

La democratización del diseño gráfico en la era digital.

La producción de contenido visual mediante el uso de la aplicación Canva por parte de 'no diseñadores gráficos' y su incidencia en la profesión

**Tesis de grado en la Licenciatura en
Diseño de Comunicación Visual**
Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo
Universidad de la República
Uruguay
Julio 2022

Autores

Michel Chorowski
Leandro Crócamo



Contenidos

Agradecimientos	4
Resumen	5
1. Presentación	6
Introducción	6
Objetivo General	7
Objetivos particulares	7
Metodología	8
Marco temporal y geográfico seleccionado	9
2. Marco teórico	10
a. Punto de partida y conceptualizaciones básicas	10
¿Qué es el diseño gráfico?	10
¿Todos podemos diseñar?	10
¿Qué es un diseñador gráfico?	11
¿Cómo podemos definir a un 'no diseñador'?	11
b. ¿Por qué democratizar el diseño?	12
c. Antecedentes de democratización y apertura	13
d. ¿Qué es la llamada era digital?	15
e. Hiperconexión: Acceso a la información, demanda y velocidad	16
f. Herramientas gráficas y aplicaciones	17
g. Redes sociales, un ecosistema digital	18
3. En perspectiva, el mundo del diseñador gráfico	19
a. La profesión del diseño y su campo laboral	19
b. El valor del diseñador gráfico en la sociedad	20
c. Herramientas digitales para la producción gráfica, utilizadas por diseñadores	21
4. En perspectiva, el mundo de los 'no diseñadores'	22
a. Intuición y procesos aplicados por no diseñadores	22
b. Campo laboral aplicado a pymes y emprendedores	23
c. Herramientas digitales utilizadas por no diseñadores	24
Interfaz de la aplicación y proceso de Canva	25
5. Contrapunto	30
a. Relevamiento y análisis	30
b. Problemas visibles	33
6. Conclusiones	34
a. ¿Canva afecta al campo del diseño gráfico en Uruguay?	34
b. ¿Existen realmente amenazas tangibles?	35
c. Reflexiones	36
Anexos	38
Entrevistas	38
Encuesta	49
Ejemplos de publicidad	54
Aplicaciones similares	55
Aplicaciones utilizadas por diseñadores	59
Referencias bibliográficas	64

Autores

Michel Chorowski
michelcholo@gmail.com
Leandro Crócamo
crocamo.leandro@gmail.com

Tutor

Marcos Umpiérrez
mumpierrez@gmail.com

Agradecimientos

Agradecemos especialmente a Bruno Britos, Federico Bencancor, Mauricio Bordoni, y Mathias Guerreiro, compañeros durante el curso y proceso de la materia Metodologías de la Investigación, en el segundo semestre del año 2020.

En la evolución de esta asignatura surgió el tema que desarrollamos como entrega final de curso. La idea fue concebida por el grupo de seis integrantes, por lo que solicitamos su permiso, el cual nos fue otorgado por todos los miembros del equipo, para poder utilizarlo y proceder a re-elaborarlo.

Cabe destacar que se mantiene solamente su concepto y parte de su bibliografía, dado que fue reformulado y desarrollado por los autores del presente trabajo siguiendo otros lineamientos, con el fin de poder convertirlo en una tesis de grado.

A ellos les damos las gracias, como también a todos los que han sido parte de este proceso que llamamos LDCV.

Resumen

Esta tesis de grado tiene como objetivo estudiar el impacto de la aplicación de diseño Canva y cómo esta afecta al campo del diseño gráfico en Uruguay, analizando la calidad gráfica del contenido visual producido por ‘no diseñadores’ y comprendiendo la relación entre el diseñador y el no diseñador. Por otro lado, introduciremos el concepto de ‘democratización del diseño’ para esclarecer esta situación y entender las relaciones mencionadas anteriormente. Relevaremos los recursos y herramientas utilizadas en el proceso de diseño.

El trabajo se dividirá en seis capítulos. En el primero, introduciremos el trabajo de grado y sus aspectos más formales, como sus objetivos y metodología. En el segundo capítulo desarrollaremos el marco teórico y los elementos conceptuales necesarios para la comprensión de la tesis. En los capítulos tres y cuatro, el foco estará puesto específicamente en la figura del diseñador gráfico y en la de un no diseñador, respectivamente. En el quinto capítulo haremos un contrapunto entre estas dos figuras, mediante casos de estudio. Por último, en el capítulo seis, estableceremos las conclusiones finales, basadas en todo el desarrollo del trabajo.

Palabras clave: diseño gráfico, Canva, aplicación, democratización, era digital

Introducción

En los últimos años hemos notado un creciente uso de una aplicación llamada Canva, que permite a usuarios que no tienen conocimiento en el área del diseño gráfico poder diseñar. Lo que nos hizo preguntarnos ¿esto es un problema?, ya que hemos escuchado en reiteradas ocasiones y de manera despectiva la pregunta ¿eso fue hecho en Canva? Todas estas interrogantes nos resultaron sumamente interesantes para ser abordadas como un trabajo de investigación. Elegimos la aplicación Canva por sobre otras, porque consideramos que es la más utilizada en los últimos años, así como la más completa.

A lo largo de esta tesis, desarrollaremos conceptos claves basados en autores y profesionales en la materia, profundizando así en la democratización del diseño y sus respectivas herramientas.

Para nosotros es sumamente importante definir el perfil de un diseñador gráfico tanto como el de un 'no diseñador' para así contraponerlos. De esta forma, buscamos obtener puntos de apoyo para este análisis, el cual será complementado con entrevistas a personas de interés, entre ellas diseñadores gráficos, emprendedores y usuarios que utilizan Canva. También presentaremos una encuesta que nos proveerá cierta perspectiva del contexto sobre el manejo de la aplicación.

Con todo esto buscamos entender la problemática planteada y que este trabajo de grado pueda ser un primer paso en el desarrollo de una investigación mayor sobre el impacto que las herramientas de diseño tienen, y cómo pueden transformar la profesión.

Objetivo General

Estudiar el impacto de la aplicación de diseño Canva, y cómo esta afecta al campo del diseño gráfico en Uruguay.

Objetivos particulares

- A. Analizar la calidad gráfica del contenido visual producido por no diseñadores;
- B. Relevar los recursos y herramientas utilizadas por no diseñadores;
- C. Comprender la relación entre el diseñador y el no diseñador.

Metodología

Se realizaron entrevistas tanto a diseñadores como a no diseñadores, para obtener opiniones, argumentos y distintos puntos de vista dentro del campo disciplinar. Además, utilizaremos encuestas para intentar cuantificar el uso de las aplicaciones.

Nos apoyaremos en autores y expertos en la materia que nos ayudarán a establecer los lineamientos básicos y conceptuales.

Aclaración: A lo largo de la tesis, el término diseño se referirá al diseño gráfico.

Marco temporal y geográfico seleccionado

La delimitación del marco temporal-geográfico se basó en el hecho de ser el contexto en el que nos vemos inmersos, ya sea como estudiantes o como profesionales diseñadores.

Nuestro campo de acción seleccionado en términos geográficos es el territorio uruguayo, y en cuanto a lo temporal utilizamos como punto de partida el inicio de la pandemia del covid-19 en marzo del año 2020, y se extiende hasta el momento de la finalización de este trabajo en marzo de 2022.

Tomamos esta decisión tanto por la coyuntura (por ser reciente y cotidiana) como por un crecimiento importante en la aparición de emprendimientos y pequeñas empresas durante la pandemia, debido al confinamiento a causa de la emergencia sanitaria.

Ana Laura Trias (licenciada en Comunicación y coordinadora de la Red Uruguay Emprendedor) dijo en un programa de la emisora radial M24 que «existe un aumento en los emprendimientos», y que la pandemia trajo un cambio para los emprendimientos que ya existían y que tenían una logística basada en lo presencial y físico: «Ahora tuvieron que reconvertirse hacia lo digital, tuvieron que encontrar nuevas formas de venta y de darse a conocer» (Trias, 2021).

a. Punto de partida y conceptualizaciones básicas

¿QUÉ ES EL DISEÑO GRÁFICO?

Desde nuestra perspectiva como estudiantes y profesionales, podemos considerar una definición aproximada del diseño gráfico como aquello que resulta de un proceso activo/creativo, el cual tiene como principal objetivo interpretar una problemática para llegar a una solución a través de un aspecto funcional y estético resuelto en el campo de la gráfica.

Por su parte, el autor Jorge Frascara (1988) lo define de la siguiente manera: «Se podría decir que el diseño gráfico, visto como actividad, es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados» (p. 19). A lo que agrega:

El diseñador gráfico trabaja en la interpretación, el ordenamiento y la presentación visual de mensajes. Su sensibilidad para la forma debe de ser paralela a su sensibilidad para el contenido ... Este trabajo tiene que ver con la planificación y estructuración de las comunicaciones, con su producción y con su evaluación. (Frascara, 1988, p. 20)

Podemos entender que el diseño como proceso necesita de la aplicación y utilización de distintas metodologías y acciones para que sea capaz de resolver una problemática, como también poseer un valor estético inserto dentro de su contexto histórico-cultural.

Frascara (1988) afirma que «no se trata de hacer que un diseño sea bello o comunicativo, se trata de hacer un diseño estéticamente excelente, dentro del enfoque adecuado, dado el marco de referencia comunicacional del proyecto en cuestión» (p. 26).

¿TODOS PODEMOS DISEÑAR?

Uno de los principales teóricos que ha puesto sobre la mesa este cuestionamiento es Victor Papanek (1977), quien comienza su obra *Diseñar para el mundo real* enunciando que

todos los hombres son diseñadores. Todo lo que hacemos, casi todo el tiempo, es diseño, puesto que el diseño es básico en todas las actividades humanas. La planificación y el modelado de cualquier acto hacia una finalidad prevista y deseada constituyen un proceso de diseño. (p. 3)

Este autor plantea que, inconscientemente, todo lo que hacemos está relacionado con el diseño, este se encuentra hasta en las actividades más básicas y cotidianas de nuestro día a día. Sostiene que todos los seres humanos tienen la capacidad de ser diseñadores.

¿QUÉ ES UN DISEÑADOR GRÁFICO?

Jorge Frascara (1988) afirma que «el diseñador gráfico es un especialista en comunicaciones visuales y su trabajo se relaciona con todos los pasos del proceso comunicacional, en cuyo contexto, la acción de crear un objeto visual es solo un aspecto de ese proceso» (p. 20).

En lo citado anteriormente podemos encontrar una definición del diseñador sumamente interesante, donde se lo posiciona como realizador gráfico que se encarga de articular y desarrollar procesos claves para contribuir a solucionar una problemática. Con relación a esto, este autor explicita algunos de los aspectos con los que debe cumplir un individuo para definirse a sí mismo como diseñador, como pueden ser los siguientes:

1. definir un problema;
2. determinar objetivos;
3. ser capaz de concebir estrategias de comunicación;
4. poder visualizar;
5. realizar una producción gráfica;
6. supervisar la producción gráfica;
7. evaluar los resultados.

Existe un paso previo: la formación, tanto informal como formal. Según Frascara (1988), el diseñador debe de tener conocimientos en:

1. lenguaje visual;
2. comunicación;
3. percepción visual;
4. administración de recursos económicos y humanos;
5. tecnología;
6. medios;
7. técnicas de evaluación.

Como dice este autor, la formación puede ser tanto formal (académica) como informal (autodidacta), pero esta debe aportar conocimiento, sustento teórico y práctico al profesional en formación.

¿CÓMO PODEMOS DEFINIR A

UN 'NO DISEÑADOR'?

Entendemos que no existe una definición concreta del llamado 'no diseñador', por lo que estableceremos para este trabajo un concepto que lo enmarque.

Podremos llamar no diseñador a aquella persona que no ejerce de manera profesional como diseñador gráfico y que a su vez no tiene formación académica o autodidacta en la materia, por lo que consideramos que carece tanto del conocimiento teórico como del uso de herramientas aplicables a la práctica, los cuales son elementos básicos para constituir a un diseñador gráfico.

b. ¿Por qué democratizar el diseño?

Es pertinente definir la democratización del diseño como una relación entre la práctica laboral de este y la apertura a la producción por parte de cualquier persona.

Esta relación se ha vuelto cotidiana con internet y el acceso a los recursos tanto gráficos como teóricos del campo del diseño. A la hora de producir diseño se puede carecer tanto de formación como de teoría, puesto que está todo a la mano de una manera accesible y veloz. Ya sea de forma profesional o amateur, utilizando un celular o una computadora, se es capaz de 'diseñar'.

Sergio López Monterrubio (2015) escribió un ensayo titulado *Sobre la democratización del diseño*, donde afirma que tanto diseñadores como público en general son capaces de producir material visual, desarrollando un nuevo paradigma en el proceso conocido como diseño/producción, eliminando de esta manera el intermediario que existía entre producto-diseñador-cliente.

Tomaremos como eje principal la 'democratización' y 'autonomía', aplicado al individuo como productor de diseño, el foco principal estará puesto en las redes sociales que ofician de vidriera del trabajo realizado por parte de los no diseñadores, en varios casos emprendedores que por razones económicas deben de hacer uso de las herramientas a su alcance, con el fin de autosustentar su promoción y producción gráfica.

El autor Arturo Escobar, en su libro *Autonomía y diseño. La realización de lo comunal* (2016), habla de las nuevas prácticas en el campo del diseño, las que están definidas bajo las nuevas variables del mercado contemporáneo, como lo son el tiempo y la funcionalidad. Esto lleva a que los procesos estén cada vez más acelerados y automatizados y que la teoría sea dejada de lado, importando únicamente que el producto cumpla con los requisitos para vender y promocionar, o cualquiera sea su finalidad.

Ahora nos encontramos en una etapa en la que los celulares juegan un rol fundamental en la cotidianeidad, donde podemos toparnos con aplicaciones y webs que pueden brindar herramientas para producir diseño. Por consiguiente, entendemos que estamos viviendo una apertura y una democratización del diseño, ya que cualquier persona puede acceder a él, lo que significa un cambio de paradigma.

El escritor Bruce Nussbaum ofreció una conferencia en el Parsons School of Design de Nueva York a mediados de 2007, basándose en una controversial afirmación en la que decía que «el diseño da asco». En esta charla expuso que a la comunidad de diseñadores les cuesta afrontar la realidad de que el diseño se está democratizando, como si de un recelo se tratase. Debido a la gran disposición de herramientas y software disponible para todos al alcance de la mano, o de una suscripción económica, a los diseñadores les incomoda la idea de que todos puedan diseñar, y, como consecuencia, la profesión se ve afectada negativamente. Nussbaum explica que la comunidad del diseño, entre líneas, intenta comunicar que el «verdadero» diseño solo es realizable por grandes diseñadores (Summa:blog, 2007). Este autor, desde una postura crítica, pone en debate la arrogancia de los diseñadores frente a la democratización del diseño.

c. Antecedentes de democratización y apertura

Como antecedentes de democratización en el diseño, nos parece interesante citar dos momentos de la historia. El primero, con William Morris y su imprenta llamada Kelmscott Press, y el segundo, el auge de los sistemas informáticos a finales de los años ochenta y principios de los noventa, que, finalizando esta última década, determinó que el software de diseño fuera una realidad totalmente establecida.

Volviendo al primer momento, tenemos a William Morris como protagonista por ser propietario de la imprenta Kelmscott Press, donde creó una gran gama de diseños basados en la época medieval, utilizando ornamentos y formas vegetales. Pero más allá de sus diseños, nos interesa definir este momento como un posible origen del diseño y, por ende, una primera etapa de democratización, ya que, al surgir y volverse popular, este permitió una apertura como oficio.

Junto a William Morris, podemos decir que el movimiento llamado Arts & Crafts se establece como un antecedente de democratización, dado que permitió la apertura del oficio al masificar los objetos de diseño, estableciéndolo como una profesión. En conjunto con la imprenta de Morris, definieron que existía un valor estético más allá del valor funcional. Esto, regido por los cánones de belleza o preferencias de la época, llevó a un nuevo tipo de trabajo, el cual transitaba una línea entre oficio duro y arte.

Esta nueva concepción entendía, sin dudas, que el llamado 'diseño' se podía aplicar de manera autónoma por un individuo instruido o preparado para la labor profesional, que tuviese un sentido estético alineado a la época. El segundo momento de democratización significativo dentro del diseño es entendible como el auge de los sistemas informáticos y el software de diseño, como lo explica Lynda Relp-Knight (2007), editora de designweek.co.uk:

Desde que los calígrafos se estremecieron ante el impacto que la imprenta podría tener en su oficio, generaciones de diseñadores han sido intimidados por el desarrollo tecnológico. A principios de la década de 1990, el Apple Macintosh fue percibido como una amenaza en la mayoría de las áreas del diseño ... Pocos tuvieron entonces la previsión de apreciar que el gran diseño es una combinación de cabeza, ojos y corazón, independientemente de la forma en que se realice. Seguramente hay espacio para todos y la democratización del diseño puede ser una gran cosa ... Incita a diseñadores a pensar más, ser mejores e incluso aprender de lo que sale de las calles. ... Sobre todo, crea nuevas y más influyentes salidas para los talentos creativos, brindando espacios que les permitan a las personas interactuar. ... Construimos más confianza a través de compartir ideas que viviendo en aislamiento. (p. 6)

A su vez, la periodista y diseñadora Laura González Diez (1997), en su libro *El diseño moderno a partir de sistemas de autoedición*, nos dice:

Se planteaba un temor inicial vinculado a la idea de que cualquiera con un sistema de autoedición y un poco de interés sobre los aspectos gráficos y tipográficos, sobreestimando sus propias capacidades, pudiera inundar el mercado con productos de baja calidad. Sin embargo, estos temores pueden haber resultado un tanto exagerados, aunque tampoco carecen de argumentos. Desde la utilización de los ordenadores Macintosh para tareas de edición y diseño, han surgido montones de diseñadores con una carrera de media hora y que se consideran diseñadores profesionales cuando se sitúan ante la pantalla de su Macintosh. (p. 205)

La creciente evolución de internet durante la década de 1990 transformó la manera de comunicarnos y de acceder a la información y generó una revolución, la cual continúa hasta hoy en día. Depender de este servicio para tener acceso tanto a la información como al entretenimiento se volvió prácticamente una necesidad.

La llamada revolución digital llegó de la mano de la Macintosh II, con capacidad para mostrar color, utilizar software de diseño y lo que posteriormente significó el desarrollo de la tipografía digital. Todo esto había estimulado un cambio tan radical como en el siglo xi al pasar de libros manuscritos a los tipos móviles de Gutenberg.

Una expansión sin precedentes de la formación en diseño y la actividad profesional trajo como consecuencia un campo más amplio y con mayor cantidad de profesionales formados. La revolución digital permitió la entrada a la profesión a personas sin formación previa, aumentando considerablemente la cantidad de diseñadores.

En conjunto con el pensamiento anterior, el diseñador español José María Cerezo (1997) plantea en su libro *Diseñadores en la nebulosa*:

Si bien es cierto que el trabajo con ordenador puede enmascarar la ausencia de ideas con su relativa brillantez inherente, no es menos cierto que su potente efecto nivelador pone en igualdad de condiciones a personas con muy diferentes destrezas manuales ... La ejecución, en cierto modo, ha perdido relevancia (o debería haberla perdido) porque es tremendamente fácil ejecutar relativamente bien aunque se carezca totalmente de talento, por lo que el pensamiento creativo debería estar desplazado a la corrección en la ejecución, que ahora está prácticamente asegurada. (p. 57)

El diseño a través de herramientas digitales establece un campo donde las posibilidades son equitativas para cualquier tipo de usuario, y nivelan un campo de juego sin mayores esfuerzos creativos.

d. ¿Qué es la llamada era digital?

Podemos remontarnos a ciertos momentos de la humanidad, como la primera vez que se pudo utilizar un celular, la introducción de la tipografía en las computadoras o la llegada de internet a los hogares, lo que nos da cuenta de que estamos viviendo hace ya muchos años una era digital y de transformación constante, en la que la tecnología juega un rol fundamental.

Para desarrollar de mejor manera lo que significa la era digital, entendemos pertinente el término de ‘aldea global’ desarrollado por Marshall McLuhan (1996) (famoso por ser uno de los principales impulsores de los estudios sobre comunicación y los medios masivos). Dicho término define esta digitalización — conocido también como ‘hiperconexión’— que nos permite tener acceso a información de manera inmediata, y no solo eso, sino que también nos ofrece la posibilidad de operar e interactuar con un entorno virtual constituido por pares. Podemos percibir que lo que llamamos era digital es un siguiente nivel en la escala de comunicación del ser humano, dado que el medio digital se volvió parte de nosotros. De esta manera, se incorporan a la práctica cotidiana nuevas tecnologías que pueden modificar nuestra manera de actuar.

Algunas de estas nuevas tecnologías a las que hacemos referencia las podemos encontrar en los celulares, los cuales tienen la capacidad de facilitarnos el acceso a la producción gráfica de manera casi inmediata. Por ejemplo, nos permiten editar y modificar las distintas variables de un producto gráfico propio o ajeno, en un instante (saturación, tono, brillo, enfoque, tinte, niveles, etcétera).

Haremos foco en el concepto de posproducción, el cual engloba todo lo definido anteriormente en los procesos de realización por parte de terceros frente a una producción gráfica. De esta manera, Nicolas Bourriaud (2000) define ciertas prácticas y acciones que delimitan a la posproducción:

1. reprogramar obras existentes;
2. habitar estilos y formas autorizadas socialmente;
3. hacer uso de imágenes;
4. utilizar a la sociedad como un repertorio de las formas;
5. invertir en los conceptos de moda y utilizar como vehículo los medios masivos (p. 3).

Podemos entender que estas prácticas tienen todas un punto en común: toman la base de algo y lo moldean a favor de las necesidades. Por lo tanto, si trasladamos estos conceptos a lo que veníamos desarrollando, la normalización de los procesos digitales y el uso de dispositivos móviles generan de por sí una apertura a la capacidad tanto de producción como de posproducción gráfica, en un sector que anteriormente carecía de esta posibilidad: los ‘no diseñadores’.

El sistema al que pertenecemos hoy en día posibilita la edición constante y producción de material gráfico, con resultados aceptables bajo un concepto de funcionalidad, por lo que nos podemos preguntar: ¿realmente esto afecta a la producción del diseño o simplemente la facilita y genera apertura para que todo público pueda sentirse por un momento diseñador y pueda resolver sus problemas de manera autónoma?

Según Nicolas Bourriaud (2000), «la apropiación es en efecto el primer estado de la posproducción; ya no se trata de fabricar un objeto, sino de seleccionar uno entre los que existen y utilizarlo o modificarlo de acuerdo con una intención específica» (p. 8). De esta manera, podemos llegar a pensar que los medios digitales se encargan de potenciar la posproducción de una pieza gráfica que puede pertenecer a cualquier persona y ser modificada en cuestión de segundos.

Según el informe anual Data Never Sleeps 2018, cada día se crean en internet aproximadamente 2,5 billones de bytes de datos, donde, por ejemplo, los videos de YouTube se estima que alcanzan 4,3 millones de visitas por minuto, mientras que se cargan cuatrocientas horas de video en la plataforma cada sesenta segundos (Domo, 2018).

Además, el uso de Twitter como red social cada vez se presenta con mayor crecimiento, ya que sus usuarios realizan más de 473.000 tweets por minuto, cuando por otro lado en Google, cada minuto se realizan 3.877.000 búsquedas. Estos números nos permiten entender la masificación y cómo el acceso a la información es cada vez mayor.

e. Hiperconexión: Acceso a la información, demanda y velocidad

La reproductibilidad masiva y el campo de la hiperconexión se encargan de potenciar el acceso a la información, la cual incide directamente sobre el campo del diseño gráfico. Entendemos que esto puede influir en muchos aspectos, como por ejemplo, en la enseñanza y en la democratización, como mencionamos anteriormente. No solo tenemos diseño al alcance, sino también la teoría y las bases para formar un diseñador.

Por otro lado, la hiperconectividad también ayuda a la visibilidad del profesional del diseño y de los servicios que brinda. Por ejemplo, las redes sociales son una ventana del trabajo de diseño, y a su vez permiten el contacto directo con el diseñador.

En este punto, entendemos pertinente citar a Manzini (2015), que afirma lo siguiente:

Todo el mundo tiene la capacidad para diseñar, pero no todos son diseñadores competentes y pocos se convierten en diseñadores profesionales. En esto radica la definición de un abanico de alternativas para aquellos que diseñan, entre los dos polos del diseño difuso y del diseño experto, en el que el diseño difuso es puesto en marcha por «inexpertos», que hacen uso de su capacidad natural para el diseño, mientras que los expertos en diseño son personas formadas para actuar como tales de manera competente y se proponen a sí mismos como profesionales de esta disciplina. (p. 47)

Este autor dice que, frente a un problema, existe una posible solución desde el campo del diseño. Como seres humanos tenemos capacidad para diseñar y, por ende, encontrar dichas soluciones de primera mano o solicitando el servicio de un tercero. Mediante la hiperconexión entendemos que es fácil acceder tanto a información como a asesoramiento indirecto (por ejemplo, tutoriales en YouTube), también a textos académicos y referencias visuales que abundan en redes sociales o en webs especializadas.

f. Herramientas gráficas y aplicaciones

Lo que comúnmente llamamos herramientas de diseño pueden constituirse tanto en objetos como en medios o soportes y software o aplicaciones, utilizados con la finalidad de diseñar.

En esta investigación el foco está puesto en el software y aplicaciones, así como en aquellos dispositivos en los que se utilice. El *Diccionario de la Real Academia Española* define el software como un «conjunto de programas y rutinas que permiten a la computadora realizar determinadas tareas» (definición 1). A su vez, define a las aplicaciones como un «programa o conjunto de programas cuyo objeto es la resolución de un problema mediante el uso de informática» (definición 2). Es bajo estas acepciones que utilizaremos estos términos según el dispositivo en el que se emplea.

Basados en experiencias personales y conocimientos adquiridos, podemos decir que las herramientas de diseño son aquellas que nos permiten desarrollar y producir piezas gráficas. Este sería el concepto más duro de lo que puede ser una herramienta. Por otro lado, las podemos definir como parte de la metodología de cualquier diseñador. Pero en todo esto que hemos dicho, siempre estamos girando en torno al mismo concepto: el proceso. Dado que entendemos al diseño como un proceso activo/creativo, el cual presenta una metodología que lleva a un resultado, en este sentido podemos decir que las herramientas son el vehículo o las facilitadoras de estos procesos.

La llegada del software permitió una rápida producción de contenidos con buenos resultados y en menor cantidad de tiempo. No obstante, creemos que el diseñador como tal puede llegar a destacar por sobre otros individuos, independientemente del software utilizado. La producción rápida que ofrece el uso de software permite a muchos diseñadores explorar múltiples ideas. Sin embargo, enfrentarse a este universo de posibilidades puede llegar a dificultar el encontrar la mejor solución, y puede conducir a una interminable cantidad de respuestas sin un resultado claro en términos de diseño.

Separaremos los softwares en dos grupos: por un lado, aquellos utilizados por diseñadores —que pueden ser gratuitos o de pago—, principalmente aquellos que necesiten de un cierto estudio de la herramienta, como, por ejemplo, cualquier programa de la suite de Adobe, entre otros. Por otro lado, el software de diseño que utilizan usuarios sin conocimiento de la profesión. Encontramos que muchos de estos softwares se utilizan en dispositivos móviles. Un claro ejemplo es el servicio que ofrece Canva (sobre el cual desarrollaremos más adelante), donde se encuentran plantillas y elementos gráficos predefinidos por diseñadores.

Estos softwares o aplicaciones actualmente manejan ciertos patrones de diseño previamente aprobados por diseñadores, por lo que, siguiendo ciertos lineamientos, un individuo sin conocimientos ni teoría sobre el diseño es capaz de diseñar o por lo menos de ensamblar una pieza gráfica.

Con el uso de estas aplicaciones percibimos que de acuerdo a nuestras necesidades podemos encontrar tipografías sugeridas, paletas de colores y hasta diseños ya establecidos en formato de plantillas. En este punto somos capaces de decir que, al producir sin tener un conocimiento previo, igualmente podemos obtener resultados funcionales y correctos.

g. Redes sociales, un ecosistema digital

Cuando se habla de redes sociales nos llegan a la cabeza distintos nombres, como Instagram, Facebook, Twitter, Tik Tok, YouTube y LinkedIn, lugares por los que hoy en día se percibe la mayoría de la comunicación visual. Vivimos en una época en la que, si algo no está presente en estos canales, su visibilidad se ve reducida.

Entendemos a las redes sociales como un canal de comunicación y una plataforma donde uno, como usuario, es capaz de generar y consumir contenido. De esta manera, como diseñadores, al observar este contenido podemos cuestionar la calidad gráfica, independientemente de quién la haya realizado.

Si consideramos la situación de un individuo que necesita difundir un emprendimiento, pero no tiene ningún conocimiento de diseño y además carece del dinero para costear a un diseñador, estas aplicaciones pueden ayudarlo a lograr su cometido.

Al momento de querer difundir información ante la sociedad, entendemos que el uso de las redes sociales crea una gama de beneficios importantes, por ejemplo,

1. aumentan tu visibilidad;
2. ayudan a mejorar tu marca;
3. aumentan el tráfico hacia tu web o blog;
4. facilitan la comunicación directa entre empresa y clientes;
5. son una herramienta de estudio de mercado en tiempo real;
6. fomentan el networking: si compartes, serás compartido.

James Lull desarrolla un concepto del espectador como participante activo en todas las formas y tipos de comunicación humana. En el artículo «Los placeres activos de expresar y comunicar» (2008) defiende la capacidad de expresarse por parte del ser humano y el poder de los símbolos que habitan en los medios de comunicación contemporáneos. Al mismo tiempo, reconoce la capacidad de los medios de comunicación para potenciar la expresividad en la vida cotidiana de las personas e introduce el concepto cultural *open sourcing* (recursos culturales abiertos), concepto esencial para el desarrollo de la democratización de los procesos de comunicación y su distribución. Al respecto, James Lull (2008) afirma:

Los seres humanos construyen su realidad social a través del intercambio creativo e ilimitado de signos en la comunicación de cada día. La expresión y la creatividad simbólica no son añadidos lujosos de la vida moderna. Son fundamentales para la existencia humana y su importancia ha ido creciendo desde la llegada y la rápida expansión de los medios de comunicación, los recursos simbólicos desarrollados por los medios y la industria cultural, internet y la aparición de las tecnologías personales de la comunicación, especialmente la telefonía móvil. Estos campos de fuerza interactivos señalan la singularidad, importancia e impacto de la era digital. (p. 22)

a. La profesión del diseño y su campo laboral

El Consejo Internacional de Asociaciones de Diseño Gráfico (Icograda) (2011) dice que un diseñador gráfico

1. realiza diseño de identidad; diseño editorial y de libros; diseño de tipografía; diseño de información; publicidad; ilustración; fotografía; caligrafía; sistemas de señalización y de pictogramas; envases y embalajes; diseño de animación; gráfica para televisión y títulos de películas; diseño de interfaz de productos, de la web y de juegos; gráfica de exposiciones, de interacción y ambiental; visualización de datos; y cualquier otra actividad que cree formas visuales tanto online o cine;
2. posee la sensibilidad intelectual y la destreza para crear imágenes o diseños que serán reproducidos por cualquier medio de comunicación visual;
3. contribuye a conformar la vida y el paisaje visual del comercio y la cultura en un equilibrio estable;
4. crea significados para una comunidad de clientes y usuarios diversos, no solo interpretando sus intereses, sino ofreciendo también soluciones que sean cultural, ética y profesionalmente apropiadas;
5. identifica, define problemas y los soluciona, analizando las posibilidades en equipo a través del pensamiento crítico, la creatividad y la experimentación, así como de la evaluación;
6. conceptualiza, articula y transmite identidad, mensajes, ideas y valores a productos, sistemas, experiencias y servicios nuevos, actualizados o fusionados;
7. usa un enfoque inclusivo que enfatiza la diferencia, respeta la diversidad humana, ambiental y cultural, y lucha por conseguir puntos en común;
8. aplica principios éticos para evitar daños y tiene en cuenta las consecuencias de la acción del diseño sobre la humanidad (individuos y comunidades) y el medioambiente;
9. se adapta al cambio tecnológico con facilidad y acepta el desafío de aprender y dominar las nuevas maneras de visualizar y comunicar conceptos mediante diferentes medios de comunicación y nuevos materiales atractivos;
10. posee un enfoque disciplinario y aplica esa habilidad al trabajar en equipos interdisciplinarios con antropólogos, programadores de software, científicos, ingenieros, arquitectos y otros expertos. (Icograda, 2011, pp. 8-9)

La profesión de diseñador gráfico cuenta con una amplia salida laboral, ya que su carácter transversal lo plantea como una profesión aplicable a cualquier campo. Esto, sumado a la digitalización, hace que la presencia del diseño sea requerida en casi cualquier ámbito.

Basados en una entrevista realizada a una encargada de recursos humanos (ver anexo) podemos comprender el campo laboral en Uruguay de mejor manera. Nos encontramos con una creciente demanda laboral de diseñadores gráficos, que se encuentran migrando cada vez más a empresas de tecnología y software, como también estableciendo un perfil de *freelancer* importante.

Un trabajador *freelance* es aquel que trabaja de forma independiente o se dedica a realizar trabajos de manera autónoma, que le permitan desenvolverse en su profesión o en aquellas áreas que pueden ser más lucrativas y están orientadas a requerir servicios específicos de terceros.

b. El valor del diseñador gráfico en la sociedad

En la base de entrevistas realizadas a una pequeña muestra de diseñadores y no diseñadores, nos encontramos un comentario recurrente que afirmaba que, en cierta medida, la profesión del diseño no es reconocida como debería. Esto nos hace pensar que la profesión se vuelve un tanto difusa en la sociedad.

Un común denominador entre todas las entrevistas realizadas es que los comercios, empresas o colectivos, usualmente los de menor tamaño, no contratan los servicios de un diseñador gráfico, ya que consideran que no es necesario por diversos motivos que van desde lo estético hasta lo económico.

Muchas veces se minimiza al diseño como profesión e incluso se llega a pensar que no es necesario ningún tipo de criterio o teoría, más que saber utilizar una computadora. Pero, ciertamente, quienes piensan así no conocen el efecto positivo y el diferencial que significa el trabajo realizado por un profesional en el campo de diseño y las repercusiones que pueden tener en diversos públicos.

El diseñador tiene la capacidad de construir y desarrollar mensajes de manera gráfica, así como la creación de objetos visuales que ayuden al desarrollo y la posibilidad de identificar problemas con la capacidad de transformarlos.

Los cambios cualitativos en las motivaciones de la profesión de diseñador y del significado del diseño en la sociedad han reforzado la contemporaneidad de un concepto de 'cultura del diseño', que nos lleva más allá de los estudios de Cultura Visual. La creciente importancia del branding como punto clave y como motor de gran parte del ejercicio del diseño señala dos retos claros: el primero es que la cultura del diseño exige al observador ir más allá de los atributos visuales y materiales (Guy Julier, 2008, p. 29).

Este autor plantea que los constantes cambios en las motivaciones del diseñador y el significado del diseño para la sociedad han reforzado el concepto de cultura del diseño. La propia cultura del diseño exige a la sociedad ser más críticos e ir más allá de lo visual. En sus palabras, «la cultura del diseño incluye, por tanto, los aspectos materiales e inmateriales de la vida cotidiana. Por una parte se articula a través de imágenes, palabras, formas y espacios, pero, por otra, conjuga discursos, acciones, creencias, estructuras y relaciones» (Guy Julier, 2008, p. 24).

Pensamos que la definición de cultura del diseño planteada de esta forma es acertada. Además, desarrollarlo de esta manera permite contemplar el carácter dinámico de los diversos procesos y metodologías del diseño, así como también los resultados, que funcionan y también poseen significado si están insertos socioculturalmente.

Por otra parte, Julier (2008) expresa:

He criticado de manera deliberada una visión más conservadora de la Cultura Visual como trampolín para definir una sensibilidad afín a las cambiantes condiciones de la cultura del diseño como objeto de estudio y que subraya la complejidad inherente a la consideración de la Cultura del Diseño como disciplina académica. (p. 34)

Siguiendo esta cita, podemos entender que el diseño es inherente a la cultura propia de su contexto. Finalmente, Julier maneja la idea de que el diseño en realidad no solo trasciende lo físico y lo que es el producto final, sino que va hacia un plano conceptual y teórico.

c. Herramientas digitales para la producción gráfica, utilizadas por diseñadores

Si bien todo el siglo xx fue una época de grandes cambios en lo que respecta al área del diseño, sobre la década de los noventa, con la aparición de internet, de las primeras computadoras y del software se marcó un precedente en la forma de producción de diseño, que continúa hasta el día de hoy.

En 1989, una empresa canadiense llamada Corel Corporation estrena la primera herramienta digital para la producción gráfica: Corel Draw, un programa de diseño e ilustración de vectores a todo color. Una herramienta revolucionaria para la época, ya que brinda al diseñador un abanico de posibilidades para la creación de una o varias piezas.

Por otro lado, con la idea de poder manipular imágenes, los hermanos Thomas, Glen y John Knoll crearon en 1990 la primera versión de Photoshop para Mac, siendo hoy en día el programa de edición de imágenes más famoso del mundo. Este fue adquirido posteriormente por la empresa Adobe, reconocida mundialmente en el ámbito del diseño actual.

Desde finales del siglo xx y hasta la actualidad, todas estas herramientas digitales crecieron exponencialmente y fueron apareciendo cada vez más, en función de atacar todas las ramas del diseño: edición de imágenes, ilustraciones, diseño editorial, diseño multimedia, diseño tipográfico, entre otros. En la actualidad, cualquier persona con una computadora o un celular puede acceder a este tipo de herramientas desde cualquier parte del mundo. Cada programa conlleva una complejidad distinta, siendo algunos más intuitivos que otros. Para una buena producción gráfica con el uso de estas herramientas, es necesario un conocimiento previo en el área a trabajar y también de la herramienta en sí. Como diseñadores creemos que estas herramientas enriquecen y simplifican la producción de piezas y el diseño.

Algunas de las herramientas digitales más utilizadas por diseñadores al día de hoy son las de Adobe, como Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe Lightroom, Adobe InDesign, Adobe AfterEffects, Adobe XD, cada una de esas con una finalidad y un rama del diseño distinta.

a. Intuición y procesos aplicados por no diseñadores

Según Joan Costa (1995), la identidad es «el conjunto de características, que conforman un sistema de signos visuales que tienen por objeto distinguir a uno de las demás» (p. 15).

Si aplicamos este concepto al uso de aplicaciones, donde la herramienta sugiere elementos de diseño, plantillas y gráfica predefinida, podemos entender que la identidad en sí misma no se encuentra del todo definida. Esto sucede porque la producción gráfica mediante la aplicación se da desde la intuición, careciendo de la teoría o el ojo experto de un diseñador.

Es así que podemos percibir un gran parecido entre piezas gráficas de la misma índole. Y no es que el parentesco sea un problema, sino que, cuando tenemos diversos objetivos o públicos, esto puede volverse complejo, la comunicación se torna confusa, no hay definida una identidad, por lo tanto no destaca entre otras piezas gráficas de similares características, etcétera.

Esta temática se relaciona con la coherencia estética, en la que uno como diseñador debe encargarse de unir distintos elementos para que estos formen un todo que sea capaz de lograr un objetivo comunicacional. Esto es algo que llega con el aprendizaje y el desarrollo de la profesión, y por eso entendemos que la intuición no siempre es un vehículo efectivo. Los procesos deben de ser aplicados y comprendidos, no es posible lograr una comunicación correcta si no se comprende el acto en sí mismo y cuál es la finalidad.

Al respecto, el diseñador Andrew Ashton afirma que «un diseño eficaz es el que logra llegar al público deseado y a la vez hace que el observador retenga en su mente, no el diseño en sí, sino a la idea a la que da forma» (Ashton, citado en Peñaloza, 2013, p. 37). Estamos de acuerdo en que el diseño gráfico posee un cierto grado de intuición, pero este debe de ser sustentado por un conocimiento teórico para comprender una pieza gráfica en la base de ciertas decisiones.

Arfuch et al. (1997) expresan lo siguiente:

Lo que diferencia al diseño en sentido estricto del diseño en general o método proyectual es que el primero, más allá de todas las premisas lógicas referidas a los condicionamientos externos, posibilidades internas, funciones probables y fines previstos, tiene en el mismo nivel una premisa estética; junto a lo planificable está la intuición del diseñador que confluye en una prefiguración. Esta unión de proyectualidad lógica e intuición estética es lo que genera un objeto de diseño ... que transforma el aspecto funcional —comunicar, usar— en un texto u objeto con una diferencia cualitativa que lo hace diferente respecto a su intuición y su función. El objeto de diseño no solo llena una necesidad social; al hacerlo crea un producto que se establece como un hiato entre la demanda del receptor y la intuición del emisor. (p. 38)

Como dicen estos autores, lo intuitivo juega un papel fundamental en el diseño cuando no es posible describir el paso a paso de un proceso concreto. Es decir que, cuando la metodología utilizada no es concreta, se recurre a la intuición y experimentación, lo cual puede considerarse una herramienta dentro del sistema y del proceso, y es propio del diseñador utilizarla o no.

Mónica Raiberti (2008) afirma en un artículo que escribe para ForoAlfa:

El conocimiento sensible es, de algún modo, opuesto al analítico. Este último prescribe la división (ejercida por el intelecto) en partes cada vez menores del objeto para su mayor conocimiento; aquel obtiene un conocimiento a través de los sistemas sensibles del cuerpo y requiere de un contacto global con él, aunque para ser utilizables racionalmente requiere también del intelecto. Es decir, funciona complementariamente: los procesos creativos sensibles, intuitivos, pueden enriquecerse con los datos obtenidos analíticamente y viceversa. Por otro lado, tenemos el concepto de autoedición, que no solo remite al campo del diseño, sino que también aplica a otras disciplinas, en las que uno busca soluciones y respuestas de manera autónoma. Lo que en este caso aplica de manera perfecta a estos llamados no diseñadores, que necesitan de la producción gráfica sin el recurso de un profesional capacitado, esto a través de las aplicaciones de diseño que le ofrecen soluciones correctas de manera gratuita y funcional. (párr. 15)

Con esta cita entendemos y nos resulta interesante la idea de que la intuición como parte del proceso creativo, puede ser un complemento de los procesos racionales y analíticos, logrando así un equilibrio.

b. Campo laboral aplicado a PYMES y emprendedores

Las PYMES es un contexto adecuado que nos permite establecer un punto de referencia en cuanto a la problemática planteada por esta investigación, creemos que es importante traer a colación este apartado, ya que da contexto y explicita la problemática del trabajo.

El término emprendimiento proviene del francés *entrepreneur*, que significa ‘pionero’, y se refiere etimológicamente a la capacidad de una persona de realizar un esfuerzo adicional para alcanzar una meta, aunque en la actualidad se limita su uso para referirse a una nueva empresa o proyecto que inicia una persona o grupo de personas. En esta descripción encontramos explícitamente el concepto de «esfuerzo adicional», dado que varios emprendimientos surgen de una necesidad que busca ser solucionada de manera autónoma, por lo que no resulta extraño que gran cantidad de emprendedores busquen lograr su cometido individualmente, recurriendo a herramientas de diseño y autoedición que le faciliten la tarea de lo que puede ser, por ejemplo, la difusión de su trabajo.

Si definimos el término pymes podemos decir que son las empresas que clasificadas según su tamaño están categorizadas como pequeñas y medianas. Es decir, las PYMES son organizaciones con fines de lucro (que buscan generar beneficios) y cuyas operaciones son de baja escala. Esto significa que no son empresas sumamente desarrolladas o no cuentan con gran capital de inversión o no está dentro de sus prioridades la inversión en diseño.

Puede suceder que, cuando una empresa se está desarrollando, su foco no esté puesto en el área de diseño y sí en el producto. Muchas PYMES recurren a no diseñadores, ya que estos ofrecen bajos costos y en algunos casos pueden brindar buenos resultados, por lo que acuden a gente conocida, amigos, familiares que tengan buen sentido estético y buen manejo de herramientas digitales para la producción de piezas. El resultado puede llegar a cumplir con las necesidades del negocio, por eso es una buena opción para el no diseñador como también para la empresa. Es cada vez más común ver piezas gráficas para emprendimientos, que no cumplen con las necesidades básicas de diseño como por ejemplo legibilidad, jerarquía, ritmo, contraste, entre otras. Pese a esto, en muchos casos estas piezas son publicitadas y conllevan el alcance de un gran número de personas.

c. Herramientas digitales utilizadas por no diseñadores

«Haga diseños gráficos en minutos sin experiencia de diseño previa...», «Diseña banners profesionales en minutos». Así se titulan y se promocionan algunas de las herramientas digitales utilizadas por los no diseñadores. De las herramientas digitales para diseñadores se empiezan a desprender otras mucho más intuitivas y sencillas, con la intención de que cualquier persona pueda utilizarlas, tenga conocimiento de diseño o no. En la mayoría de los casos se utilizan plantillas editables creadas por diseñadores. El objetivo de estas herramientas es que cualquier persona pueda crear en cuestión de minutos una pieza gráfica de calidad.

En 2007, Melanie Perkins crea Canva, la herramienta digital para no diseñadores más conocida hasta el día de hoy. Ella argumentaba que «Te podía tomar todo un semestre aprender lo básico» en relación al diseño gráfico. En respuesta a esto toma la decisión de desarrollar la aplicación canva con la finalidad de facilitar dicho proceso.

Canva actualmente cuenta con miles de plantillas y está muy bien subdividida en categorías para que las personas puedan buscar el diseño adecuado a sus necesidades. Entre estas categorías podemos encontrar:

Redes sociales:

- Instagram Stories
- Banners para YouTube
- Estados de WhatsApp
- Twitter
- Post de Facebook
- Filtros de Snapchat

Negocios:

- Presentaciones
- Páginas web
- Logos
- Tarjetas de presentación
- Hojas membretadas
- Propuestas

Educación:

- Flash cards
- Hojas de trabajo
- Historietas
- Boletas de calificación
- Separadores de libros
- Horarios de clase

Personales:

- Invitaciones
- Tarjetas
- Curriculum vitae
- Invitaciones de baby
- Recetas de cocina
- Tazas personalizadas

Mercadotecnia:

- Carteles
- Flyers
- Infografías
- Folletos
- Boletines informativos
- Carteles publicitarios

Tendencias:

- Playeras
- Videos
- Invitaciones de boda
- Posts para Instagram
- Stickers
- Tarjetas de cumpleaños

Redes sociales	Personales	Negocios	Mercadotecnia	Educación	Tendencias
Instagram Stories	Invitaciones	Presentaciones	Carteles	Flashcards	Playeras
Banners para YouTube	Tarjetas	Páginas web	Flyers	Hojas de trabajo	Videos
Estados de WhatsApp	Curriculum vitae	Logos	Infografías	Historietas	Invitaciones de boda
Twitter	Invitaciones de baby..	Tarjetas de presenta..	Folletos	Boletas de calificaci..	Posts Para Instagram..
Posts de Facebook	Recetas de cocina	Hojas membretadas	Boletines informativ..	Separadores de libros	Stickers
Filtros de Snapchat	Tazas personalizadas	Propuestas	Carteles publicitarios	Horarios de clases	Tarjetas de cumplea..

INTERFAZ DE LA APLICACIÓN Y PROCESO DE CANVA

Dentro de todas estas categorías y en sus respectivas plantillas, el usuario tiene la posibilidad de editar y trabajar con la tipografía, el color, la fotografía, los elementos gráficos, la composición y hasta el movimiento.

Canva dentro de su plataforma cuenta con una sección llamada «Aprende», donde se pueden encontrar varios artículos escritos por diseñadores, con tips y sugerencias para que aquellas personas sin conocimiento puedan mejorar la calidad gráfica en sus piezas.

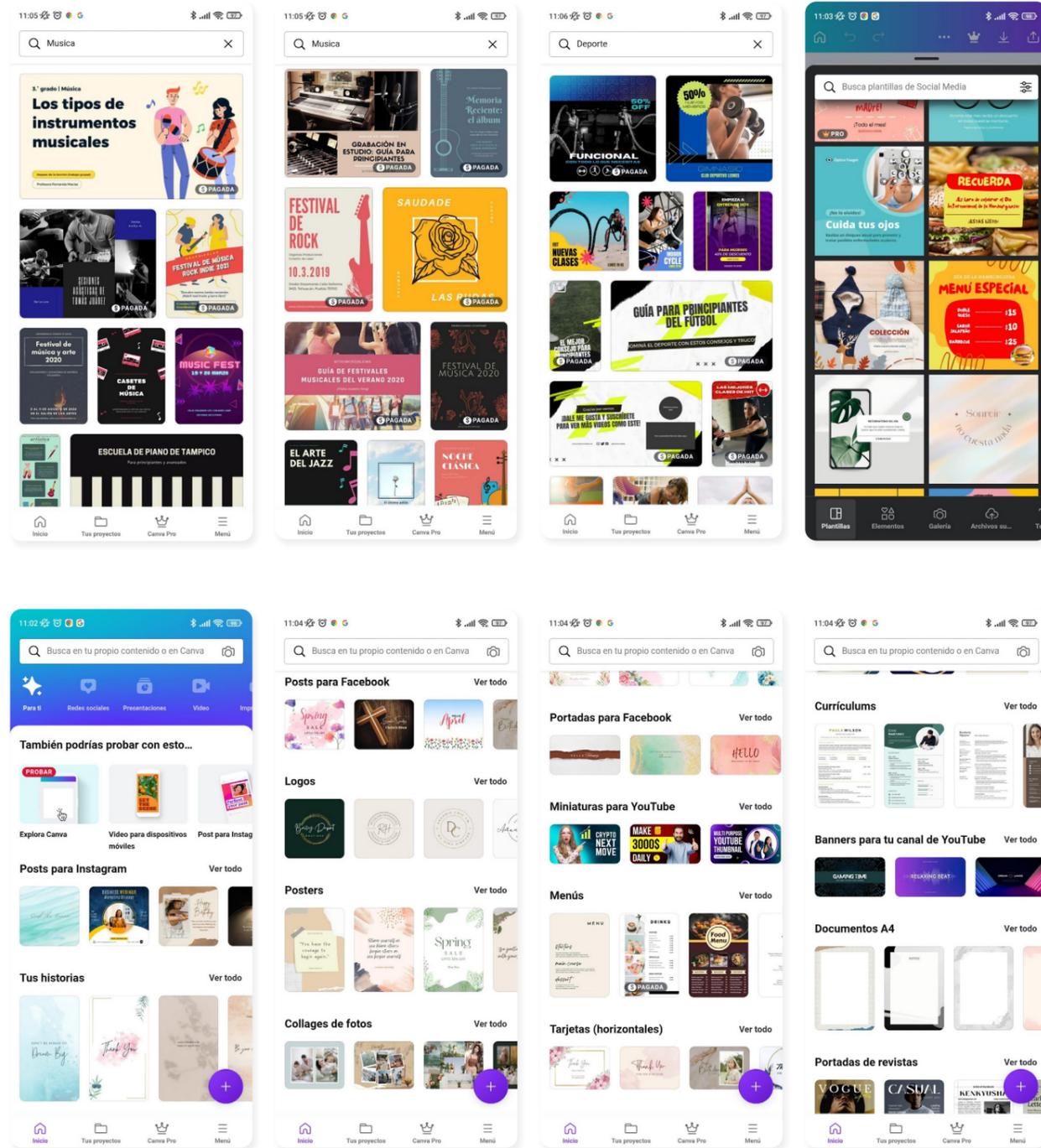
Finalmente, y no menos importante, Canva cuenta con dos modalidades de servicio: una gratuita, con un 'limitado' número de plantillas (250000), y una suscripción premium llamada Canva Pro, que ofrece un mayor número de plantillas y sus respectivos elementos (610000). Esta suscripción a la fecha de hoy (julio 2022) tiene un costo mensual de USD 6,49.

Destacamos de la interfaz de Canva, principalmente, su pantalla de inicio, donde podemos visualizar a la perfección las categorías con las que se puede trabajar. Estas son variadas y dentro de cada una se puede acceder a miles de plantillas pre-existentes. A su vez, el uso del buscador permite a los usuarios encontrar fácilmente plantillas relacionadas a la temática o motivo con el que se quiere trabajar.

Las plantillas se encuentran agrupadas también bajo formatos que indican y facilitan al usuario, según lo que quiere realizar, por ejemplo, un currículum o un posteo para redes sociales con sus medidas específicas.

Además, el usuario tiene la opción de empezar un diseño desde cero, permitiendo así expandir las posibilidades dentro de la aplicación.

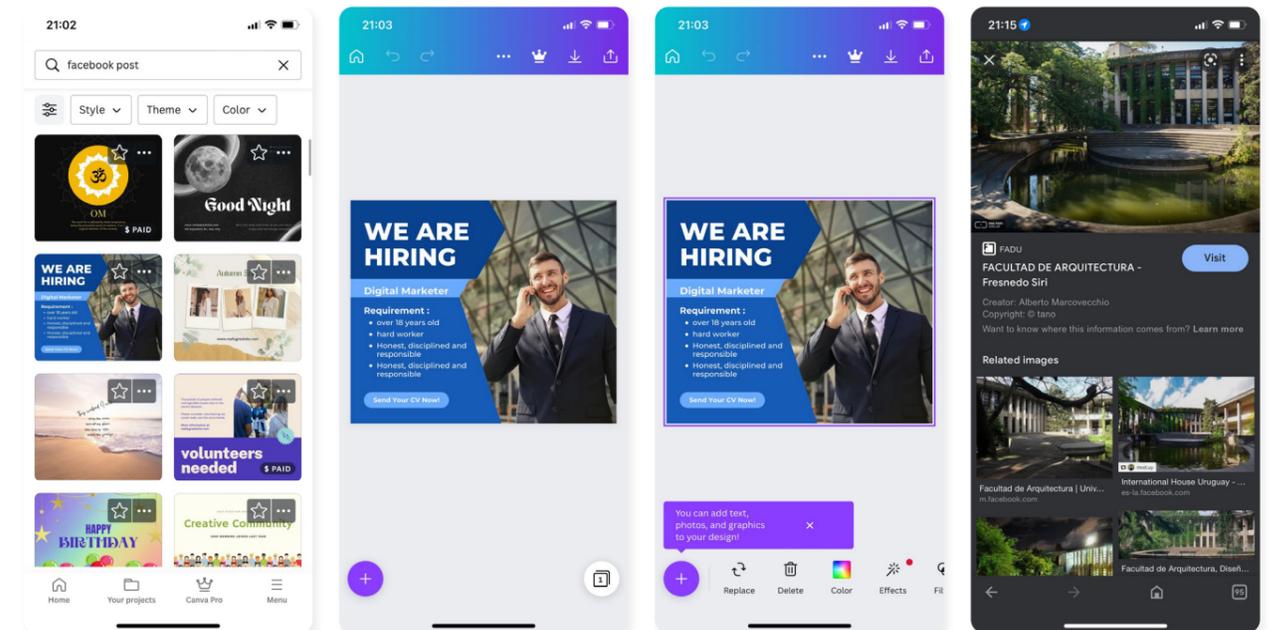
4. EN PERSPECTIVA, EL MUNDO DE LOS 'NO DISEÑADORES'



4. EN PERSPECTIVA, EL MUNDO DE LOS 'NO DISEÑADORES'

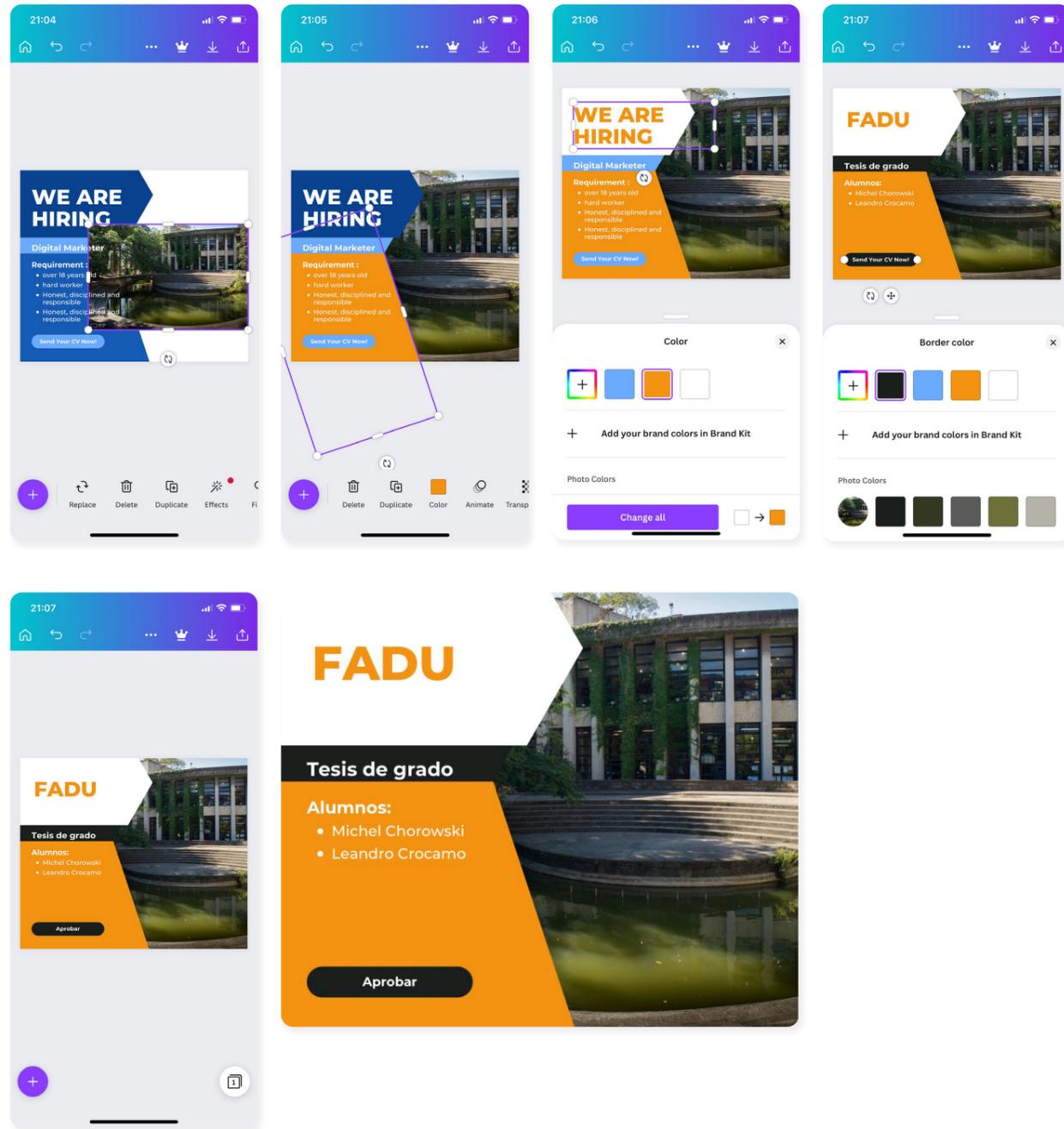
A continuación mostraremos un ejemplo de proceso de diseño dentro de la aplicación. En este caso seleccionamos una plantilla dentro de la categoría Facebook Post, y así podemos observar las posibilidades de edición y personalización de Canva.

Para este ejemplo en particular, rápidamente modificamos la paleta de colores y la fotografía utilizada, pero también podemos ver que se puede cambiar la tipografía como también las formas y elementos gráficos a emplear. El tiempo dedicado a este diseño no tomó más de cinco minutos, por lo que entendemos lo veloz e intuitivo de la propia aplicación.



Existen otras herramientas muy utilizadas como Vexels, Abduzeedo, Graphic Burger, Infogram, 99Designs, Crello, Design Wizard, entre otras.

4. EN PERSPECTIVA, EL MUNDO DE LOS 'NO DISEÑADORES'



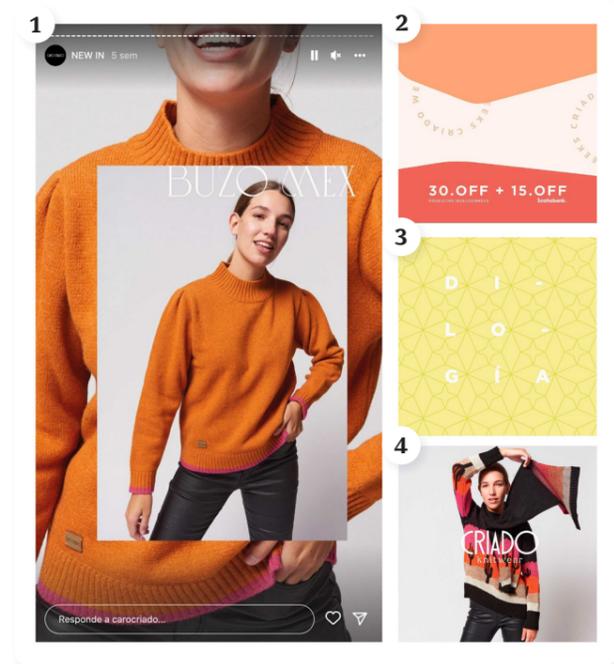
5. CONTRAPUNTO

En este punto de la tesis nos encargaremos de contraponer tanto los dos puntos de vista como los universos en los que se desarrollan nuestros dos actores principales: diseñadores y no diseñadores.

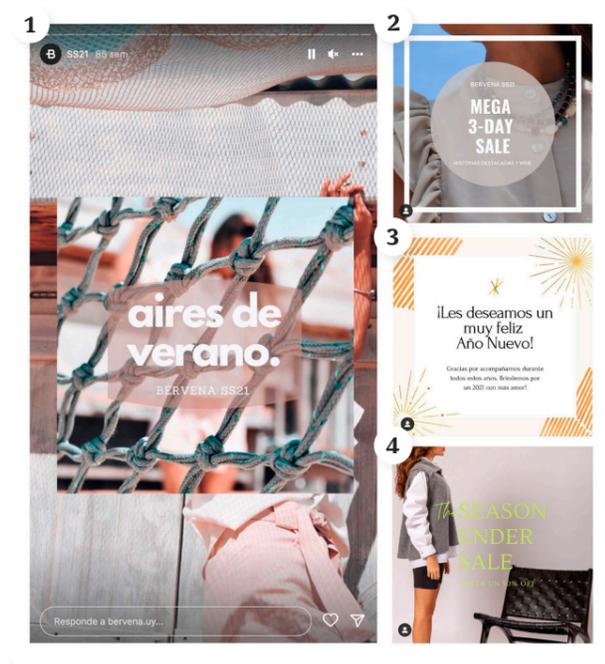
Como criterio de evaluación, analizaremos ciertos elementos de las piezas gráficas. Evaluaremos si las decisiones gráficas son acordes y qué ofrece cada una frente a la otra. Comentaremos si la tipografía es adecuada, si hay legibilidad, si los colores son correctos y si existen elementos gráficos que destaquen frente a otros productos. Además, analizaremos las piezas desde el punto de vista comunicacional, evaluando si la gráfica comunica de manera correcta el mensaje que se busca transmitir. Esta evaluación será realizada tanto para diseñadores como para no diseñadores.

a. Relevamiento y análisis

En este relevamiento seleccionamos dos propuestas gráficas de productos y objetivos similares, hechos tanto por diseñadores como por no diseñadores, en cada uno de los casos. Ambos proyectos fueron realizados dentro de Uruguay, como establecimos anteriormente.



Propuesta A: Caro Criado (@carocriado)
 Marca de ropa femenina uruguaya.
 Piezas gráficas realizadas por diseñadores.



Propuesta B: Bervena (@bervena.uy)
 Emprendimiento de indumentaria femenina uruguaya.
 Piezas gráficas realizadas por «no diseñador».

En la propuesta A presentamos a Caro Criado, una reconocida marca de indumentaria femenina, ya instalada hace varios años en el mercado uruguayo. Cuenta con dos locales en Montevideo, uno en Punta del Este, uno en la Barra de Maldonado y una franquicia en Chile. Además, cuenta con un sitio web y sus respectivas redes sociales (en Instagram posee 81000 seguidores). También tiene un equipo de diseñadores tanto de indumentaria como gráficos, encargados de la gestión del material gráfico para redes.

En la propuesta B nos encontramos con Bervena, un emprendimiento de ropa femenina realizada por una licenciada en Administración de Empresas sin conocimientos de diseño gráfico (ver entrevista en anexo). Este emprendimiento empezó como un hobby, utilizando como canal principal de venta Instagram (hoy en día cuenta 15000 seguidores), y terminó expandiéndose a una web propia, explorando de esta manera el e-commerce. Este emprendimiento se encuentra gestionado en su totalidad por su creadora, desde el diseño de la indumentaria, las operaciones económicas y el diseño gráfico. En su entrevista nos cuenta que ella utiliza Canva en la realización de todas sus piezas gráficas, y que además carece de formación y conocimiento en diseño.

La primera vez que hicimos una puesta en común entre estos dos proyectos, por un lado notamos una gran diferencia a nivel comunicacional, dado que ambas propuestas que son del mismo rubro y buscan comunicar un mensaje similar, lo hacen de manera distinta y creemos que con diferentes resultados. Por otro lado, encontramos una gran similitud entre las propuestas gráficas y estética de sus redes sociales. La similitud es tal, que creemos que existe dificultad para identificar si dichas piezas fueron realizadas por un diseñador o no.

En lo que respecta al abordaje comunicacional de estas dos propuestas, podemos decir que a primera vista, en la imagen 1 de la propuesta A, reconocemos rápidamente que se trata de indumentaria femenina, ya que el titular y la imagen están en un primer plano comunicando así de manera directa un mensaje. Mientras que en la imagen 1 de la propuesta B, la situación es distinta, ya que se presenta una frase un tanto confusa y que no se correlaciona con la imagen de fondo. Además, el orden de lectura en el primer caso, entendemos es correcto porque lo primero que observamos es el producto y luego el titular que ancla el mensaje. De manera inversa a lo que sucede con Bervena, donde lo primero que leemos es la frase y nunca llegamos a conectar con el mensaje porque el foco no está en el producto. En este caso entendemos que hay un problema debido a que no podemos reconocer con esta pieza de qué trata el emprendimiento. A simple vista podemos llegar a pensar que esta imagen se refiere a otro rubro, como por ejemplo el turismo.

Otra diferencia que encontramos, es a la hora de comunicar sobre un descuento, algo muy común cuando se trata de ropa e indumentaria. En la imagen 2 de la propuesta A, podemos ver que se transmite de manera directa informando el porcentaje exacto de descuento durante la promoción, que entendemos es lo que el usuario quiere ver. Mientras que en la imagen 2 de la propuesta B, también trata sobre un descuento pero no se muestra en la pieza el monto a descontar o algún llamador para el usuario, sino que se hace hincapié en el título de la promoción.

En cuanto al aspecto estético de las propuestas, nos resulta interesante el contraste que existe entre la marca ya desarrollada (propuesta A) y el emprendimiento (propuesta B) y cómo los resultados gráficos son muy similares independientemente de las herramientas utilizadas.

Ambas propuestas utilizan similares recursos gráficos, desde el tratamiento de la foto hasta su colocación, en este caso superponiendo una fotografía sobre el fondo de otra. Por otro lado, las tipografías mantienen una línea según la información a comunicar, ya sea una tipografía sans serif en bold para textos promocionales, mientras que en sus títulos utilizan fuentes display de gran expresividad. Esto hace que las dos propuestas tengan un correcto grado de legibilidad, más allá de lo que se busca comunicar. En términos de jerarquías, no existen elementos que compiten visualmente perjudicando la comunicación.

En cuanto a su paleta cromática, los dos ejemplos usan tonos cálidos (naranjas, amarillos y ocres), posiblemente queriendo comunicar cercanía y calidez con su público objetivo.

Algo que desconocemos, pero consideramos que existe dicha posibilidad, es que los no diseñadores pueden inspirarse en el trabajo de los diseñadores, y mediante Canva son capaces de llegar a resultados muy similares.

**Propuesta C:** Bohenur (@bohenur)

Emprendimiento de indumentaria femenina uruguaya especializado en talles grandes.

Piezas gráficas realizadas por no diseñador.

Por otro lado, presentamos en la propuesta C a Bohenur, un emprendimiento uruguayo que se dedica a la indumentaria femenina y se especializa en talles grandes. Es gestionado por Daniel, egresado de la carrera de Contador Público, quien se encarga desde la importación de las prendas hasta la operativa y el diseño de las redes sociales. El emprendimiento actualmente cuenta con 3700 seguidores en Instagram, mientras que en Facebook posee 7500 seguidores. A su vez, en este momento está buscando generar su propia página web para migrar al e-commerce.

En contraste con los dos ejemplos anteriores, podemos captar a simple vista que no está lograda a nivel gráfico de igual manera. Encontramos inconsistencias en la utilización del logotipo ya que en algunas piezas está presente y en otras no, así como el posicionamiento y la lectura del mismo. También vemos una paleta cromática dispar a lo largo de sus publicaciones, dado que en ninguna de las piezas seleccionadas se ve un uso constante de los tonos de un color determinado, en este caso rosa, sin un criterio establecido. Por otro lado, podemos percibir otra inconsistencia en el uso de las tipografías, ya que no se mantiene un sistema tipográfico constante en la marca.

Dentro de una misma pieza podemos encontrar más de una tipografía, sin un criterio aparente. En la imagen 2, podemos ver como utiliza una tipografía sans serif black, tanto en trazo como con relleno, mientras que en la imagen 3 utiliza una tipografía display (pensada para titulares) a lo largo de toda la pieza. Entendemos que la sumatoria de todas estas inconsistencias pueden llevar a la pérdida de identidad.

Creemos que esto puede ser resultado del desconocimiento de las bases de diseño por parte del creador de las piezas, como también un 'mal uso' de la herramienta.

A pesar de todo, en lo que respecta a la comunicación y el mensaje, es directo. Por ejemplo en la imagen 1, con jerarquías correctas podemos ver el porcentaje exacto del descuento y luego la fecha en las que estuvo disponible. Cumpliendo así, con lo que sus clientes están interesados en ver. Además encontramos que es consistente en todas sus piezas con la manera en que la que comunica sus mensajes.

De esta manera, tomamos en consideración los diferentes escenarios que se pueden dar en torno al diseño en Canva. Si bien se pueden obtener buenos resultados y como pudimos ver de calidad similar a la realizada por un diseñador gráfico, también es posible percibir problemas en el diseño de las piezas, aunque esto no significa que ellas no cumplan con su objetivo primario.

b. Problemas visibles

Encontramos perceptible la diferencia en la calidad gráfica entre las propuestas. Por un lado, lo producido por los no diseñadores en su mayoría se encuentra realizado en la base de plantillas que ofrece Canva, por lo que aquí encontramos otra problemática que no hemos mencionado: la repetición. Como ya hemos dicho, Canva como servicio es consciente de esto, ya que la aplicación tiene una versión premium donde abre el abanico de plantillas para diseñar, permitiendo así al usuario diferenciarse del resto mediante el pago.

La repetición exhaustiva de las plantillas conlleva la pérdida de cierto valor en las piezas gráficas producidas, lo que en cierta medida contrasta con el servicio de un diseñador gráfico, el cual es capaz de producir piezas únicas.

En su mayoría, los no diseñadores desconocen las teorías básicas del diseño, por lo que solemos toparnos con 'errores'. Con esto no estamos diciendo que estas teorías deben de respetarse a rajatabla, pero comprendemos que existe una diferencia cuando estas se rompen por desconocimiento. Es así que podríamos definir que los no diseñadores, al carecer de esta teoría, desarrollan estas piezas basados en las sugerencias de la aplicación, como también en su sentido estético, el cual puede estar más afinado o no, pudiendo aquí tomar inspiración de los diseñadores intuyendo lo que sería 'correcto'.

a. ¿Canva afecta al campo del diseño gráfico en Uruguay?

Para concluir y responder esta pregunta, nos basamos en entrevistas, encuestas y experiencia personal, ya que como diseñadores no somos ajenos a esta problemática. El marco teórico y la investigación realizada también ayudaron a formular una respuesta.

Entrevistando a varios emprendedores no diseñadores, pudimos concluir que el área de diseño es la última a la que ellos destinarían presupuesto, y en ocasiones esto ni siquiera se evalúa. Es por esto que podemos afirmar que Canva cumple con uno de sus cometidos: generar piezas gráficas sin costo alguno, lo que compite directamente con el campo del diseño, en términos monetarios. A su vez, la aplicación puede y es capaz de ofrecer herramientas para la creación de piezas de calidad.

Una cosa que podemos notar, es el problema de la repetición en estas herramientas, algo que Canva aprovecha como una oportunidad para monetizar nuevos elementos de diseño, y que, en definitiva, permiten distinguir al usuario premium del común, con lo que la aplicación se vuelve así redituable. Por otro lado, mediante la encuesta, concluimos que la aplicación es de gran uso en un grupo etario comprendido entre 20 y 30 años. Además el 72,7 % de los encuestados dice haberla utilizado al menos una vez. Esto nos indica que son muchas las personas no diseñadoras que hacen uso de este servicio, y que además les funciona, ya que el 70,2 % manifestó que la herramienta cumplió con sus necesidades de manera positiva. El 53,7 % respondió que el resultado final fue prolijo y un 17,4 % manifestó que el resultado gráfico fue excelente.

En la encuesta también preguntamos si volverían a utilizar la aplicación, y el 76,9 % afirmó que sí lo haría, por lo que entendemos que Canva es una herramienta sumamente útil además de popular entre usuarios no diseñadores. Desde su mirada, se obtienen resultados gráficos correctos, lo que la hace reutilizable.

Basados en experiencias personales, y habiendo ya trabajado como diseñadores gráficos en el medio, creemos que Canva, es una herramienta útil e interesante en ciertos aspectos. Puede ayudar a optimizar tiempos o simplemente servir de referencia para la generación de material gráfico. Además, educa el ojo del usuario no diseñador al ofrecer plantillas de calidad realizadas por un diseñador.

b. ¿Existen realmente amenazas tangibles?

Encontramos que existe una amenaza tangible a la profesión en un corto plazo, que, al cerrar la puerta de manera parcial, afecta a lo que significa el campo laboral de los diseñadores con los emprendimientos y las pymes, puesto que en muchos de esos casos no se destina presupuesto a la figura y servicio del diseñador. Estas aplicaciones de diseño se emplean como un facilitador de procesos y, sin duda, abaratan los costos de un emprendimiento.

A partir del estudio sobre la aplicación Canva, podemos observar que se logran resultados aceptables y funcionales, aunque repetitivos, pero que, aun así, permiten alcanzar su cometido. Retomando la idea del comienzo, creemos que esta problemática afecta, usualmente, al diseñador que está buscando insertarse en el mercado laboral y quiere tener sus primeros trabajos. Además, existe una alta oferta de diseñadores gráficos y una baja demanda de los puestos de trabajo, los cuales en muchos casos son ocupados por no diseñadores.

c. Reflexiones

Como reflexión, nos gustaría comprender este «problema» como una posible nueva etapa de la democratización del diseño, como pasó en los años noventa con la Mac. Estamos frente a una herramienta que permite a toda persona diseñar y solucionar sus problemas en cuestiones gráficas, y por eso nos interpela como diseñadores y nos hace pensar hacia dónde va la profesión. Desde nuestro punto de vista, no afecta en su totalidad a la profesión, al contrario, en algunos casos esta aplicación aporta.

Cuando decimos que no afecta en su totalidad a la profesión es porque creemos que las bases y el conocimiento que aporta una carrera son un claro diferencial a la hora de diseñar. Además, esto evita que dependamos de una aplicación específica para diseñar, ya que el estudio formal nos prepara para la producción gráfica independiente del uso de plantillas preestablecidas.

Por otro lado, pensamos que aporta en el aspecto del tiempo de producción, porque facilita y acelera procesos, e incluso puede ser un disparador tanto para el diseñador como para un cliente, al ofrecer ejemplos concretos a la hora de establecer lineamientos para diseñar.

En lo que sí creemos que afecta de manera negativa es en trabajos puntuales relacionados a los pequeños emprendedores y PYMES, ya que, en su mayoría, prefieren producir ellos mismos las piezas que destinar presupuesto al servicio de un diseñador. Podemos decir que, de cierta forma, se cierran algunas puertas para una parte de los diseñadores gráficos del medio, sobre todo para aquellos que están empezando.

Llegando al final de la tesis, pretendemos que este trabajo sea el primer paso en una investigación mayor. Un puntapié para revalorizar nuestra profesión.

Entrevistas

Entrevista 1. Daniel Bella

22/02/2022

Daniel Bella tiene 26 años y es egresado de la carrera de Contador Público de la Universidad de la República (Udelar). Actualmente lleva adelante un emprendimiento de indumentaria femenina especializado en talles grandes. Gran parte de sus ventas se dan a través de las redes sociales y él no tiene ningún conocimiento sobre diseño. Utiliza Canva como herramienta de diseño. Su entrevista nos resultó sumamente valiosa para entender los procesos y las necesidades que llevan a una persona que no es diseñadora a ejercer como tal, y, a su vez, qué expectativas tiene al respecto.

E.: *¿Cuál es tu formación? ¿A qué te dedicas actualmente?*

D.: Primero que nada mi nombre es Daniel, soy contador público desde el año pasado (2020) que estudié en la Udelar, y a lo que me dedico hoy es a un emprendimiento propio de venta de indumentaria femenina especializado en talles grandes, donde el centro de las ventas están más que nada en la parte de e-commerce, por canales de internet, como Instagram y Facebook, y la idea en un futuro es tener una web propia, pero hoy me dedico a eso. Además tengo experiencia trabajando en cooperativas en el área de finanzas.

Hoy en día el emprendimiento es la fuente principal de mis ingresos. Se llama Bonheur Indumentary.

E.: *¿Vos en algún momento tuviste relación con el diseño gráfico?*

D.: Sinceramente, en toda mi vida la relación que tuve con el diseño fue casi nula. No tengo relación. En algún momento en el liceo, pero jamás tuve contacto ni fui muy apasionado. Los contactos que tuve en mi vida fueron hoy en día por mi emprendimiento, en la parte corporativa no tuve contacto porque trabajaba en finanzas. Hoy tengo contacto más que nada porque me surge la necesidad de sacar un logo, sacar una promoción, a veces tengo que remarcar alguna cosa, y ahí sí tuve contacto con el diseño, pero nunca le hablé a un diseñador, fueron cosas que yo hice buscando en internet, o hablando con mi hermana que entiende un poco más, pero tampoco sabe mucho. Un contacto de terceros que tuve sobre diseño fue para el armado de mi cv, que yo le pedía que me lo actualice.

E.: *¿Por qué con el emprendimiento no se te ocurrió hablar con un diseñador o tercerizarlo? ¿Te da resultado lo que vos hacés?*

D.: Yo lo que hago con diseño lo hago en Canva, y pagué la suscripción mensual para poder tener más imágenes, porque la realidad es que lo uso bastante. No creo que sea diseñador profesional ni mucho menos, pero para lo que hoy yo necesito no es necesario un diseñador profesional. Obviamente, si comparo mis diseños con los de un profesional hay diferen-

cias, pero no lo veo necesario ya que es una empresa muy chica y creo que en lo último que invertiría hoy es en un diseñador gráfico. Si en algún momento el emprendimiento pasa a ser una empresa y empiezo a tener locales, ahí se verá la posibilidad de tener un diseñador. Además los resultados que tuve haciendo yo los diseños han funcionado.

E.: *¿Creés que aporta tener un diseñador en la empresa? ¿Creés que el servicio de un diseñador gráfico te aporta?*

D.: Mirá, yo creo que aporta, pero hoy en día, si me preguntás en qué es lo primero que invierto si tengo un margen económico más grande, primero que nada lo haría en Community Manager, ya que creo que a veces está metido el ámbito de diseño, porque están todo el tiempo generando contenido.

Obviamente puede aportar más valor, ya que puede conseguir más interacciones y más público, y además puede manejar la pata de diseño. Creo que el diseñador gráfico aparece cuando se profesionaliza el negocio y cuando se tiene más margen de ganancia, ya que primero hay que invertir en mercadería, impuestos, etcétera.

E.: *¿Alguna vez usaste una aplicación de diseño, por ejemplo Canva?*

D.: Es increíble lo que uno puede llegar a hacer en Canva, yo no sé nada de diseño, y creo que en Canva me salen cosas buenas que puedes mostrar a otras personas, quedan prolijos, entonces no tengo la necesidad temprano de salir a buscar un diseñador.

E.: *¿Cómo llegaste a Canva?*

D.: Escuché de boca a boca, porque mi hermana lo usaba y al principio ella me hacía los diseños, y un día me dijo que estaba ocupada y no podía, y entré a jugar yo y dije: esto no es tan difícil.

E.: *Cuando abrís Canva, ¿cuál es tu procedimiento? ¿Armás de cero o buscás una plantilla?*

D.: El proceso sería el siguiente: abro Canva y generalmente cuando genero un diseño lo hago por alguna fecha en particular, por ejemplo, Navidad. Yo ahí pongo Navidad en el buscador de Canva para que filtre y ahí busco un diseño que me guste y lo llevo a mi negocio. A mí me gusta usar los colores de mi logo para que todos los diseños tengan una coherencia y se identifiquen con la empresa, entonces los pongo en la plantilla y voy probando lo que quede más prolijo. Siempre filtro según la temática y meto los colores de la empresa. No mucho más.

Algo que me llamó mucho la atención es que yo sigo a otras marcas, competencia, para saber cómo está de precios y qué promocionan. Me encontré que las publicaciones de ellas tienen muchos diseños que yo también veo en Canva, a veces los mismos que agarro yo con otros colores.

Creo que cualquier persona de nuestra edad y que esté familiarizado con las computadoras o tecnología ya es capaz de crear algo en Canva. Es muy fácil de usar, está pensado para eso.

E.: *¿Creés que el uso de las aplicaciones afecta a la profesión del diseño gráfico?*

D.: Mirá, esto es una opinión personal, para mí, no, porque el diseñador agrega un valor agregado a la empresa. Yo trabajé en el mundo corporativo y todos tienen diseñadores. El empresario, si hay algo que no sirve, lo elimina, no regala la plata. Yo creo que hasta que la empresa no está en un cierto punto de profesionalismo o de llegada a mercados muy grandes, es de las últimas cosas en las que se invierte.

Capaz que en un mercado donde hay mucha pyme o empresa chica nunca vas a encontrar un diseñador, porque en ese ámbito uno va a pagar solamente lo que es necesario, y creo que al tener opciones como Canva uno no va a invertir en diseñadores. Ahí está el problema en los pequeños emprendimientos.

Las herramientas le cierran la puerta a un mercado bastante grande. Una ventaja grande que tienen es que las herramientas te dan libertad para crear, editar en cualquier momento, sin depender de los tiempos de un diseñador.

E.: *¿Tienes alguna recomendación o algo que quieras decir?*

D.: Primero que nada, el tema es espectacular, y creo que hoy en día hay una discusión que está buena de si en este mercado chico el diseñador no se usa para nada debido a la facilidad que hay y variedad de herramientas.

Estaría bueno que exista una plataforma para que estudiantes de diseño puedan tomar trabajos de pequeños emprendimientos a bajos costos y rápidos de hacer. Creo que estaría bueno, no sé si existe.

Entrevista 2. Miriam Bella**23/02/2022**

Miriam Bella tiene 22 años y es estudiante de la carrera de Administración de Empresas en Udelar. Actualmente está en búsqueda de una salida laboral estable, pero solía utilizar la herramienta de diseño Canva como sustento económico, por lo que fue capaz de sacarle rédito, sin poseer conocimientos como diseñadora gráfica. Es de esta manera que su entrevista nos resultó sumamente valiosa para entender los procesos y las necesidades que llevan a que una persona que no es diseñadora ejercite como tal y a su vez qué espera de ello.

E.: *¿Cuál es tu formación? ¿A qué te dedicas actualmente?*

M.: Estudio Administración de Empresas en la Udelar, y nada más. Ahora estoy en búsqueda de trabajo, pero no estoy trabajando actualmente. Trabajé un tiempo con mi hermano como community manager y en Vopero, y luego estoy dando clases, pero cosas nada que ver con lo mío. Pero sí, estoy buscando trabajo.

E.: *¿Dando clases? ¿De qué?*

M.: De economía, contabilidad y matemática.

E.: *¿Vos en algún momento tuviste relación con el diseño gráfico?*

M.: No, cero relación. No, y ninguna de mis amigas estudió nada relacionado a eso, lo más cercano que tengo es un arquitecto, pero relación con el diseño gráfico no tengo ninguna.

E.: *¿Alguna vez tuviste interés en estudiarlo? ¿Te llamó la atención algo?*

M.: No, la verdad no me llama la atención para nada el diseño gráfico. Lo único que hago relacionado es por el hecho de que soy millennial y sé utilizar un celular y la tecnología.

E.: *¿Alguna vez usaste una aplicación de diseño, por ejemplo, Canva?*

M.: Sí, la uso y la usé para trabajar. Yo diseño pegotines, banners, tarjetas, y todo eso lo mando a una imprenta. Yo cobro el diseño y la impresión, pero lo que más me sorprende es la gente que me pide solo el diseño, porque por ejemplo necesita el pdf de un archivo y yo se los cobro y para mí es un minuto, yo entro a Canva y agarro una plantilla y ya lo tengo. No entiendo cómo hay gente que desconoce esto, yo solo hago eso. Me han pedido hasta currículums, que solo agarro plantillas de Canva y ya está hecho.

E.: *¿Cómo llegaste a Canva? ¿Por qué estás diseñando?*

M.: Porque en la pandemia lo usaba mucho con mi mamá en su tienda, yo le hacía folletos. Y ella un día me dijo por qué no lo publicás en Marketplace (Facebook), y lo hice y fue una

bomba. No paraban de caer solicitudes, ahora ya no lo publico más. La realidad es que por hache o por be dejé de publicar, pero yo tengo mis clientes fijos de todos los meses, que siempre me piden exactamente los mismos diseños, solo cambiando un par de datos, hasta me han pedido cosas grandes, una vez me pidieron como cinco mil folletos.

Yo claramente cobro re barato, cobro muy económico, alrededor de \$ 280 unas cien tarjetas, casi que solo cobro la impresión. Yo digo que el diseño es gratis, lo que tiene precio es la imprenta, pero una vez me pasó que una chica me comentó que lo que le entregaba no tenía la calidad de un diseñador, y yo le comenté que diseñadora no era y que en ese caso tenía que contactar a uno, que vaya y pague más y que ningún diseñador le iba a cobrar tan barato.

E.: *¿Cómo creés que es tu resultado en Canva, siendo no diseñadora?*

M.: Yo creo que soy buena, soy prolija. No soy 'woow', pero hago cosas lindas, siempre cuando no me pidan cosas raras, que ahí sí no son muy lindas, pero cuando puedo elegir yo las plantillas, me quedan bien.

Mis clientes están copados, sobre todo porque es barato y eso a la gente le atrae.

E.: *¿Y qué hacen tus clientes?*

M.: Tengo un poco de todo, mucha peluquería y manicura. Por otro lado, mecánicos y albañiles, y lo más grande que he tenido es la salud, y hasta cosas para el movimiento de la luc, que ahí me han pedido folletos. Abogados y escribanos también, pero todos pequeños emprendimientos o profesionales autónomos.

E.: *¿En algún momento te interesó llegar a una empresa más grande? ¿Te llamaron?*

M.: No, como es en Marketplace siempre llegué más con personas y contacto directo.

E.: *¿Por qué no lo seguís realizando?*

M.: Porque soy medio boluda. Era mi hobby, arrancó en la pandemia aburrida y le saqué rédito a algo que tenía en el celular.

No les conté, también uso aparte de Canva una web que te saca los fondos a las imágenes, a veces me mandan un logo y para ponerlo en algo lo preciso sin fondo, pero es una página en internet nomás, re pedorra. Pero me sirve.

E.: *¿Creés que el uso de las aplicaciones, afecta a la profesión del diseño gráfico?*

M.: No, yo lo que pienso es que en la medida de cosas pequeñas capaz que afecta sí, porque si tengo que hacer por ejemplo un banner, yo no contrataría a un diseñador teniendo la edad

que tengo, es fácil hacerlo. Pero mi madre sí de seguro tiene que llamar a un diseñador, si no tuviera hijos claro, ja, ja. Por ejemplo, yo tenía un Instagram que surgió también en la pandemia, que vendía bufandas y cosas, y a mí me pasaba que me resultaba tedioso estar haciendo siempre banners y posteos, diseñando. No era algo que disfrutaba, lo hacía porque era mío.

Mis amigas, una también tenía un Instagram y contrató a una diseñadora para que se lo haga, teniendo capaz las mismas habilidades que yo, le comenté que por qué no lo hacía todo en Canva y me dijo que le embolaba. Pasa eso, capaz si no lo disfrutás y no lo sabés hacer, ahí sí contrataría un diseñador, pero luego en la chiquita no. No me parece necesario llamar a uno.

Si tiene que ser algo de todos los días, si me contratan para diseñar todos los días, yo no lo haría, me re embola, aparte que tampoco me siento capaz, ahí te estaría robando la plata.

E.: *¿Vos creés que el servicio de un diseñador gráfico hace un diferencial?*

M.: Sí, cien por ciento.

E.: *Está bueno hacer hincapié en eso que decís, de que si uno no tiene vocación se puede volver algo tedioso, es por esa razón que la mayoría de nosotros como diseñadores lo empezamos a estudiar, porque era algo que nos divertía y que creíamos tener facilidad.*

M.: Y la creatividad también. Yo no soy creativa, yo puedo hacer esto porque tengo plantillas y yo las elijo, pero algo de cero no lo puedo hacer. Es algo que a ustedes como diseñadores de seguro les sale natural.

E.: *¿Tienes alguna recomendación o algo que quieras decir?*

M.: Mucha suerte, me gusta mucho su tema.

Entrevista 3. Camila Rufo**14/03/2022**

Camila Rufo tiene 24 años y es licenciada en Diseño Gráfico de la Universidad ORT. Su visión nos resulta muy importante por cómo entiende a la profesión y el uso de las aplicaciones para el campo laboral. Esta visión de la producción gráfica por no diseñadores es en cierto punto similar a la visión de los previamente entrevistados, lo que nos abre un nuevo camino para las conclusiones de esta tesis.

E.: *¿Cuál fue tu formación en diseño? ¿Qué te llevó a interesarte en la profesión?*

C.: Estudié la Licenciatura en Diseño Gráfico, en la ort, pero mi formación en diseño empezó antes, arrancó en la escuela. Fui a un colegio que tenía la metodología Waldorf y siempre nos estimularon desde lo artístico, desde chiquita que dibujaba pila. Obvio que luego siguió en la ORT ... Nada me llevó a interesarme, ja, ja, el diseño gráfico nunca me llamó y nunca quise ser diseñadora gráfica, ni se me había cruzado en la cabeza. Estuve a nada de hacer comunicación publicitaria, yo quería tomarme un año sabático cuando salí del liceo, pero mi padre vio unos videos de la carrera y me anotó. Creo que no me colgué mucho hasta pasados unos años, tipo en segundo, ahí sí me empezó a gustar, me quedé en la carrera porque tenía facilidad. Me gustó cuando entendí que el diseño te hacía una persona autónoma, con poderes.

E.: *¿Cuál es tu vínculo actual con el diseño?*

C.: Trabajo actualmente para Miss Carol y Stadium, pero estoy diseñando poco. Más que nada lo estoy direccionando, no tanto haciéndolo. Pienso más en cuanto a campañas.

E.: *¿Y cuál es tu opinión sobre las aplicaciones de diseño, por ejemplo, Canva?*

C.: Si te soy sincera, nunca la abrí en mi vida. Pero yo creo que es una herramienta útil, o sea, lo que me pasa es que si te consideras un buen diseñador con buenas ideas, que para mí, en parte, es lo que hace a un buen diseñador, no te tiene que molestar en lo más mínimo que haya una aplicación que deje a no diseñadores diseñar algo súper estándar. Es como que a un matemático le joda que en google puedan buscar como escalar algo. Me parece una herramienta como todas las demás que hay en el mundo, capaz a algún diseñador le movió el piso, porque antes no había alguna herramienta que ofreciera algo potable. Por ejemplo, yo tengo una máquina de coser y me hago ropa, y aprendo a hacerla en YouTube y no por eso soy diseñadora de modas, y no ves a ninguna marca de ropa ofendida porque yo tenga una máquina de coser en mi casa. Básicamente no me molesta que esté o no esté Canva, no le hace.

E.: *¿Qué opinas de los no diseñadores que generan material gráfico? ¿Lo has visto?*

C.: Bueno, de la mano de lo anterior pienso que, primero, los felicito por encontrar Canva, cuando hay gente que sigue diseñando en Word, ja, ja. Pienso que son inteligentes por usar las herramientas que tienen a mano, de ahí a ejercer es otra cosa. Ahí está el problema del que les está pagando el diseño, depende mucho. Hay amigos que generan cosas potables en Canva, y no le hacen ningún mal al diseño. Lo generó, hizo algo estándar y lo cobró, la aplaudo por hacerse unos pesos sin ejercer la profesión. Es preferible eso a que un diseñador haga algo malo y le quite valor al diseño. Resumiendo, no le podés pegar a nadie por usar Canva, no siento que la gente que no diseña y usa Canva sea competencia de los diseñadores, al contrario, prefiero que la usen y hagan cosas potables.

E.: *¿Creés que esto último afecta a la profesión? Si es afirmativo, ¿por qué?*

C.: Para mí, no, pero creo que marca una cierta diferencia entre la calidad de ciertos diseñadores, ahí volvemos a lo que hablamos hace un rato. Afectar no afecta, le puede afectar a algún diseñador que su nivel de diseño está al mismo nivel de Canva, que es un servicio gratuito. O a algún diseñador que no encuentre trabajo, por ejemplo, porque ahí le está sacando un poco de laburo, si sos un buen diseñador con buenas ideas no te va a joder en nada. Pero si sos solo un diseñador que pueda replicar cosas en tendencia, de seguro la aplicación en algún momento te va a pasar por arriba, no vas a tener nada que te destaque porque estéticamente no tienes ningún diferencial.

E.: *¿Cómo ves el campo laboral del diseño gráfico en Uruguay actualmente?*

C.: Profesionalmente un poco escaso, y hasta un poco bastardeado. Creo que hay más oferta que demanda, se ve que hay muchos diseñadores desempleados y eso no está bueno, a veces la salida laboral es complicada, mismo a egresados de las carreras en las facultades les cuesta entrar en algún lugar.

E.: *¿Cómo lo ves de acá a un futuro cercano?*

C.: Lo veo bien, lo veo hasta más interesante que hoy. Así como Canva de seguro van a surgir más aplicaciones, que nos van a poner a nosotros como diseñadores a buscar, explorar otras cosas, hay partes de la profesión que no se pueden mecanizar y eso va a llevar a que mejoremos. Nos va a hacer darle una vuelta más al diseño, que nos va a sacar de nuestra zona de confort. También de seguro vamos a tener nuevas herramientas de diseño que nos van a permitir hacer cosas nuevas, lo que se viene de seguro va a ser mejor, hasta nos vamos a reenamorar del diseño que capaz está un poco estancado, ¿no?

Entrevista 4. Natalia Maidana**15/03/2022**

Natalia Maidana Chaparro tiene 37 años, es licenciada en Psicología de Udelar y actualmente trabaja como encargada de Recursos Humanos y reclutadora en wpp, uno de los grupos más importantes de comunicación de Uruguay, el cual nuclea tanto agencias de publicidad (Wunderman Thompson y Young & Rubicam) como de medios (Mediacom, Mindshare, Wave-maker, Group M) y una agencia de relaciones públicas (Burson Cohn & Wolfe).

E.: *Primero que nada, nos interesa tu opinión sobre el tema que atraviesa esta tesis, ¿cuál es tu opinión sobre las aplicaciones de diseño? Canva, por ejemplo.*

N.: Todos usamos Canva en algún momento, obvio que no es lo mismo que si lo hiciera un diseñador pero es un recurso que está ahí, es gratis y es rápido. Cualquiera le va a sacar provecho.

E.: *Por otro lado, ¿cómo entendés el campo laboral del diseño en Uruguay desde tu punto de vista como reclutadora?*

N.: Pasa mucho con la profesión del diseño, y con muchas otras también. Por ejemplo, con la mía, que pasa que muchas personas, por ejemplo, se hacen un curso de reclutamiento y selección, no se les pide título ni nada y ya empiezan a trabajar. Todo el mundo encuentra el camino corto, bueno, viste que ahora también están los 'coach', ahí tampoco es necesario un título. Para mí depende mucho de la seriedad que tenga la persona de recursos humanos y también de la seriedad que tenga la empresa ... no hay que quedarse con lo que dice la persona, su discurso y su carpeta, sino que también hay que ver una formación y una experiencia en el postulado. Nosotros tenemos que respetar la formación de las personas de esa manera.

E.: *¿Cómo creés que es el panorama en el diseño? ¿Mucha oferta y poca demanda o mucha demanda y poca oferta?*

N.: En un principio pensaba que cuando me tocara reclutar este tipo de puestos, pensé que me iba a encontrar con que iba a haber mucha demanda y poca oferta, y me encontré con lo opuesto. Me cuesta encontrar diseñadores que sean tanto serios, como que tengan un buen portfolio, que sean completos. Pasa que a veces se presentan diez, de los que uno solo reúne todos los requisitos. ... Si les tengo que dar un consejo, pienso que hay que capacitarse más, hay pocos puestos y cada vez se busca más que sean completos en más áreas, entendemos que se tienen que actualizar cada vez más, para que así sea más pa-rejo también para ustedes, que estén más igualados.

E.: *Entonces, ¿podemos decir que hay mucha oferta y poca demanda? Existen muchos diseñadores para pocos puestos.*

N.: Pasa que muchas veces suponemos que sean diseñadores, el reclutador ahí tiene que ir un pasito más allá, capaz realmente no es diseñador y termina haciendo cosas en Canva, ahí es un problema. ... Hay ejemplos de esto, ponele, el que hizo el isef con una persona que hizo un curso de personal trainer, hay una diferencia, no es lo mismo. Acá pasa lo mismo con los diseñadores, del que está formado al que usa Canva, se nota eso.

Entrevista 5. Agustina Huertas**29/03/2022**

Agustina Huertas tiene 24 años y es licenciada en Comunicación de Udelar, recibida en el año 2021. Actualmente se encuentra trabajando en el área de comunicación de la Facultad de la República, además de esto trabajó en un programa de radio en el que era conductora. En su entrevista nos brinda un enfoque muy interesante desde su perfil de comunicadora sobre las aplicaciones de diseño, dado que ella las ha utilizado para resolver ciertos problemas.

E.: *¿Cuál es tu formación? ¿A qué te dedicas actualmente?*

A.: Bueno, me acabo de recibir de licenciada en Comunicación, estoy trabajando como comunicadora, ayudante de docencia en el ámbito de enseñanza digital, dentro de la Udelar. Es un departamento sectorial de enseñanza que trata sobre educación digital de toda la facultad.

E.: *¿En algún momento tuviste relación con el diseño gráfico?*

A.: Es puramente amateur mi relación con el diseño, en la carrera, por ejemplo, tenemos una materia de diseño, pero es opcional y yo no la cursé tampoco. Y nada, tengo conocimientos muy básicos porque me tuve que involucrar con algunas herramientas y largarme a hacer. Siempre estuve rodeada de gente que sabía y me daba una mano.

E.: *¿Cuáles eran esas herramientas que me estás nombrando?*

A.: Empecé usando algunas de edición, pero de diseño gráfico en específico nunca usé bien, se usar lo básico de Photoshop, Illustrator, para mí es chino básico, ja, ja. Luego sí, uso Canva y alguna web por ahí de edición.

E.: *¿Te parece que aporta el servicio de diseño gráfico? ¿Es relevante desde cualquier perspectiva?*

A.: Hoy en día se cree que no es tan necesario por eso de que tenemos herramientas al alcance de la mano, útiles o fáciles de usar, entre comillas. Es un trabajo que es elemental hacer, son personas que están formadas para ello, es como decir que un comunicador no es necesario. Aparte de que tienen una mirada que va más allá. Por ejemplo, yo puedo tomar Canva que viene con cosas preestablecidas, yo no estoy diseñando nada. Solo estoy tomando cosas que ya vienen hechas y uso la herramienta para hacer lo que me conviene en ese momento para vender algo, o comunicar algo, hoy en día todo entra por los ojos. Para mí es elemental el trabajo de un diseñador, porque implica un pensar, un diseñar y le pone un pienso diferente a las cosas. Para eso se prepararon, ¿no? ... Acoto algo a lo anterior, es elemental siempre el trabajo de un diseñador desde mi perspectiva interdisciplinaria, yo no diseño en sí, pero yo como comunicadora puedo tener una idea, y ahí necesito el

respaldo de una persona que sí sepa lo que hace y así retroalimentarnos y llegar a un mejor resultado.

E.: *Hemos encontrado situaciones en las que personas no diseñadoras trabajan y venden el servicio de diseño gráfico, lo cual nos parece un poco extraño.*

A.: Bueno, eso ya es extremo, o sea, yo soy comunicadora. Me licencié de una carrera donde no se da diseño, hay una materia sola y es opcional. Y sin embargo en la demanda laboral, todos te exigen eso, y es como que después tenés que ser un «multi-tasking» y en un cargo solo engloban dos o tres personas, un diseñador, un redactor, un animador o lo que sea. Pero pasa mucho eso de que una persona termina haciendo muchas tareas, hay mucha oferta para la demanda que hay. ... Nos recibimos de una carrera que exige saberes que luego no tenés, y que tenés que buscar por tu cuenta y pagarlos. A veces me pasa, y a compañeros y compañeras también, que para meterte en el medio te piden diseño y no nos da la cara para ir y mentir de que sí, no es legítimo. Desvalorizan las dos profesiones.

E.: *¿Usás Canva? ¿Por qué? ¿Cómo creés que son los resultados?*

A.: Sí, la uso muy frecuentemente. Dado que en los últimos años he estado involucrada en el manejo de redes, de emprendimientos familiares, difusión de iniciativas, un podcast, una radio. La use un montón, hasta un currículum que capaz no se debería hacer ahí, ja, ja, pero es muy intuitiva, muy fácil de usar y eso creo que es lo que hace que todo el mundo la use. Justamente ayer vi a una chica en el ómnibus usándola, haciendo unas cosas para un gimnasio. No hay que pensar mucho, agarro unas letras que me gusten, unas fotos que andá a saber quién las sacó y en unos minutos tengo algo. ... ¿Si me quedan bien las cosas?... y capaz que no. En la rápida sí, porque es útil. Lo veo y digo, ta, quedó más o menos bien, pero si lo hace un diseñador de seguro va a quedar mejor. ... Funciona, es eso. Yo que sé, hoy en día tenés una urgencia o te lo piden en algún lado y no tenés otra herramienta, es intuitivo y te soluciona.

E.: *Nos interesa recalcar el concepto de que soluciona, no reemplaza. Con todo esto que venimos hablando, ¿vos creés que esto afecta a la profesión del diseño gráfico?*

A.: Sin dudas, es lo que hablábamos antes. La ilegítima y minimiza el rol del diseñador, porque se pide una persona que te haga todo, que te piense qué hay que comunicar, cuál es el alcance, cómo llegar y que te diseñe. Englobar múltiples tareas en una persona sola, y le quitas peso a estas profesiones que tienen una formación diferente y que deberían de retroalimentarse, se necesitan el uno al otro. Es una interdisciplina y tener una herramienta así que te soluciona todo rápido, hace

que uno llame a un diseñador para recurrir de su talento. Los va desplazando hacia la tecnología más rápida y menos humana posible.

E.: *¿Algún aporte que nos quieras dar? ¿Alguna sugerencia?*

A.: Entiendo que les dije todo, y está re bueno el enfoque que le están dando. Esta cuestión desde la carrera que están haciendo ustedes, revalorizar esta parte de la profesión está súper bueno. Y perdón, pero voy a seguir usando Canva, ja, ja.

Entrevista 6. Delfina Quartara**05/04/2022**

Delfina Quartara tiene 27 años y es egresada de la carrera de administración de empresas en la universidad ORT. Actualmente lleva adelante un emprendimiento de indumentaria femenina llamado verbena. Gran parte de sus ventas se dan a través de las redes sociales y si bien hizo orientación marketing en la universidad no tiene ningún conocimiento sobre diseño. Utiliza Canva como herramienta para diseñar sus posts en redes sociales y promocionar su emprendimiento.

E.: ¿Cuál es tu formación? ¿A qué te dedicas?

D.: Estudié administración de empresas y orientación marketing en la universidad ORT. Siempre quise estudiar marketing, me encanta, siento que abre un montón de puertas. Soy comercial en una empresa de tecnología y también mezclo lo comercial con el diseño. Tengo mi propia empresa, berverna uruguay, y otra mini empresa que se llama matma que vende accesorios y ese es mi gran hobby y donde aplico todo lo relacionado al marketing y administración que es lo que estudie.

E.: ¿Tuviste en algún momento relación con el diseño gráfico? Ya sea en primera o tercera persona.

D.: Si bien estudié administración de empresas y orientación en marketing, el diseño no era parte de la carrera y todo eso me falta. Soy autodidacta, sé de programas que se usan, veo videos y con eso puedo sacar un banner o un posteo en general para las redes. Al principio cuando creé mi empresa contraté a una empresa, tercerice ese servicio y me hacían 4 gifs por mes y cuatro posteos, no era fijo, sino que les pedía cuando tenía ganas. Muchas veces me costaba que ellos entendieran lo que yo necesitaba, lo hacían muy rápido y no me gustaban los resultados, eso me enojaba porque les estaba pagando. Fue por eso que empecé a entrar por mi misma al mundo de canva y empecé a crear mis propios posteos y diseños. Además me bajé otras aplicaciones relacionadas a diseño.

E.: ¿Te parece que aporta en algo el servicio de diseño gráfico? ¿Es relevante? ¿Por qué?

D.: La realidad es que no, en la industria que está mi empresa que es venta de ropa, no es tan relevante. El posteo que más importa es que la prenda de ropa se vea y eso no requiere de diseño, sino un fotógrafo, o una buena cámara de celular. Al principio invertí mucho en eso, después me di cuenta que no era relevante y que obtenía los mismos resultados de venta de ropa utilizando canva.

E.: ¿Usaste alguna vez aplicaciones de diseño (online), por ejemplo: Canva?

D.: Si

E.: Si es afirmativo: ¿Por qué las usaste? ¿Cuál fue el resultado?

D.: Usé canva porque es la más conocida o más había escuchado, además estaba hecha para que un niño la entendiera. Tiene miles de plantillas.

El resultado fue espectacular. Yo comparaba el resultado de un posteo que arme yo en canva en 3 minutos y lo compare con los que me habían hecho la agencia y obtenía los mismos resultados de visualizaciones, interacciones, likes, ventas, y comentarios. Ahí fue cuando puse en el balance que no era necesario tercerizar este servicio.

E.: ¿Crees que estas afectan a la profesión del diseñador? ¿Por qué?

D.: Yo creo que le afecta pero entiendo que antes no había tantos diseñadores gráficos ni herramientas. Antes una empresa o una persona que no sabía de diseño recurría a un diseñador. Hoy en día hay muchas aplicaciones y diseñadores. Existen sitios web donde puedes contratar el servicio de un diseñador para un posteo y te puede salir 1 USD. Creo que afecta en la mínima si el diseñador gráfico utiliza la carrera para algo más que un posteo, como una estrategia, o un lado comercial.

Entrevista 7. Bruno Britos**10/04/2022**

Bruno Britos tiene 33 años y es estudiante de la Licenciatura de diseño en comunicación visual en la FADU. Trabaja hace 3 años en una empresa especializada en packaging. Además dentro de su empresa realiza tareas relacionadas al ámbito digital como el manejo de redes sociales y web.

E.: ¿Cuál fue tu formación en diseño? ¿Qué te llevó a interesarte en la profesión?

B.: Mi nombre es Bruno britos, tengo 33 años, estoy en la recta final de la LDCV en la farq, empecé en 2015, me queda pendiente PFC y la tesis. Desde 2019 trabajo en un estudio que se llama inside group que se especializa en packaging. Ahí fui creciendo mucho en la parte de diseño, sobre todo en imprenta y fractografía y todo el mundo del packaging, también manejo las redes, la web y todo lo digital.

Mi interés por el diseño proviene de mi familia ya que mi hermano es programador y siempre super autodidacta y fue escalando hasta llegar a desarrollar productos y siempre fue un referencia para mi. Si bien hasta después de terminar el liceo no tenía pensado ser diseñador, se me fue despertando el interés y me anote en la LDCV, fue un viaje de ida

E.: ¿Cuál es tu vínculo actual con el diseño gráfico?

¿Fue la búsqueda inicial?

B.: Mi primer acercamiento al diseño a nivel laboral fue diseñando flyer para eventos de música electrónica, ya que también soy dj. Al principio diseñaba con un enfoque más experimental, haciendo collages ya que esto lo hacía incluso antes de empezar la carrera. Después cuando empecé a estudiar fue que fui incorporando reglas y bases en los diseños. Fui generando un portfolio porque si tenía la intención de entrar en un estudio.

E.: ¿Entendes que es difícil insertarse como diseñador en el medio?

B.: Si. Sin formación, tenes que ser una eminencia para entrar de una, al menos en el ámbito laboral.

E.: ¿Cómo definirías la diferencia entre formación académica y autodidacta?

B.: Hay gente que es autodidacta y se forma y se destacan mucho en lo que hacen. Creo que la autodidacta y academia implica mucho trabajo de quien se está formando. Siempre nos pueden dar las herramientas pero el trabajo siempre depende de uno.

La formación académica, al menos en nuestra carrera, es la parte conceptual y analítica del diseño. Te dan todas las herramientas teóricas pero también está la parte práctica. Todo lo que tiene que ver con software de diseño la gente de la

LDCV lo fue aprendiendo de manera autodidacta. La formación académica tiene un respaldo, una institución por detrás.

E.: ¿Y cuál es tu opinión sobre las aplicaciones de diseño, por ejemplo: Canva?

B.: Es una relación amor/odio. La única experiencia que tuve fue en el trabajo, donde un cliente pagaba una cuenta premium, entonces podíamos acceder a los recursos y nosotros le compartimos los contenidos por ahí para que ellos lo pudieran autogestionar.

Me parece que tiene su lado bueno ya que pone al alcance de todos herramientas de diseño. Tiene sus ventajas y debilidades. En el mundo digital creo que resuelve con las herramientas que tiene, pero si se trata sobre imprenta por ejemplo no tiene tanto sentido, aunque entiendo que no es el objetivo de la aplicación.

E.: ¿Qué opinas de los no diseñadores, que generan material gráfico? ¿Lo has visto?

B.: Creo que todo depende del uso, si es una persona que no tiene para pagar un diseñador y puede cumplir con lo que necesita, creo que esta bueno que pueda suceder.

E.: ¿Crees que esto último afecta a la profesión? Si es afirmativo, ¿por qué?

B.: Si, afecta a la profesión negativamente ya que la calidad de lo que se produce en el 95% de las veces no está políticamente correcto. El lado bueno es que la gente tiene la herramienta al alcance, es complejo.

Pongo el ejemplo de un mecánico, el auto lo puedo arreglar por mi cuenta, pero a la semana se me desarma.

E.: ¿Cómo ves el campo laboral del diseño gráfico en Uruguay actualmente?

B.: Yo creo que hay trabajo. La gente se mueve de un trabajo a otro y varios de los compañeros de la facultad que conozco están trabajando por lo que da la sensación de que hay trabajo. También hay otras personas que no son diseñadores y trabajan de esto gracias a las herramientas que hablábamos.

E.: ¿Cómo lo ves de acá a un futuro cercano?

B.: Estaría bueno que surja una aplicación que combine lo práctico de diseñar con algo de fundamentos y la forma de que uses la aplicación sea mediante un curso propio de la aplicación.

Entrevista a Juan Pablo Prolo**12/04/2022**

Juan Pablo Prolo tiene 27 años y es técnico en Diseño Gráfico egresado de la UTU y está próximo a ser licenciado en Comunicación de Udelar. Actualmente se encuentra trabajando como diseñador gráfico senior en la agencia de publicidad uruguaya Cámara/TBWA desde agosto de 2021. En su entrevista Juan Pablo, nos da una visión muy interesante sobre el diseño gráfico, su formación y como entiende a la profesión en conjunto con las herramientas que se utilizan para la producción gráfica.

E.: ¿Cuál fue tu formación en diseño? ¿Qué te llevó a interesarte en la profesión?

J.: Mi nombre es Juan Pablo Prolo, tengo la suerte de trabajar como diseñador gráfico senior. Hace ya varios años que trabajo en el rubro de la publicidad y a lo largo de estos años tuve la posibilidad de trabajar en roles vinculados al diseño pero también otros roles relacionados de supervisión y coordinación.

Profesionalmente mi perfil está relacionado con gestión de marca y gestión estratégica de marca a nivel diseño. Me enfoco en lo que es desarrollo de identidades visuales y mi formación académica está relacionada con el mundo de la comunicación organizacional y publicitaria.

E.: ¿Cuál es tu vínculo actual con el diseño gráfico?

¿Fue la búsqueda inicial?

J.: Yo arranque estudiando comunicación, si bien tengo estudios formales, soy egresado de la tecnicatura de diseño en comunicación visual, y además hace poco decidí ingresar a la licenciatura, considero que mi formación es bastante autodidacta. Fui aprendiendo sobre la marcha y por una cuestión personal decidí formalizarme o entrar en una institución académica para poder ampliar mi conocimiento teórico y práctico. Mi foco es en el desarrollo de identidades visuales pero también me interesan otras disciplinas y pude trabajar con diseño editorial, diseño de packaging, y ahora estoy entrando en el mundo de UX/UI

E.: Con tanta información que hay hoy ¿como filtraste y como supiste que aprender y que no?

J.: Creo que cuando recién estás haciendo tus primeras armas, la gracia es que vos no tenes noción de nada. Existe una lluvia de herramientas y conocimientos, que uno las acepta y luego existe una cuestión de ensayo y error continuo que nunca se pierde, siempre estás errando y mejorando. Creo que la cuestión autodidacta te ayuda a perder el miedo al error.

E.: ¿Y cuál es tu opinión sobre las aplicaciones de diseño, por ejemplo: Canva?

J.: A mi me parece fantástico, las herramientas están para utilizarlas. Que las personas diseñen con canva no tiene nada de malo, es una forma de democratización del diseño. Es una forma que vos tenes de decir no mantengo la disciplina en unos pocos y pocas. Por ejemplo que un contador pueda abrir canva y pueda hacer una tarjeta me parece genial, o que haga un posteo en su página personal. De cierta forma si existe una sugerencia en relación a la composición o posibilidades de incluir los elementos pero en realidad las decisiones en cuanto a diseño la toma la personas. También la persona puede relacionar eso bien o mal. Existen cuestión perceptivas cromáticas, familias tipográficas, cuestiones morfológicas o anatómicas de la tipografía, pero eso lo sabemos nosotros los diseñadores.

No considero que alguien que tiene una startup tenga que saber eso, y si quiere hacer su logo por ahí, está perfecto. Lo que no comparto tanto es el hecho de que cuando ya no sos un startup y si tienes cierto capital comunicacional o económico, no inviertas en una solución profesional.

E.: ¿Crees que esto último afecta a la profesión?

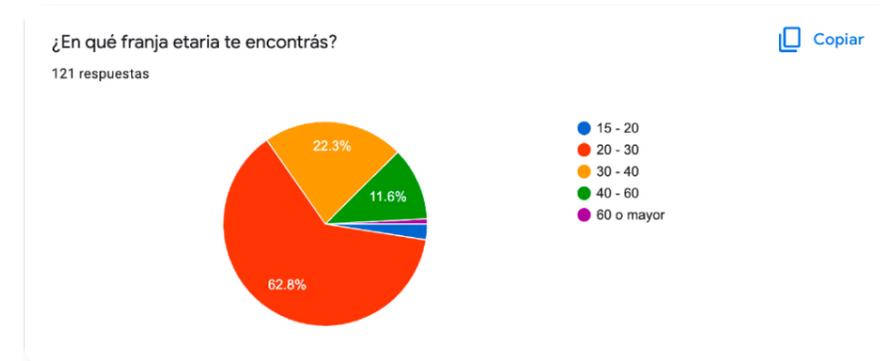
J.: Sinceramente no lo considero negativo de la herramienta sino del uso que se le da. Hay que entender el público que utiliza o los usuarios de cada herramienta. Quisiera saber que cantidad de profesionales utilizan los programas de adobe frente a los profesionales que usan canva. No puedo asegurar nada pero con la gente que trabajo utilizamos las herramientas convencionales, y que están de cierta forma pensada para que las pueda usar un profesional o no. Personalmente no conozco profesionales que utilicen canvas pero si conozco gente que no ejerce el diseño de la profesión.

E.: ¿Cómo ves el campo laboral del diseño gráfico en Uruguay actualmente?

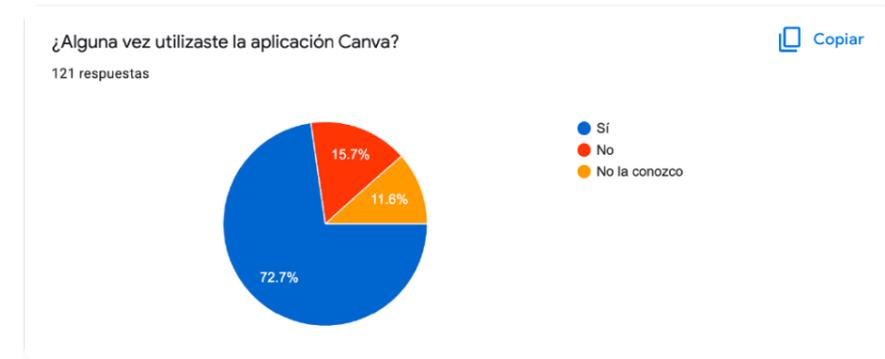
J.: Para mi esta increíble, a mi me pasa que siento que es algo que todo el mundo hace. Hay una escuela de ilustración que me parece genial. Noto que hay muchas piezas, y productos extremadamente interesantes. Cuando era más chico no lo veía tanto, pero siento que ahora existe una cierta cantidad de canales y de democratización y es algo que vemos todos. El diseño en Uruguay me sorprende gratamente y es algo que la gente se anima a hacer.

E.: ¿Alguna recomendación / sugerencia que consideres importante?

J.: Desearle suerte a ambos, y me parece que el tema buenísimo y me gustaria ver la conclusión a la que llegan.

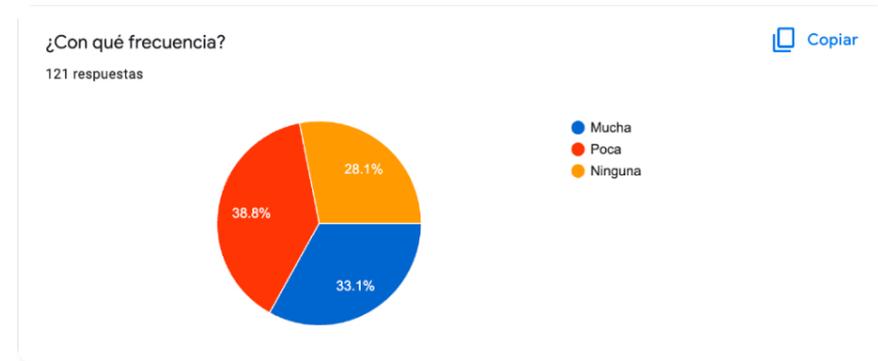
Encuestas**Pregunta 1**

Esta primera pregunta nos permite observar que la encuesta fue respondida mayormente por público joven (20 a 30 años).

Pregunta 2

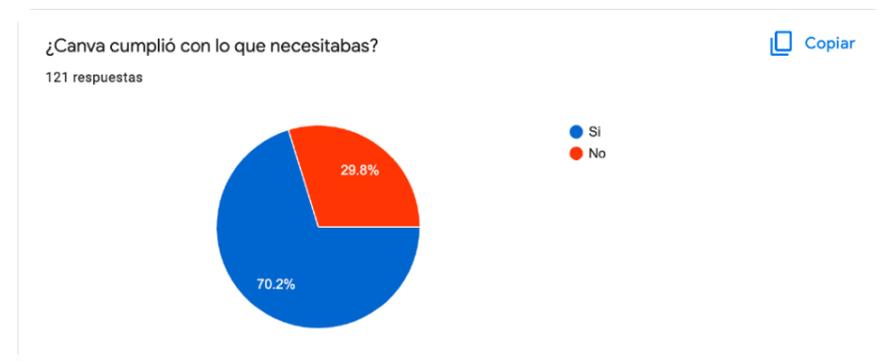
Esta segunda pregunta nos permitió confirmar la popularidad de la aplicación, dado que la mayoría afirmó haberla utilizado.

Pregunta 3



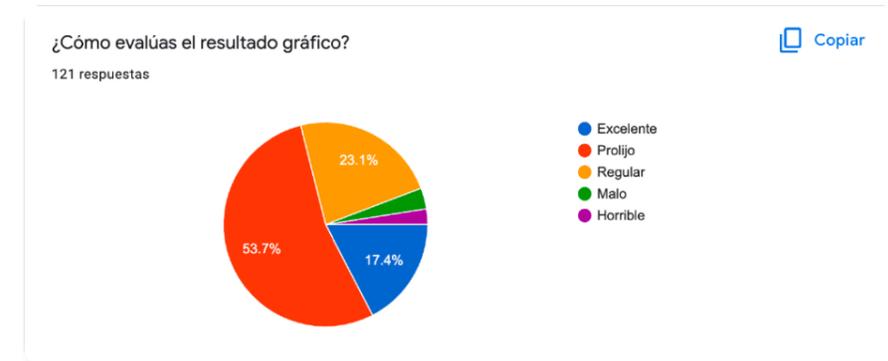
Los resultados de esta tercera pregunta se relacionan directamente con el público de la encuesta. Los números similares en las tres opciones denotan la generalidad de los encuestados, ya que se optó porque cualquier persona pudiese completarla, indistintamente de su profesión.

Pregunta 4



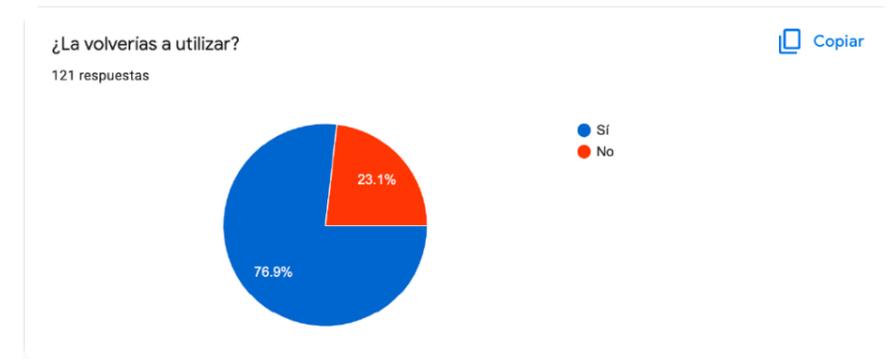
Los resultados de la cuarta pregunta fueron contundentes. Afirmamos de esta manera que la aplicación cumple con las necesidades de los usuarios.

Pregunta 5



Observamos que la gran mayoría de las respuestas están en un rango que va de regular a excelente, lo que confirma, en conjunto con la respuesta anterior, que Canva ofrece un buen servicio, satisfactorio para sus usuarios.

Pregunta 6



Los resultados de esta pregunta son coherentes con las dos anteriores, ya que, si Canva cumplió con las necesidades del usuario y además lo hizo de manera prolija a excelente, los mismos usuarios afirman volverla a utilizar.

Pregunta 7

¿Crees que Canva afecta de alguna manera al campo del diseño gráfico en Uruguay? ¿Por qué?

75 respuestas

Si. Creo que ha democratizado algunos criterios estéticos básicos. Por valores predeterminados, por ejemplo, siempre nos sugiere alinear todo en el centro. Por más básico que sea eso, ayuda a que con plantillas todos realicemos cosas siguiendo un valor estético, aunque no tengamos herramientas para entenderlos.

Si, de manera positiva, genera un estándar de calidad siendo utilizado por personas sin grandes conocimientos ya que es muy accesible, es un desafío superarlo para los instruidos en la materia que tendrán que mostrar un valor agregado, al generar competencia en el mercado a través de herramientas accesibles se impulsa a la mejora del mismo.

No creo, los diseñadores saben mas que una app y gente random

Ayuda a gente no profesional a tener mejores reultados de diseño

Nunca la use

Sí afecta. El uso indiscriminado de Canva hace creer a algunas personas o empresas, que no es necesario contar con conocimientos de diseño gráfico para realizar piezas visuales. Haciendo que el trabajo de los profesionales de ese campo se vea disminuido.

Respuestas destacadas:

«Sí. Creo que ha democratizado algunos criterios estéticos básicos. Por valores predeterminados, por ejemplo, siempre nos sugiere alinear todo en el centro. Por más básico que sea eso, ayuda a que con plantillas todos realicemos cosas siguiendo un valor estético, aunque no tengamos herramientas para entenderlos».

«Creo que los diseñadores gráficos tienen otro conocimiento y herramientas a las que la aplicación no llega. Sin embargo, es una herramienta muy útil para los no diseñadores, y gratuita en gran medida».

«Sí, de manera positiva, genera un estándar de calidad siendo utilizado por personas sin grandes conocimientos, ya que es muy accesible, es un desafío superarlo para los instruidos en la materia que tendrán que mostrar un valor agregado, al generar competencia en el mercado a través de herramientas accesibles se impulsa a la mejora del mismo».

Pregunta 8

¿Algo que quieras aportar a nuestra tesis?

39 respuestas

Me parece que Canva es una aplicación que sirve para hacer diseños, esta al alcance de cualquier persona, es rápida. Pero se necesita un diseñador gráfico para hacer cosas más puntuales, más prolijas en cierto modo

Nada

Suertee!

Una vez tuve una charla de un diseñador no recuerdo quién exactamente, pero él dijo que era una buena herramienta si se usaba de una forma correcta, que había que saber aprovecharla. Recuerdo dijo que se podía hacer uso de esta herramienta cuando alguien solicita un diseño y hay muy bajo presupuesto para poder hacerlo, entonces es una forma de crear contenido rápido y con un costo bajo.

Tengo 10 pe! Te los doy mañana en el laburo!

Lo que sea michelo

Si , con los juniors

Respuestas destacadas:

«Una vez tuve una charla de un diseñador, no recuerdo quién exactamente, pero él dijo que era una buena herramienta si se usaba de una forma correcta, que había que saber aprovecharla. Recuerdo que se podía hacer uso de esta herramienta cuando alguien solicita un diseño y hay muy bajo presupuesto para poder hacerlo, entonces es una forma de crear contenido rápido y con un costo bajo».

«Muy interesante y ojalá sirva para concientizar sobre la importancia de profesionalizar aún más el diseño y todas sus ramas».

Ejemplos de publicidad

En este apartado incluiremos algunos ejemplos de publicidades sobre herramientas digitales de diseño y cursos, que entendemos presentan un tono agresivo y a la vez le quitan importancia y seriedad a la profesión.



En estas dos primeras publicidades encontramos un punto en común: el tiempo. En ambas se hace especial énfasis en lo rápido que es tanto la formación del diseñador gráfico como el servicio, afirmando, por ejemplo, que un logotipo es realizable en cinco minutos y que uno es capaz de convertirse en diseñador en solo treinta días. Por esto creemos que se encargan de desmerecer de gran manera a la figura del diseñador y todo lo que conlleva profesionalizarse.

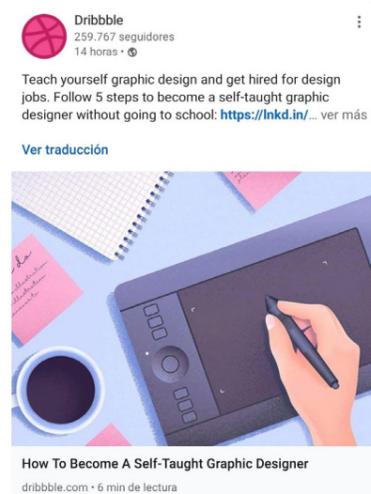
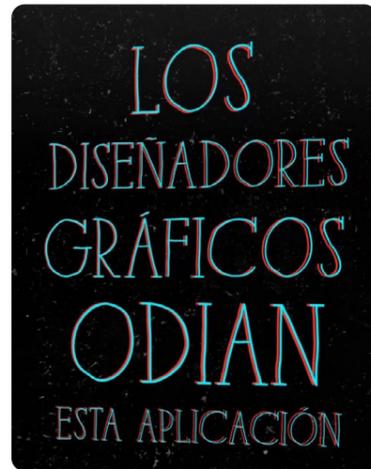
«Seguí estos cinco pasos para convertirte en un diseñador gráfico autodidacta sin ir a la universidad».

De esta manera comienza una publicación patrocinada por la web Dribbble, reconocida por ser uno de los repositorios de trabajos de diseño gráfico profesional más importantes del mundo. Lo que nos llama la atención es el gran alcance que posee este tipo de publicaciones, en las que establecen que no es necesario estudiar diseño gráfico.

«Los diseñadores gráficos odian esta aplicación».

Nos resulta muy interesante cómo en algunos casos son las mismas herramientas de diseño para no diseñadores las que establecen una brecha entre sus usuarios, afirmando que los diseñadores profesionales la odiarán por el hecho de que es capaz de reemplazarlos. De vuelta nos encontramos con un mensaje de desmerecimiento hacia la profesión.

En una búsqueda rápida en Google, podemos encontrar anuncios de este tipo cuando se trata de realización de algún contenido gráfico. Es llamativo, ya que es lo primero que ve un usuario al iniciar una búsqueda, frente a anuncios de una carrera o los servicios de un diseñador.

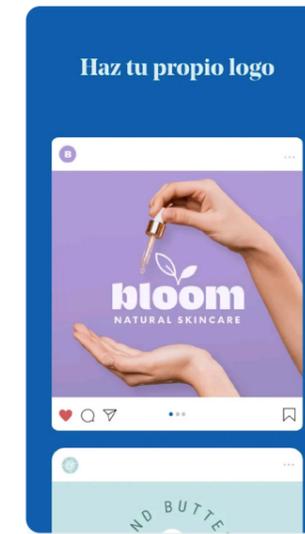
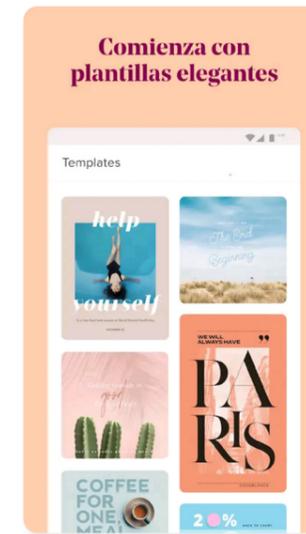


Aplicaciones similares

Desygner:

¡Miles de diseños! Folletos, carteles, logos, anuncios, murales y más.

Descripción: Play Store

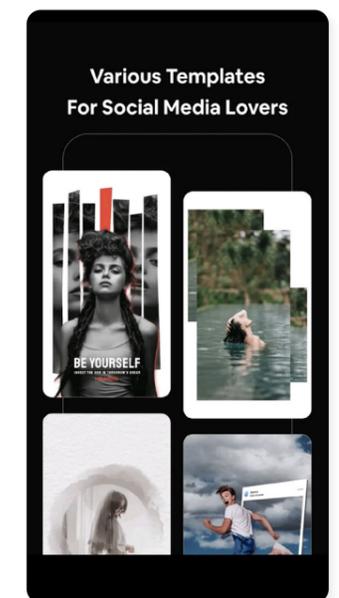
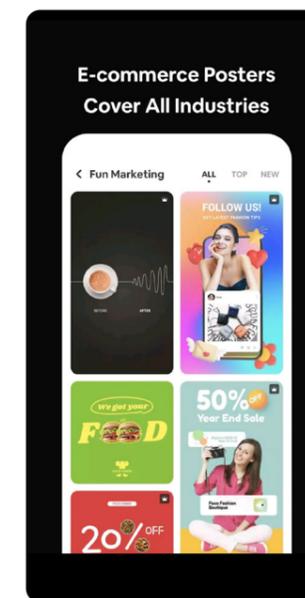


FocoDesign:

Creador de gráficos y editor de videos animados.

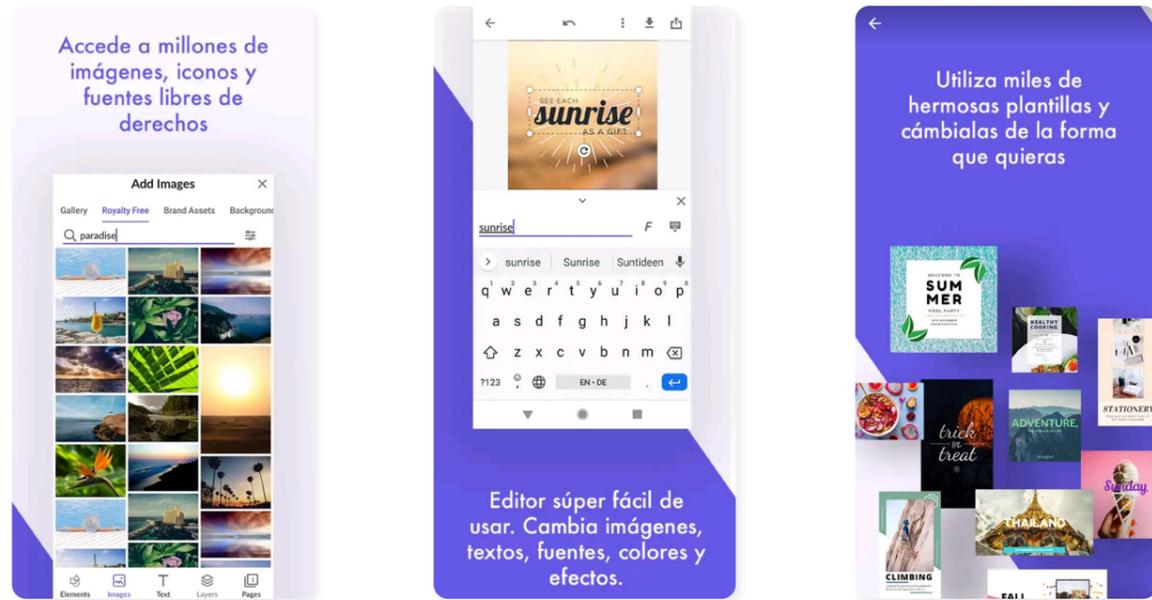
Retoque y más.

Descripción: Play Store



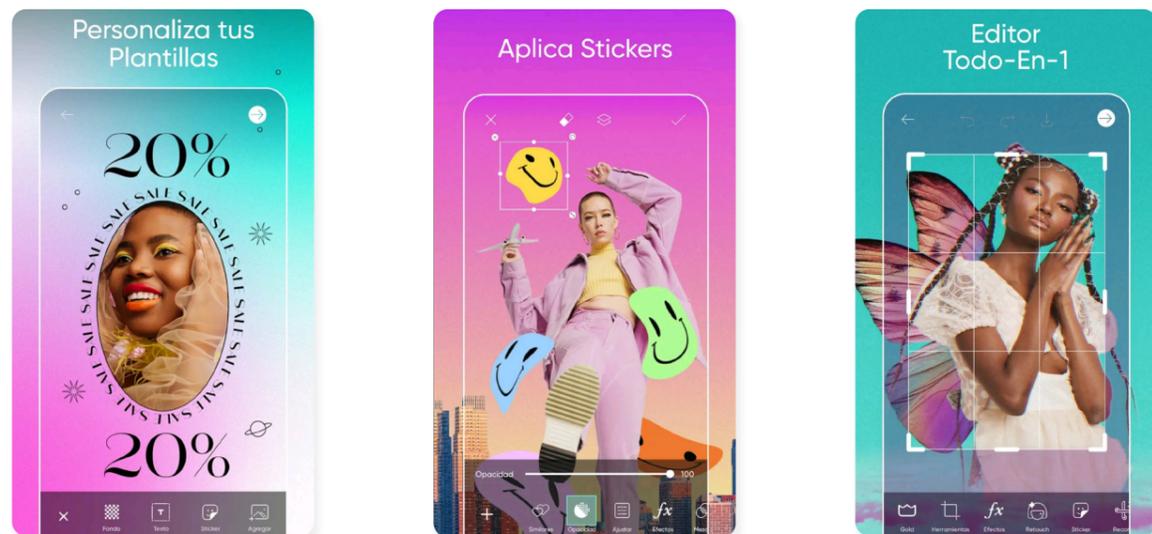
GoDaddy Studio:

Crea logos y anuncios, edita fotos y videos, quita fondos.
 Construye tu marca sin esfuerzo y de manera divertida, edita imágenes y videos para crear historias que sorprendan al mundo.
Descripción: Play Store



Picsart:

Haz stickers, videos y collage. Edita stories y fotos con filtros y fondos.
Descripción: Play Store



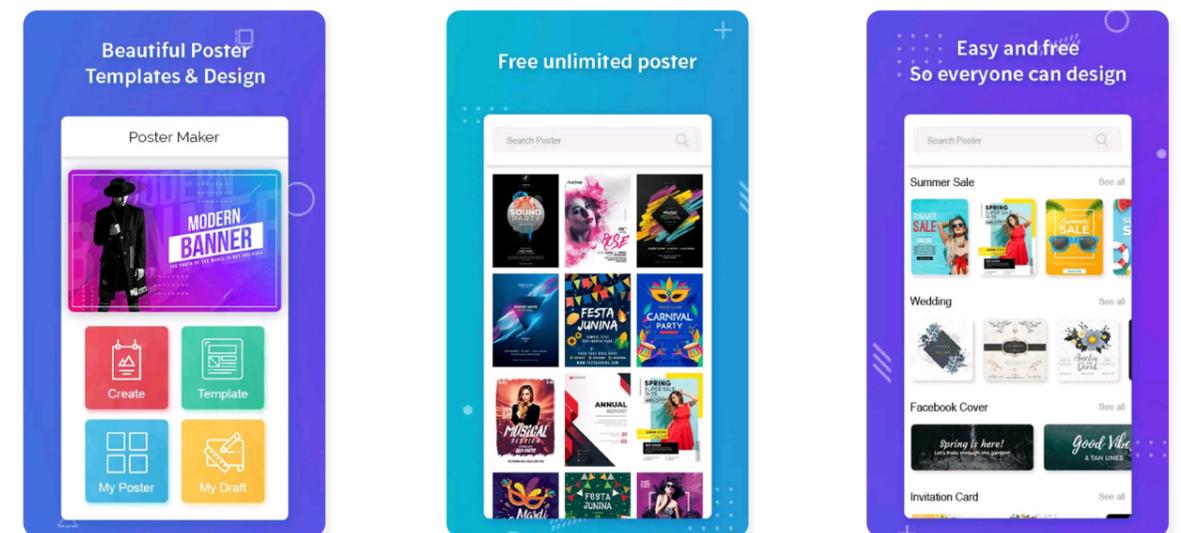
PixelCut:

Elimina el fondo, edita fotos y crea diseños impresionantes con nuestras plantillas.
Descripción: Play Store



Poster Maker:

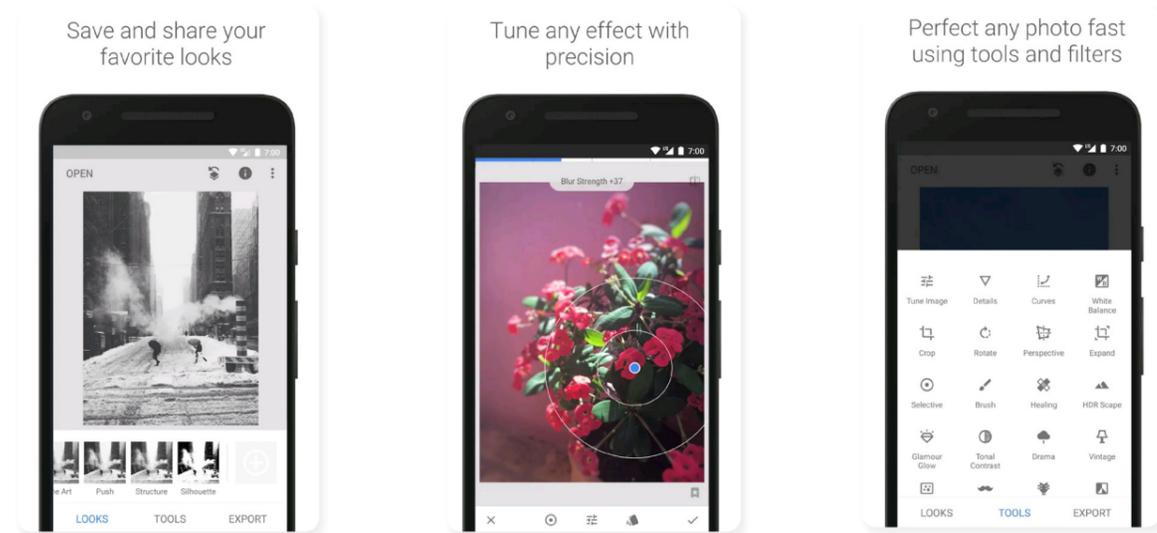
La mejor manera de diseñar sus hermosas tarjetas, pósters, volantes e invitaciones.
Descripción: Play Store



Snapseed:

Ediciones de fotos de calidad profesional con la nueva Snapseed. Snapseed es un completo editor de fotos profesional desarrollado por Google.

Descripción: Play Store



VistaCreate:

VistaCreate es un editor y creador de fotos y videos ideal para eliminar fondos de imágenes. Las plantillas gratis serán un potencial para tu marca, agrega logos, imágenes o filtros de manera fácil.

Descripción: Play Store



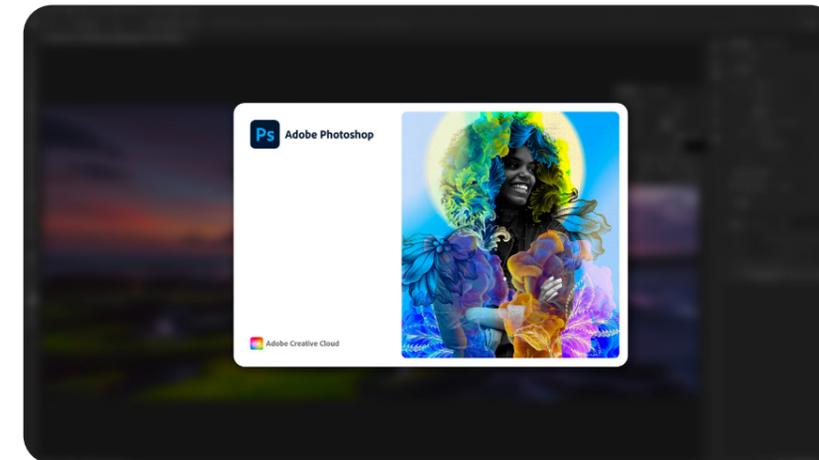
Aplicaciones utilizadas por diseñadores

Estas son algunas de las aplicaciones más utilizadas por diseñadores al día de hoy:

Adobe Photoshop

Edita y transforma fotografías y gráficos.

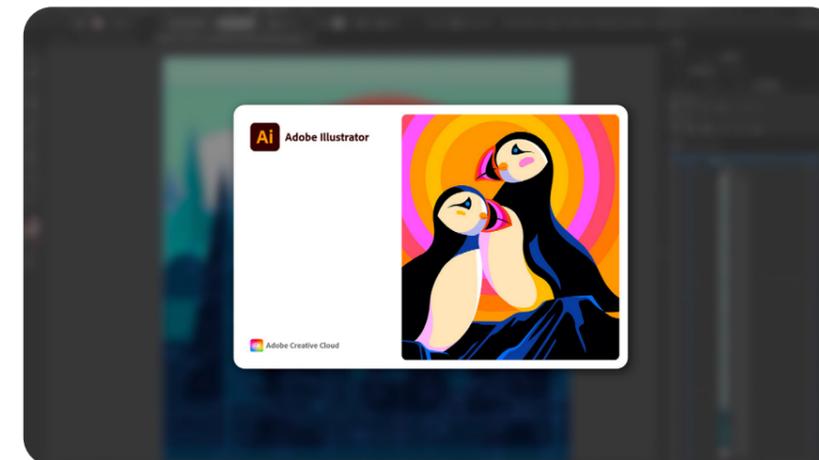
Descripción: Creative Cloud



Adobe Illustrator

Crea ilustraciones y otros gráficos con vectores.

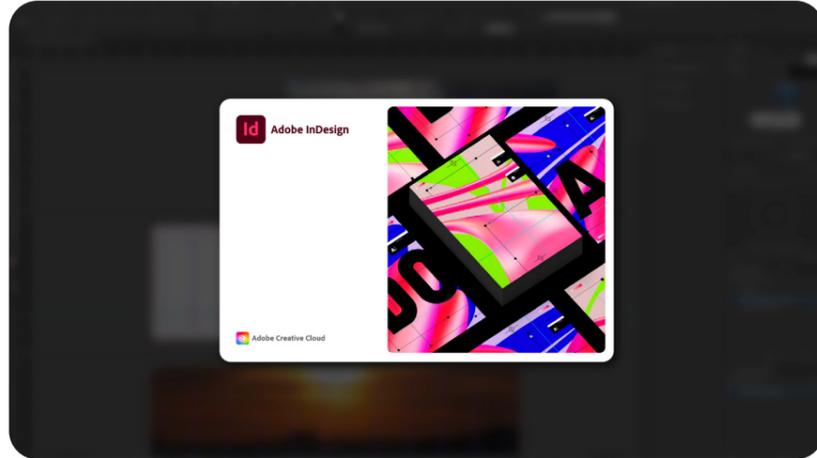
Descripción: Creative Cloud



Adobe InDesign

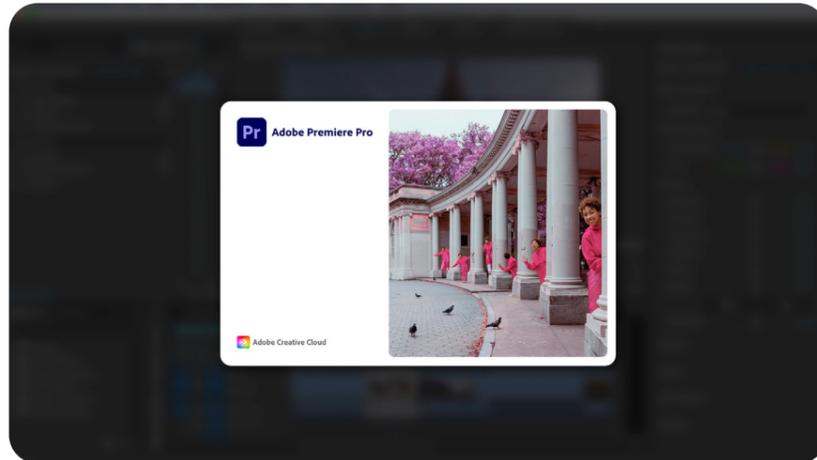
Realiza composiciones de páginas para publicaciones digitales e impresas.

Descripción: Creative Cloud

**Adobe Premiere Pro**

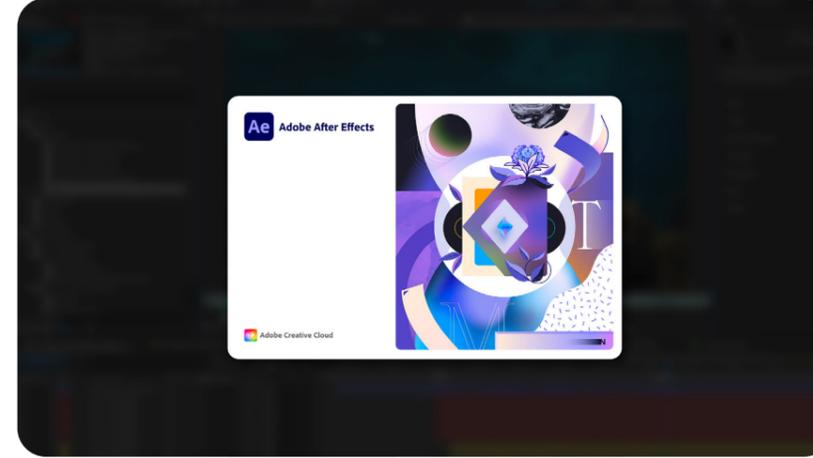
Crea y edita películas y videos.

Descripción: Creative Cloud

**Adobe After Effects**

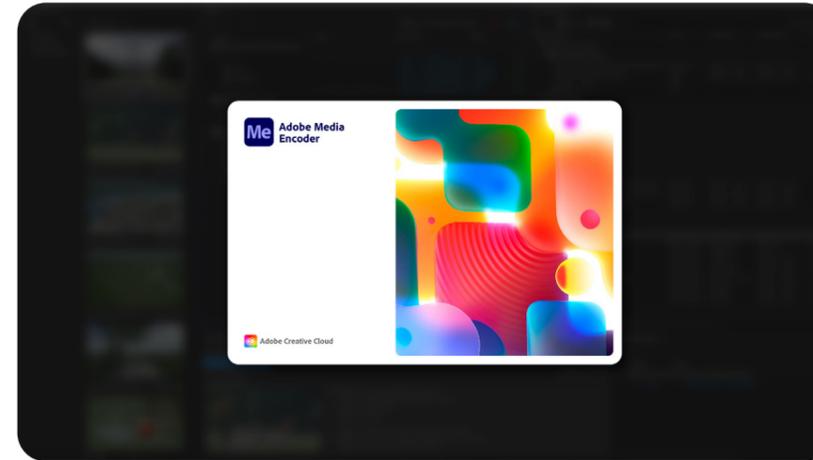
Crea efectos visuales y gráficos animados.

Descripción: Creative Cloud

**Adobe Media Encoder**

Genera archivos de video en múltiples formatos.

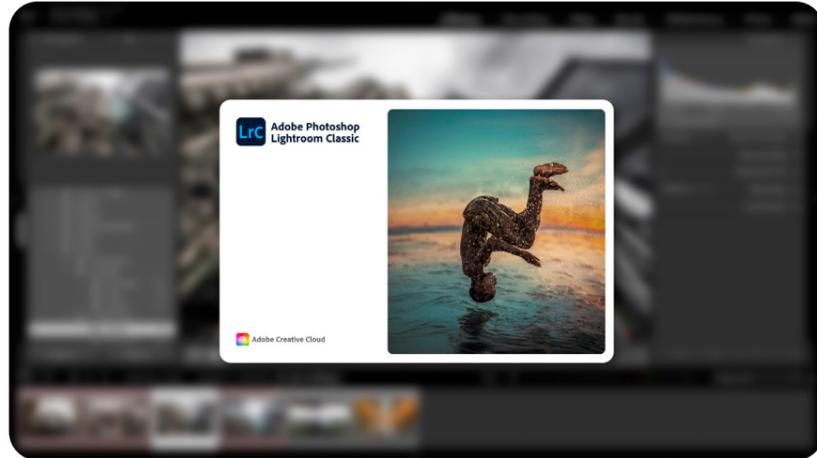
Descripción: Creative Cloud



Adobe Lightroom

Aplicación de escritorio para la edición de fotografías.

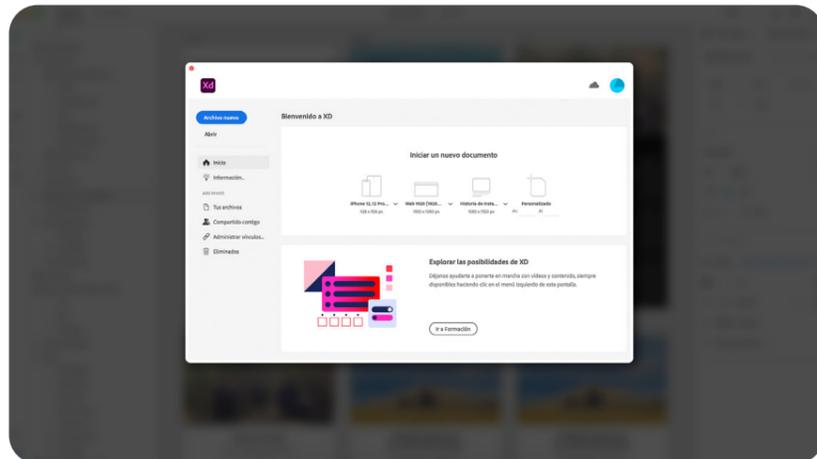
Descripción: Creative Cloud



Adobe XD

Diseño, cree prototipos y comparte experiencias de usuarios.

Descripción: Creative Cloud



Arfuch, L., Chaves, N. y Ledesma, M. (1997). Diseño y comunicación. Teorías y enfoques críticos. Paidós.

Bourriaud, N. (2004). Postproducción. Adriana Hidalgo Editora.

Cerezo, J. M. (2017). Diseñadores en la nebulosa: el diseño gráfico en la era digital. Campgràfic.

Consejo internacional de asociaciones de diseño gráfico (Icograda). (2011). Icograda Design Education Manifesto 2011. https://www.theicod.org/storage/app/media/resources/Icograda%20Documents/IcogradaEducationManifesto_2011.pdf

Costa J. (1995). Comunicación corporativa y revolución de los servicios.

Domo. (2018). Data Never Sleeps 7.0. Domo. <https://www.domo.com/learn/infographic/data-never-sleeps-7>

Escobar, A. (2016). Autonomía y diseño. La realización de lo comunal. Universidad del Cauca.

Frascara, J. (1988). Diseño y comunicación. Ediciones Infinito.

González Diez, L. (1997). El diseño moderno a partir del sistema de autoedición. ucm Publicaciones.

Julier, G. (2010). La cultura del diseño. Editorial GG.

López Monterrubio, S. (2 de mayo de 2015). Sobre la Democratización del Diseño Gráfico. Sergio López Monterrubio. <https://thisissergio.medium.com/sobre-la-democratizaci%C3%B3n-del-dise%C3%B1o-gr%C3%A1fico-5cc01f4ba3e>

Lull, J. (2008). Los placeres activos de expresar y comunicar. Comunicar: Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación, (30), 21-26.

Manzini, E. (2015). Cuando todos diseñan. Experimenta Editorial.

McLuhan, M. (1996). Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano. Paidós.

Papanek, V. (1977). Diseñar para el mundo real. Ecología humana y cambio social. Blume.

Peñaloza, J. B. (2013). El diseño gráfico: ¿contribución al consumismo? Legado de Arquitectura y Diseño, 8(14), 29-40. <https://www.redalyc.org/pdf/4779/477947373003.pdf>

Raiberti, M. (2008). Lo intuitivo en el diseño. foroalfa. <https://foroalfa.org/articulos/lo-intuitivo-en-el-diseno>

Relph-Knight, L. (2007). There's no need to fear the democratisation of design. Design Week. Rústika - GG.

Summa:blog. (26 de marzo de 2007). La democratización del diseño. Summa:blog. <https://summa.es/blog/la-democratizacion-del-diseno/>

Trias, A. L. (2 de julio de 2021). Entrevistada en programa de radio de la emisora M24.

**Tesis de grado en la Licenciatura en
Diseño de Comunicación Visual**
Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo
Universidad de la República
Uruguay
Julio 2022

Autores

Michel Chorowski
Leandro Crócamo

