

*Disertaciones sobre Diseño*

---

Héctor Fernando Martínez Martínez\*

## Recursos digitales y el rol del diseñador<sup>1</sup>

Cómo citar:

Martínez Martínez, H. F. (2022). Recursos digitales y el rol del diseñador. *Designia*, 9(1), pp-pp

<sup>1</sup> El presente escrito se construye a partir de las disertaciones planteadas en torno a las mediaciones digitales en el contexto del Diseño Gráfico; desarrollado con los docentes del grupo de investigación Xisqua de la Universidad de Boyacá.

\* Diseñador gráfico egresado de la Universidad de Boyacá, Magister en Tecnologías Digitales Aplicados a la Educación de la Universidad Manuela Beltrán, Máster en Creación Digital de la Universidad Católica de Valencia, España. Docente Asociado de la Universidad de Boyacá. Investigador grupo Xisqua.  
E-mail: [carrodriguez@uniboyaca.edu.co](mailto:carrodriguez@uniboyaca.edu.co)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5890-7869>

### Palabras clave:

Recursos web, plantillas, tiendas virtuales, procesos en diseño

### Key words:

Web resources, template, on-line shop, design process

**Recibido:** 24/01/2020

**Aceptado:** 27/06/2020

*“La materia de la visión es aquí un compuesto de imágenes y colores, que de manera relativa procuran el placer, el interés, la convicción o la agresión visual. Pero el disfrute estético –el placer del ojo– está particularmente asociado a las imágenes” (Costa, 2003, pág. 12)*

El impacto que ha generado las tecnologías contemporáneas en los procesos y resultados del diseño, transforma y trastoca su naturaleza; ahora, pueden verse diferentes posibilidades de comunicación en el lenguaje visual: libros digitales, realidad aumentada, websites, tiendas virtuales, internet de las cosas, etc. Por otro lado, los fenómenos de comunicación en la sociedad implican nuevos ecosistemas mediáticos colaborativos que permiten y buscan otorgar una experiencia significativa a los usuarios, en palabras de Rodríguez & Martínez (2019) afirman que “estos nuevos fenómenos sociales han revelado también sistemas de comunicación en comunidad, representados por grupos de chat en la red social WhatsApp, en los que la comunicación es impersonal, pero todos los individuos participan activamente puesto que siguen objetivos similares.” (pág. 342)

Las sociedades contemporáneas usan la tecnología para comunicar, recolectar, distribuir e intercambiar información en una gran red que parece ser infinita; lo que antes requería de mayor tiempo y trabajo, hoy se ha simplificado pensando en economizar tiempos y esfuerzos, antes inimaginables.

Pero si bien todo estos esfuerzos han sido minimizados, los tiempos ahora son más cortos y quedan inquietudes, ¿Realmente los problemas de comunicación visual están siendo resueltos con la mejor creatividad posible?, ¿qué tan innovador se es al utilizar recursos genéricos encontrados en la red? ¿qué tipo de diseñadores gráficos se están profesionalizando con el impacto que logran los recursos encontrados en la red?

## ¿Recursos / intervención / innovación?

La eficiencia y funcionalidad en la comunicación visual y en profesiones como la del diseñador gráfico está en ese equilibrio existente entre la información que se quiere emitir y el objetivo que quiere cumplir, en palabras de Hembre (2008)

“Es muy importante que el emisor y el receptor del mensaje hablen el mismo lenguaje visual, visto así, el diseñador actúa como traductor e interprete de mensajes. Reducir la cantidad de información que se presenta visualmente crea un diseño mucho más conciso, que el objetivo final de toda forma de comunicación.” (pág. 14)

La comunicación como objetivo final establece un vínculo que involucra esencialmente dos actores, autor y receptor, para generar una experiencia que logre conectar esos dos polos a través del mensaje y el significado dado por la información.

Los recursos se encuentran en la red, tienen un contenido genérico, su visualización tiene mensajes ambiguos y puede entenderse o interpretarse de diversas maneras, por ejemplo, cuando alguien descarga una plantilla de Power Point para presentar un informe, simplemente le adiciona los textos y algunas imágenes, pero no contextualiza los contenidos allí expuestos. El contexto permite llevar al lector a una ubicación espacio-temporal, aclarar una situación y articular el lenguaje visual con las sensaciones, lo que difícilmente se logra al usar elementos genéricos.

En el lenguaje visual, la utilización de elementos genéricos, si bien permiten ser adaptables a diferentes objetivos para presentar la información, también estandarizan la misma; pues al final, se presenta de manera idéntica un informe de Arte Contemporáneo, que uno de Economía.

En el campo del diseño gráfico los contenidos visuales mediatizados tecnológicamente por medio de herramientas que generan automatizaciones dejan un sin sabor desde el aporte propositivo; así mismo, se generan vacíos legales en lo ético. Según García & Buitrago (2017) afirman que “en la actualidad a un profesional mediatizado, tecnológico, inmediato, pero en oportunidades se subestima por las mismas razones de buen manejo de herramientas y software, dejando a un lado el papel ético, compositivo y propositivo” (pág. 125).

Existen diversas clases y modalidades de plantillas, pagas y gratuitas, con alto y bajo grado de edición, estos recursos los encontramos en páginas web que concentran bibliotecas virtuales que a su vez muestran una serie de categorías con un innumerable cantidad de ítems listos para descarga; muchos de estos sitios tienen en cuenta los derechos de autor y existe otro gran número que no contempla la legalidad.

## El tiempo, procesos y resultados

Generalmente el diseñador se enfrenta a la relación: tiempo-resultado-productividad, en este caso la decisión que tome, reflejará el tipo de profesional que es: uno que recurre al ingenio para resolver el trabajo, uno que prefiere en aras del tiempo reciclar trabajos, uno que se sumerge en los recursos de internet para salir adelante, o una mezcla de los anteriores.

El tiempo como en todo proceso juega un factor imprescindible en la realización de proyectos de comunicación visual, no existen normas ó leyes en las que un diseñador use los recursos encontrados en internet, sean estos pagos o gratuitos. Quienes tienen proyectos en los que el tiempo de entrega es relativamente corto lo tienen que hacer con responsabilidad ética, respetando al receptor y reconociendo la autoría de los elementos visuales.

Los procesos de re-diseño en los que se involucran los recursos que provienen de internet ó recicle de proyectos pasados, pasan en su mayoría por la validación de su función, la trasfiguración del lenguaje visual en busca de un objetivo; la anterior afirmación debería ser la principal preocupación del diseñador a la hora de tomar una decisión. La relación existente entre el diseño y el cliente la define desde la eficacia, Frascara (2008) lo menciona de la siguiente manera:

“Entre los diseñadores existe la tendencia a esconderse detrás de las nociones de belleza y claridad y a sentirse satisfechos si el cliente se siente satisfecho. Pero esto puede ser insuficiente. Es necesario ser más crítico en la estimación de la eficacia de un diseño y definir los parámetros usados para medirla” (Frascara, 2008, pág. 57).

Para entender un poco esas relaciones de los procesos en diseño, el siguiente cuadro describe las posibilidades que encontramos en la búsqueda realizada en internet de recursos gráficos; entre ellos, gratuitos, pagos y on-line.



Figura 1. Recursos gráficos encontrados en internet para el Diseño Gráfico.

Fuente: autor.

### ¿Y el diseñador que papel desempeña frente a estos recursos?

La profesión del diseño debe responder a necesidades específicas de comunicación y de función, como tal, se deben tener en cuenta los objetivos propuestos para llegar a fines claros, saber a que se debe responder, debido que todas las solicitudes de diseño tienen una respuesta y deben ser valoradas a través de elementos cuantificables y medibles.

El diseño está inmerso actualmente en la globalización, de manera que requerimientos como la competitividad, la rapidez, la eficiencia y el uso de los recursos determinan en gran forma quienes están a la delantera de la producción de mensajes visuales.

Ser más rápido y eficiente no es sinónimo de calidad, la creatividad requiere tiempo y buenas condiciones, el papel de un diseñador tiene que ver con la exclusividad, una propuesta que se presenta a un cliente no debe ser igual a otra que se haya presentado anteriormente, la transformación de recursos gráficos genéricos en algunos casos es mal vista, esta metamorfosis pretende un cambio de elementos genéricos para hacerlos ver únicos y adaptarlos a un medio específico.

Por tanto, el diseñador debe buscar la satisfacción de comunicación de la sociedad, así que, los métodos y procesos que se utilicen son vitales porque se puede fracasar o salir airoso frente a un proyecto. Para ello, Albarracín et al. (2020), afirma que “implica dar orden a las ideas, asociarlas, transformarlas, distribuir y administrar espacios, expresar eso que las palabras no pueden, crear categorías, hacer foco en aquello que despierta interés o empatía, reflexionar, entender, construir, deconstruir, imitar, crear, significar y resignificar” (pág. 55)

La experiencia, creatividad y capacidad de innovación que posea el diseñador juega el papel más importante, un diseñador con suficiente experiencia, buenas prácticas, creativo e innovador siempre mostrará mejores resultados que aquel que su experiencia y creatividad están basadas en la manipulación, reciclaje y metamorfosis de recursos ya existentes.

## En búsqueda de un buen diseño de comunicación visual

El diseño gráfico responde a unas necesidades de comunicación, con objetivos precisos, tomando en cuenta variables como el tiempo que a la hora de abordar un proyecto es fundamental; ser más rápido no es sinónimo de calidad, el diseño basado en recicle, metamorfosis de proyectos existentes y uso de recursos encontrados en internet, no siempre es bueno, puede generar diseños homogéneos que no contemplan factores demográficos y de contexto, marcados por tendencias o modas, como ya lo vemos en la actualidad.

El diseñador en sí, se convierte en un identificador de situaciones que le permite contextualizar, solucionar o mejorar; en esa medida tiene un efecto social y ético pensado para generar impacto, Quiroga (2014) define que:

En la sociedad cuando se le pide a la comunidad asociar el concepto de diseño, la gran mayoría lo enlazan como diseño de producto. Lo que debe tenerse en cuenta es que todo objeto diseñado, cumple una función social, afecta e influye de modo general. (pág. 94)

Los resultados de estos diseños son rápidos y eficientes en su momento, se da una solución basada en la satisfacción inmediata, pero los buenos resultados tienen que ser evaluados profundamente, asegurar que los objetivos de comunicación se cumplieron y la solicitud a una respuesta se dio con eficacia en el diseño con el propósito de involucrar al autor con el receptor generando una interpretación emocional y de información.

## A manera de conclusión

El ejercicio profesional esta ligado esencialmente al ámbito social, tenemos un enlace con las personas y sus necesidades, es un compromiso adquirido en el que aplicamos nuestra capacidad de ingenio, conocimientos y experiencias para dar una interpretación a un proyecto de forma visual, en palabras de Frascara (2008) afirma que “los Cambios sociales de han encargado de modificar lo que a uno le solicitan haciendo el diseño una profesión cada vez más compleja” (pág. 216), Pero el mundo contemporáneo, y su vertiginoso desarrollo afectan las acciones y procesos haciéndolos cada vez más rápidos, es una exigencia continua entregar soluciones a nuestros clientes de forma rápida con métodos ágiles a lo que se traduce a un ejercicio de agilidad mecánica determinada por la circunstancia del proyecto

El diseño basado habilidad técnica y a su vez el proyecto que ha sufrido una continua metamorfosis de recursos gráficos reciclados deben ser tomados con responsabilidad; es un compromiso reconocer al otro como creador de obras visuales por medio de citas o pagar si es el caso.

En el mundo gráfico encontramos diseñadores que responden a las necesidades de una sociedad con habilidad técnica, aplicando a diferentes proyectos gráficos el recicle en una continua metamorfosis de ejercicios anteriores, esto lo vemos como practicas erróneas que dañan el mercado y perjudican la visión del ejercicio profesional de los comunicadores gráficos y visuales.

Entonces, ¿cual sería el rol que debe desempeñar el diseñador de hoy?, en nuestra profesión el diseñador debe ser participe de una sociedad con responsabilidad ética y social, con buen nombre, que refleje experiencia y conocimientos para afrontar proyectos de comunicación visual, capacitado para resolver problemas de forma única con creatividad e innovación. Existe la paradoja de la comunicación con fines más generales, una audiencia cada vez mayor, pero a su vez más sesgado y específico; así mismo, destacar la contribución del receptor como agente que participa y da respuesta a través de emociones e interpretaciones retroalimentando el mismo proceso.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albarracín Camacho, L. Y., Arciniegas Rodríguez, W. E., & Sosa Gutierrez, P. A. (2020). *Creación, Investigación y arte*. Tunja: Editorial UPTC.
- Costa, J. (2003). *Diseñar para los ojos*. La Paz: Grupo Editorial Design.
- Frascara, J. (2008). *Diseño Gráfico para la gente*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- García Cordero, M. S., & Buitrago López, Y. C. (2017). Modelo pedagógico de pensamiento complejo en diseño gráfico. *Revista Logos Ciencia & Tecnología*, 117-131.
- Hembree, R. (2008). *El diseñador gráfico: entender el diseño gráfico y la comunicación visual*. Barcelona: Blume.
- Martínez, H. F., & Rodríguez, C. M. (2019). Dimensiones virtuales de la ciudad: apropiación urbana mediada por el uso de la aplicación digital Pokémon GO. *Kepes*, 317-345.
- Quiroga Buitrago, N. (2014). Diseño con proyección social: sinergia entre la academia y los procesos comunitarios. *Actas de Diseño*, 17, 95-98.