

aga

asociación
de diseñadores gráficos
de asturias

**Sobre la
Convocatoria
de Concursos
Abiertos**

Asociación de Diseñadores Gráficos de Asturias

Concursos

Existen dos tipos de concursos: aquellos abiertos a cualquier persona interesada en participar, en los que no se remunera la participación y sólo se premia al ganador, y los concursos en los que se convoca a un número restringido de diseñadores y en los que se paga por participar, aparte del premio que obtenga la propuesta ganadora.

En Las asociaciones españolas de diseño gráfico (CPDG, AGA, ADCV, AAD, AEPD, Centro de Diseño Castilla-La Mancha, DIMAD, ADG-FAD) estamos en contra de los concursos de la primera modalidad por una serie de razones que expondremos a continuación. Por lo que se refiere a los segundos, creemos que para convocarlos es necesario tener en cuenta unas determinadas condiciones, que consideramos mínimas y también explicaremos. No aceptar participar en según que tipo de concursos y haciéndolo saber puede ayudar a cambiar las cosas.

En todo caso, queremos dejar claro que es responsabilidad de cada diseñador –estudiante, principiante o ya establecido como profesional– considerar si debe presentarse a un concursos, sean cuales sean las condiciones.

¿Por qué no deben hacerse concursos abiertos?

- En los concursos abiertos no acostumbra a haber contacto directo entre los convocantes y los participantes. Se publican unas bases y todo aquel que quiere participar se ajusta a unas condiciones técnicas sin más información. Esto, a menudo, puede llevar a malentendidos sobre la naturaleza del encargo o que no se pueda obtener información en detalle. Dado que no hay diálogo con los convocados y que habrá muchas soluciones a escoger, tendemos a creer que entre las soluciones presentadas al final “alguien dará en el clavo”.
- Generalmente, en un concurso abierto participarán más diseñadores que en un concurso restringido. Pero una mayor participación no garantiza más calidad. A menudo sucede lo contrario: no participan muchos diseñadores profesionales.
- Un concurso abierto significa que muchas veces el convocante no se plantea a fondo el problema a resolver, cuáles son los requerimientos exactos, y omite explicaciones sobre el entorno de la problemática.
- En muchas ocasiones, al acabar el proceso del concurso, el convocante hace una exposición de las propuestas o bien una publicación. Aunque generalmente se hace sólo con la intención de mostrar los diferentes procesos y, de paso, “promocionar el diseño”, está claro que, con más o menos buena voluntad, lo que únicamente se consigue es presentar al convocante como un mecenas, y no promover el diseño.

- Al ser una disciplina relativamente nueva, el diseño gráfico todavía es considerado una anomalía, una excepción. Para mucha gente el diseño es, todavía, una cosa relacionada con el ingenio, la ocurrencia o el buen gusto. Los concursos abiertos perpetúan la idea del diseño como una cosa meritoria, como si estas convocatorias fueran un concurso de talentos artísticos, en lugar de prestar atención al planteamiento del problema (que muy a menudo significa también empezar a resolver parte del problema) y el proceso.
- En un concurso abierto entre diseñadores se hace trabajar a mucha gente sin remuneración alguna para obtener una sola solución que se paga, cosa que no se hace con otras profesiones.
¿Por qué los diseñadores tenemos que trabajar sin remuneración? ¿Por qué no lo hacen los abogados, por ejemplo?
- Tampoco sirve de mucho pedir “solamente un cierto nivel de presentación” como por ejemplo esbozos o unas ideas básicas. Es precisamente esta parte del proceso la más difícil de resolver, y generalmente la más importante.
- Si bien es cierto que los concursos públicos podrían ser una buena oportunidad para que diseñadores jóvenes o no suficientemente conocidos pudieran llegar a realizar encargos importantes y visibles, esta fórmula no debería ser la única manera de acceder a este nivel. El mercado tiene que aprender a dar juego a los diseñadores noveles en su justa medida y no a través de muestras de mérito.

En todo caso, no nos engañemos, la finalidad última de los concursos no es dar oportunidades, sino obtener soluciones en donde elegir.

La alternativa a los concursos abiertos y no retribuidos son los concursos remunerados que, naturalmente, tienen que ser restringidos. En un concurso de este tipo no se hace trabajar a los diseñadores de forma gratuita, se les paga por sus propuestas, se lleven a cabo o no. Fácilmente estas propuestas, si son remuneradas, se elaborarán con más interés y no “probando a ver qué pasa” como puede pasar en un concurso abierto. También se da el caso en el que el convocante acostumbra a valorar más aquello que ha pagado, y esto se puede traducir en un juicio más atento. Sea como sea, es imprescindible que todo concurso sea regido por unas bases que fijen las reglas del juego, que ayuden a definir el proyecto por parte de la entidad convocante y que protejan al profesional de posibles irregularidades.

Condiciones para los concursos restringidos

- Definición de un objetivo: el proyecto específico o el objeto a diseñar (por ejemplo un cartel, una marca, un embalaje, etc.)
- Definición de una finalidad: qué uso se dará de la pieza creada por el diseñador (por ejemplo comunicar un evento, promocionar una marca, etc.)
- Requisitos: explicación de las características del proyecto, aplicaciones, condiciones técnicas, etc.
- Definición de los participantes: a quién se convoca (si es un concurso abierto sólo a estudiantes, un concurso restringido a un listado de profesionales, etc.)
- Composición del jurado: el participante tiene derecho a saber quién juzgará su trabajo, cuál es su profesión y con qué criterio se valorará. Desde ADG-FAD recomendamos que como mínimo la mitad de los miembros del jurado sean diseñadores gráficos en activo.

- Premios: debe concretarse el premio y si el hecho de ser premiado comporta alguna obligación (por ejemplo participar en actos públicos, etc.). También es conveniente especificar si el premio puede declararse desierto o no.
- Derechos de autor: el convocante debe establecer de forma clara las condiciones de la adquisición de los derechos de explotación.

Junta directiva de AGA

Texto elaborado por ADG-FAD

(Asociación de Diseñadores Gráficos y Directores de Arte)