mirada-de-los-otros>

