
DE LA TELEVISIÓN: La necesidad del diseño

21/06/2019



CUBAVISIÓN

Si en Cuba hay una universidad del diseño de indudable prestigio internacional, si cada año se gradúan varios profesionales de esa disciplina, si hay tanto talento y tantas ganas de trabajar (la más reciente Bienal de Diseño fue un ejemplo), ¿por qué en la Televisión Cubana persisten tantos ejemplos de mal gusto, de casi nula profesionalidad, de deficiente factura en los spots y presentaciones de programas?

¿Dónde se traba el paraguas?

El Instituto Superior del Diseño ha formado a decenas de profesionales en la arista informacional, muchos de ellos demuestran habitualmente sus capacidades en campañas promocionales de empresas e instituciones de la ciencia, la sociedad civil y la cultura. La Televisión Cubana transmite en sus canales muchos de esos buenos spots... y los alterna con materiales que no cumplen con los estándares más elementales del diseño contemporáneo.

Viendo la programación de cambio con una perspectiva crítica, uno puede comprender sin gran esfuerzo la diferencia entre el profesional y el que no lo es: tal es desbalance en la calidad.

Tres ámbitos son los más débiles, tres ámbitos que por su importancia deberían ser priorizados: la propaganda, los mensajes de bien público y la promoción de las propuestas de los propios canales.

¿Por qué los aniversarios cerrados de figuras prominentes de nuestra historia, de acontecimientos importantes, suelen recrearse en spots tan mediocres, e incluso, decididamente malos? ¿Por qué no se piensan, no se diseñan, no se elaboran con tiempo y con calidad esas campañas?

¿Qué oda al mal gusto, al abigarramiento, a la falta de coherencia estética son muchos de los llamamientos a actos políticos y celebraciones patrióticas! Parecen hechos solo para cumplir, matando y salando.

De cuando en cuando salen a la luz buenas campañas, como la que ahora denuncia la Ley Helms Burton, asumidas como una prioridad nacional. Pero en el día a día hay más sombras que luces.

En los mensajes de bien público pasa más o menos lo mismo. Los que son encargados y producidos por algunas instituciones pueden tener una excelente factura... los que elabora y produce la Televisión suelen ser deficientes.

¿No pudiera contratar el ICRT a más diseñadores profesionales? Y si los precios que piden por su trabajo es alto, ¿por qué no aprovechar el servicio social de los recién graduados para crear un equipo de trabajo permanente?

¿Hay algún empeño comunicacional más relevante en Cuba que el del ICRT y su sistema público de televisión? El diseño, en la comunicación social, no es adjetivo. A todas luces la Televisión Cubana no aprovecha las potencialidades del diseño informacional en Cuba.

Es que ni siquiera se ha logrado consolidar una visualidad coherente del principal canal, el canal generalista, Cubavisión.

Lo hemos dicho más de una vez, la Televisión Cubana ejemplifica una triste circunstancia: puede llegar a cambiar para peor. El que lo dude, que lo compruebe apreciando las presentaciones de algunos programas: han sustituido diseños más que dignos por algunos francamente chapuceros.

Hasta el propio spot identificador del canal ha sufrido altibajos incomprensibles.

En los tiempos que vivimos la visualidad es esencial... y aunque el espectador no domine las reglas específicas del buen diseño, intuye cuando algo no luce bien.

La Televisión Cubana necesita de mejor diseño. Le urge.
