

Logotipos al paso

Por Erik Spiekermann

La oferta de diseño de identidad visual está cambiando. Parece que para algunos la cantidad importa más que la calidad.

Al fin hay un colega que destruye un mito: aquel que dice que diseñar logotipos y otras piezas gráficas es el comienzo de un proceso exhaustivo, en el que la empresa primero debe «encontrarse a sí misma», antes de —asistida y respaldada por consultores de *management*, de diseño, de estilo y de publicidad— alcanzar la cima del Diseño Corporativo: el logotipo.

Cito de un website: «Utilizamos hasta 5 diseñadores gráficos en su proyecto para obtener la mayor variedad de diseños posibles. Estamos ofreciendo en este momento el diseño de su nuevo logotipo, hecho por al menos 3 diferentes diseñadores gráficos, por sólo 199 euros». He aquí que: si un diseñador hace un mal logo, 5 diseñadores pueden hacer 5 logos malos. ¡Hoy en día a duras penas uno puede conseguir una comida decente por ese dinero! Pero hay más: «Esta es una oferta única, bien por debajo de los precios habituales del rubro de 500 o hasta 2000 euros» ¡Uau! ¿2000 euros? Se rumoreaba que a Weidemann le pagaron 200.000 de los antiguos marcos alemanes por su logo para DB en su momento.

«¿Y porqué tenemos precios tan bajos? Nuestros diseñadores trabajan desde su casa. Nuestros servicios se basan en comunicación vía medios electrónicos entre diseñador y cliente: e-mail, SMS, Chat, Internet. Y nuestros diseñadores trabajan en regiones económicamente bien ubicadas». Así estamos. Mientras están sentados en sus computadoras, chateando todo el día, puede ser que también se hagan unos cuantos logos en un costado de la pantalla. Y obviamente estas regiones están en el bloque del Este, donde el Euro es moneda fuerte, el software es de fácil apropiación y la propiedad intelectual vale tanto como el rublo ruso; pero donde una de cada dos personas es Gran Maestro de ajedrez y un as en programación.

Llamen ya, todos ustedes clientes que se quejan del alto costo del trabajo. Este es otro servicio, aparte de los Call Centers, que pueden delegar en gente que no tiene demasiado conocimiento del idioma alemán. Ahorrarán en dinero y agotadoras discusiones. Y si no les gustan los resultados, simplemente pueden ordenar otra media docena de logotipos. Eso va a mantener ocupados a 30 diseñadores gráficos y crear trabajo, aunque lejos. ¡Hay que pensar globalmente!

Publicado el 29/04/2006

Este artículo fue publicado previamente en la revista alemana *Form*.

FOROALFA

ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/logotipos-al-paso>

