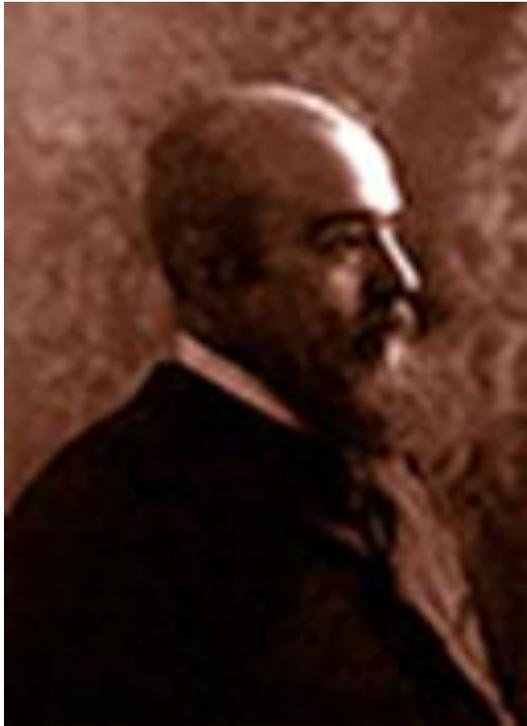


## **Ponencia: 80-20: el enunciado matemático para la creación.**

Jorge Martell  
Asociación Cubana de Comunicadores Sociales (ACCS)  
La Habana, Cuba  
Correo: [cirasant@cubarte.cult.cu](mailto:cirasant@cubarte.cult.cu) Teléfono: 7-870-5121



Vilfredo Pareto

### **Resumen**

El llamado “Principio de Pareto”, o la Regla 80-20, establecido por el economista y sociólogo italiano, Vilfredo Pareto, ha encontrado aplicación en múltiples esferas de la sociedad, avalado por la observación y la experiencia.

Una de las disciplinas en la que puede aplicarse es en el Diseño Informacional, en particular, en lo referente al proceso creativo, en el que la regla 80-20 se aproxima a la relación entre los tiempos dedicados a la conceptualización y la ejecución de los proyectos creativos.

Lo anterior se ilustra con el caso concreto de la campaña por la liberación de los 5 héroes cubanos “Obama... Give me five!” desarrollada por el autor y en la que se manifiesta el cumplimiento de la mencionada Regla 80-20.

### **Introducción**

Hace poco más de un siglo, el economista y sociólogo italiano, Vilfredo Pareto (1848-1923), observó que los ciudadanos en su sociedad se dividían entre “los pocos de mucho” y los muchos de poco”, estableciéndose así dos grupos de proporciones 80-20. El grupo de la “minoría”, que era el 20% de la población, ostentaba el 80% de “algo”, mientras que el grupo de la “mayoría”, que era el 80% de la población, ostentaba el 20% de ese algo. Por ejemplo, al estudiar la propiedad de la tierra en Italia, descubrió que el 20% de los propietarios poseían el 80% de las tierras, mientras que el restante 20% de la tierra, pertenecía al 80%

de la población restante. Tan certera fue esta observación, después de corroborarla en todos los aspectos de la vida, que desde su descubrimiento ha sido usada prácticamente en cada disciplina de la sociedad contemporánea, bajo el nombre de “Principio de Pareto”, o la Regla 80-20.

Vilfredo Pareto, siempre estuvo convencido de que la única manera de elaborar una sólida teoría económica, era construyendo un Modelo que tuviese en cuenta todas las interrelaciones que existen en el seno de cualquier economía. Para ello, era imprescindible usar las matemáticas, y así lo logró. Las cifras no son exactas y pueden variar, aunque son un excelente promedio obtenido por la observación y la experiencia. Su aplicación reside en la descripción de un fenómeno, y como tal, es aproximada y adaptable a cada caso en particular.

El presente trabajo trata de la vinculación de este principio con el Diseño Informacional, abordando dos de las situaciones donde se presenta más claramente. La primera se relaciona con las fuentes tipográficas pues posiblemente se utilice solo el 20% de todas las fuentes disponibles y de ese 20%, quizás otro 20% de estas fuentes, que son las primeras que tenemos en consideración, cuando nos enfrentamos a un nuevo proyecto.

El segundo y más importante, tanto, que es la razón de ser de nuestra profesión, corresponde a la obtención del CONCEPTO, o lo que es lo mismo, de LA IDEA, que se llega a ella también con ese 80-20 anteriormente mencionado. La experiencia demuestra que el 80% del tiempo dedicado a la “pura creación”, debe dedicársele “al trabajo de mesa”, a la búsqueda de la información de todo tipo, al “research”, y queda el 20% para su ejecución, que fluye sola, después de tener totalmente “atrapado” el CONCEPTO.

El autor pretende dar un grito de ALERTA, sobre el excesivo uso “decorativo” de las posibilidades de los softwares, trayendo como consecuencia muchas veces la ausencia absoluta del CONCEPTO o de LA IDEA. Este grito, va dirigido en especial a las nuevas generaciones de diseñadores y a las instituciones que los forman, sin hablar de las excepciones, que por serlas, no cuentan, hablando de la mayoría, que el autor conoce muy bien, por haber trabajado codo con codo con ellos, y por haberles impartido clases, viendo repetido este fenómeno en diferentes sociedades y en todos los niveles de la “producción creativa”.

Se presenta el caso concreto de la campaña por la liberación de los 5 héroes cubanos “Obama: Give me five” desarrollada por el autor y en la que se manifiesta el cumplimiento de la mencionada Regla 80-20. Al igual que una selección de diferentes piezas, donde lo más importante es EL CONCEPTO, como se espera de nuestra especialidad.

### **Usos más comunes del “Principio de Pareto”, o la Regla 80-20.**

Desde las situaciones más comunes y cotidianas, hasta las que puedan tener grandes repercusiones sociales, el “Principio de Pareto”, acaba por dictarnos siempre la pauta.

Al despertar para preparamos a enfrentar un nuevo día, la gran mayoría de los hombres y mujeres al vestirse, solo usa el 20% de la ropa colgada en su armario o closet, dejando el 80% sin tocar, quién sabe por cuánto tiempo. También estadísticamente podemos probar, que el 80% del contenido de las carteras y bolsas de la mujer común contemporánea, no es para uso inmediato, usando a diario solo el 20% del contenido total de la cartera, el otro 80% muchas veces su dueña, no sabe de qué está compuesto. Este primer ejemplo está muy ligado al Feng Shui, el arte-ciencia milenario chino usado, para mejorar la psicología del ambiente, donde ese 80% de energía acumulada, al no usarse, se convierte en una carga negativa en detrimento a la persona y al entorno donde esto se desarrolle.

Esta proporción, también es utilizada en logística empresarial, para la planificación del almacenamiento y distribución de todo tipo de productos. Por ejemplo, cuando un almacén tiene un inventario grande, para concentrar los esfuerzos de control en los artículos o mercancías más significativos, se suele utilizar el “Principio de Pareto”. Así, controlando el 20% de los productos almacenados puede controlarse aproximadamente el 80% del valor de los artículos del almacén.

Este enunciado es usado ampliamente en cuestiones relacionadas con los “controles de calidad”. El 20% de los defectos afectan el 80% de los procesos, logrando de esta manera aparentemente sencilla, detectar los elementos que producen los fallos así como la identificación de los problemas más relevantes que son responsables de la mayor cantidad de estos desordenes.

También en la ingeniería de softwares, donde este principio nos dice que el 80% de los fallos de un software es generado por un 20% del diseño base del mismo, mientras que el otro 80% de este diseño base, genera tan solo un 20% de los fallos. En la navegación de las redes informáticas, es bien conocida la Regla 80-20 de datos, porque calcula que el 80% del tráfico de una red, será destinado a dispositivos de otras redes y que solo el 20% restante irá a los dispositivos locales.

No podemos dejar de analizar el funcionamiento de este principio en el clásico negocio de los Seguros, donde es la base del beneficio económico de esta industria. En cualquier tipo de seguro, así sea de vida, salud, automovilístico, de casas y terrenos, de contingencias naturales, etcétera, después de pagar su póliza, usted está cubierto hasta el 80% y deberá pagar sus gastos, si los tuviera, por el 20% restante.

Existe una buena experiencia al aplicarse con éxito en la Política y la Economía; como cuando se describe una población típica, en la que aproximadamente el 20% ostenta el 80% del poder político y la abundancia económica, el otro 80% de la población, se reparte el 20% restante de la riqueza y tiene poca influencia política. Así sucede, en líneas generales, con el reparto de los bienes naturales y la riqueza mundial en los países capitalistas.

En infinidad de áreas de la vida moderna, el hombre va a enfrentarse a situaciones, donde esta proporción matemática del 80-20, va a tomar las riendas en todo tipo de decisiones, unas veces en contra y en otras a favor, de sus destinatarios. Quizás algunos de los lectores, a pesar de estar rodeados toda su vida por este enunciado, presten atención al mismo por primera vez y le den la importancia que tiene, al ver su ejecución en estos ejemplos que se les someten.

### **Uso del “Principio de Pareto”, o la “Regla 80-20” en la Creación Artística en general y en el Diseño Informacional en particular.**

Esta relación matemática es tan cotidiana, que podemos relacionarla con las Artes Visuales, y en específico en el Diseño Informacional, donde podemos mencionar dos de las situaciones donde más claramente se presenta.

La primera es muy curiosa, un Diseñador Gráfico con experiencia usa, solo el 20% de todas las fuentes tipográficas que tiene en sus archivos y de ese 20%, quizás otro 20% de estas fuentes, son las primeras que tiene en consideración, cuando se enfrenta a un nuevo proyecto.

El segundo y más importante, tanto, que es la razón de ser de la profesión, corresponde a la obtención del CONCEPTO, o lo que es lo mismo, de LA IDEA, que se llega a ella también con ese 80-20 del que hablábamos. La experiencia demuestra que el 80% del tiempo

dedicado a la “pura creación”, debe dedicársele “al trabajo de mesa”, a la búsqueda de la información de todo tipo, al “research”, y queda el 20% para su ejecución, que fluye sola, después de tener totalmente “atrapado” el CONCEPTO.

### El uso del “Principio de Pareto”, o la “Regla 80-20” en la Creación de la campaña internacional de Propaganda: Obama... Give me five!



El autor ha tomado de su obra, esta campaña como ejemplo, y enseña solo los carteles que la conformaron. La campaña cuenta además con innumerables piezas colaterales, que fueron enriqueciendo el total de la campaña hasta su final (un largo tiempo), pero todo sin perder la esencia de su CONCEPTO.

El tiempo del “trabajo de mesa” para esta campaña fue el 80% del tiempo total del proyecto inicial, buscando en la vida y en la historia norteamericana algo “lo más norteamericano posible”, y este tiempo empleado rindió sus frutos. Después de tener EL CONCEPTO o LA IDEA, se hicieron los bocetos finales y el shooting fotográfico definitivo, fluyendo todo rápida y perfectamente.

El éxito de la campaña se debió a ese 80% dedicado a buscar el CONCEPTO, pues en esta búsqueda de LA IDEA es cuando la práctica de “la creación” llega a su más alto pico. Tan exitosa fue que se convirtió en la campaña y en la imagen junto a su titular, más multiplicada de la historia de la Propaganda Política en nuestro país. Su penetración en los diferentes grupos de destinatarios y su presencia en las redes sociales y en el Internet, fueron de una masividad asombrosa. La campaña fue monitoreada día a día, obteniendo cifras insospechadas, incluso ya después de años de comenzada la campaña. Por ejemplo, una búsqueda en el explorador “Google Imágenes”, el sábado 29 de marzo de 2014, del texto: *Obama... Give me five!*, arrojó 385 Millones de resultados” y en “Google Titular”, 229 millones de resultados.

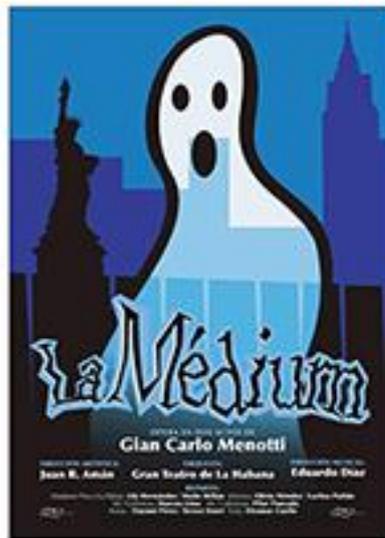
A esto se le suman los millares y millares de impresiones de cada cartel, de los post cards, de los flyers, T-Shirts, pins, botones, folders, anuncios en revistas y periódicos, en diferentes idiomas, como en las masivas ediciones en seis idiomas de *Granma Internacional*, más lo que nunca llegaremos a constatar, producto la estrategia de la campaña en los medios por el Comité Internacional de los Cinco, y por la iniciativa de millones de personas que fueron seducidas por esta causa tan justa, que hicieron lo posible para multiplicar el mensaje por sus medios.

## Conclusiones

Aparentemente, todos coincidimos teóricamente en que LA IDEA es lo más importante, pero realmente el resultado final actual dice lo contrario, porque las posibilidades de los softwares son tan amplias, que es fácil hacer una pieza bella, legible y hasta interesante formalmente, para un gusto común, sin que exista el más mínimo CONCEPTO detrás de ella, y una pieza con esas características no reúne las condiciones necesarias para que el destinatario reciba y consuma, el producto, el servicio o la idea, que se le ha enviado.

Basta hacer una búsqueda elemental en los medios masivos de comunicación, anuncios, campañas, spots, para darnos cuenta que lo que prima es “lo decorativo”, olvidando que *“por lo que se paga en nuestra profesión... es por la IDEA”*.

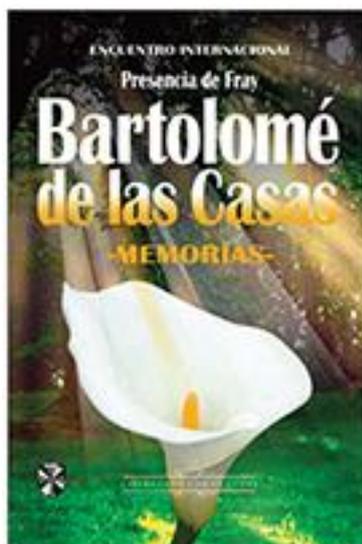
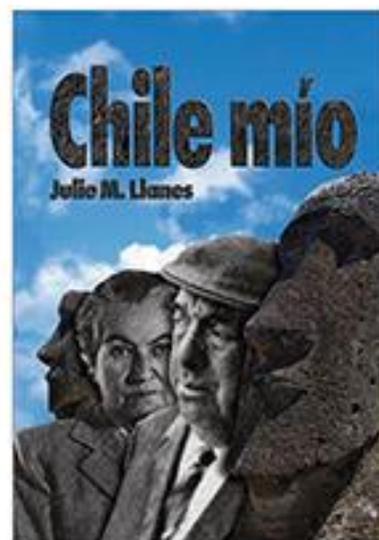
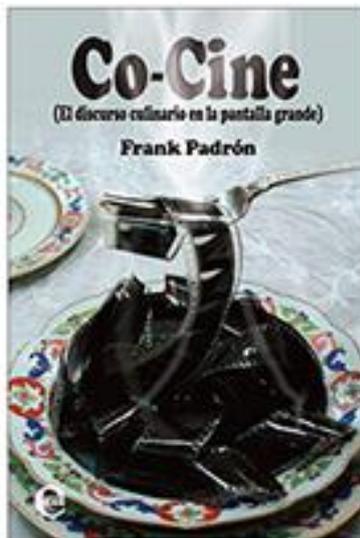
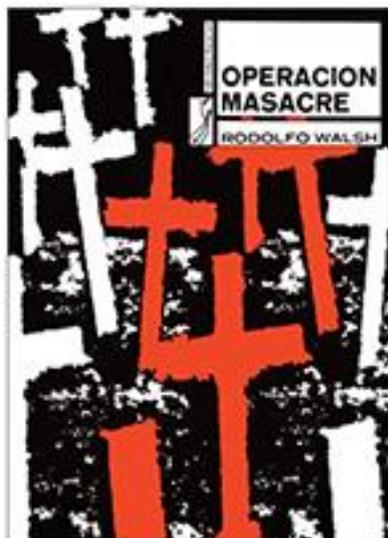
Ejemplos de carteles, donde el CONCEPTO es lo más importante



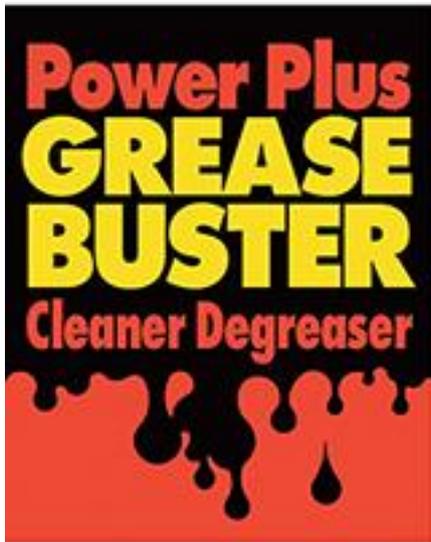
Ejemplos de portada de CD y de anuncio de prensa, donde el CONCEPTO es lo más importante



Ejemplos cubiertas de libros donde EL CONCEPTO es lo más importante



Ejemplos de logotipos donde EL CONCEPTO es lo más importante



#### Bibliografía:

- 1) Diccionario de Biografías. Editorial Océano, Barcelona, 2008.
- 2) DOR del CC del PCC. Historia de la Propaganda. La Habana, 1975.
- 3) Juran J. El Principio de Pareto, el secreto de la prosperidad. Monografía.
- 4) Le Bon G. La Psicología de las Multitudes. Editorial Cultura, Santiago de Chile, 1936.
- 5) Muñiz M. Publicidad. Mito y Realidad en el Socialismo. Editorial Pablo de la Torriente, La Habana, 1990.
- 6) Núñez A. Enfoque Gerencial: El Principio de Pareto. 2013.
- 7) Packard V. Las formas ocultas de la Propaganda. Editora Política, La Habana, 1975.
- 8) Pareto V. Teoría del Equilibrio Económico. Italia, 1901.
- 9) Ponce M del C. El propagandista, el agitador y el informador político. Editora Política, La Habana, 1980.