



INFORME: DISEÑO EN CLM HOY

Diseñando el oficio de diseñador

Adela Cabañas Onsurbe

Diseñadora gráfica. Componente del equipo "El Gremio, diseño".

-Por favor... ¡dibújame un cordero!

Yo dibujaba. Sonrió amablemente, con indulgencia:

- ¿Ves?...No es un cordero; es un carnero. Tiene cuernos...

-[...] Entonces, impaciente, como tenía prisa por desmontar mi motor, garabateé este dibujo:

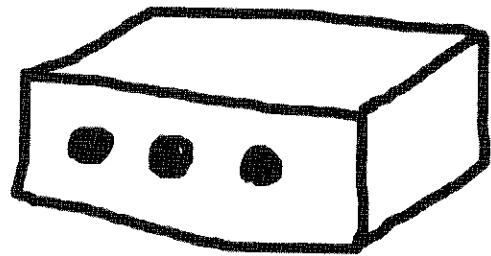
-Y le largué:

- Esta es la caja. El cordero que quieres está dentro.

- [...] ¡Es exactamente como lo quería!, ¿Crees que necesitará mucha hierba este cordero?

- ¿Por qué?

- Porque en mi casa todo es pequeño.



"El Pequeño Príncipe", Antoine de Saint-Exupéry

Ya pasaron los días (afortunadamente) en los que hablar de "diseño" resultaba desde exótico hasta frívolo y los días en que los profesionales (y aquí me refiero al profesional que se levanta todos los días para trabajar en esto y comer de esto), tenían que defenderlo a capa y espada desde muchos frentes... Por un lado intentar dignificarlo como profesión, y el afán de introducirlo como valor indispensable en el engranaje comercial, que toda sociedad que se precie de progresista y con vocación de desarrollo, precisa. Paralelamente ha sido una larga labor didáctica actuando de una manera refleja entre los profesionales del diseño y los empresarios, aprendiendo las fórmulas del trabajo entre unos y otros.

Sin embargo aunque el término diseño ya forma parte de nuestro lenguaje más cotidiano, como en aquellos días, siguen existiendo grandes lagunas sobre su teoría y función y esto dificulta el desarrollo de un proyecto, que para mas ironía, por tratarse de comunicación gráfica hay que poner en marcha todo un sistema de códigos,

signos, estilos, necesidades, etc., y en muchas ocasiones son difíciles de compartir entre los profesionales del diseño gráfico (asesores, diseñadores, técnicos en márketing), cliente (que en la mayoría de los casos son varias personas), los proveedores, etc., generando en muchos casos el típico desacuerdo entre cliente y diseñador, eterna pregunta ¿quién decide?... El cliente conoce sus necesidades, el diseñador gráfico siendo el *codificador* entre emisor y usuario tiene que dar soluciones a estas, y por ello, tiene que estar indispensablemente en constante formación.

Ahora ya se puede considerar que son mayoría los industriales, distribuidores, consumidores, etc., que diferencian un producto bien diseñado

de otro que no lo está, creándose así la necesidad y demanda de producir eficientemente pero también comunicándolo de forma conveniente.

En definitiva, muchos han sido los factores para crear una cultura del diseño, desde los profesionales de este, las propias instituciones con promociones al des-

COLEGIO DE ARQUITECTOS
CIUDAD REAL



1000
00
0
ICAM
INSTITUTO DE LA VIDA Y EL VINO
CASTILLA - LA MANCHA

NOMADAS
CORPORA DE VIAJES

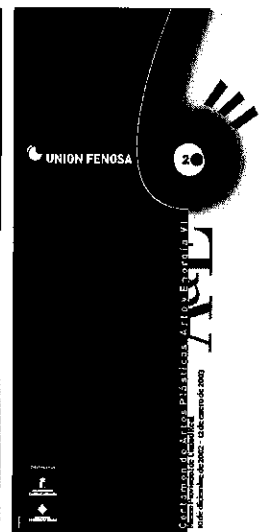
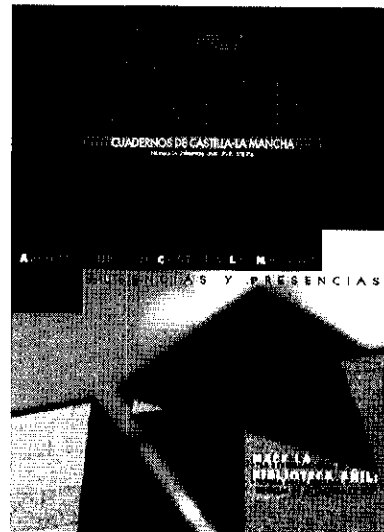
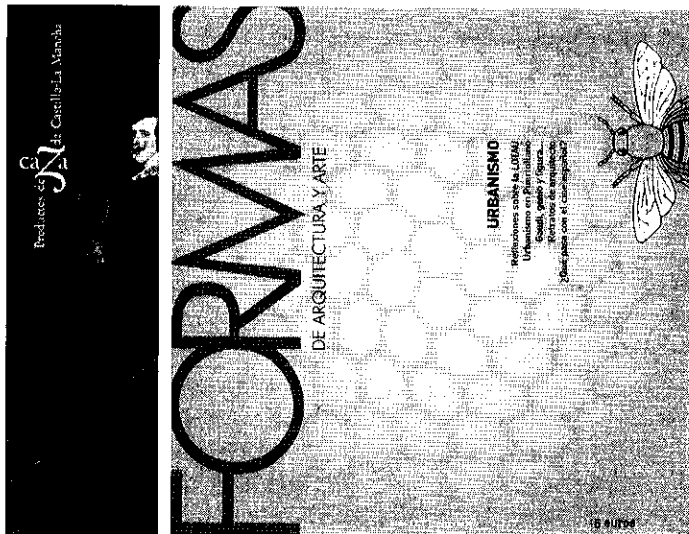
BODEGAS
NARANJO
FUNDADA EN 1984

ZOO FANTASMA

RESUMEN:

Además de las reflexiones institucionales y formativas, queríamos que en este Informe apareciera la versión de los propios diseñadores. Esto es lo que hace el presente trabajo. "El gremio, Diseño" nace como equipo de profesionales en 1993. Actualmente está formado por seis profesionales, que trabajan en las áreas de: identidad corporativa, comunicación de páginas web, diseño editorial, packaging, gráfica publicitaria, diseño de exposiciones y, a veces, proyectos de marketing y comunicación.

Centro de Estudios



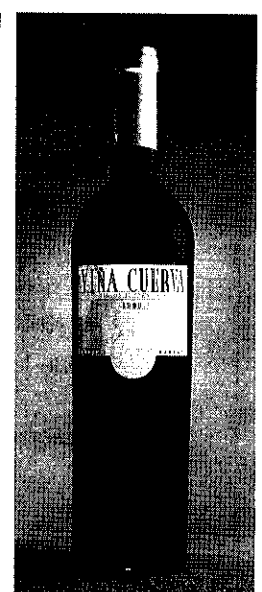
arrollo de las empresas, las nuevas tecnologías, etc. Ahora bien, si existe una cultura del diseño, como cualquier tipo de cultura o manifestación social, nunca se da de una manera homogénea, ni sincrónica por igual en todas las zonas, ni en todos los sectores.

Tampoco podemos hablar del diseño como hecho aislado -nace y convive en un medio industrial/empresarial.

Partiendo de este punto, por la propia idiosincrasia de nuestra región que indiscutiblemente ha experimentado en las últimas décadas una clara evolución, no fue precisamente de las regiones pioneras en demandar y ofertar diseño como valor añadido a la producción. Hace unos años era impensable, que desde la propia empresa se hicieran encargos como el diseño de un stand para difundir de una determinada manera sus productos, en una feria del sector (ferias o muestras que eran prácticamente inexistentes en nuestra región), y por supuesto la necesidad de la imagen del propio producto, y los menos que requerían de esta necesidad preferían en su mayoría buscar soluciones con profesionales de fuera.

Hoy por hoy, este panorama ha experimentado un sensible cambio, en nuestra región los demandantes de diseño además de las propias instituciones, son los sectores agroalimentario y servicios, especialmente en el terreno turístico y están por lo general bastante sensibilizados a la utilización de estrategias comerciales para situar sus productos en el mercado y en su mayoría apuestan sin temor ni prejuicios por los profesionales del diseño que trabajan en Castilla-La Mancha.

Ahora, al menos, la comunicación gráfica se comprende, aunque por su heterogeneidad no tanto en su nivel más teoricista, sí en su función y demanda, y es a partir de enton-



ces cuando verdaderamente algo se conoce y se necesita, cuando empiezan las preguntas y reflexiones, debiendo ser planteadas desde los usuarios, diseñadores y consumidores de diseño, y si no es de esta manera, habría que motivarlas. De aquí el planteamiento de la necesidad de un continuo debate sobre el tema.

Nos queda a todos un largo camino, que como en todo proyecto que se precie, y en este caso, en nuestro contexto, ya que hablamos de diseño o comunicación gráfica, es ejemplar, es una acción de retroalimentación y continuo aprendizaje. Necesario por su propio cambio y evolución natural de cualquier lenguaje o cultura viva. ■

