

¿Cuál es el valor de una mente creativa?

What is the value of a creative mind?

¹Carolyn Stephany Montañez-Valero

²Josué Alejandro Zafra-Solano

³Daniel Moisés Vélez-Ramírez

⁴Kevin Stiwir Botía-Bautista

⁵Ruth Alejandra Duarte-Bustamante

Recibido: 23 de noviembre de 2020 Aprobado: Mayo 15 de 2021

Resumen

En el siguiente artículo, pretende describir y abordar de qué manera la labor de un diseñador siempre tendrá un papel importante en la sociedad como un comunicador visual, esta profesión compromete a que un profesional capacitado esté involucrado todo su tiempo con numerosas disciplinas como lo es el arte, la ética y la investigación. Este “creativo del diseño” es el responsable de transmitir un mensaje asertivo para la construcción de mensajes visuales con el objetivo de que los usuarios puedan identificarse y hacer parte de sus conocimientos, opiniones y actitudes. Una armónica combinación entre la claridad y la estética. No obstante, distintas profesiones han llegado a desmeritar diciendo que es “fácil” y “sencillo” el trabajo de un diseñador gráfico. Todas las profesiones en la actualidad siempre tendrán que necesitar del apoyo gráfico de un creativo, las diferentes tipografías, las imágenes, los sonidos y todas las experiencias son propias del trabajo creativo; con ellas se llevan ideas desde la mente al papel para convertirse en realidad.

Palabras clave: Arte, Creatividad, Comunicación Visual, Diseño.

Abstract

In the following article, we intend to describe and discuss how The work of a designer will always have an important role in the society as a visual communicator. This profession involves a skilled professional to be compromised all the time with many disciplines such as art, ethics and research. This “creative person of design” is responsible for transmitting an assertive message for the construction of visual statement with the aim that users can identify themselves and make part of their knowledge, opinions and attitudes. A harmonious combination between clarity and aesthetics. Nevertheless, different professions have come to demean the graphic designer’s work, saying that say is “easy” and “simple”. Moreover, nowadays all the professions are going to need the graphic support of a creative person with different typographies, images, sounds and all the experiences which are typical and part of the creative project; with the ideas are taken from the mind to the paper and thus come reality.

Keywords: Art, Creativity, Visual Communication, Design

¹Estudiante de Técnico Profesional en Producción Gráfica, art_cs.montanez@fesc.edu.co, art_ja.zafra@fesc.edu.co, art_dm.velez@fesc.edu.co, art_ks.botia@fesc.edu.co, Fundación de Estudios Superiores Comfanorte, Cúcuta, Colombia
⁵ Profesional contable, rduarte@fesc.edu.co, Fundación de Estudios Superiores Comfanorte, Cúcuta-Colombia

*Autor de Correspondencia: Correo: rduarte@fesc.edu.co



Introducción

Con los avances de la tecnología durante el siglo XXI, el trabajo de un diseñador no es comparable con las mismas labores desempeñadas muchos años atrás por los mismos creativos. Esta profesión es un oficio en constante cambio; cada semana, mes o año los diseñadores si desean darle un valor agregado a su trabajo deben adaptarlo para mejorar sus destrezas y, con ello, la calidad de una buena comunicación visual (Carvajal-Villaplana, 2017). En donde la imagen exprese lo que las palabras no pueden.

Desde sus inicios, esta profesión siempre ha catalogado a un diseñador gráfico como una persona que tiene la habilidad de *-resolver problemas visuales e innovadores siguiendo las tendencias en el arte y diseño con un trasfondo investigativo-*. Su desarrollo profesional además de tener bases sólidas en softwares de edición de páginas web, vídeo e imágenes digitales, se centra en comunicar ideas hacia la realidad, imágenes que cobran vida en la mente del observador (Aravena, 2020).

Un buen diseñador organiza los elementos que comunican mensajes a través de composiciones gráficas, colores que representan la creatividad y hace de los objetos las mejores propuestas visuales para percibir el mensaje de manera clara y asertiva. Cada uno de los trabajos realizados por parte de un creativo gráfico hace parte de su razón de ser, con buen gusto y asociando adecuadamente los elementos que representa con sabiduría y conocimiento claro, en otras palabras *“lo que desea mostrar al target”*. Dicha relevancia que recibe esta persona, esta dada a la necesidad de tener un mediador entre el público y las empresas, un promotor de ideas que no diseñe solo un logo o una pieza publicitaria. Si no, que haga por completo una experiencia visual de manera atractiva (Aravena, 2020).

Normalmente se malinterpreta que *“un diseñador es lo mismo que un artista”*. Dicha expresión, aunque pareciera que, si es verídica; no termina siendo completamente acertada. El ilustrador y diseñador Norteamericano Glaser (2016) menciona que el “Diseño y arte son dos asuntos distantes”. Ambas profesiones

se complementan la una a la otra debido a que el arte es desarrollado partiendo de los sentimientos propios del artista, donde se lleva a plasmar una actividad espiritual de manera física, tal como lo expone Hegel en su libro “Introducción a la estética” menciona que «El arte es una forma particular bajo la cual el espíritu se manifiesta». En otra instancia, el diseño lleva a dar una solución comunicativa/visual y satisfacer alguna necesidad propia de un cliente o empresa.

Finalmente, en el ámbito social, el diseñador gráfico desempeña un rol importante porque desde cualquier oficio o lengua se hará presencia clara de algo mucho más que sea *“estéticamente bonito”* en todo lo que se realice, en lo que veamos y toquemos veremos las ideas plasmadas de una mente creativa. En una combinación de imágenes, colores y tipografía, en fin, desde los orígenes de la sociedad el diseñador gráfico siempre ha estado ahí.

Bases Teóricas

La profesión del diseño gráfico normalmente se ha generalizado a ciertos campos como la creación de logos, la producción multimedia o la ilustración de personas. Pero, ¿Cuáles son las verdaderas funciones de un diseñador gráfico?

Según Wlaker, (2017) from University of Reading los diseñadores gráficos tienen la función de explicar de manera asertiva un lenguaje gráfico a un target; dicho lenguaje puede ser verbal, pictórico o esquemático. Así mismo, este autor menciona que los diseñadores gráficos pueden desempeñarse en diferentes áreas como la ilustración, la fotografía, los editores web, editores editoriales, escritores, entre otros.

Al igual que todas las profesiones, el diseño además de mostrar algo *“estéticamente bonito”* tiene un trasfondo investigativo tal como lo menciona Walker: *“...es más que el trabajo producido por un “diseñador gráfico”, una forma de práctica profesional con la realidad de calidad variable...”* con esto se define que toda carrera se relaciona con el diseño. El gráfico por su parte contribuye en la planificación y soluciones de problemas comunicativos el cual tiene que desarrollar

la trazabilidad del proyecto desde su propósito hasta el juicio visual del cliente.

La creatividad y la organización en el trabajo son fundamentales para un buen funcionamiento de la pieza gráfica [independiente en el ámbito que se desarrolle]. La Escuela Superior de Diseño de Barcelona “ESDESIGN” resalta en distintas ocasiones que uno de los mayores retos de todo diseñador, “es ser capaz, de manera constante, de llevar a cabo una producción novedosa, rompedora y, sobre todo, original”. Esto no solo aplica para el diseño gráfico. En cambio, todas las profesiones relacionadas al diseño como el textil, el industrial e incluso la arquitectura exige a cada profesional la necesidad de explorar su creatividad y encontrar ideas propias que ni ellos sabían que podían llegar a producir.

Entre las diversas labores que tiene un creativo del diseño, aún más importante que la creatividad es la disciplina, ESDESIGN por su parte menciona que la disciplina depende en su mayoría de la motivación, entrega y entusiasmo del profesional para ser mejor cada día. No quedarse únicamente con conocimiento empírico o el recibido por maestros o personas profesionales en esta área.

La aptitud de la creatividad en un diseñador es supremamente importante en su desarrollo para lograr que sea un profesional destacado entre sus compañeros; tal y como lo expone (Bedoya, 2018) los diseñadores “son personas preparadas para resolver problemáticas a sus clientes por medio de una observación previa, y a través del diseño buscar oportunidades para explotar los atributos de sus entidades. Estos profesionales trabajan como mediadores entre las necesidades e intenciones de un cliente y la llegada de esta información al público receptor”.

Con la ayuda de un creativo del diseño, abogados, médicos, ingenieros y otras profesiones alrededor del mundo en algún momento han solicitado ayuda de un diseñador ya sea para unir un texto con una imagen, para realizar una campaña publicitaria o establecer la posición y posicionamiento de alguna compañía. Con ello un diseñador gráfico va evolucionando y

perfeccionando su técnica con el fin de mejorar la calidez de sus trabajos.

En otra instancia, Lobos (2016) refiere que los contenidos de calidad son los que se muestran en redes sociales ya que estos son captados con mayor facilidad y se obtienen resultados efectivos. De esta manera, se aumenta la interacción con la marca potenciando la compra de los productos de la misma a través de excelentes contenidos de calidad y elementos visuales en conjunto a la publicidad menciona que el papel de la publicidad en las organizaciones contemporáneas adquiere cada vez más relevancia, en tanto se presenta como un medio para llegar a nuevos clientes y reafirmar los ya existentes, reconociendo la segmentación demográfica y psicográfica del contexto al que quiere llegar la organización, de tal forma que las estrategias se hacen más eficientes (Camino Freire & Chávez, 2014; Cucchiari & Ramia, 2019).

Zhao, Cao, and Lau (2018) en su trabajo traen a colación un claro ejemplo de lo mencionado anteriormente. Las evidencias que ha dejado el diseño gráfico en la empresa de noticias CNN, por ejemplo, se han realizado en diferentes campos como lo son los casos de Bylinskii y otros en 2017 quienes diseñaron un clasificador profundo para predecir la cantidad del nivel estético de las imágenes no fotográficas que mostraban en las transmisiones e incluso redes convolutivas para predecir los mapas de diseño que observaba la audiencia.

Por otro lado, el trabajo de un diseñador gráfico está pasando a ser de gran ayuda en la creación de publicidad y promoción de una marca, lo cual garantiza que el marketing sea bien estructurado y multidisciplinario para satisfacer las necesidades de comunicación entre las empresas productoras y el público consumidor. Demostrando así, la importancia que tiene un diseñador gráfico con habilidades transversales dentro de una organización de mercadeo digital o como trabajador independiente. Con un creativo del diseño se hacen contenidos visuales más innovadores para una empresa consiguiendo la máxima presentación de sus productos.

Materiales y métodos

En pro a exponer el criterio de los autores. Se realizó una recolección de información de carácter cualitativo proveniente de diferentes repositorios virtuales con el propósito de indagar y analizar las ideas anteriormente expuestas por diferentes autores y realizar una postura reflexiva propia de cada autor.

Por otro lado, los instrumentos empleados en la realización de esta investigación fueron artículos de índole científica y reflexiva en diferentes idiomas que contribuyeron al proceso reflexivo y crítico para organizar y explicar objetivamente el valor real de un diseñador gráfico y su multidisciplinaria labor.

Finalmente, con la información recolectada se interpretó respetando los ideales y posturas establecidas en trabajos publicados posterior a la realización de este. Y así suplir con mayor credibilidad, transparencia y seguridad este trabajo investigativo desde el estado del arte.

Discusión y Resultados

Entre la mayoría de profesiones, la labor del diseño gráfico va escalonando cada día mayores puestos. El arte, la ética y la investigación han logrado hacer que esta profesión “fácil” cobre más valor en la actualidad. Como se había mencionado anteriormente, un diseñador gráfico debe desempeñar conocimiento que creen algo mucho más que “*estéticamente bonito*”, El trabajo de un diseñador involucra conocimientos en softwares de creación gráfica, teoría del diseño y del color, historia del arte y tendencias artísticas en el diseño, tipografía, artes finales y producción digital que al combinarse se logra crear piezas únicas, contemporáneas y ergonómicas que logran descifrar problemas de comunicativos en cualquier lenguaje.

El diseño gráfico según Fabela & Flores, (2018) postulan “... El diseño es una disciplina que aporta resultados originales y novedosos para su actividad porque se sustenta en la creatividad...” con esto se entiende que parte de la importancia en dicha labor arraiga en representar ideales a conceptos tangibles y/o

intangibles. Sin embargo, la creatividad en un diseñador no es un don entregado por los cielos; personas empíricas y profesionales que han completado su formación universitaria en reiteradas ocasiones luchan consigo mismos para conseguir una “*idea ganadora*”. La cual puede demorar horas, días, semanas e incluso meses para que sea puesta en marcha.

La solución de conflictos comunicativos se verá presente en cualquier ámbito interdisciplinario. La importancia de saber comunicar ideas y nuevas vertientes creativas estriba mucho en los procesos internos del profesional, sin embargo, lograr transmitir propuestas hacia diversos targets no siempre es un “don” del cielo, aunque si una capacidad que se puede trabajar.

Wallas (1926) en su libro “The art of thought” establece que el proceso creativo se divide en cuatro etapas a fin de lograr una clara delimitación de la capacidad mental de los seres humanos para solucionar problemas:

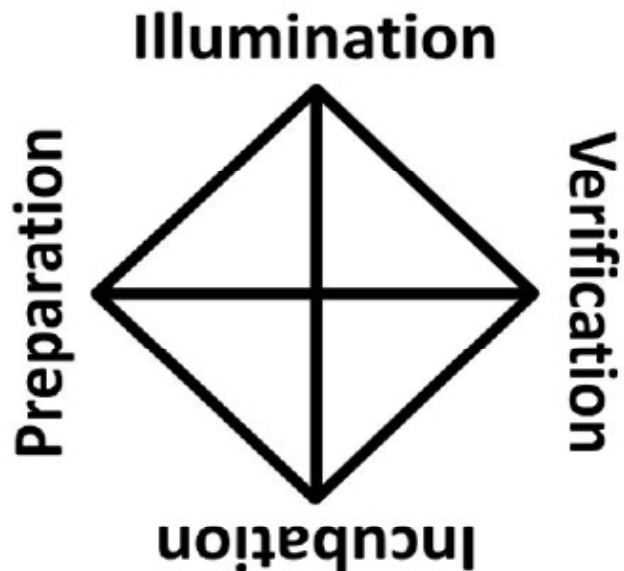


Figura 1. 4 etapas de la creatividad de Wallas

Fuente: Equivalencia (2017)

- **1era Etapa: “Preparación”.** El sujeto (diseñador) estudia el problema presentado, en él, se recopila la información necesaria de bases de datos primarios o secundarios para resolver el problema de manera factible. Es importante que en la preparación el

diseñador logre vaciar todas las ideas posibles en su mente, con la finalidad de hacer un filtro de ideas que pueden utilizarse o desecharse. Lo importante, es que no se queden ideas sueltas en el limbo y no sean aprovechadas (Wallas, 1926).

- **2da Etapa: “Incubación”.** Wallas (1926) en esta etapa sostiene que durante este proceso, las emociones del sujeto -para el caso, Diseñador- se ven encontradas con las dudas debido a que se cuestiona si con la idea seleccionada si se puede llegar a cumplir con el objetivo propuesto o a suplir la necesidad encontrada. En segunda instancia, las mejores ideas se conectan y las demás se desechan para centrarlas en el problema y general la trazabilidad del proyecto a realizar.
- **3era Etapa: “Iluminación”.** Como penúltima etapa, el diseñador encuentra la solución a su problema. Normalmente esta idea surge de la espontaneidad del momento, cuando se tiene un sentido claro de lo que se quiere presentar y transmitir desde la función del diseño. Esta fase puede traer consigo la experiencia “¡Eureka!”(Wallas, 1926).
- **4ta Etapa: “Verificación”.** En la fase final de este proceso y para que el proceso de creatividad se cumpla, la idea es validada y verificada por personas internas y externas al proceso de diseño. El objetivo de esta faceta es evaluar posibles repercusiones que traigan beneficio o pérdida para finalmente ser transmitida al público seleccionado (Wallas, 1926)..

La presencia del proceso creativo en los diseñadores es algo con lo que se lucha a diario y mucho más cuando se trata de una era digital como en la que nos encontramos hoy en día. Concretamente en el 2020 y con la reinención de los negocios virtuales demuestra que actualmente todo es diseño (Aravena, 2020), considera que “éste nos media, orienta, y en cierta manera nos dice qué hacer y qué no hacer. Por ello su rol está constituido no sólo en los productos o la gráfica, sino en cómo se organizan los contenidos y las experiencias con el uso o utilización de los productos del diseño”. Lo cual es cierto, el director de la Escuela de Diseño Gráfico (2018) de la Universidad del Bío-

Bío precisa igualmente que “un buen diseño no se nota, pasa desapercibido, no genera molestias, pero sí sensaciones agradables”.

Para llegar al punto de producir diseños que transmitan “sensaciones agradables”, los diseñadores demuestran sus destrezas al momento de investigar hasta los más mínimos detalles. Walker, (2017) quien fue mencionado anteriormente, sustenta que la labor creativa de este profesional se nutre a raíz de la investigación de archivos y sus métodos establecidos de lectura atenta, análisis, comparación, síntesis y curación. En referentes teóricos como lo son: artículos de revistas, exposiciones, bases de datos y recursos digitales que han elevado el perfil del patrimonio del diseño gráfico, como los de las universidades de Brighton y Reading en el Reino Unido, la Universidad de Ámsterdam, y en los Estados Unidos, el Instituto de Tecnología de Rochester.

Sintetizando la información presentada, se puede evidenciar que durante el trabajo propio de un creativo del diseño va evolucionando. Ya no solo se enfoca en producir piezas “bonitas” sino que involucra un proceso de desarrollo artístico, ético e investigativo. Pasando del diseño en papel a formatos digitales. Así mismo entre las mentes creativas existen infinidad de profesionales que demuestran sus destrezas al momento de producir verdaderas piezas gráficas únicas e innovadoras. Estas personas logran materializar ideas a grandes proyectos con imágenes y en ocasiones presentan algo muy complejo de forma simple, de fácil entendimiento para todo el que lo observa.

En algunas ocasiones la labor del diseñador gráfico peligra debido a los prejuicios que generan otras profesiones que han llegado a desmeritar el trabajo del mismo. Sin embargo, la ocupación que tienen los diseñadores (incluyendo gráfico, textil, industrial. Etc) tiene una gran demanda en el mercado debido a que logran complementar una idea, producto, servicio o necesidad de manera visual para generar sensaciones agradables”.

Conclusiones

El avance de la tecnología ha traído a que cada vez más personas quieran emprender nuevos negocios. A la hora de crear este tipo de negocios como locales son muchas las decisiones que tienen que tomar los emprendedores. Una de las cosas a tener en cuenta, es la contratación de un diseñador gráfico. Los profesionales del diseño gráfico ayudan a que la comunicación de ideas y mensajes de forma original y efectiva. Sin embargo, muchos de ellos creen que la comunicación puede gestionar, ellos mismos nunca acaban teniendo buenos resultados.

En reiteradas ocasiones dicen que los diseñadores no trabajan y esto se debe a que no conocen muy bien el trabajo que se realiza. La tarea más conocida, y con lo que normalmente se les suele relacionar, es la impresión. La impresión trata de diseñar carteles, cubiertas de discos, folletos, catálogos, portadas de libros y hasta camisetas. Otra de las tareas es el diseño de los logos de las marcas. Esta faceta es muy importante destacarlas ya que, en la mayoría de las ocasiones los logos son el reflejo de las marcas y también lo que los clientes recuerdan de ellas. Además de esto, hay diseñadores gráficos que se encargan de hacer productos audiovisuales como vídeos, animaciones o cortos. Por último, también son los encargados de hacer publicidad para las Redes Sociales.

Son muchas las razones por las que si estas emprendiendo deberías contar con un diseñador gráfico. En primer lugar, porque ayudaría a crear la identidad y representación de la marca con símbolos que se relacionen con la misión y la visión de dicha empresa. En segundo lugar, porque es importante contar con alguien que pueda crear los contenidos de comunicación adecuados. Además, un diseñador cuenta con unos conocimientos sobre programas de edición que normalmente solo somos personas que estudiamos diseño gráfico, y que conocen. Y somos capaces de saber qué cosas pueden llegar a tener una buena repercusión y cuáles pueden crear polémica. Un diseñador gráfico es el único profesional que sabe cómo hacer para que llame la atención nuestro producto frente a otros que hay en el mercado. Un diseñador gráfico profesional, bien sea interno o externo, da confianza a los clientes.

Esto ocurre porque una imagen de marca profesional transmite confianza a todos aquellos que quieran hacer algún tipo de negocio con nosotros: clientes u otras empresas.

La calidad de una buena comunicación y de una buena pieza de diseño, son de una gran importancia dentro del mercado donde actúa la empresa, ya que este mensaje identificará a la institución y la diferenciará de la competencia (Barrientos et al 2020; Aguilar-Barreto, Velandia-Riaño, Aguilar-Barreto & Rincón-Álvarez, 2017). De allí que la comunicación visual de la empresa deberá tener atributos diferenciadores, resaltando las características de la misma, dentro de un sistema de ordenamiento visual homogéneo. Es decir, que toda la comunicación tenga una unidad formal y funcional, potenciando los efectos de la comunicación. Una efectiva comunicación, hará sobresalir a la empresa por sobre la competencia, trayéndole beneficios en el mercado, como mayores ventas o elevando el concepto de calidad que el público tiene hacia ella debido al desarrollo de la tecnología y a la feroz competencia en el mercado.

Toda obra de comunicación visual nace de la necesidad de transmitir un mensaje específico. Un diseñador gráfico no es un creador de formas, sino un creador de comunicaciones, un profesional que mediante un método específico (diseño), construye mensajes (comunicación), con medios visuales (grafismos). No es el creador del mensaje, sino su intérprete.

Recomendaciones

Todos los autores involucrados en la elaboración del artículo, recomiendan para todos los lectores generar conciencia de dos factores principales, lo primero de ellas es que todas las profesiones tienen el mismo valor, nosotros estamos en un mundo de constante cambio social y organizacional. La labor que desempeña un diseñador gráfico tiene igual de validez y reconocimiento que una persona especialista en el área de la salud, un abogado o un economista. Por lo que se debe tener conciencia que cada profesión es necesaria y con cada una se genera un progreso y cambio a nivel regional, nacional e internacional.

En segunda instancia se recomienda por parte de los autores generar y fortalecer en los ciudadanos el reconocimiento e importancia del trabajo artístico y creativo de los profesionales relacionados al diseño en general. El diseñador Nacho Lavernia durante el 2020 postuló que “El diseño es un reflejo de la sociedad en que se crea” y debemos comenzar a darle el mismo valor que recibe otras áreas del conocimiento como lo es la ciencia.

Referencias

- Aravena, A. A. (2020). El diseño gráfico y su rol creativo en tiempos de crisis. (P. Gatica, Entrevistador)
- Bedoya, M. E. (2018). El Diseño Gráfico y las marcas de autor Desarrollo de Branding de Mi Alegría. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Universidad de Palermo.
- Carvajal-Villaplana, Á. (2017). Diseño, innovación y moda: entre la tecnología y el arte. Legado de Arquitectura y Diseño, 12(22)
- Camino Freire, J. A., & DT Chávez, F. (2014). “ Estrategias de Publicidad y su impacto en las Ventas de la Empresa Repremarva de la ciudad de Ambato, durante el año 2012” (Bachelor’s thesis, Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Administrativas. Carrera de Marketing y Gestión de Negocios.)
- Cucchiari, C., & Ramia, G. D. (2019). IDENTIDAD CORPORATIVA: Planificación estratégica generadora
- Equivalent eXchange. (2017). Martin K. Jones [Imagen de archivo]. Banco de imágenes. <https://equivalentexchange.blog/2017/02/16/graham-wallas-the-four-stages-of-creativity/>
- ESDESIGN - Escuela Superior de Diseño de Barcelona. (2018). La importancia de la creatividad en el diseño gráfico. Obtenido de ESDESIGN: [https://www.esdesignbarcelona.com/int/expertos-](https://www.esdesignbarcelona.com/int/expertos-diseño/la-importancia-de-la-creatividad-en-el-diseño-gráfico)
- diseño/la-importancia-de-la-creatividad-en-el-diseño-gráfico
- Fabela, A. M., & Flores, R. P. (2018). En La Profesión del Diseño Expresiones y experiencias (pág. 36). Toluca de Lerdo: CIME-UAEM
- Glaser, M. (2016). Milton Glaser: “Diseño y arte son asuntos distantes”. (A. Zabalbeascoa, Interviewer)
- Hegel, G. W. F. Introducción a la estética. Barcelona. Península. 1997 (pág. 17)
- Lavernia, N. (2020). Nacho Lavernia: «El diseño es un reflejo de la sociedad en que se crea» . (P. Delgado, Entrevistador)
- Lobos, C. (2016). Redes Sociales: Guía para crear contenido visual. 20 de enero de 2018, de Posted In Sitio web: <https://www.postedin.com/2016/10/07/redes-sociales-guia-para-crear-contenido-visual/>
- Wallas, G. (1926). The art of thought. London: Jonathan Cape
- Walker, S. (2017) Research in graphic design. The Design Journal, 20 (5). pp. 549559. ISSN 14606925 doi: <https://doi.org/10.1080/14606925.2017.1347416> Available at <http://centaur.reading.ac.uk/71369/>
- Zhao, N., Cao, Y., & Lau, R. W. H. (2018). What Characterizes Personalities of Graphic Designs? ACM Transactions on Graphics, 37(4), [116]. <https://doi.org/10.1145/3197517.3201355>