

Según el glosario de psiquiatría del doctor Arcángelo Lubrano, se entiende como trastorno de identidad aquella patología caracterizada “por un sentido caótico de sí mismo; pérdida del sentido de integridad personal, incluyendo un conflicto con el papel social del individuo. Es común en la adolescencia, cuando los adolescentes no desean o no son capaces de aceptar o adoptar roles que ellos creen la sociedad les impone...”

No se preocupe, apreciado lector, no se ha equivocado de publicación en su segunda edición (número uno para efectos consecutivos) y la idea tampoco es adentrarnos en los insondables terrenos de la psiquis humana, frontera infranqueable para alguien tan lego en el tema como quien escribe. Lo nuestro es el diseño y por esta razón hemos tomado prestada esta definición del profundo universo de la Psiquiatría para referirnos a recientes acontecimientos que en materia de identidad han conmocionado al diseño gráfico nacional. Desde luego, hablo sobre los últimos golpes que han dado algunos ilustres (unos menos que otros) creadores y que son la comidilla del mundo del diseño y la publicidad a través de las redes sociales.

La polémica y forzada sonrisa de Carulla; el avión que evocando el 11 de septiembre se incrusta en la D de Eldorado y la indescifrable geometría creativa de nuestra nueva marca país, hacen parte de este succulento menú de novedades gráficas que durante los últimos meses sorprendieron a la opinión pública y en particular a quienes conformamos la cada vez mas anárquica comunidad de diseñadores gráficos, dejando abiertas, entre muchas otras, las siguientes preguntas: ¿era necesario el cambio de imagen de Carulla, como en su momento sucedió con Cafam y Colsubsidio?; ¿fue producto de un plagio la ligadura tipográfica en el logotipo del supermercado?; ¿podría ganar un Simón Bolívar de caricatura el logo de Vladdo?; ¿no parecería poco serio andar cambiando de marca país cada cuatro años?; ¿Será que según BBDO es mas fácil posicionar 100 marcas país que una sola? (a lo mejor los siete mil millones de pesos que costó ayuden a lograrlo).

Estos y muchos otros interrogantes conmueven hoy los cimientos del diseño colombiano. Sin embargo, al margen de todos los comentarios que se han ventilado a través de los diferentes medios en cuanto a los defectos y virtudes (mas los primeros) de cada una de estas propuestas, lo cierto es que, para bien o para mal, nos hemos convertido en duros críticos del diseño y que hoy en día involucrarse en un proyecto que represente un impacto social medianamente notable, ha convertido al diseño en una profesión de alto riesgo. El escarnio al que muchas veces es sometido el diseñador, señalado de plagiaro, farsante o mediocre, hace que se pierda el verdadero sentido de la discusión en torno al resultado de su trabajo. Y creo que aquí, parafraseando al malogrado líder conservador, debemos volver sobre lo fundamental. Resulta frustrante ver cómo las críticas no se dan dentro de los argumentos propios del diseño (funcionalidad, efectividad, pertinencia, etc.) sino que en la gran mayoría de estos escenarios, la discusión se ha trivializado hasta el extremo de vulgarizarse, convirtiéndolo en un tema epidérmico que muestra una imagen superflua y alejada de lo que debe ser el diseño como profesión.

Parafraseando al doctor Lubrano, pareciera que el diseño gráfico nacional atravesara por un caótico momento en el cual, merced a nuestra aparente inmadurez como profesión no tuviésemos claro cuál es nuestro verdadero papel social, no solo por algunos resultados vistos en materia de identidad, sino porque tampoco logramos generar discusiones serias ni propiciar los espacios necesarios para debatir como gremio sobre nuestras aspiraciones y expectativas.

En esta edición de Prototipo hemos querido ser consecuentes con la importancia de tomar posición desde lo académico sobre estos temas, que hacen parte de nuestro ejercicio profesional, apelando a la altura, el respeto y el rigor propios de estas discusiones y por esto abrimos nuestras páginas a estos temas con el espíritu de convertir momentos coyunturales en oportunidades formativas que nos permitan generar pensamiento en torno al ejercicio del diseño.